

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tidak bisa dipungkiri lagi bahwa industri penyiaran di Indonesia berkembang semakin pesat. Hal ini bisa dilihat semakin banyaknya televisi swasta yang lahir. Tahun-tahun awal kemunculan stasiun televisi swasta juga dibarengi dengan deregulasi pertelevisian Indonesia oleh pemerintah semenjak tanggal 24 Agustus 1990. Kehadiran stasiun televisi swasta pada waktu itu diawali oleh RCTI pada tahun 1989. Kehadiran RCTI menjadi alternatif lain bagi masyarakat dalam menikmati siaran televisi. Dengan format siaran dan program-program acara yang lebih *fresh* dibandingkan satu-satunya stasiun televisi milik pemerintah, RCTI berhasil merebut hati para penikmat televisi. Keuntungan pun 'didulang' RCTI karena tidak dipungkiri bahwa dunia pertelevisian adalah ladang uang yang subur. Hal ini kemudian juga 'dilirik' pihak lain yang juga ingin 'menggarap dan menuai' ladang itu. Tak lama setelah itu lahirlah SCTV (Surya Citra Televisi) pada tahun 1990, disusul TPI (Televisi Pendidikan Indonesia) pada tahun 1991, ANTV (Andalas Televisi) pada tahun 1993, Indosiar pada tahun 1995, Metro TV pada tahun 2001. Setelah itu pada tahun 2002 4 stasiun televisi baru lahir hampir bersamaan yakni; Trans TV, Lativi (sekarang TV One), TV 7 (sekarang Trans 7), dan Global TV. Stasiun televisi lokal juga banyak bermunculan dan semakin menambah semarak dunia pertelevisian di tanah air;

Jogja TV, RBTv (Jogja), TATV (Solo), Bali TV (Bali), dan lain sebagainya. Mereka juga mencoba merebut hati para pemirsa televisi untuk dapat menyajikan keunikannya masing-masing dengan mengolah berbagai macam potensi lokal yang ada (Panjaitan, 2006 : 15).

Patut diketahui pula bahwa program dari waktu ke waktu selalu mengalami perkembangan mengikuti selera pasar atau sekedar mengikuti tren yang ada. Misal satu program acara sedang *booming* di salah satu stasiun televisi, maka stasiun televisi yang lain akan mengikuti. Jika kita amati suatu program terutama hiburan atau *entertainment* akan mengalami suatu titik jenuh dan akan lahir program baru dengan konsep yang berbeda. Tetapi tidak dengan *news program*. *News program* atau program berita dari dahulu hingga sekarang dan masa yang akan datang akan tetap abadi, walaupun tidak menutup kemungkinan bahwa antara stasiun televisi yang satu dengan yang lain akan mengemas program berita mereka dengan konsep yang berbeda. Program berita bisa dikatakan abadi karena masyarakat membutuhkannya dari masa ke masa. Masyarakat selalu membutuhkan program berita karena sifatnya yang aktual dan faktual tentang apa yang terjadi, baik apa yang ada di sekelilingnya maupun yang ada nun jauh di sana. Program berita bisa dikatakan tidak akan berhenti produksi sebelum dunia ini kiamat.

Suatu stasiun televisi yang kredibel bisa dilihat dari program berita yang mereka sajikan. Oleh masyarakat, program berita dapat dijadikan barometer untuk mengetahui kualitas stasiun televisi tersebut. Semakin cepat dan akurat program berita yang ditampilkan ke masyarakat maka akan semakin tinggi pula antusiasme

masyarakat terhadap stasiun televisi tersebut. Ketika antusiasme masyarakat sudah tinggi, hal inilah yang harus dijaga oleh pengelola stasiun televisi.

Antusiasme masyarakat terhadap stasiun televisi berawal dari kebutuhan masyarakat sendiri akan informasi, hiburan, atau hanya sekedar menikmati waktu luangnya. Ketika suatu stasiun televisi mampu memberikan apa yang khalayak butuhkan maka akan timbul suatu ketertarikan yang mengarah ke kepuasan, dan pada akhirnya mengarah kepada suatu kepercayaan terhadap stasiun televisi tersebut. Oleh karena itu suatu program berita yang menarik penyajiannya, baik secara isi, tampilan gambar maupun presenter yang membawakan akan semakin diminati oleh masyarakat.

Salah satu program berita yang diproduksi oleh stasiun televisi adalah *news bulletin*. *News bulletin* adalah program yang menyajikan sekumpulan paket berita informasi yang bersifat akurat, faktual, terkini dengan durasi yang tetap dan teratur. Durasi penayangannya pun bervariasi mulai dari 5 menit, 30 menit, hingga 60 menit (Muda, 2005 : 113). Program ini diproduksi oleh semua stasiun televisi, baik sebagai program utama ataupun bersifat pelengkap saja. RCTI dengan *Seputar Indonesia*, *Headline News* di Metro TV, *Liputan 6* di SCTV, *Reportase* di Trans TV, dan lain sebagainya. Kadang jika kita perhatikan di jam yang sama ketika beberapa stasiun televisi menayangkan program berita akan kita temui ulasan berita yang dominan sama. Misal penggrebekan sarang teroris oleh Densus 88 di Klaten pada bulan Juni 2010. Stasiun televisi A dapat menampilkan secara *live* dari lokasi kejadian, Stasiun televisi B hanya menampilkan suara reporter melalui *line* telepon saja. Apa yang disajikan ke masyarakat baik yang dilakukan

oleh stasiun televisi A maupun B disebut dengan teknik penyajian. Teknik penyajian inilah yang menjadi tantangan bagi setiap stasiun televisi untuk merebut hati khalayak dengan menampilkan yang terbaik.

RCTI, sebagai stasiun televisi swasta pertama di Indonesia memperkenalkan ke masyarakat suatu bentuk revolusi baru dalam penyajian berita/news yaitu dengan memproduksi *Seputar Indonesia*. *Seputar Indonesia* sendiri adalah program berita pertama dari stasiun televisi swasta pertama di Indonesia yang sampai sekarang masih cukup diminati oleh khalayaknya. Hal tersebut dibuktikan dengan tingginya rating yang diperoleh oleh *Seputar Indonesia* sebagai salah satu program terbaik yang bersifat informatif (*Kompas*, 2 April 2009). Dengan teknik penyajian yang lebih berkualitas *Seputar Indonesia* menjadi satu satunya program berita yang disajikan oleh stasiun televisi swasta pada waktu itu. Seiring dengan berjalannya waktu semakin banyak televisi swasta yang hadir di Indonesia berikut program berita yang diproduksi. Dari situlah muncul suatu persaingan yang ketat antara stasiun televisi untuk dapat menampilkan yang terbaik.

Program berita di stasiun televisi adalah salah satu program yang stasiun televisi perjuangkan untuk meraup khalayak. Namun yang menjadi perhatian sekarang adalah stasiun televisi tersebut lupa akan apa yang dibutuhkan khalayaknya. Mereka cenderung mencari keuntungan dibalik *content* berita, atau yang biasa kita kenal dengan advertorial. Situasi tersebut memang tidak bisa dielakan baik oleh stasiun televisi yang bersangkutan maupun oleh produsen sebuah *brand* yang ingin iklannya masuk atau ‘diselipkan’ dalam program berita.

Disatu sisi ketika suatu program berita menempati rating I diantara program berita lainnya maka produsen akan memilih program tersebut untuk iklan produknya. Hal tersebut memang sering kita jumpai di televisi, namun kritikan dari masyarakat dianggap sebagai angin lalu oleh para pengelola stasiun televisi.

