



**PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI WARGA KOTA  
DEPOK MELALUI TAYANGAN *LIPUTAN 6 SCTV*:  
Studi Kepuasan Masyarakat Kota Depok Terhadap Format dan  
Substansi Tayangan *Liputan 6 SCTV***

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Komunikasi Jenjang Pendidikan Strata Satu (S1) Program *Broadcasting***

**DISUSUN OLEH:**

Nama : **Maya Maryam Zuhra**  
NPM : **0410312-006**  
Jurusan : ***Broadcasting***

**Fakultas Ilmu Komunikasi  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**2007**



**MERCU BUANA**

**Fakultas Ilmu Komunikasi**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Maya Maryam Zuhra

NPM : 0410312-006

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jurusan : *Broadcasting*

Judul Skripsi : PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI WARGA KOTA

DEPOK MELALUI TAYANGAN *LIPUTAN 6 SCTV*:

Studi Kepuasan Masyarakat Kota Depok Terhadap Format dan

Substansi Tayangan *Liputan 6 SCTV*

Jakarta, September 2007

**MENGETAHUI**

Pembimbing I

(Drs. Ahmad Mulyana., M.Si)



## **MERCU BUANA**

**Fakultas Ilmu Komunikasi**

### **LEMBAR TANDA LULUS SIDANG**

Nama : Maya Maryam Zuhra  
NPM : 0410312-006  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Jurusan : *Broadcasting*  
Judul Skripsi : PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI WARGA KOTA  
DEPOK MELALUI TAYANGAN *LIPUTAN 6 SCTV*:  
Studi Kepuasan Masyarakat Kota Depok Terhadap Format dan  
Substansi Tayangan *Liputan 6 SCTV*

Jakarta, September 2007

1. Ketua Sidang

Nama : Drs. Riswandi., M.Si ( ..... )

2. Penguji Ahli

Nama : Heri Budianto., S.Sos., M.Si. ( ..... )

3. Pembimbing

Nama : Drs. Ahmad Mulyana., M.Si ( ..... )



**MERCU BUANA**

**Fakultas Ilmu Komunikasi**

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Nama : Maya Maryam Zuhra  
NPM : 0410312-006  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Jurusan : *Broadcasting*  
Judul Skripsi : PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI WARGA KOTA  
DEPOK MELALUI TAYANGAN *LIPUTAN 6 SCTV*:  
Studi Kepuasan Masyarakat Kota Depok Terhadap Format dan  
Substansi Tayangan *Liputan 6 SCTV*

Jakarta, September 2007

Disetujui dan diterima oleh  
Pembimbing I

(Drs. Ahmad Mulyana., M.Si)

Mengetahui,

Dekan Fikom

Ketua Bidang Studi

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

(Drs. Riswandi., M.Si)



**MERCU BUANA**

**Fakultas Ilmu Komunikasi**

Maya Maryam Zuhra  
0410312-006

PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI WARGA KOTA DEPOK  
MELALUI TAYANGAN *LIPUTAN 6 SCTV*: Studi Kepuasan Masyarakat Kota  
Depok Terhadap Format dan Substansi Tayangan *Liputan 6 SCTV*  
(halaman 78+x, Pengantar +V Bab + Lampiran + Daftar Pustaka)

### **ABSTRAK**

Seluruh stasiun televisi nasional memiliki paket tayangan berita, berlomba-lomba menyajikan berita terhangat dan terlengkap bagi pemirsanya. Namun sejauh ini tampaknya tayangan berita yang disajikan belum memenuhi harapan dan tuntutan pemirsa televisi lantaran berita yang disampaikan masih bersumber pada *policy* stasiun televisi ketimbang menyerap aspirasi publik.

Penelitian ini terfokus pada pemenuhan kebutuhan informasi warga Kota Depok melalui tayangan berita *Liputan 6 SCTV*, mengidentifikasi kepuasan masyarakat terhadap format dan substansinya serta sejauhmana tayangan berita tersebut menjadi sumber informasi masyarakat Kota Depok.

Penelitian ini menggunakan teori *uses and gratifications* yang diciptakan Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch. Di antara asumsi-asumsi dasar teori ini adalah: 1). Khalayak aktif sebagai bagian penting dari penggunaan media massa; 2). Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhan publik. Penelitian ini bersifat deskriptif-kuantitatif, menggambarkan fakta berdasarkan data kuantitatif tanpa meramal sesuatu: menggambarkan opini masyarakat kota Depok terhadap *Liputan 6 SCTV*, bukan meramalkan opini yang akan terbentuk dengan menyaksikan tayangan tersebut.

