

## ABSTRAK

Keberadaan produk-produk mainan yang beredar dan terdapat di pasar tidak seluruhnya diminati dan dikonsumsi oleh segmen anak-anak. Karena terdapat produk-produk mainan tertentu yang diminati dan dikonsumsi oleh segmen anak-anak ini. Oleh karena itu penelitian ini hendak mengungkapkan mengenai minat terhadap produk mainan dalam segmentasi pasar anak-anak ditinjau dari pengaruh media televisi dan unsur pendidikan. Salah satu alasan yang cukup menarik adalah peranan media televisi, yang saat ini memberikan pengaruh bagi seorang anak. Tayangan pada media televisi (seperti film dan iklan) selalu mendapat perhatian dan respon dari kalangan anak-anak. Hal ini dapat diketahui dari tayangan-tayangan di televisi yang menarik dan semakin banyak macamnya. Namun dari semua produk mainan yang beredar tersebut tidak seluruhnya mengandung unsur pendidikan, bahkan unsur hiburan lebih banyak terkandung pada produk mainan ini.

Berdasarkan pada kenyataan tersebut maka jenis penelitian yang dilakukan adalah *deskriptif komparatif*, yaitu hendak membedakan dan membandingkan tentang minat dalam segmentasi pasar anak-anak terhadap produk mainan yang tidak ditayangkan dan yang ditayangkan pada media televisi (baik berupa film atau iklan). Di samping itu juga diteliti mengenai minat anak-anak terhadap produk mainan yang mengandung unsur pendidikan dan hiburan yang beredar di pasar saat ini. Mengenai responden dari penelitian ini lebih ditujukan kepada orang tua dari anak-anak, yang sebagian besar dijumpai pada sekolah taman kanak-kanak di wilayah Kota Surabaya dan Malang. Dan instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data, yaitu dengan pengisian pertanyaan kuesioner. Sedangkan mengenai pengujian yang digunakan sebagai dasar penelitian ini, yaitu digunakan uji normalitas untuk mengetahui normal tidaknya data tersebut dan uji T untuk mengetahui perbedaan serta tingkat keminatan dari segmen anak-anak terhadap produk mainan tersebut.

Dan dari hasil penelitian yang berdasarkan pada analisa dan pengolahan data, diperoleh kesimpulan bahwa produk mainan yang ditayangkan pada media televisi diminati oleh anak-anak dibandingkan produk mainan yang tidak ditayangkan pada media televisi. Sedangkan produk mainan yang ditayangkan berupa film diminati oleh anak-anak dibandingkan produk mainan dalam tayangan iklan. Dan untuk produk mainan yang mengandung unsur pendidikan tidak begitu diminati dibandingkan dengan produk yang mengandung unsur hiburan. Hal ini sesuai dengan pendapat Hurlock yang menyatakan bahwa unsur pendidikan dan unsur hiburan dapat berjalan selaras, dimana dalam suatu produk mainan kedua unsur tersebut harus terkandung di dalamnya, barulah produk mainan tersebut dapat diminati anak-anak.