Hal yang baiknya dilakukan oleh pengelola televisi adalah melakukan riset terhadap khalayaknya untuk mengetahui kebutuhan apa yang mereka inginkan. Dari riset yang dilakukan tentu akan didapati suatu pedoman untuk membuat suatu program, termasuk program berita. Ketika suatu program yang dibuat oleh stasiun televisi berdasarkan apa yang khalayak butuhkan tentunya program tersebut akan dapat diterima dengan baik dan memuaskan khalayaknya.

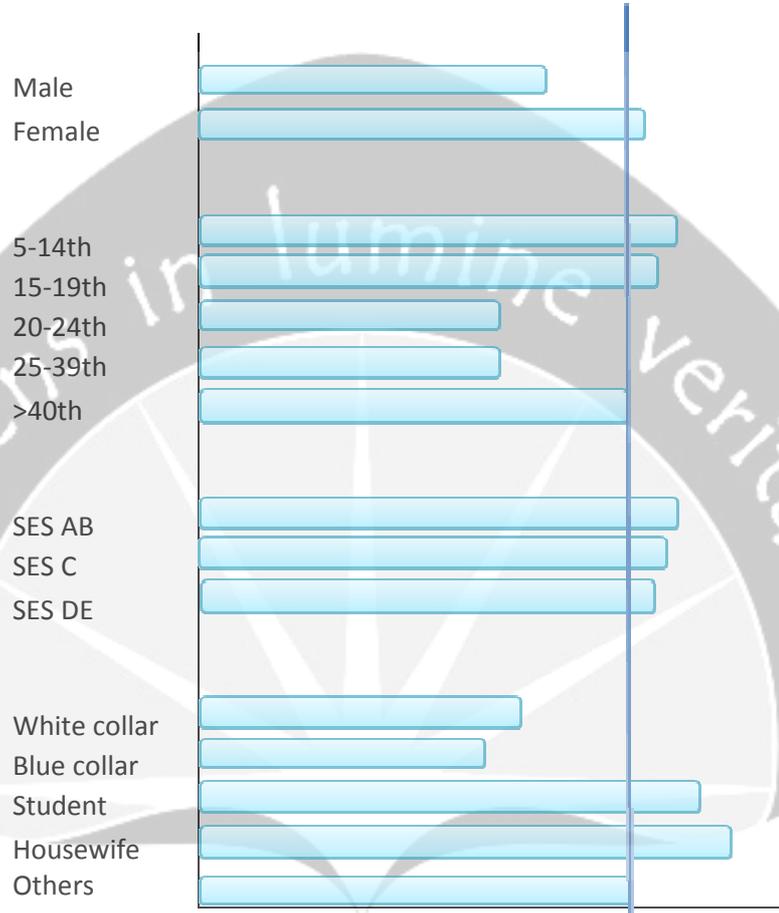
Dari apa yang telah diketahui di atas maka penelitian ini diharapkan mampu menjawabnya, yaitu riset yang menganalisis kepuasan khalayak terhadap program *Seputar Indonesia* di RCTI. Dari kepuasan ini akan teridentifikasi pula kebutuhan khalayaknya. Disamping itu penelitian ini bersifat akademis, sehingga analisisnya akan diasah dengan berbagai literatur dalam kajian ilmu komunikasi terutama yang berkaitan dengan media penyiaran. Pada akhirnya nanti akan diketahui kepuasan khalayak dan apakah teknik penyajian sudah sesuai dengan teori yang ada.

Penelitian ini ingin melihat teknik penyajian program *news Seputar Indonesia* yang ditayangkan RCTI. *Seputar Indonesia* ditayangkan 4 kali setiap harinya, yakni: *Seputar Indonesia Malam* yang ditayangkan pukul 00.30-1.00 WIB, *Seputar Indonesia Pagi* 05.00-06.30, *Seputar Indonesia Siang* 12.00-12.30, *Seputar Indonesia* 17.00-17.30. *Seputar Indonesia* mempunyai *market target*

dewasa dan orang tua, 20-55 tahun (Koran *Sindo*, 4 September 2009). Itulah mengapa *Seputar Indonesia* mampu hadir 4 kali dalam sehari karena untuk memenuhi kebutuhan berita kepada khalayaknya.

Dengan jadwal tayang yang demikian tentunya kerja redaksi tidaklah ringan, Mereka dituntut kerja keras yang tinggi demi keberhasilan program tersebut di mata khalayak. Dengan motto 'Pertama dan Tetap yang Terbaik', *Seputar Indonesia* dalam teknik penyajiannya harus selalu dinamis mengikuti setiap perkembangan yang ada berikut mengetahui keinginan khalayaknya. Hal yang dapat dilihat dengan jelas adalah menampilkan presenter baru, desain studio ataupun *background* yang lebih atraktif, cara kameramen mengambil gambar, dan lain sebagainya. Hal itulah yang menjadi daya tarik bagi peneliti untuk dapat melihat apakah perubahan-perubahan tersebut sudah cukup memuaskan bagi masyarakat.

DURASI WAKTU MENONTON TELEVISI/hari



Legend : Male 82,8%, Female 107%, 5-14 tahun 115%, 15-19 tahun 110%, 20-24 tahun 70%, 25-29 tahun 70%, > 40 tahun 100%, SES AB 119,5%, SES C 107,7 %, SES DE 102,3%, White Collar 77,8%, Blue Collar 66,8%, Student 124,5%, Housewife 129,7%, Others 100%.

(BPS INDONESIA Propinsi DIY, 2005: 51)

Grafik 1: Durasi waktu menonton televisi/hari

Pada grafik I menunjukkan komposisi penduduk Yogyakarta berdasarkan jenis kelamin, umur, kelas sosial ekonomi dan profesi dalam menikmati siaran televisi. Garis biru tua yang menjadi pembatas pada grafik tersebut adalah durasi rata-rata penduduk Indonesia dalam menikmati siaran televisi, yaitu 4 jam. Grafik tersebut menunjukkan bahwa rata-rata 89,89 persen penduduk Yogyakarta dari

berbagai kategori dalam mencari informasi dan mendapatkan hiburan dengan cara menonton televisi dari durasi rata-rata penduduk Indonesia menonton televisi yakni 4 jam.

Kota Yogyakarta masuk dalam riset yang dilakukan oleh AC Nielsen karena jumlah populasi TV masuk dalam kategori terbanyak 10 besar di Indonesia. Bisa dikatakan bahwa khalayak Yogyakarta sudah mempunyai kesadaran yang tinggi akan informasi dan hiburan yang didapat dari media elektronik. Data dari BPS Indonesia tahun 2005 menunjukkan bahwa prosentase kegiatan yang termasuk dalam menikmati hiburan dan informasi di media massa paling tinggi adalah menonton televisi 94,2 persen, mendengarkan radio 54,6 persen, dan membaca Koran 33,6 persen. Kota Yogyakarta sendiri mempunyai prosentase yang paling tinggi dalam menikmati siaran televisi dibandingkan dengan kota-kota besar lainnya yakni 89,89 persen (BPS Indonesia, 2005 : 47). Hal inilah yang menjadi pertimbangan bagi pengelola televisi bahwa Yogyakarta cukup memberi andil dalam menentukan suatu rating dari program yang diproduksi.

