

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi memiliki peran penting bagi dunia komunikasi. Pada awalnya perkembangan sebuah media diawali dengan munculnya media cetak. Media cetak memiliki peran untuk memberikan informasi bagi masyarakat luas. Selain media cetak dan radio, salah satu media penyiaran yang menjadi sarana komunikasi massa adalah media televisi. Televisi merupakan salah satu media penyiaran yang banyak menawarkan dan menyajikan beragam acara yang menarik. Sebagai sebuah industri, program yang terdapat dalam televisi dibentuk agar mempunyai daya tarik dan minat bagi khalayaknya.

Sebagai media yang bertugas untuk menyalurkan informasi kepada masyarakat, televisi memiliki peran sebagai sumber informasi dan hiburan bagi pemirsanya melalui program-program yang dibentuk. Televisi adalah media yang memiliki banyak keunggulan yaitu memiliki kemampuan untuk mengakses hingga jangkauan masyarakat luas, televisi juga memiliki audio dan visual yang dapat menarik khalayak untuk memberikan pengaruh dan perubahan. Perkembangan media massa khususnya televisi di Indonesia sangat pesat, hal tersebut dapat dilihat dengan munculnya stasiun televisi nasional yang beragam.

Munculnya stasiun nasional yang beragam membuat stasiun lokal di Yogyakarta seperti, RBTv, JOGJA TV, dan TVRI harus mempertahankan eksistensinya di dunia penyiaran. Meskipun stasiun TVRI merupakan cabang dari TVRI pusat Jakarta milik Pemerintah serta berbasis sebagai televisi pembentuk citra, TVRI melalui program siarannya mengutamakan informasi berkaitan dengan kebijakan-kebijakan pemerintah kepada masyarakat. Stasiun TVRI memiliki kewajiban untuk memberikan pelayanan-pelayanan berupa informasi yang mendidik serta memberikan hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial. (Televisi Republik Indonesia, www.tvri.co.id).

Selain itu stasiun TVRI dengan *tagline* “Menjalin Persatuan dan Kesatuan” tersebut diharapkan dapat melestarikan budaya bangsa untuk kepentingan seluruh lapisan masyarakat melalui penyelenggaraan penyiaran televisi yang menjangkau seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia. (Televisi Republik Indonesia, www.tvri.co.id). Sesuai dengan kewajiban tersebut maka, stasiun TVRI harus memiliki beberapa langkah strategis untuk membangun media massa lokal daerah yang bertujuan untuk memberikan beragam informasi mulai dari informasi pendidikan, budaya dan hiburan. Beberapa langkah strategis yang dibangun TVRI adalah menghadirkan berbagai macam siaran yang menarik bagi para pemirsa dengan menghadirkan unsur-unsur kebudayaan masyarakat Yogyakarta.

Salah satu program acara yang menjadi cermin informasi lokal daerah dalam penayangannya adalah program acara “Taman Gabusan”. Program “Taman Gabusan” yang tayang setiap hari Selasa jam 16.00 hingga 17.00 adalah salah satu

sarana dan prasarana untuk mempermudah komunikasi. Program dibentuk sebagai media yang menjembatani komunikasi antara pemerintah dan masyarakat dan masyarakat kepada pemerintah. Acara ini merupakan acara diskusi yang bertujuan untuk memberikan pengertian kepada pemirsa mengenai informasi yang disiarkan. (Wawancara Purwanto, 30 Juni 2014).

Program “Taman Gabusan” ini juga memiliki keunggulan dan keistimewaan. Keunggulan dari program ini yaitu memiliki kekhasan karena mengangkat citra wilayah yang kaya akan nilai-nilai seni dan budaya, pendidikan serta kemasyarakatan. Keistimewaan dari acara ini adalah program yang disiarkan secara *live* dengan tema-tema yang menarik untuk dibahas, selain itu pemirsa dirumah juga dapat berinteraksi langsung melalui telepon interaktif untuk menanyakan atau berpendapat mengenai tema yang sedang dibahas. (Wawancara Purwanto, 30 Juni 2014).

Selain memberikan informasi dengan tema yang menarik acara ini di kemas lebih santai dengan menghadirkan *group* musik keroncong untuk menghibur ketika jeda diskusi pada acara. Program ini memberikan fenomena yang menarik bagi masyarakat Bantul khususnya dalam bidang budaya dan wisata, misalnya warga Bantul lebih mudah menginformasikan dan melakukan promosi wisata yang ada di Bantul seperti pengembangan desa wisata yang saat ini semakin maju dan diminati banyak wisatawan dari manca negara (Wawancara Sulistyorini, 01 Juli 2014).

