

ABSTRAK

Industri pertelevisian di Indonesia menjadi salah satu industri yang terus mengalami perkembangan. Hal tersebut mengakibatkan adanya persaingan yang ketat diantara stasiun televisi. Selain itu, perkembangan zaman dan teknologi telah mengubah pola perilaku masyarakat dalam melakukan keputusan menonton terhadap tayangan yang ada di televisi. Untuk bisa bertahan dan bersaing, perusahaan di industri pertelevisian harus mampu mengambil keputusan dan strategi yang tepat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh inovasi, nilai informasi, nilai hiburan dan citra merek terhadap keputusan menonton masyarakat pada TVRI Nasional.

Populasi dalam penelitian ini adalah pemirsa TVRI Nasional di Semarang. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 147 orang yang dipilih menggunakan *purposive sampling*. Data diperoleh dari kuesioner yang kemudian dianalisis dengan SEM menggunakan program AMOS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi, nilai informasi, nilai hiburan dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menonton masyarakat pada TVRI Nasional. Adapun nilai hiburan tidak berpengaruh terhadap citra merek TVRI Nasional. Sedangkan, proses yang paling berpengaruh terhadap peningkatan keputusan menonton pada TVRI Nasional adalah peningkatan inovasi dengan perantara nilai hiburan.

Kata kunci : inovasi, nilai informasi, nilai hiburan, citra merek, keputusan menonton.