

# **KAJIAN MINAT MENONTON SIARAN TELEVISI SWASTA CENDRAWASI WIPUTRA MANDIRI CHANNEL OLEH PEMUDA DI KELURAHAN KAMPUNG BARU KOTA SORONG**

Jelly Natalia Ulimpa, Nicolas Mandey Meiske Rembang  
Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sam Ratulangi Manado, Jln. Kampus  
Bahu, 95115, Indonesia  
Email: [jellynataliaulimpa@gmail.com](mailto:jellynataliaulimpa@gmail.com)

## **ABSTRAK**

**T**elevisi merupakan media komunikasi modern yang sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat Indonesia pada umumnya. Seiring dengan perkembangan zaman televisi tidak lagi menjadi barang mewah, tetapi menjadi salah satu barang yang dapat ditemukan dimana saja dan hampir disetiap rumah masyarakat Indonesia menggunakan televisi untuk memenuhi kebutuhan informasi. Dengan hadirnya stasiun-stasiun televisi lokal di kawasan tersebut, memberikan warna baru bagi dunia penyiaran Tanah Air. Unsur tersebut dikemas dengan kemasan lokal, selalu menghadirkan yang terbaik bagi masyarakat setempat. Ini merupakan ciri khas stasiun televisi swasta lokal yang tidak tersedia di stasiun televisi swasta nasional. Dilihat dari minat tontonan anak muda ada beberapa anak muda Kampung Baru yang menjadikan siaran cendrawasi Wiputra Mandiri Channel Kota Sorong sebagai salah satu siaran untuk menghibur di waktu istirahat. Tidak banyak anak muda yang menjadikan siaran ini sebagai hiburan karena program hiburan yang dianggap menarik tidak lagi ditayangkan. Demikian pula sebagian anak muda yang beranggapan bahwa dengan menonton siaran Cenderawasih Wiputra Mandiri dapat menambah informasi berupa unsur sosial, religi, ekonomi dan pariwisata. Demikian pula sebagai Identitas Pribadi, sebagai Integritas dan Interaksi Sosial yang ditambahkan oleh beberapa anak muda yang dapat dilihat tidak hanya dari program acara saja bahkan iklan sosial juga dapat menegaskan nilai-nilai pribadi menambah sikap menghargai, menghormati, memiliki rasa empati sosial dan dapat meningkatkan rasa memiliki.

**Kata kunci:** Kajian, Minat Menonton, Siaran Televisi,

## ABSTRACT

**T**elevisi is a modern communication media that has become part of the lifestyle of Indonesian society in general. Along with the development of television is no longer a luxury item, but become one of the items that can be found anywhere and almost in every house of Indonesian people use television to meet information needs. With the advent of local television stations in the region, it gave a new color to the world of broadcasting the country. The element is packed with local packaging, always presenting the best for the local community. This is a characteristic of local private television stations that are not available on national private television stations. Judging from the interests of watching youth there are some young people of Kampung Baru who make the broadcast *Cendrawasi Wiputra Mandiri Channel Sorong City* as one of the broadcasts to entertain at rest time. Not many young people make this broadcast as entertainment because entertainment programs that are considered interesting are no longer broadcast. Similarly, there are also some young people who think that by watching the broadcast *Cendrawasi Wiputra Mandiri* can add information in the form of social, religious, economic and tourism elements. Similarly, as a Personal Identity, as Integrity and Social Interaction added by some young people that can be seen not only from the program of the event alone even social advertisements can also affirm personal values add to the attitude of respect, respect, have a sense of social empathy and can increase the sense of belonging.