Ada beberapa penelitian lain yang berkaitan dengan media, adalah sebagai berikut: berangkat dari Teori Nilai Harapan atau *Expectancy Values Theory* yang menyatakan bahwa setiap individu dipandang aktif dalam mempunyai harapan akan suatu pesan dan media, menurut Evra dan Judith, anak-anak pasti mempunyai harapan lebih dalam menonton film kartun terbaru atau yang sedang tren di televisi, dengan harapan film tersebut lebih menarik dari film sejenis yang sebelumnya sudah ada. Atau orang dewasa yang setiap malam hanya terpaku pada

satu saluran televisi saja ketika sedang meluangkan waktunya di saat senggang. Menurut Evra dan Judith hal tersebut memang biasa dilakukan oleh sebagian besar orang bahwa menonton televisi adalah salah satu cara manusia dalam mencari kepuasan bermedia. Melihat fenomena di atas akan muncul suatu harapan akan program yang akan disaksikan sebelumnya. Kalau harapan terpenuhi maka akan menjadi kebiasaan bagi khalayak untuk senantiasa menikmati program acara tersebut (Evra dan Judith, 1990 : 43). RCTI dengan *Seputar Indonesia* menjadi topik yang menarik untuk diteliti karena penulis ingin mencari tahu apakah rating tinggi yang didapat *Seputar Indonesia* lantaran program tersebut mampu memenuhi harapan khalayaknya sebagai referensi dalam mencari berita atau informasi.

Penelitian yang dilakukan AC Nielsen kepada program yang bersifat informatif pada bulan April tahun 2009 menunjukkan bahwa 3 program dengan rating tertinggi ditempati oleh *Kick Andy-talkshow* (Metro TV), *Seputar Indonesia-berita/news buletin* (RCTI), *Liputan 6-berita/news bulletin* (SCTV) (Kompas, 2 April 2009). Jadi dapat kita lihat bahwa program berita/news buletin terbaik adalah *Seputar Indonesia* karena *Kick Andy* masuk kategori *talkshow*. Rating program televisi yang didapat oleh lembaga independen AC Nielsen didapat dari 10 kota besar di Indonesia dengan populasi TV terbanyak, yakni: Jakarta, Surabaya, Medan, Semarang, Bandung, Makassar, Yogyakarta, Palembang, Denpasar, dan Banjarmasin (BPS Indonesia, 2009 : 153). Dari 10 kota besar tersebut *Seputar Indonesia* RCTI menempati rating 2. Rating program sendiri didapat dari banyaknya jumlah penonton dan durasi waktunya ia menonton

televisi. Semakin banyak yang menonton maka akan semakin tinggi pula ratingnya. Dampak positif dari tingginya rating suatu program televisi adalah semakin banyaknya pengiklan yang masuk. Inilah yang kemudian dilakukan stasiun televisi yakni ‘menjaga rating’. Tetapi kuantitas tidak bisa disamakan atau dikaitkan langsung dengan kualitas. Suatu program yang diminati banyak khalayaknya belum tentu juga bahwa program tersebut berkualitas atau memberikan kepuasan kepada khalayaknya.

Hal di atas menjadi menarik bagi peneliti untuk dapat dikaji lebih dalam dengan melibatkan partisipan melalui cara diskusi tanpa adanya paksaan atau tekanan tentang teknik penyajian program *Seputar Indonesia* yang ditayangkan oleh RCTI.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas dapat dirumuskan suatu masalah menjadi: Bagaimana Kepuasan Mahasiswa Pekerja dan Ibu Rumah Tangga Yogyakarta terhadap Teknik Penyajian Berita *Seputar Indonesia* di RCTI ?

C. Tujuan Penelitian

Mengetahui Kepuasan Mahasiswa Pekerja dan Ibu Rumah Tangga Yogyakarta terhadap Teknik Penyajian Berita *Seputar Indonesia* di RCTI.

D. Manfaat Penelitian

1. Ilmiah

- a. Penelitian ini diharapkan mampu mengembangkan kajian studi Ilmu Komunikasi yaitu penggunaan media massa sebagai media penyiaran.
- b. Penelitian ini juga sebagai bukti bahwa suatu penelitian tentang tanggapan dalam diskusi memiliki signifikansi dalam hal teori dan metodologi sebagai suatu fenomena komunikasi.

2. Praktis

- a. Memberikan informasi bagi para praktisi media penyiaran yang berkecimpung di redaksi pemberitaan agar dalam menyampaikan pesan yang ditayangkan apakah sudah sesuai dengan tujuan yang akan dikehendaki.
- b. Dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dengan tema dan metode yang sama, serta menambah wawasan dan pengetahuan yang sekiranya berguna untuk di kemudian hari.

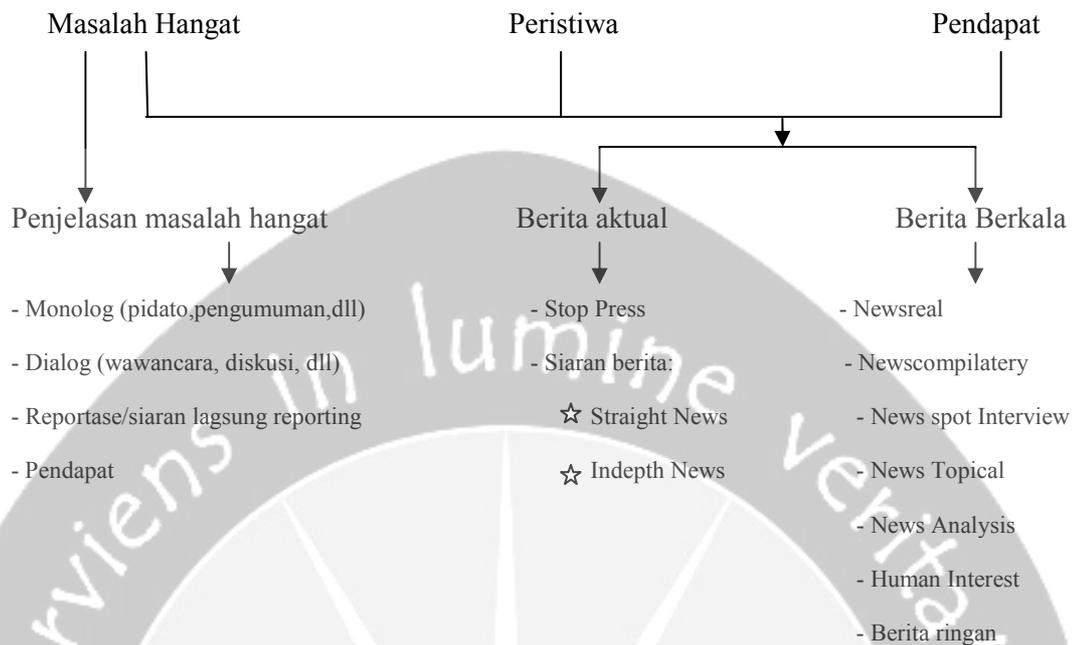
E. Kerangka Teori

1. Berita

Berita adalah uraian tentang peristiwa atau pendapat atau realita yang mengandung nilai berita dan sudah disajikan melalui media massa periodik. Berita dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu berita aktual (*news bulletin*) yang

bersifat *timeconcern* dan harus disajikan secepatnya (inti-inti 5W + 1H), dan berita berkala (*news magazine*) yang bersifat *timeless* yang tidak perlu disajikan secepatnya kepada khalayak. Biasanya berita yang harus secepatnya disajikan kepada khalayak adalah berita yang mengandung nilai berita tinggi, misalnya peristiwa atau pendapat atau realita yang terjadi itu memiliki nilai penting, menarik, dan kebaruan/aktualitas yang tinggi. Berita aktual dapat pula dikembangkan menjadi *indepth news* (berita mendalam), jika tersedia waktu untuk pengembangannya. Selain bersifat aktual sebuah berita juga harus bersifat faktual, yang artinya berita harus bersumber dari peristiwa atau pendapat atau realita yang benar-benar terjadi dan mengandung nilai kebenaran (*the truth*). Realita yang mengandung nilai berita dalam bentuk topik pembicaraan, keresahan atau ketidakpastian (*current affair*) di masyarakat perlu diberikan informasi atau penjelasan oleh nara sumber (pakar atau pejabat atau saksi mata) yang relevan (Wahyudi, 1994 : 32).