Berdasarkan latar belakang tersebut ada pula penelitian mengenai media dan kepuasan yang menjadi refrensi peneliti dan telah banyak dilakukan salah

satunya adalah penelitian mengenai motif dan kepuasan khalayak terhadap program berita “Pawartos Ngayogyakarta” di Jogja TV. Penelitian tersebut dilakukan oleh Wahyuningtyas (2006) terhadap khalayak warga Berbah Sleman untuk melihat bagaimana motif dan kepuasan pada program “ Pawartos Ngayogyakarta” di Jogja TV. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa khalayak yang aktif dalam menggunakan media dan kepuasan dalam bermedia menjadi landasan utama dalam penelitian. Penggunaan teori *uses and gratification*, penelitian ini mencari bagaimana pengaruh kebutuhan terhadap pemenuhan baik dari sumber media maupun non media, yang kemudian mencari bagaimana kepuasan dari khalayak pemirsa.

Penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa responden menganggap penting motif informasi, identitas pribadi, motif integrasi, dan interaksi sosial serta motif hiburan dengan tingkatan kepentingan paling tinggi adalah motif informasi. Pada tingkat kepuasan dalam penelitian ini menyebutkan bahwa ada kepuasan pada kategori informasi, identitas pribadi integrasi dan interaksi sosial serta hiburan dengan kepuasan tertinggi adalah kepuasan dalam memenuhi kebutuhan hiburan (Wahyuningtyas, 2006 : 138 - 139).

Berbagai penelitian mengenai kepuasan khalayak terhadap sebuah program juga pernah dilakukan oleh Christofel Rinaldo Hardian (2001 : 49) dengan judul “Motivasi Khalayak Untuk Menonton Program Acara Pas Mantab” dengan menggunakan studi kualitatif mengkaji bagaimana motif yang mendorong khalayak menonton program Pas Mantab. Penelitian tersebut menggunakan metode FGD yang diikuti kelompok masyarakat yang berbeda,

secara garis besar dalam penelitian ini motif *Diversion* sebagai motif melepas kepenatan menjadi faktor utama dalam penelitian ini.

Berangkat dari penelitian yang sudah pernah dilakukan mengenai motif dan kepuasan dengan metode kuantitatif. Pada penelitian kali ini penulis ingin melakukan penelitian mengenai motivasi khalayak menonton “Taman Gabusan” untuk mengetahui latar belakang keinginan khalayak untuk terus menonton “Taman Gabusan”. Penelitian dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif, peneliti akan melakukan wawancara mendalam (*In-depth Interview*) kepada khalayak yang menonton program “Taman Gabusan”. Peneliti ingin mencari tahu motivasi apa saja yang mendorong khalayak menonton program “Taman Gabusan”. Penelitian ini juga memperdalam dengan mencari tau dari keempat motif yang disebutkan dalam (Mc Quail, 2002 : 388) motif mana yang paling mempengaruhi khalayak untuk menonton acara “Taman Gabusan”. Oleh karena itu, dalam penelitian ini penulis juga ingin melihat apakah pemirsa program “Taman Gabusan” kebutuhan akan informasinya sudah terpenuhi atau belum.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah : “Motif apa saja yang mendorong khalayak untuk menonton acara “Taman Gabusan” di TVRI Yogyakarta ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini untuk mengetahui motivasi yang mendorong khalayak untuk menonton acara “Taman Gabusan” yang ditayangkan di TVRI Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dalam penelitian ini akan:

- a. Mendukung dan melengkapi literatur penelitian studi komunikasi mengenai aplikasi teori media dan proses uji ulang teori dalam studi khalayak, khususnya penonton program pada televisi lokal.
- b. Memperkaya penelitian, serta memperluas pengetahuan peneliti mengenai program acara “Taman Gabusan”.

2. Manfaat Praktis

- a. Memberikan informasi dan masukan mengenai motivasi yang mendorong khalayak menonton program acara “Taman Gabusan” di TVRI Yogyakarta.
- b. Dapat menjadi referensi dalam penelitian selanjutnya dengan tema maupun metode yang sama, sekaligus dapat menambah wawasan dan pengetahuan.