*Keywords: Study, Interest in Watching, Television Broadcasting*

## PENDAHULUAN

**K**omunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Salah satu bentuk kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh manusia adalah komunikasi massa. Komunikasi Massa adalah komunikasi yang dilakukan melalui media komunikasi massa atau media massa seperti surat kabar, radio, televisi, majalah, film, dan internet. Karakteristik dari pada komunikasi massa yaitu bersifat tidak langsung atau dengan kata lain harus melalui media massa, bersifat satu arah yang mengandung arti tidak ada interaksi antara sumber dan penerima, bersifat terbuka dalam artian pesan ditujukan kepada khalayak yang anonim serta tersebar luas. Suatu media massa selain ditunjang dari segi kualitas juga harus didukung oleh faktor kecepatan dan ketepatannya dalam mengulas sebuah informasi. Di antara beberapa media komunikasi seperti media televisi dianggap sebagai media yang paling efektif dalam proses penyampaian informasi karena dalam hal penyampaian pesan, televisi mampu menyampaikan segala jenis baik bersifat audio, visual, tekstual bahkan bersifat interaksional langsung kepada komunikator. Televisi merupakan media komunikasi modern yang sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat Indonesia pada umumnya. Seiring perkembangannya televisi kini sudah bukan lagi menjadi barang mewah, melainkan menjadi salah satu barang yang dapat ditemui di manapun dan hampir di setiap rumah masyarakat Indonesia menggunakan televisi untuk memenuhi kebutuhan informasi. Setiap detik, rumah kita tiada henti disuguhi produk-produk informasi dari media. Informasi menjadi sarapan pertama di pagi hari dan menu terakhir menjelang tidur. Setiap stasiun televisi dapat menayangkan berbagai macam

program berita ataupun hiburan sebut saja seperti stasiun televisi RCTI, SCTV, Indosiar, ANTV, TVOne, Trans TV, Trans7, Global TV, Metro TV, dan TVRI. Mereka adalah stasiun televisi yang siarannya bersifat nasional. Selain siaran bersifat nasional ada yang siaran bersifat lokal. Dengan munculnya stasiun televisi lokal di daerah, memberikan warna baru bagi dunia penyiaran tanah air. Paket tayangannya bermaterikan unsur kedaerahan seperti, unsur sosial, agama, budaya, ekonomi dan pariwisata. Siaran televisi swasta lokal juga sebagai kontrol sosial untuk daerahnya masing-masing di mana masyarakat dapat mengetahui apa yang terjadi di daerahnya. Unsur tersebut dikemas dengan kemasan lokal, selalu mempersembahkan yang terbaik bagi masyarakat daerah setempat. Hal ini menjadi ciri khas dari stasiun televisi swasta lokal yang tidak terdapat pada stasiun televisi swasta nasional. Diharapkan kehadiran stasiun televisi lokal tersebut, dapat menjadi solusi penting untuk mengoptimalkan potensi daerah melalui media audio visual yang selama ini masih kurang. Selain itu, dukungan pemerintah dalam bentuk peraturan memberikan kesempatan pada setiap daerah untuk mengoptimalkan potensi daerahnya melalui media penyiaran. Di Sorong sendiri telah didirikan televisi swasta lokal yaitu Cendrawasi Wiputra Mandiri (CWM) Channel yang telah mengudara pada Tahun 2012 di wilayah kota dan kabupaten sorong, dengan menyajikan program berupa berita dan hiburan. Dengan adanya Kehadiran televisi swasta lokal di sorong diharapkan sangat membantu masyarakat dalam mendapatkan informasi seputar perkembangan yang sedang terjadi di dalam daerah. Dapat juga menjadi siaran penghibur untuk masyarakat dengan menyiarkan program-program khas daerah, tetapi justru siaran ini nilai kurang diminati oleh para generasi muda, dikarenakan program- program yang di siaran tidak begitu menarik dan lebih mengutamakan menyiarkan program berita dari pada program acara hiburan lainnya. Bahkan berita yang sudah ditayangkan bisa berulang kali disiarkan, Proses penayangan berita pun kadang kala sering terlambat. Hal ini yang menyebabkan pemuda di Kota Sorong terlebih khusus di Kelurahan Kampung Baru lebih banyak menonton program-program pada televisi Swasta Nasional, dikarenakan program yang disiarkan lebih menarik dan sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka. Ada pula permasalahan lainnya yakni siaran Cendrawasi Wiputra Mandiri (CWM) Channel tidak dapat dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat kota Sorong, Berhubung Televisi swasta lokal ini satu perusahaan dengan Cendrawasi Wiputra Mandiri TV Kabel maka hanya pengguna TV kabel saja yang dapat mengakses siaran Cendrawasi Wiputra Mandiri (CWM) Channel, sedangkan saluran lain seperti Parabola dan Indihome tidak dapat mengakses siaran ini. Dalam praktek sehari-hari kita menginginkan akan sesuatu hal yang didorong dari jiwa seseorang yang datang dari hati dalam memandang benda atau mengenal sesuatu yang ada di sekitarnya. Pada umumnya antara minat dan perhatian dianggap sama tidak ada perbedaan, memang keduanya hampir sama, dalam praktek selalu bergandengan satu sama lain. Minat merupakan sesuatu yang ada pada diri seseorang yang ditujukan pada suatu objek sebenarnya dimulai dengan adanya minat. Minat dalam Kamus Bahasa Indonesia adalah kecenderungan hati yang tertinggi terhadap sesuatu (Badudu, 1994). Minat adalah kecenderungan yang menetap dalam subjek untuk merasa tertarik pada bidang atau hal dan merasa senang berkecimpung dalam bidang itu (Winkel, 1984). Minat adalah gejala psikis atau jiwa yang sangat berkaitan dengan objek atau aktivitas terhadap perasaan senang pada suatu individu. Menurut Slameto