Dengan demikian, fungsi dari berita selain untuk menginformasikan peristiwa atau pendapat atau realita yang terjadi di masyarakat secara faktual, juga menjelaskan permasalahan yang sedang hangat dibicarakan kalangan masyarakat. Karya jurnalistik dapat dituangkan dalam bentuk: berita actual atau mendalam, berita berkala atau majalah udara, dan penjelasan masalah hangat (monolog, dialog, reportase, pendapat) (Wahyudi, 1994 : 33).



Bagan 1: Jenis tayangan berita berdasarkan sumbernya (Wahyudi, 1994 : 34)

a. Masalah Hangat (*current affairs*)

Masalah hangat, peristiwa dan pendapat, harus mengandung nilai berita, menarik sekaligus aktual. *Topical significant* adalah masalah hangat yang tengah menjadi topik pembicaraan yang meresahkan dan menimbulkan ketidakpastian di masyarakat, maka dari itu perlu dijelaskan oleh nara sumber yang relevan.

Penjelasan masalah hangat dapat disajikan dalam bentuk (Wahyudi, 1994 : 34):

1. Monolog

Monolog dapat berupa:

1.1. Pidato

Pidato adalah suatu ucapan dengan susunan yang baik untuk disampaikan kepada orang banyak.

Contoh: Pidato Obama pada masa kampanye pemilihan presiden.

1.2. Ceramah

Ceramah adalah memberikan uraian tentang sesuatu hal yang bermanfaat, dapat berupa pengetahuan ataupun agama.

Contoh: Darwis Triadi selaku fotografer profesional melakukan ceramah di depan para mahasiswa pencinta fotografi.

1.3. Khotbah

Khotbah adalah Uraian tentang sesuatu yang bersifat keagamaan.

Contoh: Khotbah pastur di gereja, Imam di Masjid, dan pemuka-pemuka agama.

2. Dialog

Dialog dapat dilakukan dengan cara:

2.1. Wawancara

Wawancara adalah dialog antara pewawancara yang mewakili khalayak yang menginginkan kejelasan dari nara sumber, bisa pakar, bisa juga pejabat yang relevan terhadap permasalahan itu.

Contoh : Arief Suditomo selaku pewawancara dalam program *Seputar Indonesia* RCTI dengan nara sumber Gubernur DKI Fauzi Bowo. Arief menjadi mediator dari khalayak untuk menanyakan pembangunan menara Jakarta yang dirasa kurang bermanfaat menurut pandangan khalayak. Melalui Arief khalayak ingin sebaiknya uang yang dipakai untuk pembangunan menara tersebut dipakai untuk memperbaiki infrastruktur penahan banjir

2.2. Panel Diskusi

Panel diskusi adalah dialog antar pakar yang menguasai masalah tersebut. Dialog ini dipandu oleh moderator. Tugas moderator adalah mengendalikan jalannya diskusi, meluruskan pembicaraan kalau menyimpang, dan menyimpulkan hasil diskusi.

Contoh: Di salah satu program televisi swasta pekan lalu, 21 Juni 2010 mengundang para pakar telematika, yakni : Roy Suryo dan JB Kristiadi dipandu moderator untuk membahas merebaknya kasus video porno yang mirip vokalis grup band Peterpan, Ariel.

3. Reportase atau siaran langsung

3.1. Reportase

Reportase adalah laporan suatu peristiwa yang bersifat menjelaskan dalam bentuk feature.

Contoh: Reportase Investigasi di trans TV yang mengupas apa saja yang fenomenal di sekeliling kita secara lebih dalam disertai bukti-bukti yang kuat, berikut nara sumber. Semua dirangkum menjadi suatu topik berita yang ‘asyik’ untuk dinikmati.

3.2. Siaran langsung

Siaran langsung adalah laporan yang disiarkan langsung (*live broadcast*) dari tempat kejadian.

Contoh: Darius Sinatria selaku host salah satu televisi swasta melaporkan siarannya secara langsung piala dunia 2010 dari Afrika

Selatan pra dan pasca pertandingan sepak bola untuk memberikan informasi mengenai apa yang terjadi di sana pada saat itu.

4. Pendapat

Pendapat adalah opini organisasi penyiaran, tokoh tertentu, atau media massa terhadap masalah hangat.

Contoh: Prediksi dari pakar sepakbola seperti Lutfil Hakim yang juga merangkap sebagai wakil ketua persatuan wartawan Indonesia area Jawa Timur di *Jawa Pos* 18 Juni 2010 silam, mengenai siapa yang bakal menjadi juara piala dunia 2010 dengan melihat materi pemain yang diturunkan berikut kredibilitas pelatih. (*Jawa Pos*, 19 Juni 2010)

b. Peristiwa

Peristiwa adalah kejadian di sekeliling kita yang bersifat faktual.

c. Pendapat

Pendapat adalah uraian singkat dari seorang pakar terhadap suatu masalah yang sedang hangat dibicarakan masyarakat.

Peristiwa dan pendapat menjadi fenomena yang menarik untuk disajikan ke masyarakat dengan tataran kaedah jurnalisme yang ada. Baik peristiwa maupun pendapat dapat kita lihat melalui:

1. Berita Aktual

Berita aktual adalah uraian peristiwa dan atau pendapat yang penting, menarik, yang disajikan secepatnya kepada khalayak, melalui media massa secara periodik. Berita aktual menyajikan peristiwa dan atau pendapat

hanya inti-inti dari 5W + 1H. Penyajian bersifat linier. Biasanya berita aktual disajikan dalam acara:

1.1. *Stop Press*

Stop Press adalah jenis penyajian berita aktual yang disajikan kapan saja (tanpa harus adanya jadwal), dengan cara diselipkan pada acara yang tengah berlangsung. Biasanya berita yang disampaikan memiliki nilai berita yang tinggi dan ditunggu-tunggu oleh khalayak luas.

1.2. Warta Berita / Siaran Berita

Siaran berita adalah jenis penyajian berita aktual yang disajikan pada waktu-waktu tertentu, dan sudah terjadwal.

(Wahyudi, 1994 : 35)

2. Berita Berkala

Berita berkala atau berita non-aktual adalah uraian peristiwa dan atau pendapat, yang penyajiannya selain inti-inti dari dari 5 W 1 H, juga diberikan latar belakang, kecenderungan, dan mengkoparatifkan antara inti berita dan peristiwa atau pendapat atau realita yang relevan. Berita non-aktual biasanya disajikan dalam bentuk:

2.1. *Newsreel*

Newsreel adalah gabungan berita yang sejenis

2.2. *Newscompilatory*

Newscompilatory adalah gabungan uraian berita tidak sejenis (heterogen)

2.3. *News Topical Reporting*

News Topical Reporting adalah uraian berita mendalam tentang satu topik dan bersifat analitis.

2.4. *News Analysis*

News Analysis adalah analisis berita

2.5. *Human Interest*

Human Interest adalah uraian berita yang menyentuh rasa insani

2.6. Berita Ringan

Berita ringan adalah uraian berita yang bersifat ringan, namun memiliki daya tarik tinggi

(Wahyudi, 1994 : 36).