Penelitian ini menemukan fakta mayoritas warga Kota Depok menyatakan bahwa tayangan *Liputan 6 SCTV* cukup memenuhi kebutuhan informasi mereka, walau belum benar-benar atau sangat memenuhi kebutuhan dasar mereka atas pelbagai informasi. Secara umum, temuan ini juga membuktikan kebenaran dari teori *uses and gratification* yang mengandaikan keaktifan publik memilih, menentukan dan menyikapi sumber dan media informasi yang ada di sekitar mereka.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan HidayahNya serta kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Pada kesempatan ini perkenankanlah penulis menyatakan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membimbing dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini:

1. Orang Tua penulis yang senantiasa memberikan dukungan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Ibu Dra. Diah Wardhani., M.Si
3. Bpk. Riswandi., M.Si., Ketua Bidang Broadcasting untuk dukungan, bimbingan dan waktu yang diberikan, khususnya selama proses penulisan skripsi.
4. Bpk. Heri Budianto., M.Si., dosen yang selalu mengingatkan supaya penulis cepat menyelesaikan skripsi. Terimakasih banyak ya pak..
5. Bpk. Drs. Ahmad Mulyana.,M.Si., Dosen Pembimbing skripsi yang selalu menyediakan waktu untuk berdiskusi dan memberikan saran-saran yang sangat membantu penulis untuk cepat menyelesaikan skripsi ini.
6. Ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada dosen-dosen penulis selama penulis menuntut ilmu di kampus tercinta ini. Khususnya kepada Ibu Henny S. Widyaningsih, M.Si., Bpk. Ir. Gatot Triyanto, Bpk. Pipit Iriyanto,

Bp. Ari Junaedi SH, M.Si., Ibu Irmulan Sati T. SH, M.Si., Bpk. Drs. Hardiyanto, Bpk. Drs. Joni Arman Hamid, Bpk. Syaefurrahman Al-Banjary, SH, M.Si., Bpk. Afdal Makkuraga Putra.

7. Ucapan terimakasih juga penulis ucapkan kepada petugas TU yang membantu kelancaran seluruh urusan administrasi penulis.
8. Manajemen PT Tempo Inti Media Tbk. Khususnya Bpk. Herry Hernawan, Ibu Gabriel Sugrahetty, dan Ibu Ade Liesnasari, terimakasih untuk dukungannya dan kemudahan yang saya dapat sehingga bisa menyelesaikan studi ini.
9. Dan akhirnya, kepada suami tercinta, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya untuk dukungan yang luar biasa di saat-saat yang sulit sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu dan sangat membantu penulis selama mengerjakan skripsi dan menjalankan masa perkuliahan.

Harapan penulis adalah semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembacanya, terutama memberikan informasi terkait perkembangan ilmu komunikasi.

Akhir kata, penulis mohon maaf bila ada hal-hal yang tidak berkenan dalam skripsi ini. Saran dan masukan dari semua pihak sangat diharapkan penulis di masa yang akan datang.

Depok, Agustus 2007

Maya Maryam Zuhra

## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....           | ii   |
| <b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG</b> .....            | iii  |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI</b> .....  | iv   |
| <b>ABSTRAK</b> .....                              | v    |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                       | vi   |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                           | viii |
| <b>DAFTAR TABEL DAN GRAFIK</b> .....              | x    |
| <br>  |      |
| <b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....                   | 1    |
| I. 1. Latar Belakang .....                        | 1    |
| I. 2. Rumusan Masalah .....                       | 11   |
| I. 3. Tujuan Penelitian .....                     | 11   |
| I. 4. Manfaat Penelitian .....                    | 12   |
| 1.4.1. Manfaat Akademis .....                     | 12   |
| 1.4.2. Manfaat Praktis .....                      | 12   |
| <br>  |      |
| <b>BAB II. KERANGKA TEORI</b> .....               | 13   |
| II. 1. Pengertian Komunikasi .....                | 13   |
| II.1.1. Kerangka Pemahaman Komunikasi .....       | 15   |
| II. 2. Teori <i>Uses and Gratifications</i> ..... | 17   |
| <br>  |      |
| <b>BAB III. METODOLOGI PENELITIAN</b> .....       | 23   |
| III. 1. Sifat dan Tipe Penelitian .....           | 23   |