dalam Djamar (2002) minat adalah suatu rasa ketertarikan yang lebih pada sesuatu hal atau aktivitas tanpa ada menyerah. Minat pada dasarnya adalah ketertarikan akan sesuatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri, semakin kuat atau dekat hubungan tersebut maka semakin besar minat pada sesuatu. Minat adalah suatu kemauan yang didorong dengan kekuatan dari dalam yang mempunyai tujuan tertentu dan berlangsung secara tak sadar (Ahmadi, 2004). Minat adalah sikap jiwa seseorang termasuk ketiga fungsi (kognisi, konasi dan emosi) yang tertuju pada sesuatu, dan dalam hubungan itu unsur perasaan yang kuat (Ahmadi, 1991). Menurut Mapiare (1982), minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka atau rasa takut yang mengarah individu kepada suatu pilihan tertentu. Dari pengertian minat di atas dapat diambil kesimpulan bahwa minat adalah kecenderungan jiwa terhadap suatu yang terdiri dari perasaan senang, rasa ketertarikan pada suatu objek, karena sesuai dengan kebutuhan atau merasakan bahwa sesuatu yang dipelajari bermakna bagi dirinya. Dalam hal ini sering individu berusaha karena minat tanpa usaha tidak akan ada artinya (Efendi, 1984). Dalam kosakata bahasa Indonesia, pemuda juga dikenal dengan sebutan “generasi muda” dan “kaum muda”. sering kali terminologi pemuda, generasi muda, atau kaum muda memiliki pengertian yang beragam. Pemuda adalah individu yang bila dilihat secara fisik sedang mengalami perkembangan dan secara psikis sedang mengalami perkembangan emosional, sehingga pemuda merupakan sumber daya manusia pembangunan baik untuk saat ini maupun masa datang. Walaupun definisi PBB tentang pemuda biasanya mencakupi mereka yang berusia 15-24 tahun (bertumpang tindih membingungkan dengan anak yang meliputi usia 0-17 tahun), peraturan perundang-undangan Indonesia (seperti halnya di beberapa negara Asia, Afrika dan Amerika Latin) memperpanjang batas formal pemuda hingga usia yang mengherankan. Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 0059 Tahun 2013 tentang Pengembangan Kepemimpinan Pemuda pasal 1 menyatakan bahwa pemuda adalah warga negara Indonesia yang memasuki periode penting pertumbuhan dan perkembangan yang berusia 16 (enam belas) sampai 30 (tiga puluh) tahun. Definisi pemuda yaitu suatu individu yang mengalami perkembangan fisik, mental dan emosional pada usia 15 tahun sampai 35 tahun. Perbedaan Pemuda dan Remaja Hill dalam (Haditono, 2002) menguraikan bahwa istilah “pemuda” (youth) memperoleh arti yang baru yaitu suatu masa peralihan antara masa remaja dan masa dewasa. Sedangkan “remaja” mempunyai batasan usia yaitu masa di antara usia 12- 21 tahun dengan perincian usia 12-15 tahun yaitu masa remaja awal, usia 15-18 tahun yaitu masa remaja pertengahan, dan usia 18-21 tahun yaitu masa remaja akhir. Sehingga dapat diartikan bahwa pemuda adalah individu usia antara 15 tahun sampai dengan 35 tahun sedangkan remaja adalah individu usia antara 12 tahun sampai dengan 21 tahun. Acara merupakan kegiatan yang dipertunjukkan, disiarkan atau diperlombakan, program televisi atau radio dan sebagainya (Kamus besar bahasa Indonesia, 2001). Program siaran berarti merencanakan siaran mengacu pada hukum penyiaran, standar program dengan cepat menggapai perubahan sosial, gaya hidup dan kebutuhan penonton. Program siaran dapat diwujudkan atau diberikan label rubrik apapun dia tetap acara yang akan ditampilkan di layar kaca. Salah satu media dalam komunikasi adalah televisi, dari semua media komunikasi yang ada, televisilah yang paling berpengaruh pada kehidupan manusia (Morissan, 1997). Televisi adalah media