Dari skema dan penjelasan tersebut dapat diketahui secara lebih jelas bahwa tayangan berita memiliki jenis dan cara penyajian yang beragam. Bagi banyak orang, berita merupakan tayangan yang *crucial* atau penting. Mereka menganggap berita dapat digunakan sebagai pedoman dalam menjalankan kehidupan bisnis dan sosialnya.

2. Kepuasan Khalayak

Khalayak merupakan massa atau sejumlah besar manusia yang mempunyai sifat anonim dan heterogen (Elvinaro dan Lukiati, 2004 : 40). Khalayak dan komunikasi massa tidak bisa saling lepas karena komunikasi massa selalu ditujukan kepada khalayak yang banyak dan tersebar atau diistilahkan sejumlah populasi dari berbagai kelompok. Dari hal tersebut akan didapati

keserempakan pesan yang diterima kepada sejumlah khalayak pada waktu dan tempat yang berbeda.

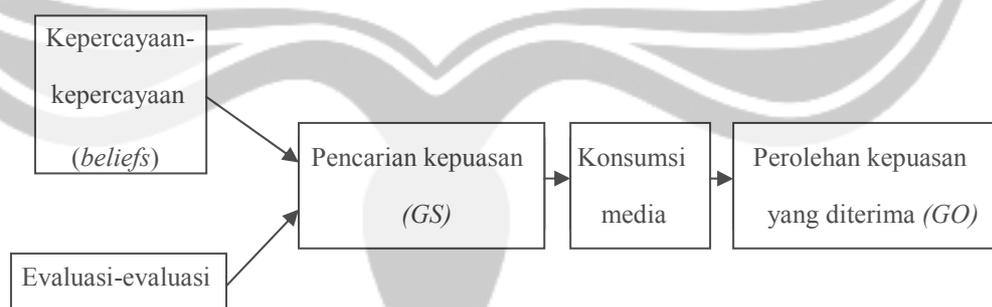
Penelitian ini akan menganalisis tentang kepuasan khalayak selaku objek yang menjadi sasaran komunikasi massa. Penulis akan meminta tolong kepada khalayak untuk memberikan tanggapannya terhadap program *Seputar Indonesia* yang ditayangkan RCTI. Tanggapan yang khalayak berikan dapat dilakukan setelah diperbincangkan terlebih dahulu dengan khalayak lain dalam *Focus Group Discussion* (FGD). Dari penelitian ini akan didapati data tentang penyajian pesan yang efektif dari komunikasi ke khalayak.

Kepuasan khalayak akan mempunyai dampak positif buat media itu sendiri. Semakin banyak khalayak yang puas akan sebuah program di media maka akan semakin tinggi pula rating program tersebut. Jika rating suatu program tinggi, maka akan semakin banyak iklan yang masuk. Pada akhirnya iklan inilah yang akan memberikan keuntungan buat media tersebut. *Seputar Indonesia* saat ini menjadi satu-satunya program berita yang ditayangkan oleh RCTI. Masyarakat pada umumnya juga tahu bahwa yang menjadi ikon program berita di RCTI adalah *Seputar Indonesia*. Tentunya RCTI selaku media yang memproduksi program ini akan berusaha keras menampilkan yang terbaik diantara kompetitornya dengan tujuan meraup khalayak semaksimal mungkin.

Penelitian ini akan melihat dari sudut pandang yang berbeda, yaitu dengan menganalisis teknik penyajian program news dari sisi kepuasan konsumen yang akan dikaji lebih dalam dengan *Expectancy Values Theory* atau Teori Nilai Pengharapan. Menurut Teori Nilai Pengharapan, orang mengarahkan diri pada

dunia (misalnya media) berdasarkan pada kepercayaan dan evaluasi-evaluasi mereka tentang dunia tersebut (Kriyantono, 2006 : 206). Teori ini dibuat oleh seseorang yang bernama Philip Palmgreen dari Kentucky University setelah ia menggunakan konsep baru mengukur kepuasan yang ia pelajari dan kembangkan dari teori uses and gratifications, yaitu: *Gratification Sought (GS)* dan *Gratification Obtained (GO)*, keduanya adalah konsep yang dipakai untuk mengukur kepuasan khalayak. *GS* adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan individu ketika mengkonsumsi suatu jenis media tertentu (radio, tv atau koran) atau motif yang mendorong seseorang mengonsumsi media. *GO* adalah kepuasan yang nyata yang diperoleh seseorang setelah mengonsumsi suatu jenis media tertentu. Data *GS* dan *GO* dapat diperoleh melalui FGD untuk kemudian dianalisis secara mendalam oleh peneliti dengan menggunakan literatur yang ada (Palmgreen dalam Kriyantono 2006 : 207).

Model Teori Nilai Pengharapan atau *Expectancy Values Theory*



Bagan 2: Model Teori Nilai Pengharapan

(Kriyantono, 2006 : 206)

Yang dilakukan stasiun televisi saat ini adalah menonjolkan keunikannya masing-masing sehingga apa yang disajikan ke khalayaknya adalah yang terbaik,

sehingga program tersebut memang menarik untuk dinikmati. Berikut adalah beberapa komponen umum (*GS*) yang diperhatikan oleh stasiun televisi dalam mengemas program berita sehingga menjadi sesuatu yang penting tetapi juga menarik untuk dinikmati oleh khalayaknya;

a. Presenter

Presenter adalah orang yang membawakan berita. Merekalah yang akan menemani kita di kotak ajaib tersebut selama berita berlangsung. Selain cerdas mereka juga dituntut untuk menarik. Dengan pakaian sopan yang mengikuti mode di jamannya beserta make up yang ‘apik’ akan dirasa program berita tersebut kian menarik di mata khalayak ketika presenter itu tampil (Muda, 2005 : 147).

Beda halnya jika mereka menggunakan pakaian yang asal-asalan tanpa make up. Khalayak tentu akan menilai bahwa mereka tidak serius dalam membawakan program. Dalam suatu program berita merekalah yang menjadi garda depan berhasil atau tidaknya dalam membawakan pesan ke khalayak. Berikut adalah beberapa kriteria tentang seorang presenter:

1. Menarik secara fisik, baik penampilan, kostum maupun *make up* (*cameraface*, fotogenik)
2. Suara atau vokal bagus
3. Terampil membaca berita terutama jika siaran langsung, yang tidak terdapat naskahnya. Dalam kondisi tersebut, presenter bertugas secara spontan melaporkan berita tersebut atau memiliki *sense of news*.

4. Memiliki kemampuan intelektual dalam menyampaikan materi yang dibawakan, berimprovisasi, termasuk penguasaan bahasa.
5. Sikap tegas, yakin, dan serius. Bisa sesekali tersenyum, tetapi jangan terlalu sering karena akan terkesan santai, ini akan mengurangi kepercayaan pemirsa terhadap isi berita tersebut.
6. Memahami isi berita yang dibacakan.
7. Komunikatif (dengan pemirsa)
8. Memiliki kemampuan untuk meyakinkan pemirsa saat ia muncul di televisi.

(Muda, 2005 : 147).

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini mencoba mengamati khalayak program *Seputar Indonesia* RCTI apakah mereka puas terhadap penampilan para presenternya. Peneliti melihat setiap individu itu berbeda baik dari segi pemikiran atau tanggapan yang di utarakan, maka penilaian terhadap presenter akan bersifat relatif.

b. Desain Studio

Desain studio dari beberapa program berita di televisi tentu akan berbeda satu sama lain. Setiap program berita akan mendesain studionya sebaik mungkin agar menarik dimata khalayak. Desain studio yang menarik tentu akan memberikan kesan ataupun karakter tersendiri di mata khalayak (Muda, 2005 : 55).