E. Kerangka Konsep

1. Komunikasi Massa

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. “Sama” di sini maksudnya adalah sama makna. (Effendy, 2007 : 9). Onong Uchjana Effendy mengungkapkan bahwa Carl I. Hovland mendefinisikan komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap (Effendy, 2007 : 10). Paradigma Lasswell (Effendy, 2007 : 10) menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan, yakni :

- Komunikator (*communicator, source, sender*)
- Pesan (*message*)
- Media (*channel, media*)
- Komunikan (*communicant, communicate, receiver, recipient*)
- Efek (*effect, impact, influence*)

Berdasarkan paradigma tersebut, komunikasi berarti proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Adanya program acara Taman Gabusan di TVRI Jogja merupakan bentuk kegiatan komunikasi, yaitu komunikasi massa. Hal ini sesuai dengan pendapat Charles R. Wright bahwa komunikasi massa ditujukan kepada sejumlah

khalayak yang tersebar, heterogen dan anonim melalui media massa baik cetak maupun elektronik sehingga dapat diterima secara serentak (Wright, 1995 : 214).

Menurut Werner I. Severin dan James W. Tankard, Jr dalam bukunya yang berjudul *Communication Theories, Origins, Methods , Use*, yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy (2005 : 21), “ Komunikasi massa adalah sebagian keterampilan, sebagian seni , dan sebagian ilmu”. Dalam hal ini dapat diartikan bahwa komunikasi massa meliputi beragam keahlian dan keterampilan yang juga meliputi teknik-teknik seperti pengambilan gambar di televisi atau wawancara. Kemudian definisi tersebut diperkuat oleh Josep A. Devito (Nurudin, 2007 : 11) yakni:

“Komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang yang menonton televisi, agaknya ini tidak berarti pula bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar untuk didefinisikan. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan melalui pemancar-pemancar yang audio dan atau visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah atau lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya (televisi, radio, surat kabar, majalah, film, buku, dan pita).”

Media massa merupakan komponen pokok dalam komunikasi massa yang membedakannya dari jenis komunikasi lainnya. Termasuk dalam media massa ini adalah surat kabar, majalah, radio, televisi, atau film. Televisi adalah media massa elektronik yang paling akhir kehadirannya namun perkembangannya begitu pesat. Dan dari beberapa media massa yang ada, saat ini televisi dinilai sebagai media yang paling efektif.

2. Televisi Sebagai Media Massa

Televisi mempunyai sebuah sifat yang istimewa, televisi merupakan gabungan dari suara dan gambar atau yang lebih dikenal dengan *audio* dan *visual*. Sebagai media massa, televisi memiliki ciri-ciri berlangsung satu arah, komunikatornya melembaga, pesannya bersifat umum dan menimbulkan keserempakan (Pareno, 2002 : 102).

Televisi sangat bermanfaat sebagai upaya pembentukan sikap perilaku dan sekaligus perubahan pola berfikir, termasuk dalam hal penanaman suatu pemahaman tertentu. Fungsi televisi sama dengan fungsi media massa lainnya. Fungsi televisi sebagai komponen pokok komunikasi massa menurut Jay Black dan Frederick C. Whitney (1998) dalam bukunya Nurudin (2007 : 63)

adalah sebagai berikut :

- a. *To Inform* (menginformasikan)
- b. *To Entertain* (memberi hiburan)
- c. *To Persuade* (membujuk)
- d. *Transmission of the culture* (transmisi budaya)

Fungsi informasi merupakan fungsi paling penting yang terdapat dalam media massa. Komponen paling penting untuk mengetahui informasi adalah berita yang disajikan. Konsep untuk membuat berita adalah dengan menggunakan rumus 5W + 1 H (*straight news*) (Nurudin, 2008 : 66). Dalam hal ini contohnya adalah program acara berita.

Fungsi hiburan untuk media televisi menduduki posisi yang paling tinggi dibandingkan dengan fungsi-fungsi yang lain. Hal ini dikarenakan masyarakat masih menjadikan televisi sebagai media hiburan. Media hiburan berfungsi sebagai sarana untuk mengisi waktu luang dan untuk mengisi waktu istirahat. (Severin, 2005 : 388). Pada fungsi hiburan media sebagai sarana mengisi waktu luang dapat dihadirkan dengan adanya acara yang menghibur misalnya program komedi dan acara music.

