

ABSTRAKSI

Televisi Lokal merupakan stasiun televisi yang berdaya jangkauan siaran lokal (daya jangkauan siaran maksimum dalam satu propinsi/ kota). Dengan disahkannya Undang-undang No.32 Tahun 2002 tentang penyiaran, yang merupakan tonggak penting bagi eksistensi televisi lokal dan merupakan payung hukum resmi dan demokratis bagi kemerdekaan televisi lokal menjadikan prinsip desentralisasi juga berlaku bagi media penyiaran televisi. Stasiun televisi Lokal yang beroperasi pertama kali di Bandung adalah Bandung TV pada tahun 2003. Berikutnya beroperasi televisi lokal lainnya yaitu STV, CT-TV, Pajajaran TV, Ganesha TV, dan MQTV. Diantara Televisi-televisi Lokal tersebut, Bandung TV dan STV saat ini dianggap sebagai stasiun televisi Lokal terbesar dan memiliki kekuatan yang relatif sama. Akan tetapi perlu diketahui apakah pelayanan yang diberikan oleh kedua stasiun TV lokal tersebut telah memenuhi keinginan dan harapan pemirsanya, dan sejauh manakah tingkat kepuasan yang didapat oleh pemirsanya pada saat ini.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode CSI, CSGI, Top Bottom Two Boxes, Analisis Kuadran dan CPI terhadap variabel-variabel layanan yang diberikan oleh pihak stasiun TV yang disesuaikan dengan dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry yang terdiri dari ; bukti nyata (Tangible), kehandalan (Reliability), daya tanggap (Responsiveness), jaminan (Assurance) dan empati (Empathy).

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis tingkat kepuasan pemirsa Bandung TV dan STV, mengetahui unsur-unsur pelayanan mana yang perlu diprioritaskan, mengetahui kesenjangan pelayanan yang terjadi antara perceived service dengan expected service.

Dari hasil perhitungan penelitian ini diketahui secara umum layanan yang diberikan oleh kedua stasiun TV lokal tersebut sudah baik. STV tercatat sebagai stasiun TV lokal terbaik dengan nilai CSI 81.86% dan CSGI -0.82 dibandingkan dengan Bandung TV dengan nilai CSI 81.36% dan CSGI -0.84. Dari metode Top Bottom Two Boxes, STV juga menempati urutan pertama dengan jumlah unsatisfied customer terendah sebanyak 6.81 % dan satisfied customer tertinggi sebanyak 58.27 % sedangkan Bandung TV memiliki unsatisfied customer sebesar 8.54 % dengan satisfied customer sebesar 57.83 %. Pada metode analisis kuadran yang dilanjutkan dengan metode CPI, Bandung TV dan STV sama-sama memiliki lima variabel yang diprioritaskan untuk perbaikan.