Sekarang yang sedang marak adalah penggunaan animasi 3 dimensi dengan komputer sebagai media utama bisa dimunculkannya gambar animasi tersebut berikut *backdrop green screen/blue screen* sebagai media pembantu. Selain menghemat biaya juga akan memberikan efek sesuatu yang ‘menyegarkan’

karena dapat diganti sewaktu-waktu. Pada program berita di era lalu desain studio masih sangat sederhana tanpa didukung media komputer seperti sekarang ini. Khalayak lama kelamaan akan bosan tentunya (Muda, 2005 : 57).

Jika desain studio oleh khalayak dinilai menarik sesuai harapannya maka bisa dikatakan bahwa khalayak puas, dan jika tidak maka ketidakpuasan yang akan muncul.

c. Teknik Pengambilan Gambar

Dalam pengambilan gambar pada media televisi alat yang digunakan adalah kamera, oleh karena itu kameramen harus peka dan menguasai kameranya. Jika tidak, maka hasil gambar akan jelek; gambar buram, tidak fokus, dan lain sebagainya. Kameramen dituntut mempunyai rasa seni, khususnya dalam seni komposisi gambar (Darwanto, 1994 : 55).

Televisi sebagai media massa elektronik menyampaikan pesannya secara audio dan visual. Apa yang disampaikan ke khalayak haruslah sejelas-jelasnya agar pesan yang disampaikan bisa diterima dengan baik oleh khalayak. Dalam program berita visualisasi/gambar memiliki peranan yang cukup penting, karena gambar akan mewakili berita tersebut atau lebih ekstrimnya akan ‘mengajak’ khalayak berada di lokasi kejadian.

Gambar yang ditampilkan sampai ke mata para khalayak harus baik, yakni: tajam dan mengenai sasaran (pengambilan dari jarak dekat ataupun jauh), posisi *angle* kamera dalam mengambil gambar dilakukan di tempat yang terbaik sehingga khalayak dapat mencerna dengan jelas apa yang sedang terjadi di sana. Seorang kameramen menjadi kunci dalam setiap pengambilan gambar tersebut. Dia

harus menguasai kamera baik teknis ataupun non-teknis, peka dan berani mengambil resiko dalam setiap keadaan pada saat bertugas yang pada akhirnya gambar tersebut akan dinikmati oleh khalayak.

Penguasaan kamera juga mempunyai andil yang besar dalam menciptakan gambar yang baik, seperti: komposisi cahaya dan warna yang diharapkan mampu seperti aslinya dan terlihat jelas. Sebagai contoh semburan lumpur Lapindo, seorang kameramen dituntut mampu mengambil gambar di sekitar pusat lokasi semburan, pengambilan gambar melalui udara dengan tujuan khalayak dapat melihat dan menilai sendiri akan kondisi lingkungan sekitar lokasi semburan, dan beberapa teknik yang lain. Semakin lengkap, jelas, menarik suatu gambar maka pesan yang disampaikan akan semakin jelas, dan hal tersebut akan menjadi salah satu indikator bagi program berita yang mengarah pada puas atau tidaknya khalayak. Gambar yang ditampilkan *Seputar Indonesia* apakah sudah cukup menjelaskan suatu pesan yang disampaikan atau kurang atau bahkan tidak sama sekali, apabila ‘tidak’ ataupun ‘kurang’ maka ketidakpuasan yang akan muncul, dan jika ‘iya’ tentu akan sebaliknya.

d. Teknik Penyajian Bahasa

Bahasa adalah alat komunikasi manusia paling vital dalam kehidupan sosial, dan televisi adalah media yang mampu mempersatukan gambar dan bahasa (Kuswandi, 1996 : 83). Gambar yang menarik jika dibarengi dengan bahasa yang baik oleh reporter tentu akan semakin memperjelas pesan yang akan disampaikan dalam suatu pemberitaan di media televisi. Keberagaman dan kekreatifan kata-kata

yang dipakai tentu akan semakin menarik perhatian khalayak untuk ditelaah lebih dalam.

Hal yang dilakukan oleh seorang reporter sebelum dimulainya proses produksi program berita adalah menuliskan narasi yang kemudian akan dimasukkan ke ruang edit. Reporter akan menuliskan terlebih dahulu kalimat pembuka yang akan menjelaskan ringkasan dari suatu berita, kemudian kalimat pertama setelah pembuka akan menjelaskan gambaran umum informasi penting yang akan disampaikan. Setelah itu akan ditampilkan paket berita. Dari paket ini, berita tersebut akan berisi gambar dengan narasi dari *dubber* (Kuswandi, 1996 : 87).

Sifat media televisi yang terbatas waktu, maka penggunaan bahasa haruslah mudah dicerna karena khalayak hanya memiliki kesempatan satu kali dalam menikmati suatu berita. Rangkaian gambar harus berpadu serasi dengan narasi sebagai latar belakangnya dengan tujuan tidak membingungkan khalayak. Reporter dan *dubber* biasanya akan berdiskusi dengan kameramen tentang gambar yang nantinya akan ditampilkan ke khalayak sebelum menuliskan narasi. Perpaduan narasi yang akan disampaikan dengan teknik pembahasaan yang baik oleh reporter dan *dubber* (artikulasi, nada dan logat bicara, kalimat yang jelas serta mampu meyakinkan khalayak) dalam suatu paket berita harus diusahakan se-*universal* mungkin mengingat khalayak memiliki kemampuan yang berbeda dalam mencerna suatu berita (Kuswandi, 1996 : 87).

Penelitian ini menggali tanggapan khalayak tentang teknik penyajian bahasa yang digunakan. Tanggapan dari khalayak memberikan kesan apakah bahasa yang digunakan sudah cukup efektif dalam menyampaikan pesan berita.

Ketika khalayak merasa teknik penyajian bahasa yang digunakan sudah cukup efektif maka kebutuhan khalayak akan informasi sudah didapat, dari sana akan muncul suatu kepuasan.

Penelitian ini juga mengkaji lebih dalam apakah khalayak puas dengan teknik wawancara program *Seputar Indonesia* RCTI seperti pemilihan narasumber, etika pewawancara berikut kualitas pertanyaan dan pengembangan jawaban dari narasumber.

F. Kerangka Konsep

Berdasarkan kerangka teori di atas maka kerangka konsep yang menjadi panduan dalam melakukan wawancara adalah sebagai berikut;

1. Presenter

Peneliti mengkaji performa presenter dalam menyampaikan berita yang meliputi: penampilan secara fisik dan keterampilan presenter dalam memandu berita, serta penguasaan materi dalam tema berita yang diangkat. Dari hal tersebut dapat dilihat apakah khalayak yang menyaksikan akan puas atau sebaliknya. Berikut adalah beberapa contoh pertanyaan yang diajukan kepada partisipan mengenai presenter *Seputar Indonesia* RCTI :

- a) Apa harapan Anda terhadap seorang presenter program berita?
- b) Bagaimana presenter *Seputar Indonesia* dalam menyampaikan berita, apakah sudah cukup membuat kita puas terhadap berita yang disampaikan?

