

A COMPARATIVE STUDY OF THE TV VIEWING HABITS
BETWEEN AN URBAN AND A SEMI-URBAN COMMUNITY
IN PENANG

BY

MARY ASSUNTA KOLANDAI

A RESEARCH PAPER SUBMITTED TO THE MASS
COMMUNICATION PROGRAMME OF THE SCHOOL OF
HUMANITIES, UNIVERSITI SAINS MALAYSIA,
PENANG, IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE
REQUIREMENT FOR THE BACHELOR OF ARTS
(HONOURS) DEGREE. FEBRUARY 1982.

ABBREVIATIONS

Mn Hts.....	Minden Heights
Sg Dua.....	Sungai Dua
No.....	Number
Educ.....	Education
Inc.....	Income
Stud.....	Student
Artis.....	Artisan
Manage.....	Managerial
Prof.....	Professional
Hsewf.....	Housewife
Manu.....	Manual
Bis.....	Business
Pri.....	Primary
Sec.....	Secondary
Uni.....	University

ABSTRAK

Ini adalah satu kajian berbanding tentang cara menonton TV bagi dua kumpulan penonton, iaitu antara kumpulan urban dan semi-urban. Responden yang dipilih ialah dari penduduk Minden Heights dan Sungai Dua. Tujuan kajian ini ialah untuk menganalisa perbezaan dalam cara menonton TV antara dua kumpulan ini dan apakah perbezaan ini. Juga menganalisa pengaruh pendidikan, pekerjaan, pendapatan, bangsa, umur dan jantina atas cara menonton TV.

Cara menonton TV adalah seperti, apakah rancangan-rancangan yang mereka minat menonton, rancangan-rancangan yang mereka tidak suka menonton, rancangan-rancangan mana yang mempunyai penonton ramai sekali dan yang kurang sekali. Juga pendapat penonton atas beberapa rancangan disertakan bersama.

Kajian ini juga cuba menganalisa pendapat para penonton atas rancangan-rancangan RTM, iaitu, adakah mereka berpuas hati atau sebaliknya.

Kajian juga dibuat dari segi kesukaan kedua kumpulan penonton ini atas warta berita iaitu: Adakah mereka menonton berita? Berapa kali dalam seminggu? Adakah mereka berpuas hati atas berita? Apakah pendapat mereka atas persembahannya? Apakah pendapat mereka tentang kandungan berita, iaitu butir-butir berita tempatan dan luar negeri?

Video adalah satu fenomena baru di Malaysia. Fenomena ini agak popular pada masa ini. Pengaruh video atas penonton TV juga dianalisis.

CONTENTS

<u>CHAPTERS</u>	<u>PAGES</u>
1 INTRODUCTION	1
1.1 Objectives of the Study	2
1.2 Justification for the Study	3
1.3 Background Information on RTM	4
2.1 METHODOLOGY	6
2.2 Description of the Sample	8
3. DATA ANALYSIS	13
3.1 TV Viewing Habits	13
3.2 Popularity of RTM Programmes	17
4. OPINION ON RTM PROGRAMMES	39
5. OPINION ON RTM NEWS	45
6. THE IMPACT OF VIDEO	57
7. CONCLUSION	60

NOTES

BIBLIOGRAPHY

APPENDIXES