

Abstrak

ANALISIS KLASTER MENGENAI KONSUMSI MEDIA TELEVISI DI KALANGAN REMAJA KOTA BANDUNG (Studi Remaja SMP Negeri dan SMP Swasta)

Salah satu media komunikasi yang paling banyak digunakan saat ini adalah media massa televisi. Televisi mampu mempengaruhi pola pikir masyarakat dengan sejumlah kelebihan yang dimilikinya. Di era informasi dan teknologi yang berkembang pesat saat ini, salah satu elemen lingkungan yang berada di sekitar remaja dan tidak dapat dipisahkan dari tumbuh kembang mereka adalah peranan media. Berhadapan dengan media, remaja menunjukkan karakternya yang dinamis. Remaja pada dasarnya selalu ingin tahu, mudah terpengaruh dan cenderung menerima begitu saja isi media. Masa depan bangsa ada ditangan para remaja saat ini, untuk itu perlu bagi pemerintah dan perusahaan untuk memahami bagaimana konsumsi dan perilaku mereka dalam menggunakan media. Pemahaman karakteristik remaja dalam mengkonsumsi media televisi dapat dilakukan dengan berbagai pendekatan, baik secara demografis, psikografis dan perilaku. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui *cluster* dan karakteristik yang terbentuk dari konsumsi media televisi di kalangan remaja kota Bandung. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi massa, *uses and gratification*, remaja, pemasaran dan segmentasi. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan analisis *two step cluster*. Objek penelitian merupakan remaja SMP Negeri dan SMP Swasta dengan responden berjumlah 400 orang. Hasil penelitian dan pembahasan menunjukkan bahwa terdapat 3 *cluster* yang terbentuk yaitu anak organisasi, anak zaman dan anak sekolahan.

Kata Kunci : *Two step cluster, remaja, media, televisi, VALS (Value and Lifestyle)*

ABSTRACT

CLUSTER ANALYSIS ON TV MEDIA CONSUMPTION OF YOUTH IN BANDUNG CITY

**(Study Case Of Youth Student in National Junior High School and Private
Junior High School)**

One of the most widely used media nowadays is Television as mass media. TV could affect societies' paradigm with an amount of advantages that it has. In the elevation of information and technology era today, one of the elements of environment that was around youth and can't be alienated from their growth and development is the media role. Dealing with the media, youth shows their dynamic character . Youth in principle has a high curiosity, impressionable, and tend to take for granted the media contents. The future of the Nation is in youths' hands, therefore it is essential for the government and the company to comprehend the consumption and behavior of youth in media usage. The comprehension of youth characteristics in consuming Television media could be accomplished in various approaches both demographic, psychographic, and behavior. This research aims to identify the characteristics of the formed clusters from the TV media consumption of youth in Bandung city. The operational theory in this research are mass communication theory, uses and gratifications theory, theory of youth, marketing, and segmentation. This research is a descriptive research which used two step cluster analysis. The object of the research are youths in National Junior High School and Private Junior High School, with 400 people as its' respondents. The outcome and discussion of the research shows that there are 3 formed clusters, namely Youth of Organisation, Youth of Era, and Youth of Schoolchild.

Keywords: Two step cluster, youth, media, television, VALS (Value and Lifestyle)