2. Desain Studio

Desain studio dengan teknologi 3 dimensi berikut efek-efek yang dimunculkan akan berpengaruh terhadap tampilan pengemasan berita. Dengan tingginya kreatifitas dalam bidang 3 dimensi membuat khalayak nyaman secara visual, selain itu meminimalisir efek kejenuhan karena begitu mudahnya diganti mengikuti perkembangan jaman dan teknologi yang dipakai. Ketika khalayak mendapatkan apa yang diinginkan tentu kepuasan akan muncul. Berikut adalah beberapa pertanyaan diajukan kepada partisipan mengenai desain studio *Seputar Indonesia* RCTI :

- a) Apa harapan Anda mengenai desain studio program berita?
- b) Apakah desain studio *Seputar Indonesia* RCTI sudah cukup menarik?

3. Teknik Pengambilan Gambar

Keunggulan televisi dibandingkan dengan dua media pendahulunya adalah menampilkan visualisasi yang dapat dibuat semenarik mungkin dalam penyampaian pesannya. Oleh karena itu peran kameramen dalam mengoperasikan kamera cukup penting seperti; pemilihan *angle* yang tepat, pengaturan cahaya dan kekontrasannya, serta kejelasan pesan dari gambar yang direkam. Dari penjelasan diatas akan digali tanggapan khalayak mengenai teknik pengambilan gambar yang dilakukan kameramen, apakah gambar yang ditangkap cukup menjelaskan pesan dari pemberitaan? gambar dari lokasi TKP sudah cukup menarik perhatian khalayak? Kesemuanya akan memunculkan kenyamanan bagi khalayak yang menyaksikan, dan akan berakibat pada kepuasan dan ketidakpuasan khalayak.

Berikut adalah beberapa pertanyaan yang disampaikan kepada partisipan mengenai teknik pengambilan gambar *Seputar Indonesia* RCTI :

- a) Apa yang Anda harapkan pada program berita dilihat dari teknik pengambilan gambar?
- b) Bagaimana pendapat Anda tentang *Seputar Indonesia* dari teknik pengambilan gambar?

4. Teknik Penyajian Bahasa

Bahasa yang dipakai dalam pemberitaan sebaiknya singkat, padat, jelas karena sifat televisi yang terbatas waktu (tidak bisa diulang). Peran reporter dalam membuat naskah dan skrip dalam penyampaian berita juga dituntut optimal (kreatif dan beragam dalam merangkai kata) agar pesan yang nantinya disampaikan selain menarik untuk disimak juga bisa benar-benar ‘sampai’ kepada khalayak. Perpaduan dengan naskah yang dibacakan diharapkan juga sesuai dengan visualisasi yang ditampilkan sehingga memunculkan efektifitas program berita tersebut. Jika kesemuanya sudah bersinergi dengan baik, maka kepuasan khalayak yang didapatkan.

- a) Apa harapan Anda terhadap teknik penyajian bahasa suatu program berita?
- b) Apa pendapat Anda terhadap bahasa yang digunakan *Seputar Indonesia*?

G. Metodologi Penelitian

Berdasarkan pengertian tiap katanya, metode merupakan suatu prosedur atau cara mengetahui sesuatu, yang mempunyai langkah-langkah yang sistematis

(Suriasumantri dalam Kriyantono, 2006 : 51). Sedangkan penelitian menurut Henry Mannaheim adalah *“an intersubjective, accurate, systematic analysis of determinate of body empirical data, in order to recurring relationship among phenomena”* (Ruslan dalam Kriyantono, 2006 : 2). Jadi, penelitian bertujuan menemukan hubungan antara fenomena melalui analisis yang akurat dan sistematis terhadap data empiris dengan maksud menjelaskan suatu fakta, dan memahami hubungan antar fakta. Dapat dirumuskan secara singkat metode penelitian adalah prosedur atau cara yang digunakan untuk menjelaskan suatu fakta dan hubungan antar fakta melalui analisis yang akurat dan langkah-langkah yang sistematis. Dalam suatu penelitian metode penelitian penting adanya agar penelitian lebih terarah terhadap permasalahan yang diangkat dan tidak melebar. Berikut adalah metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini.

1. Tipe Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif-kualitatif. Peneliti membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Peneliti sudah mempunyai konseptual (landasan teori) dan bertindak sebagai fasilitator dalam melakukan operasionalisasi konsep yang akan menghasilkan variabel beserta indikatornya. Misal pada riset “opini pembaca surat kabar” (Kriyantono, 2006 : 69). Dalam opini yang ditulis di surat kabar, penulis opini tersebut bebas menyatakan opini atau pendapatnya tanpa adanya batasan atau tekanan dari pihak manapun (subyektif). Namun opini yang diungkapkan atau ditulis berdasar atas fakta yang sudah didapatkan sebelumnya.

Penelitian ini juga menggambarkan realitas yang sedang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antar variabel sehingga penelitian bersifat subjektif karena hanya dalam referensi peneliti, yaitu hanya menjelaskan kepuasan khalayak Yogyakarta terhadap teknik penyajian berita *Seputar Indonesia* RCTI.

Hasil yang didapat berupa data wawancara melalui metode *Focus Group Discussion* (FGD). Data kemudian ditelaah secara mendalam melalui jawaban dari partisipan yang terus digali melalui pertanyaan-pertanyaan dari peneliti. Pada nantinya data yang dibutuhkan oleh peneliti dapat benar-benar lengkap dan terpercaya. Metode ini cukup membantu peneliti yang bertindak sebagai fasilitator agar kegiatan diskusi lebih terfokus. Metode ini juga sangat bermanfaat jika partisipan sudah merasa nyaman dengan tema bahasan yang diangkat. Hal yang akan didapat adalah penggabungan dari berbagai pengalaman partisipan yang sudah distimulasikan membentuk suatu gambaran.

2. Subjek Penelitian

Lokasi penelitian adalah Yogyakarta. Dari kota Yogyakarta didapat data primer melalui FGD. Yogyakarta ditunjuk sebagai lokasi FGD karena komposisi penduduknya yang heterogen dan masuk dalam 10 kota besar yang menjadi riset dari AC Nielsen dalam penentuan rating suatu Program televisi (BPS Indonesia Propinsi DIY, 2009 : 153). Menurut data BPS tahun 2005 bahwa kegiatan yang gemar dilakukan oleh sebagian sebagian besar khalayak adalah menonton televisi dengan prosentase 94,2 persen, sedangkan mendengarkan radio 54,6 persen, dan membaca Koran 33,6 persen. Kota Yogyakarta sendiri mempunyai prosentase

yang paling tinggi dalam menikmati siaran televisi dibandingkan dengan kota-kota besar lainnya yakni 89,89 persen (BPS Indonesia, 2005 : 47).

Partisipan yang berlaku sebagai subjek penelitian ini dipilih dengan menggunakan teknik purposif. Teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian (Kriyantono, 2006 : 154). Dari teknik ini data yang diperoleh sangat mendukung penelitian karena sifatnya yang kaya akan informasi karena subjek yang dipilih dianggap mengetahui permasalahan yang dikupas. Penelitian dengan teknik purposif ini masuk dalam tipe penelitian yang bersifat kualitatif. Riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan dalam melalui pengumpulan data yang lengkap. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling bahkan populasi atau samplingnya sangat terbatas. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling lainnya. Di sini yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data (Kriyantono, 2006 : 58).

Berangkat dari teknik purposif yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka pemilihan subjek penelitian ini didasarkan pada tujuan peneliti yaitu mencari partisipan yang mengetahui lebih dalam tentang *Seputar Indonesia*. Diskusi tidak hanya berhenti ketika jawaban ‘puas’ atau ‘tidak puas’ sudah didapat, tetapi dari kedua jawaban tersebut dimunculkan pertanyaan yang pada akhirnya menjelaskan mengapa mereka ‘puas’ atau ‘tidak puas’. Partisipan yang dipilih oleh peneliti

didapat dengan tahap peyeleksian terlebih dahulu melalui kuesioner yang berisi 10 pertanyaan spesifik tentang *Seputar Indonesia*.