Fungsi persuasi juga dianggap sebagai fungsi yang penting dari media televisi. Menurut Josep A. Devinto, persuasi datang dari berbagai macam bentuk yaitu : mengukuhkan atau memperkuat sikap, kepercayaan atau nilai seseorang, mengubah sikap, kepercayaan atau nilai seseorang, dan menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu. (Nurudin, 2008 : 72). Pada fungsi persuasi program yang dihadirkan contohnya seperti memasak dan acara “Jika Aku Menjadi”.

Fungsi transmisi budaya mengambil tempat dalam dua tingkatan, kontemporer dan historis. Kontemporer maksudnya media massa selalu memperkenalkan bibit perubahan terus-menerus. Sedangkan historis berarti umat manusia telah dapat melewati atau menambahkan pengalaman baru dari sekarang untuk membimbingnya ke masa depan. (Nurudin, 2008 : 74).

3. Pemirsa (Khalayak)

Setiap proses komunikasi selalu ditujukan kepada pihak tertentu sebagai penerima pesan yang disampaikan oleh komunikator. Menurut Nasution (1993 : 20) dalam *Sosiologi Komunikasi Massa*, penerima adalah mereka yang menjadi

khalayak dari media massa yang bersangkutan, dimana khalayak tersebut di atas bersifat luas, heterogen dan anonim dalam hal ini adalah penonton televisi.

F. Kerangka Teori

1. Motivasi Khalayak

Berbicara mengenai siaran televisi berarti berbicara tentang program acara yang ditayangkan televisi. Adapun program acara yang akan disiarkan pasti sudah dirancang dan dibuat untuk memenuhi selera dan kebutuhan pemirsa khususnya kebutuhan akan informasi dan hiburan. Hal ini dikarenakan, adanya kecenderungan khalayak untuk mau menonton acara televisi pada tayangan tertentu berdasarkan kebutuhannya. Motivasi merupakan dorongan yang terkait dengan adanya suatu tujuan.

Motif diartikan sebagai suatu alasan atau dorongan yang menyebabkan seseorang berbuat sesuatu atau melakukan tindakan/ bersikap tertentu (Handoko, 1992 : 9). Motif merupakan dorongan untuk memenuhi suatu kebutuhan yang dirasakan sebagai kemauan, keinginan, yang kemudian terwujud dalam perilaku nyata. Motif timbul karena adanya suatu kebutuhan menurut Dennis Mc Quail dalam bukunya yang berjudul *Teori Komunikasi Massa* (2002 : 388), ada empat kategori motif pengkonsumsian media secara umum yaitu :

a. Motif Informasi (*Surveillance*)

Adalah berkenaan dengan kebutuhan individu akan informasi dan eksplorasi sosial. Motif ini berkaitan dengan kebutuhan akan informasi, pengetahuan dan ilmu yang ingin didapat dari menonton sebuah tayangan.

b. Motif Identitas Pribadi (*Personal Identity*)

Adalah referensi diri, eksplorasi realitas, penguatan nilai, motif yang ditujukan untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khalayak yang bersangkutan.

c. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial (*Personal Relationship*)

Adalah motif yang meliputi interaksi dan integrasi sosial, merujuk pada kelangsungan hubungan individu tersebut dengan orang lain, persahabatan, kegunaan sosial.

d. Motif Hiburan (*Diversion*)

Adalah motif yang meliputi kebutuhan untuk melepaskan diri dari rutinitas, tekanan, dan masalah, sarana pelepasan emosi, kebutuhan akan hiburan.

2. **Uses and Gratification Theory**

Teori *Uses and Gratification* merupakan salah satu dari teori dalam komunikasi massa yang digunakan untuk meneliti mengenai kepuasan khalayak. Pada penelitian ini berkaitan dengan kepuasan antara motif menonton program acara dengan efek yang diterima. Teori ini merupakan salah satu teori untuk meneliti khalayak. Pada teori ini khalayak dianggap mampu untuk menentukan atau bersikap aktif dalam memilih media yang akan digunakan dalam pemenuhan kebutuhannya. Khalayak dianggap memiliki motif-motif tertentu dalam memilih sebuah tayangan dan media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayaknya dapat disebut sebagai media yang efektif. Menurut Blumler dan Katz dalam Teori Komunikasi massa para pendiri *uses and gratification*, Elihu Katz, Jay G. Blumer,

dan Michael Gurevitch merumuskan asumsi-asumsi dasar dari teori ini sebagai berikut :