dari jaringan komunikasi dengan ciri-ciri yang dimiliki komunikasi massa, yaitu berlangsung satu arah, komunikatornya melembaga, pesannya bersifat umum, sasarannya menimbulkan keserempakan dan komunikasinya bersifat heterogen. Televisi juga merupakan media massa yang sangat besar manfaatnya, karena dalam waktu yang singkat dapat menjangkau wilayah dan jumlah penontonnya yang tidak terbatas, dan juga peristiwa yang terjadi pada saat itu juga dapat segera diikuti sepenuhnya oleh penonton di belahan bumi yang lain (Effendy, 2002). Televisi merupakan media dari jaringan komunikasi yang memiliki ciri-ciri berlangsung satu arah, komunikatornya melembaga, pesannya bersifat umum, sasarannya menimbulkan keserempakan dan komunikasinya heterogen. Televisi merupakan paduan audio dari segi penyiarannya dan video dari segi gambar Bergeraknya. Suatu program televisi, dapat dilihat dan didengar oleh para pemirsa karena ditransmisikan pemancar (Effendy, 1993). Media massa dalam hal ini televisi, memberikan pengaruh yang cukup besar bagi khalayaknya. Dan tidak dapat dipungkiri hal tersebut terjadi karena besarnya kebutuhan manusia akan informasi dan hiburan. Televisi adalah suatu media komunikasi yang selalu mencari bahan hiburan. Hampir semua orang dapat memanfaatkan informasi yang disajikan secara massal oleh televisi (Bland, 2001). Menurut Soehoet dalam buku media komunikasi (2003), Televisi adalah media audio visual yang mudah dipahami karena menggunakan bahasa lisan, tulisan, mimik, dan gerak-gerik. Media televisi yang dalam bahasa Inggrisnya television diartikan melihat jauh, di sini diartikan dengan gambar dan suara yang diproduksi di suatu tempat (studio televisi) dapat dilihat dari tempat “lain” melalui sebuah perangkat penerima atau receiver (Televisi Set), (Rahman, 2005). Jadi media televisi adalah media yang memberikan informasi kepada audiensnya berupa audio visual yang saling sinkron, sehingga dapat disaksikan dan didengarkan dengan baik, melalui perantara antena dan satelit antena receiver yang dihubungkan ke televisi yang dipasang rumah rumah untuk menerima sinyal yang dipantulkan dari stasiun televisi (Rahman, 2005). Menurut Wawan Kuswandi (1993) jenis-jenis siaran televisi adalah sebagai berikut: Televisi di Indonesia yang pertama kali adalah TVRI mulai mengudara pada tahun 1962, dan diikuti berdirinya televisi swasta sebagai pendamping TVRI adalah RCTI dan diikuti SCTV, ANTV, TPI (MNC TV), INDOSIAR, dan pada tahun 2001 berdiri lagi stasiun Metro TV, Trans TV, Trans 7, TV One, Global TV dan sebagainya, setiap daerah propinsi tidak ketinggalan mendirikan stasiunnya. Pola Penontonan Televisi, menurut Noble dan Wiley dalam Tamrin (2009) pola penonton televisi yang dimaksud adalah berdasarkan : durasi, frekuensi. Durasi adalah waktu lamanya menonton siaran televisive. Frekuensi adalah jumlah waktu menonton dalam satu bulan. Teori *Uses and Gratifications* sebagai landasan dalam menjelaskan variabel. Maka Pada teori komunikasi ini penulis memakai teori Model *Uses and Gratifications*. Khalayak dalam hal ini mempunyai kebutuhan kognitif, afektif integratif personal, integratif sosial maupun kebutuhan untuk melepaskan ketegangan atau melarikan diri dari kenyataan. Kebutuhan ini bisa melalui radio, televisi, surat kabar, keluarga dan teman. Setelah melihat hal itu maka teori yang dapat menjadi acuan dasar dalam penelitian ini adalah *uses and gratifications* (Nurudin, 2007). Model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri seseorang, tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media. Khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Konsep dasar teori ini