|  |           |
|--|-----------|
| III. 2. Metodologi Penelitian .....                  | 25        |
| III. 3. Populasi dan Sampel Penelitian .....         | 26        |
| III.3.1. Populasi .....                              | 26        |
| III.3.2. Sampel Penelitian .....                     | 27        |
| III. 4. Teknik Pengumpulan Data .....                | 28        |
| III. 5. Defenisi dan Operasionalisasi Konsep .....   | 29        |
| III. 6. Teknik Analisa Data .....                    | 33        |
| III.6.1. Koding .....                                | 33        |
| III.6.2. Memasukkan Data .....                       | 34        |
| III.6.3. Mengedit Data .....                         | 35        |
| <b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b> | <b>36</b> |
| IV. 1. Temuan Penelitian .....                       | 38        |
| IV.1.1. Identitas Responden .....                    | 38        |
| IV.1.2. Pandangan Responden .....                    | 44        |
| IV. 2. Pembahasan Atas Hasil Penelitian .....        | 56        |
| <b>BAB V. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI .....</b>       | <b>64</b> |
| V. 1. Kesimpulan .....                               | 64        |
| V. 2. Rekomendasi .....                              | 66        |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                                | <b>68</b> |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                          | <b>82</b> |

## DAFTAR TABEL DAN GRAFIK

|   |    |
|---|----|
| Tabel 1. Model <i>Uses and Gratification</i> .....  | 20 |
| Tabel 2. Operasionalisasi Konsep Penelitian .....   | 31 |
| Tabel 3. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....  | 38 |
| Tabel 4. Responden Laki-laki Berdasarkan Usia .....   | 39 |
| Tabel 5. Responden Perempuan Berdasarkan Usia .....   | 40 |
| Tabel 6. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....  | 41 |
| Tabel 7. Responden Berdasarkan Profesi/Pekerjaan .....  | 43 |
| Tabel 8. Data Responden yang Menyaksikan Tayangan Berita Televisi .....                             | 44 |
| Tabel 9. Data Responden yang Meluangkan Waktu Khusus untuk Menyaksikan<br>Tayangan Berita TV? ..... | 45 |
| Tabel 10. Tayangan Berita yang Disaksikan Responden .....   | 46 |
| Tabel 11. <i>Channel</i> Televisi Pilihan Responden untuk Menyaksikan Tayangan<br>Berita .....      | 47 |
| Tabel 12. Waktu Responden Menyaksikan Tayangan Berita Televisi .....                                | 48 |
| Tabel 13. Frekuensi Responden Menyaksikan Tayangan Berita Televisi .....                            | 49 |
| Tabel 14. Ketertarikan Responden dengan Liputan 6 SCTV .....  | 50 |
| Tabel 15. Tayangan Liputan 6 SCTV Pilihan Responden .....   | 50 |
| Tabel 16. Pandangan Responden Terhadap Tayangan Berita Televisi .....                               | 51 |
| Tabel 17. Hal Paling Menarik Dari Tayangan Liputan 6 SCTV .....                                     | 52 |
| Tabel 18. Pemenuhan Informasi Tayangan Liputan 6 SCTV .....   | 53 |

|   |    |
|---|----|
| Tabel 19. Apakah Informasi Tayangan Liputan 6 SCTV Membantu Pekerjaan Responden ..... | 54 |
| Tabel 20. Apakah Informasi Liputan 6 Menjadi Referesi Utama Responden .....           | 55 |
| Tabel 21. Perlu Tidaknya Format Tayangan Liputan 6 SCTV Dipertahankan .....           | 55 |
| Tabel 22. Apakah Anda Memiliki Saran untuk Tayangan Liputan 6 SCTV? .....             | 56 |
| Tabel 23. Data Responden Penelitian .....   | 68 |
| Grafik 20. Apakah Anda Menyaksikan Tayangan Berita Televisi? .....                    | 56 |
| Grafik 1. Perbandingan Sikap Responden Terhadap Tayangan Berita Televisi ..           | 59 |