1. Khalayak dipandang aktif, artinya peranan penting manfaat media massa diasumsikan memiliki tujuan.
2. Dalam proses komunikasi massa, banyak inisiatif pengait antara gratifikasi kebutuhan dan pilihan media yang terletak pada khalayak.
3. Media harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi media hanyalah bagian dari rentangan kebutuhan manusia yang lebih luas. Bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media amat bergantung kepada perilaku khalayak yang bersangkutan.
4. Orang mempunyai cukup kesadaran diri akan penggunaan media mereka, minat, dan motif sehingga dapat memberikan sebuah gambaran yang akurat mengenai kegunaan tersebut kepada para peneliti.
5. Penelitian mengenai isi media hanya dapat dinilai oleh khalayak.

Dalam penelitian ini, pemirsa program “Taman Gabusan” dilihat sebagai individu yang aktif dalam memilih media yang digunakan. Pemilihan ini berdasarkan atas pemenuhan kebutuhan setiap masing-masing orang. Media

dalam hal ini TVRI, dengan program acaranya harus mengupayakan informasi yang dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan terhadap pemirsanya.

Konsep teori ini ingin meneliti bagaimana kebutuhan psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media atau sumber lain, yang akan membawa pada pola terpaan media yang berlainan (atau keterlibatan pada kegiatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain, termasuk juga yang tidak diinginkan (Rakhmat, 2001 : 205).

Dalam penelitian Katz, Guerevich dan Haaz, kebutuhan-kebutuhan manusia yang mendorong seorang khalayak menggunakan media massa terdiri dari lima kelompok, seperti yang dikutip oleh Marchelle Alexandra Apriliani dalam skripsinya yang berjudul “ Pengaruh Intensitas Membaca Majalah Olga Terhadap Kepuasan Siswi SMA Sedes Sapientiae Semarang” (2010 : 10) yaitu:

- a. Kebutuhan kognitif, yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan usaha-usaha untuk memperkuat informasi, pengetahuan serta pengertian tentang lingkungan di mana tempat khalayak tinggal. Kebutuhan didasarkan pada keinginan untuk mengerti dan menguasai lingkungan yang dapat terpenuhi oleh adanya dorongan-dorongan seperti keingintahuan (*Curiosity*) dan penjelajahan (*Exploratory*) pada diri khalayak sendiri.
- b. Kebutuhan afektif, yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan usaha-usaha yang memperkuat pengalaman yang bersifat keindahan, kenikmatan, kesenangan, dan emosional. Mencari kesenangan dan

hiburan merupakan motivasi yang pada umumnya dapat dipenuhi oleh media.

- c. Kebutuhan integratif personal, kebutuhan yang berhubungan dengan usaha untuk memperkuat kepercayaan, kesetiaan, dan status pribadi. Kebutuhan seperti ini dapat diperoleh dari adanya keinginan setiap individu untuk meningkatkan harga diri.
- d. Kebutuhan integratif sosial, yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan usaha untuk memperkuat kontak dengan keluarga, teman-teman, dan dengan alam sekitarnya. Kebutuhan tersebut didasarkan pada keinginan setiap individu untuk berafiliasi.
- e. Kebutuhan akan pelarian, yaitu kebutuhan untuk memenuhi hasrat melarikan diri dari kenyataan, melepaskan ketegangan dan kebutuhan akan hiburan.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi serta dianggap mampu menentukan dan bersikap dalam memilih tayangan untuk memuaskan kebutuhannya. *Model uses and gratification* ingin menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukan sejauh mana media tersebut dapat mengubah sikap dan perilaku kita, namun sejauh mana media tersebut dapat mempertemukan kebutuhan sosial dengan kebutuhan pribadi. Dalam teori ini, *audience* dalam menentukan media disesuaikan dengan kebutuhannya. Artinya pengguna media berusaha mencari sumber media yang paling baik dalam memenuhi kebutuhannya (Nurudin, 2007 : 194).