menurut para pendirinya adalah meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat lain, barangkali termasuk juga yang tidak kita inginkan (Kriyantono, 2006). Katz, Blumler dan Gurevitch dalam Rakhmat (2001) menjelaskan mengenai asumsi dasar dari teori *uses and gratification*, yaitu: Khalayak dianggap aktif, artinya khalayak sebagai bagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan. Dalam proses komunikasi massa, inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada khalayak. Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media sangat bergantung kepada perilaku khalayak yang bersangkutan. Tujuan pemilihan media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak. Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti terlebih dahulu orientasi khalayak. Teori ini bertujuan untuk menjawab atau menjelaskan bagaimana pertemuan antara kebutuhan seseorang dengan media, dalam teori ini audiens tidak lagi dipandang sebagai orang yang pasif, menerima begitu saja semua informasi yang disajikan oleh media tetapi mereka berlaku aktif dan selektif, serta juga kritis terhadap semua informasi yang disajikan oleh media (Jalaluddin, 2004). Asumsi dasar teori ini tetap berkisar pada keberadaan kebutuhan sosial seseorang dengan fungsi informasi yang disajikan pada media. Litteljhon (1989) mengusulkan dengan tiga asumsi teoritisnya sebagai berikut: Bahwa audiens atau masyarakat dalam komunikasi massa itu bersifat aktif dan mempunyai tujuan yang terarah. Anggota masyarakat atau audiens secara luas bertanggung jawab atas pemilihan media untuk memenuhi kebutuhan- kebutuhannya, artinya masyarakat atau audiens itu tahu akan kebutuhan-kebutuhannya dan bagaimana cara memenuhinya. Asumsi ketiga ini yang masih berkaitan dengan kedua asumsi di atas, yakni bahwa media harus bersaing dengan media lainnya dalam hal pemenuhan kebutuhan. Sebagai pelengkap asumsi-asumsi di atas, yakni penilaian media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak (Rakhmat, 1984). Penggunaan (*uses*) isi media untuk mendapatkan pemenuhan (*gratification*) atas kebutuhan seseorang atau *uses and gratifications*, salah satu teori dan pendekatan ini tidak mencakup atau mewakili keseluruhan proses komunikasi, karena sebagian besar perilaku audiens hanya dijelaskan melalui berbagai kebutuhan (*needs*) dan kepentingan (*interest*) mereka sebagai suatu fenomena mengenai proses penerimaan (pesan) media. Pendekatan *uses and gratifications* ditujukan untuk menggambarkan proses penerimaan dalam komunikasi massa dan menjelaskan penggunaan media oleh individu atau agregasi individu (Effendy, 2000) dalam Bungin (2009). Model Teori ini Jika dihubungkan dengan penelitian ini, individu yang akan diteliti adalah pemuda, yang akan dihubungkan dengan lingkungan dalam hal ini Program siaran yang ditayangkan CWM Channel Sorong. Selanjutnya motif di sini sebagai variabel independen yang mempengaruhi penggunaan media televisi dengan dasar apa saja motif- motif yang mendorong seseorang (pemuda) ingin menggunakan atau menyaksikan acara tersebut dan apakah media (televisi) tersebut dapat memenuhi motif dan keinginan khalayak (pemuda), sehingga khalayak (pemuda) merasa puas setelah menggunakan atau menyaksikan tayangan tersebut.