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **I. 1. Latar Belakang**

Secara sederhana dapat digambarkan, bahwa dahulu nenek moyang kita membuat tulisan di gua-gua untuk meninggalkan cerita tentang kehidupan kuno mereka. Lalu generasi berikutnya menyalin tulisan-tulisan gua tersebut dan juga menuliskan kisah mereka sendiri di kulit-kulit kayu dan hewan untuk melanjutkan komunikasi generasi gua kepada mereka dan membangun komunikasi mereka sendiri. Dengan ditemukannya kertas, komunikasi tersebut juga berlanjut di manuskrip-manuskrip. Perkembangan teknologi dan penemuan mesin cetak meningkatkan komunikasi dalam berbagai bentuk yang lebih luas seperti, buku, koran, surat-menyurat dan selebaran. Komunikasi kian berkembang pesat dengan ditemukannya telepon, frekuensi radio dan televisi, serta terakhir media komunikasi selular.

Ketergantungan masyarakat global tersebut ditandai dengan peningkatan mobilitas antar individu, ketergantungan ekonomi, teknologi, dan komunikasi, serta ketundukan pada tatanan global yang berlaku secara internasional seperti mekanisme Perserikatan Bangsa Bangsa (PBB) dan Hukum-hukum Internasional.

Manusia modern tidak lagi menjadi identitas independen yang bebas dari pengaruh interaksi antar budaya dan kehilangan batas-batas komunikasi (*communication barriers*) yang dulu menjadi penghalang. Coca Cola dapat dikonsumsi masyarakat pedalaman Kalimantan, info album musik terbaru dari artis tertentu bisa disaksikan di *channel* televisi MTV dari seluruh dunia, dan bahkan perkembangan dunia bisa disaksikan di *channel* televisi CNN dan Aljazeera dari kamar tidur kita.

Ada banyak teori yang menjelaskan perihal hubungan media dengan masyarakat, antara lain seperti yang ditulis oleh Denis McQuail yang menyatakan bahwa: *pertama*, hubungan media-masyarakat dianggap sebagai bagian dari sejarah perkembangan media massa dalam masyarakatnya. Pada awalnya media menerapkan kegiatan dan konvensi sebagaimana institusi *nasional* lainnya, dimana media mendapat tekanan dari kekuatan sosial politik setempat dan dituntut memenuhi harapan publik, sehingga mau tidak mau media secara aktif berusaha memenuhi kepentingan nasional yang ditentukan para aktor dan institusi yang lebih kuat. *Kedua*, media sebagai institusi mediasi yang menghubungkan masyarakat biasa dengan peristiwa yang sulit dijangkau dan penguasa, dengan pengertian hubungan terjadi karena adanya informasi yang berkesinambungan. *Ketiga*, media sebagai institusi yang dibutuhkan bagi kesinambungan sistem sosial masyarakat industri modern yang berskala besar.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Denis McQuail, Teori Komunikasi Massa, Suatu Pengantar (Jakarta: Penerbit Erlangga, 1991), h. 109

Adalah '*teori normatif*' yang membicarakan konsep hubungan (*linkage*) media-masyarakat, yang mengandung pandangan tentang harapan masyarakat terhadap media dan peran yang seharusnya dijalankan media. Ada enam ragam teori normatif, dimana terdiri dari empat klasifikasi yang dikembangkan Siebert pada 1956 ditambah dengan dua klasifikasi baru sebagai respon terhadap perkembangan baru teori ini. Teori-teori tersebut adalah: *Pertama*, teori otoriter yang mengidentifikasi kapan dan dimana pers tunduk pada kekuasaan negara dan kepentingan kelas penguasa. Teori ini membenarkan adanya sensor pendahuluan dan hukuman atas penyimpangan dari ketentuan negara, serta pengendalian pers melalui peraturan perundang-undangan, pengendalian produksi, kode etik, pajak dan sanksi ekonomi, pengendalian impor, sampai dengan pengangkatan staf redaksi oleh negara. *Kedua*, teori pers bebas, yang menyatakan bahwa seseorang seyogyanya bebas mengungkapkan hal-hal disukainya sebagai perluasan dari kebebasan berpendapat, mengungkapkan pendapat dan berserikat. *Ketiga*, teori tanggungjawab sosial, yang berasal dari Komisi Kebebasan Pers (The Commission on Freedom of the Press) di Amerika. Teori ini menyatakan kebebasan pers menyebabkan kurangnya akses terhadap informasi dan rendahnya kualitas informasi yang disajikan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat serta meningkatkan kekuasaan kelas tertentu. *Keempat*, teori media Soviet, yang menyatakan masyarakat sosialis diharapkan menjadi masyarakat yang tidak mengandung konflik kelas, sehingga pers tidak distruktur sejalan dengan konflik politik dan berperan dalam pembentukan masyarakat komunis. *Kelima*, teori media pembangunan, yang menyatakan menentang ketergantungan pada dominasi