G. Metodologi Penelitian

1. Metode penelitian

Metode penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif . peneliti ingin membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Dalam penelitian ini data berupa wawancara melalui *In-depth Interview (wawancara mendalam)*. Data akan ditelaah melalui jawaban dari partisipan yang akan terus digali dengan pertanyaan-pertanyaan dari peneliti sampai sejelas-jelasnya. Pada akhirnya data yang akan dibutuhkan dapat benar-benar lengkap dan terpercaya.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Penelitian deskriptif dimaksudkan untuk pengukuran yang cermat terhadap fenomena sosial (Singarimbun dan Effendi, 1987 : 4). Menurut Bungin (2007 : 42), penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai fenomena sosial yang ada di masyarakat yang menjadi obyek penelitian, dan berupaya menarik realitas yang ada ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, model, tanda, atau gambaran mengenai kondisi, situasi, ataupun fenomena tertentu.

Penelitian dengan deskriptif kualitatif ini bersifat mendalam. Tidak hanya itu, menurut Bungin (2007 : 42), jenis penelitian ini merupakan penelitian yang mempunyai sifat tidak untuk mengkaji hipotesis atau membuat generalisasi dari

sebuah fenomena realitas sosial. Dengan penelitian yang dilakukan ini peneliti dapat mengetahui motivasi khalayak warga Bantul terhadap program acara “Taman Gabusan” di TVRI Yogyakarta. Pada penelitian ini akan menjelaskan atau mendeskripsikan motivasi masing-masing khalayak yang menjadi informan dalam penelitian.

a. Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian deskriptif kualitatif ini, teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara. Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam (*In-depth Interview*). Menurut Bungin (2007 : 46), wawancara mendalam adalah proses untuk mendapatkan keterangan mengenai tujuan penelitian dari informan atau orang yang ingin diwawancarai. Proses ini dilakukan secara tatap muka oleh peneliti dengan orang yang akan diwawancarai.

Wawancara mendalam tentunya berbeda dengan wawancara yang biasa dilakukan. Proses yang dilakukan dengan wawancara mendalam ini dilakukan lebih dari satu kali, karena benar-benar ingin mendapatkan informasi yang mendalam mengenai fenomena yang diangkat dalam penelitian. Dalam pertemuan pertama peneliti melakukan pendekatan dengan informan, pada penelitian ini peneliti ingin mendapatkan informasi mengenai motivasi khalayak menonton program “Taman Gabusan”. Informan yang ada pada penelitian ini adalah warga Bantul yang pernah menonton program acara “Taman Gabusan”.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan alat rekam berupa *handphone*. Selama proses wawancara, peneliti juga melakukan pencatatan untuk mengantisipasi rekaman yang rusak atau gagal. Setelah hasil diperoleh peneliti akan melakukan transkrip data dari hasil rekaman wawancara (Creswell, 2009 : 273). Wawancara dilakukan kepada enam orang yang pernah menonton program “Taman Gabusan”. Enam orang tersebut terpilih karena berdasarkan data kuesioner yang telah disebar serta sesuai dengan segmentasi dari program maka keenam narasumber tersebut dipilih menjadi informan. Keenam orang tersebut memiliki profesi yang berbeda yaitu pegawai dan Ibu Rumah Tangga. Pada pertemuan yang pertama peneliti melakukan pendekatan dengan mengobrol mengenai profil dan kegiatan sehari-hari. Pertemuan awal tidak langsung membahas mengenai topik penelitian namun melakukan proses pendekatan agar informan merasa percaya dan terbuka sehingga dapat memperoleh informasi yang diharapkan.

b. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses sistematis pencarian dan pengaturan transkrip wawancara, catatan lapangan dan materi-materi yang lain yang telah dikumpulkan untuk meningkatkan pemahaman mengenai materi tersebut dan untuk menyajikan apa yang sudah ditemukan kepada orang lain. (Emzir, 2010 : 85).

Menurut Hendriansyah (2010 : 164) dalam bukunya yang berjudul *Metode Penelitian kualitatif Untuk Ilmu-ilmu Sosial* menyebutkan bahwa teknik analisis

data model interaktif terdiri atas empat tahapan yang harus dilakukan yaitu pengumpulan data, reduksi data, display data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Berikut langkah-langkah yang ditempuh dalam analisis data. (Herdiansyah, 2010 : 164) :

1. Pengumpulan data

Dalam penelitian kualitatif tidak ada segmen atau waktu yang spesifik dan khusus yang disediakan untuk proses pengumpulan data karena sepanjang penelitian berlangsung, sepanjang itu juga proses pengumpulan dapat dilakukan (Herdiansyah, 2010 : 165). Data dalam penelitian ini didapat dari hasil wawancara dengan khalayak yang menonton “Taman Gabusan”. Ketika peneliti telah mendapatkan data yang cukup untuk diproses dan dinamis tahap selanjutnya adalah melakukan reduksi data.

2. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses penggabungan dan penyeragaman segala bentuk data yang diperoleh menjadi satu bentuk tulisan (*Script*) yang akan dianalisis. (Herdiansyah, 2010:165). Pada penelitian ini hasil wawancara dan dokumentasi diubah dalam bentuk tulisan (*Script*). Hasil studi dokumentasi dan wawancara akan menjadi *script* analisis dokumentasi.

Hasil dari wawancara akan diformat menjadi bentuk percakapan. Semua yang ada dalam rekaman wawancara dan situasi saat wawancara diubah menjadi percakapan apa adanya, kecuali jika ada kata-kata yang tidak pantas, peneliti akan

menggantinya dengan memberikan catatan khusus mengapa peneliti mengganti kata atau kalimat tersebut. pada satu kali wawancara dapat mewakili sekali pertemuan (Hendriansyah, 2010 : 166 - 167).

3. Display Data

Setelah semua data diformat berdasarkan instrumen pengumpulan data dan telah terbentuk tulisan (*script*), langkah selanjutnya adalah menyajikan data atau *display data*. Pada prinsipnya, *display data* adalah mengolah data setengah jadi yang sudah seragam dalam bentuk tulisan dan sudah memiliki alur tema yang jelas ke dalam suatu matriks kategorisasi sesuai tema-tema yang sudah dikelompokkan dan dikategorisasikan, serta akan memecah tema-tema tersebut ke dalam bentuk yang lebih konkrit dan sederhana yang disebut dengan subtema yang diakhiri dengan memberikan kode (*coding*) dari subtema tersebut sesuai dengan verbatim wawancara yang sebelumnya telah dilakukan. (Herdiansyah, 2010 : 175 - 176).

4. Penarikan kesimpulan

Kesimpulan atau verifikasi merupakan tahap akhir dalam rangkaian analisis data kualitatif ini (Herdiansyah, 2010 : 167). Langkah terakhir dalam penelitian kualitatif adalah mengambil kesimpulan secara induktif, yaitu berdasarkan informasi atau data yang diperoleh dari berbagai sumber yang bersifat khusus dan individual, diambil kesimpulan yang bersifat umum atau general. (Kholil, 2006 : 134).

5. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian di Daerah Kabupaten Bantul kepada tujuh target yang sudah menjadi narasumber.

6. Subyek Penelitian

Subyek penelitian pada penelitian ini adalah khalayak yang pernah menonton program “Taman Gabusan”. Narasumber dalam penelitian ini adalah masyarakat dengan latar belakang sosial, pekerjaan, usia, pendidikan dan ekonomi yang berbeda. Ketujuh orang yang menonton “Taman Gabusan” menjadi informan dengan latar belakang yang berbeda akan dapat memberikan variasi yang berbeda dalam penelitian ini.

Peneliti mengambil narasumber tersebut sebagai informan dalam penelitian dengan pertimbangan yang diberikan oleh Heni Purwanto selaku Kepala Bidang Humas Pemerintahan Daerah Kabupaten Bantul, bahwa program tayangan “Taman Gabusan” sendiri dibentuk oleh pemerintah Kabupaten Bantul untuk masyarakat Bantul, maka narasumber yang diambil adalah warga Bantul. Selain itu pemilihan narasumber juga berdasarkan segmentasi yang ada pada program yaitu untuk umum. Selain melihat pertimbangan tersebut pemilihan narasumber juga didasarkan atas kuesioner awal yang disebar untuk mencari narasumber yang sesuai kriteria.

Warga Bantul yang dijadikan narasumber adalah warga yang berprofesi sebagai pegawai dan ibu rumah tangga. Alasan pegawai karena mereka dianggap

sudah mengerti dan mampu mengevaluasi mengenai tayangan yang mereka tonton sedangkan ibu rumah tangga dipilih karena mereka memiliki banyak waktu luang dan banyak bersosialisasi, maka mereka akan memiliki banyak waktu untuk menonton tayangan televisi.

7. Narasumber

Khalayak Warga Bantul yang pernah menonton acara “Taman Gabusan”. Masing–masing informan diberikan pertanyaan yang sama, sesuai dengan *guiding questions* yang sudah dibuat sebelumnya. Pertanyaan yang diajukan peneliti akan berkembang dengan sendirinya ketika proses wawancara berlangsung.