Subjek yang menjadi partisipan dalam FGD adalah sebagai berikut:

- a) Mahasiswa (*student*)
- b) Pekerja (*white collar, blue collar*)
- c) Ibu rumah tangga (*housewife*)

Ketiga partisipan tersebut dibagi dalam kelompok berdasarkan kriteria profesi dengan kisaran umur 20-55 tahun atau sesuai *target audience Seputar Indonesia*. Kelompok pertama yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi dari berbagai perguruan tinggi yang pernah belajar atau mempunyai kegiatan dalam bidang penyiaran. Kelompok kedua adalah pekerja (pegawai kantor dan wiraswastawan). Kelompok ketiga adalah ibu rumah tangga.

Peneliti memilih ketiga kelompok partisipan di atas dengan tujuan ulasan atau pendapat yang akan digali melalui FGD akan semakin kaya. Semakin kayanya pendapat atau ulasan tersebut karena ketiga partisipan mempunyai latar belakang yang berbeda. Peneliti memilih mahasiswa Ilmu Komunikasi dari berbagai perguruan tinggi yang mempunyai kegiatan dalam bidang penyiaran karena lebih menguasai teknik penyajian berita dibandingkan dua kelompok partisipan lainnya, sehingga pada akhirnya pengetahuan baru tentang teknik penyajian berita akan diperoleh dua kelompok partisipan lainnya. Kedua, peneliti memilih kelompok pekerja karena mereka mendominasi secara angka atau prosentase terbesar khalayak *Seputar Indonesia* RCTI. Menurut Hary Tanoesoedibjo selaku Presiden Direktur RCTI mengatakan, “Bahwa saat ini

prosentase terbesar penonton Seputar Indonesia adalah mereka yang sudah bekerja, yakni 59 persen. Kedua adalah mahasiswa 21 persen dan sisanya umum 20 persen” (Koran *Sindo*, 4 September 2009). Dipilihnya ibu rumah tangga selaku partisipan dirasa cukup menarik juga karena dominan penduduk Yogyakarta adalah perempuan, yakni 1.722.762 jiwa dari 3.434.534 jiwa, dan usia 20-59 tahun didominasi juga oleh ibu rumah tangga sebesar 50,84 persen (BPS Indonesia Propinsi DIY 2007 : 26). Kota Yogyakarta sendiri juga mempunyai prosentase yang paling tinggi dalam menikmati siaran televisi dibandingkan dengan kota-kota besar lainnya yakni 89,89 persen (BPS Indonesia, 2005 : 47). Ketiga kelompok partisipan inilah yang dipilih karena akan didapat tiga pandangan atau pendapat yang berbeda pula mengenai teknik penyajian berita, yang pada akhirnya akan mengarah pada satu jawaban ‘kepuasan’ atau ‘ketidakpuasan’.

3. Sumber Data

a) Primer

Data primer adalah data yang didapat atau diperoleh dari sumbernya (Subagyo, 1991 : 89). Data primer atau data yang diperoleh secara langsung didapat dari partisipan terpilih (mahasiswa, pekerja, dan ibu rumah tangga) melalui FGD.

b) Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapat tidak secara langsung dari subyek pemberi informasi (Subagyo, 1991 : 91). Data sekunder atau data yang didapat tidak secara langsung dari subjek pemberi data atau informasi didapat dari surat

kabar (*Kompas*, *Koran Sindo*), literatur-literatur (*Dunia Penyiaran dan Tantangannya* karya Ishadi.S.K, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek* karya Joko Subagyo, dan lain sebagainya), serta dari internet (www.google.com, www.rcti.tv)

4. Teknik Pengumpulan Data

Focus Group Discussion (FGD)

FGD adalah metode pengumpulan data atau riset untuk memahami sikap dan perilaku khalayak. Biasanya terdiri dari 6-12 orang yang secara bersamaan dikumpulkan, diwawancarai dengan dipandu oleh moderator. Moderator dapat dirangkap oleh peneliti atau diperankan orang lain. Salah satu kekhasan FGD adalah mengemas wawancara dalam bentuk diskusi yang sangat terkontrol, dimana para partisipan berada pada *artificial enviroentment* atau lingkungan tiruan yang dibuat dengan sengaja (Kriyantono, 2006 : 116).

Berangkat dari data pada grafik I di bagian Latar Belakang maka dibagi menjadi 5 kalangan berdasarkan profesi yang diampu, yaitu : *white collar*, *blue collar*, *housewife*, *student*, dan *other*. Maka dalam penelitian ini yang dipilih menjadi peserta adalah mereka yang masuk dalam kategori umur 20-55 tahun, yaitu: yang bekerja (*white collar*, *blue collar*) dan yang tidak bekerja (*house wife*, *student*). Pengkategorisasian tersebut juga sesuai dengan *target audience* yang ingin dicapai *Seputar Indonesia*, 20-55 tahun (Koran *Sindo* 4 September 2009).

Partisipan terpilih melalui teknik purposif dimintai pendapatnya dalam FGD terhadap empat topik yang dikupas dengan pertanyaan yang berpedoman pada kerangka konsep. FGD dilakukan sekali tempo secara optimal dengan

mengumpulkan 9 partisipan sekaligus. Hal ini lebih memperkaya pengalaman antar partisipan karena mereka mempunyai latar belakang yang berbeda.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif digunakan bila data-data yang terkumpul dalam riset adalah data kualitatif. Data kualitatif dapat berupa kata-kata, kalimat-kalimat atau narasi-narasi, baik yang diperoleh dari wawancara mendalam maupun observasi. Tahap analisis data memegang peran yang penting dalam riset kualitatif, yaitu sebagai faktor utama penilaian kualitas tidaknya riset. Artinya, kemampuan periset memberi makna kepada data merupakan kunci apakah data yang diperolehnya mempunyai unsur reliabilitas dan validitas atau tidak. Ingat, reliabilitas dan validitas data kualitatif terletak pada diri periset sebagai instrumen riset (Kriyantono, 2006 : 192). Setelah FGD selesai dilakukan maka didapat data primer dalam bentuk wawancara dari partisipan. Data wawancara tersebut ditranskrip dan dianalisis. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yaitu lebih menginterpretasikan data primer yang didapat dari hasil FGD. Data sekunder atau data yang didapat dari surat kabar, literatur-literatur, dan internet digunakan untuk mendukung keabsahan penelitian yang tidak hanya tercukupi saja dari data primer.

Hasil transkrip wawancara FGD dibaca secara seksama kemudian dibuat satuannya berdasarkan kerangka konsep dan dibuat kategorisasi masuk ke dalam satuan yang mana. Jika ditemui satuan yang baru dan berbeda dari satuan yang sudah dibuat, maka satuan yang baru ini tetap disimpan dan dikaitkan dengan satuan yang lain dalam penggabungan data. Langkah selanjutnya setelah

pengkategorisasian adalah mencari hubungan yang terjadi antar kategori dan pemaknaan atau interpretasi atas data yang telah dikumpulkan dengan dikaitkan teori (Kriyantono, 2006 : 193).

H. Lokasi Penelitian

Yogyakarta

FGD dilakukan di Rumah Bapak Djodiharjo di Kampung Jogoyudan, Kecamatan Jetis, Yogyakarta.