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Menurut Suparlan (1997) pendekatan kualitatif sering kali juga dinamakan sebagai pendekatan humanistik, karena di dalam pendekatan ini cara pandang, cara hidup, selera ataupun ungkapan emosi dan keyakinan dari warga masyarakat yang diteliti sesuai dengan masalah yang diteliti, juga termasuk data yang dikumpulkan. Penelitian ini menggunakan salah satu jenis penelitian kualitatif yaitu metode penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif dilakukan dengan mengumpulkan data deskriptif yang banyak dan dituangkan dalam bentuk laporan dan uraian, penelitian ini tidak mengutamakan angka dan statistik, walaupun tidak menolak data kuantitatif.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Mengacu pada hasil penelitian sebagaimana sudah dijelaskan di atas, dapat di kemukakan beberapa hal berkaitan dengan fakta yang ditemukan dalam penelitian ini. Pertama, para pemuda di kota Sorong, menunjukkan tingkat akan minat menonton yang rendah terhadap siaran televisi lokal CWM Channel Sorong yang disajikan. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yaitu: Program yang disiarkan dianggap kurang menarik, adapun program yang di sukai yang sudah tidak ditayangkan lagi. Ini merupakan faktor utama yang sangat mempengaruhi tingkat minat menonton para pemuda. Terlalu lambat dalam menyiarkan berita, penyebabnya masyarakat menjadi terlambat dalam mendapatkan informasi yang pasti. Dan sering memutar ulang berita berita yang sudah terjadi di hari-hari sebelumnya. Jaringan siaran yang terkadang hilang secara tiba-tiba, masalah teknis seperti ini juga berpengaruh besar karena masyarakat akan merasa risih dengan kendala-kendala seperti ini ditambah lagi siaran yang sering- sering teracak menambah ketidakpuasan dalam menonton. Pengguna Indihome dan Parabola tidak dapat mengakses siaran ini, ini merupakan faktor lainnya di mana yang hanya bisa mengakses siaran ini hanyalah pengguna TV kabel terhubung Stasiun Cendrawasi Wiputra Mandiri Channel satu Perusahaan dengan TV kabel maka hanya pengguna TV kabel saja yang dapat mengakses siaran ini. Faktor-faktor inilah yang menjadi penyebab kurang tertariknya pemuda dalam menonton siaran CWM channel ini. Yang kedua, dengan kategori menonton televisi sebagai informasi, hiburan, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial. Ditemukan ada beberapa dari pemuda mengatakan mereka menonton CWM untuk mendapatkan informasi dan pengetahuan kedaerahan tetapi ada dari pemuda yang kurang tertarik menonton untuk mencari informasi seputaran berita terkini baik local maupun nasional dikarenakan program berita yang disiarkan di CWM channel Sorong dinilai terlalu lambat dalam menyiarkan berita. Alhasil informan memilih mencari informasi di siaran TV lain, internet, maupun media sosial. Minat sebagai Hiburan, sama halnya dengan informasi, beberapa program hiburan juga menjadi pilihan pemuda yang menonton siaran CWM channel karena dianggap cukup menghibur tetapi ada juga yang awalnya tertarik tetapi mulai berpaling karena program yang sering ditonton sudah tidak di tayangkan lagi, ini sangat berpengaruh juga pada tingkat minat menonton pemuda pada siaran CWM channel ini. Minat identitas pribadi, berhubungan dengan usaha dalam menemukan penunjang nilai-nilai pribadi;

mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai yang disajikan dalam siaran CWM channel Sorong dan meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri mengenai kebudayaan di kota Sorong. identitas pribadi menjadi motif yang sangat sedikit mencapai titik kepuasan, dikarenakan Menurut informan pemahaman mengenai diri sendiri atau menyetarakan diri dengan nilai-nilai budaya tidak menjadi kebutuhan utama, walaupun di sisi lain hal itu juga penting dalam kehidupan. Minat integrasi dan interaksi sosial beserta minat pencarian informasi, juga termasuk motif yang mencapai titik kepuasan nilainya sangat rendah. Integrasi dan interaksi sosial, berhubungan dengan usaha dalam mendapatkan pengetahuan tentang keadaan orang lain, empati sosial; mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki; menemukan bahan ,percakapan dan interaksi sosial; memperoleh teman selain dari dunia nyata seperti halnya di dunia maya atau sosial media; membantu menjalankan peran sosial, dan memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungi sanak keluarga, teman, dan masyarakat. Berdasarkan pendapat informan, yang seluruhnya merupakan mahasiswa, menyatakan bahwa dalam hal berinteraksi atau menciptakan rasa simpati dan empati terhadap sesama mereka sama sekali tidak begitu membutuhkan bantuan dari media. Kehidupan pemuda yang cenderung berkelompok sudah cukup bagi mereka sebagai kegiatan untuk berinteraksi dan menemukan rasa aman, nyaman, bahkan menciptakan rasa bahagia dalam diri mereka. Minat interaksi sosial dan integrasi mungkin tidak mudah didapatkan dari hanya menonton televisi di CWM channel Sorong, dari program yang ditayangkan mendapatkan gambaran mengenai cara berinteraksi serta kehidupan sosial di kota Sorong. Dengan Minat menonton pemuda yang rendah sangat berpengaruh juga pada durasi menonton jika yang disiarkan menarik dan sesuai keinginan maka durasi menontonnya akan lama begitu pun sebaliknya. Temuan penelitian sebagaimana dijelaskan di atas dapat disimpulkan bahwa minat pemuda di kelurahan kampung baru dalam menonton siaran Cendrawasi Wiputra Mandiri Channel Sangat Rendah. Hal ini ditunjukkan dari hasil wawancara informan berkaitan dengan kategori menonton siaran Cendrawasi Wiputra Mandiri Channel sebagai informasi,hiburan,identitas personal, integrasi dan interaksi sosial. Selain itu untuk kategori durasi memang sangatlah rendah namun berdasarkan fakta penelitian untuk kualitas gambar dan suara dianggap cukup bagus dan baik. Selain itu, temuan penelitian ini senada dengan pendapat yang dikembangkan McQuail dengan menggunakan kategori-kategori sebagai berikut: 1) Informasi, meliputi, mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia, mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat dan hal-hal lain yang berkaitan dengan penentuan pilihan, memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum, belajar, pendidikan diri sendiri, dan memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan. 2) Identitas pribadi, meliputi: menemukan penunjang nilai-nilai pribadi, menemukan model perilaku, mengidentifikasikan diri dengan nilai-nilai lain (dalam media), dan meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri. 3) Integrasi dan interaksi sosial, meliputi: pemerolehan pengetahuan akan keadaan orang lain; empati sosial, mengidentifikasikan diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki, menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial. Memperoleh teman selain dari manusia, membantu menjalankan peran sosial, dan memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungi sanak-keluarga, teman dan masyarakat, 4) Hiburan, meliputi: melepaskan diri atau terpisah dari

