

INTISARI

Tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan apakah ada kontribusi atau pengaruh antara penggunaan media televisi dengan penyimpangan nilai dan perilaku, serta untuk membuktikan apakah faktor-faktor seperti pendidikan, gaya hidup konsumtif, lingkungan keluarga, serta ketaatan beragama ikut menentukan besarnya pengaruh penggunaan media televisi terhadap terjadinya penyimpangan nilai dan perilaku. Subyek penelitian berjumlah 750 orang yang bertempat tinggal di wilayah Kota Yogyakarta.

Penelitian ini menggunakan angket tipe campuran, untuk mengungkap penggunaan media televisi (jumlah waktu rata-rata sehari yang dihabiskan untuk menonton televisi, frekuensi dan tingkat perhatian menonton acara televisi), penyimpangan nilai dan perilaku, pendidikan, gaya hidup konsumtif, lingkungan keluarga, serta ketaatan beragama.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) dengan menggunakan analisis regresi, hipotesis pertama teruji atau diterima secara empiris, yaitu penggunaan media televisi mempunyai kontribusi atau pengaruh terhadap terjadinya penyimpangan nilai dan perilaku atau semakin tinggi tingkat penggunaan media televisi, akan semakin besar pula kecenderungan terjadinya penyimpangan nilai dan perilaku.; 2) dengan analisis regresi, hipotesis kedua juga diterima secara empiris yaitu semua faktor-faktor seperti pendidikan, gaya hidup konsumtif, lingkungan keluarga, dan ketaatan beragama, memang benar ikut menentukan besarnya pengaruh penggunaan media televisi terhadap terjadinya penyimpangan nilai dan perilaku.

Ada empat hasil tambahan yaitu. 1) Terdapat hubungan antara frekuensi dan tingkat perhatian menonton acara televisi dengan penyimpangan nilai dan perilaku. Jika mereka sering menonton adegan seks, maka mereka cenderung bersikap dan berperilaku menyimpang pula. Penyimpangan terhadap nilai-nilai seks baik menurut agama maupun masyarakat. 2) Hubungan positif juga ditemukan antara frekuensi dan tingkat perhatian menonton kekerasan dengan penyimpangan nilai dan perilaku. Hampir tidak terdapat perbedaan antara laki-laki dan perempuan mereka sama-sama senang dan sering menonton adegan kekerasan di televisi. 3) Penelitian ini juga menemukan bahwa responden yang sering menonton berita kekerasan cenderung bersikap dan berperilaku agresif pula, dan 4) Mereka yang sering menonton iklan di televisi cenderung konsumtif dibandingkan mereka yang jarang atau hampir tidak pernah menonton iklan di televisi.

ABSTRACT

The aim of this research is to find out whether there is influence or relationship between the media use of television to the value and behavior deviation, and to prove whether factors such as education, consumptive life-style, family circle and obedience to religion contribute to the influence of the media use of television to value and behaviour deviations. The subjects of this research are 750 people living in Yogyakarta.

This research uses mixed types of questionnaire to examine the media use of television (the average amount of time spent on television each day, the frequency of watching television, the degree of attention to television programs), value and behaviour deviations, consumptive life-style, family circle and obedience to religion.

The result shows that: (1) with regression analysis, the first hypothesis, namely the more frequent the media of television is used, the greater the tendency of value and behavior deviation, is empirically proven; (2) using the regression analysis and through gradual reduction, the second hypothesis, namely factor such as education, consumptive life-style, family circle, and obedience to religion contribute to the influence of the media use of television to value and behavior deviations is also empirically proven.

There are four additional results, namely. (1) There is a positive correlation between frequency and degree of attention to sex scenes and value and behavior deviation. If viewers often see sex scenes, they will tend to behave defiantly too. Both in religious terms and social norms. (2) Positive relation is also found between frequency of watching television, degree of attention to television to violence films and value and behavior deviation. There is almost no difference between male and female in enjoying watching violence film on television. (3) This research also finds out that the subjects who often see violence tend to behave aggressive. (4) The subject who often watching TV commercials tend to ask what advertised on television.