

## ABSTRAK PENELITIAN

- Judul Penelitian : Pengaruh Media Massa Terhadap Budaya Konsumen Masyarakat (Studi di Kelurahan Darsono, Kecamatan Wonokromo Surabaya).
- Ketua Peneliti : Bambang Nugrohadhi
- Anggota Peneliti : Pujio Santoso, Muadib Aminan AR, Eddy Herriy P, Tutik Koesbardiati.
- Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
- Sumber Biaya : DIP Operasional Perawatan dan Fasilitas Universitas Airlangga tahun 1993-1994.

SK. Rektor No. 3533/PT03.H/N/1993  
Tanggal 7 Mei 1993

Penelitian ini secara umum ingin mengkaji pengaruh media massa (televisi khususnya) yang semakin banyak menayangkan iklan pada setiap kesempatannya. Pengaruh yang ditimbulkannya di kehidupan masyarakat khususnya pada budaya konsumen mereka dikuatirkan membawa dampak negatif bagi mental mengkomsumsi masyarakat.

Ibu rumah tangga sebagai pihak yang paling menentukan dalam mengambil keputusan untuk membeli bahan (barang-jasa) kebutuhan keluarganya, berada di garis depan dalam upaya untuk menangkal pengaruh iklan yang kurang menguntungkan. Tetapi usaha ini tidak mudah, begitu berperannya iklan dalam media massa yang semakin tidak bisa dipisahkan dari kehidupan masyarakat.

Asumsi yang kemudian dibangun dalam penelitian ini kemudian menetapkan bahwa keinginan untuk mengkonsumsi sesuatu (barang-jasa) sangatlah menonjol, dan ini sebagai cermin belum terbentuknya budaya konsumen yang tangguh di masyarakat kita.

Hasil yang didapatkan dalam penelitian ini menunjukkan, bahwa secara umum pengaruh media massa memang nampak dalam keputusan yang diambil oleh ibu rumah tangga dan remaja-anak mereka dalam membeli-mendapatkan sesuatu. Dampak yang diakibatkannya pun meluas pada aktivitas kehidupan masyarakat. Hal yang memprihatinkan bahwa mereka (masyarakat) dalam memenuhi kebutuhan lebih menekankan pada unsur keinginan, bukan pada kebutuhan itu sendiri, hal ini terutama dirasakan pada golongan remaja-anak. Kealpaan, kenakalan remaja dapat dimunculkan pada kondisi semacam ini.