permasalahan, bersantai, memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis, mengisi waktu, penyaluran emosi, dan membangkitkan gairah seks.

## **KESIMPULAN**

**M**inat pemuda di Kelurahan Kampung Baru dalam menonton siaran televisi swasta lokal Cendrawasi Wiputra Mandiri Channel sangatlah rendah dikarenakan beberapa faktor yang mempengaruhi: 1). Program yang disiarkan dianggap kurang menarik, adapun program yang disukai yang sudah tidak ditayangkan lagi. Ini merupakan faktor utama yang sangat mempengaruhi tingkat minat menonton para pemuda. 2). Terlalu lambat dalam menyiarkan berita, penyebabnya masyarakat menjadi terlambat dalam mendapatkan informasi yang pasti. Dan sering memutar ulang berita-berita yang sudah terjadi di hari-hari sebelumnya. 3). Jaringan siaran yang terkadang hilang secara tiba-tiba, masalah teknis seperti ini juga berpengaruh besar karena masyarakat akan merasa risih dengan kendala-kendala seperti ini ditambah lagi siaran yang sering-sering teracak menambah ketidakpuasan dalam menonton. 4). Pengguna Indihome dan Parabola tidak dapat mengakses siaran ini, ini merupakan faktor lainnya di mana yang hanya bisa mengakses siaran ini hanyalah pengguna TV kabel terhubung Stasiun Cendrawasi Wiputra Mandiri Channel satu Perusahaan dengan TV kabel maka hanya pengguna TV kabel saja yang dapat mengakses siaran ini. Inilah beberapa faktor yang mempengaruhi kurangnya minat pemuda dalam menonton siaran televisi swasta Cendrawasi Wiputra Mandiri Channel Sorong. Minat menonton pemuda juga dapat dilihat pada kategori menonton siaran sebagai informasi, sebagai hiburan, sebagai identitas personal, sebagai integrasi dan interaksi sosial. Ada beberapa pemuda yang menjadikan siaran Cendrawasi Wiputra Mandiri Channel ini sebagai salah satu siaran untuk menghibur di saat waktu istirahat. Tidak banyak pemuda menjadikan siaran ini sebagai hiburan karena program hiburan yang dianggap menarik sudah tidak disiarkan lagi. Sama halnya Ada juga beberapa pemuda yang beranggapan bahwa dengan menonton siaran Cendrawasi Wiputra Mandiri dapat menambah informasi baik berupa unsur sosial, agama, ekonomi maupun pariwisata. Begitu pun Sebagai Identitas Personal, sebagai Integritas dan Interaksi Sosial yang ditambahkan oleh beberapa pemuda bahwa dapat dilihat bukan hanya dari program acaranya saja bahkan iklan-iklan sosialnya pun dapat meneguhkan nilai-nilai pribadi menambah sikap menghargai, menghormati, mempunyai rasa empati sosial dan dapat meningkatkan rasa memiliki. Dengan begitu dapat dilihat bahwa ini sangat berpengaruh juga pada kategori durasi waktu menonton siaran Cendrawasi Wiputra Mandiri Channel yang sangat sedikit, sementara untuk kualitas gambar dan suara yang disajikan dianggap cukup bagus dan baik. Dengan demikian dari sekian banyak pemuda yang di wawancara Hanya Ada beberapa saja yang menjadikan siaran Cendrawasi Wiputra Mandiri Channel ini sebagai tempat untuk mendapatkan Informasi dan juga hiburan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Abu, Ahmadi. 1992. *Psikologi Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.  
Agus, Sudjanto, dik. 2004. *Psikologi Kepribadian*, Jakarta: PT Bumi Aksara.  
Alo Liliweri. 1991. *Memahami Peran Komunikasi Massa Dalam Masyarakat*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

- Askurifai, Baskin. 2006. *Jurnalistik Televisi: Teori dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Brian, Stephanie. 2010. *Studi Mengenai Faktor-Faktor Preferensi Konsumsi Televisi Lokal Di Kota Semarang*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Effendy, Onong Uchjana. 1985. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remadja Karya.
- Katz, E., Blumler, J.G., & Gurevitch, M. (1973-1974, Winter). *Uses and Grtifications Research. The Public Opinion Quarterly*.
- Kristevel Mokoagow. 2016. *Peranan Surat Kabar dalam Menumbuhkan Minat Baca Remaja di Kecamatan Singkil Kota Manado*.
- McQuail, Denis. 1987. *Teori komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Edisi Kedua.
- Moleong, Lexy, 2002. *Metode penelitian kualitatif*, Bandung: Ramadja Rosda Karya.
- Nurudin, 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Garindo Persada:.
- Rakhmat, Jalaludin. 1989. *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Ramadja Karya.  
—1989, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: Ramadja Karya.
- Santrock J. W. 2003, *Perkembangan Remaja*. Jakarta: Erlangga.
- Suprpto Tommy, 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: CAPS.

Sumber Lain :

- Zulqarnain, Makassar 2016. *Minat Menonton Berita Lokal CELEBES TV di lingkup Pemerintah kabupaten Takalar*.
- File Sejarah Kelurahan Kampung Baru, 2020