asing serta kewenangan paham otokratis, mendorong penggunaan media secara positif dalam pembangunan nasional dan mengandaikan adanya keterlibatan masyarakat secara demokratis. Dan *keenam*, teori media demokratik-partisipan yang memberikan reaksi terhadap komersialisasi dan monopoli media yang dimiliki secara pribadi dan terhadap sentralisme dan birokratisasi lembaga siaran publik, yang diadakan sesuai dengan norma dan tanggungjawab sosial.<sup>2</sup>

Secara teoritik, kebutuhan manusia akan komunikasi tidak lain berkaitan dengan kebutuhan manusia akan informasi untuk *survive* dalam kehidupannya. Mereka membutuhkan informasi melalui media untuk memastikan kondisi keluarga, bisnis dan aset mereka aman dan berkembang atau terancam dan merugi. Semakin tinggi tingkat kesadaran dan kebutuhan akan informasi, semakin luas cakupan komunikasi dan media yang digunakan. Komunikasi tertulis, *verbal* dan *visual* kemudian terjadi antara individu-individu dengan perbedaan latar belakang kebangsaan, ras, suku, bahasa, agama, tingkat pendidikan, status sosial atau bahkan jenis kelamin. Saling ketergantungan (interdependensi) dunia global dari berbagai aspek telah menggunakan ‘jembatan emas’ komunikasi sebagai media.<sup>3</sup>

Sebagai contoh, diperkirakan 6 dari 10 orang dewasa di Amerika Serikat dan Kanada membaca Surat Kabar Harian, dan 7 dari 10 orang membaca Surat Kabar Mingguan pada akhir pekan mereka. Pada saat mereka melihat Surat Kabar, kebanyakan langsung mencari berita aktual yang telah mereka dengar atau

---

<sup>2</sup> Ibid., h. 111-122

<sup>3</sup> Dedy Mulyana, Ilmu Komunikasi; Suatu Pengantar (Bandung: Remaja RosdaKarya, 2002), h. 14

saksikan di radio dan televisi. Mereka membutuhkan ‘analisis dan *background*’ suatu peristiwa yang lebih mendalam dan detail --dimana radio dan televisi kurang dapat memberikan informasi tentang hal tersebut. Surat kabar bukan saja memberikan informasi kepada pembacanya, namun juga membantu mereka memahami suatu peristiwa dan dampak yang mungkin akan mereka terima.<sup>4</sup>

Ensiklopedi Encarta menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan berita (*news*) adalah, “...(t)he reporting of current information on television and radio, and in newspapers and magazines.” Defenisi ini mengasumsikan ketergantungan manusia kontemporer terhadap berita yang menceritakan perkembangan di luar diri manusia, yang bersifat informatif dan bermanfaat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Kebutuhan akan berita semakin meningkat manakala berhubungan langsung dengan profesi dan lapangan kerja yang bersangkutan. Berita yang dibutuhkan menjadi variatif antar individu, tidak bisa digeneralisasi. Kebutuhan seorang politisi, ekonom, ahli cuaca, pengusaha, serta ibu rumah tangga sudah barang tentu berbeda. Artinya, begitu luasnya cakupan berita sehingga meliputi segala laporan perihal informasi aktual, baik melalui televisi, radio, surat kabar ataupun majalah. Sejauh apa yang disampaikan merupakan laporan informasi aktual dalam bidang apapun, maka ia dapat dikategorikan sebagai berita.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Microsoft Encarta Encyclopedia Deluxe 2004, *Newspaper* (Microsoft Corporation, © 1993-2003), All rights reserved.

<sup>5</sup> Microsoft Encarta Encyclopedia Deluxe 2004, *Newspaper* (Microsoft Corporation, © 1993-2003), All rights reserved.



Untuk media televisi kita, berita-berita itu ditayangkan dengan kemasan khusus siaran berita, seperti di **Metro TV** (Metro Pagi, Metro Xin Wen, Metro This Morning, Metro Siang, Metro malam, Metro Hari Ini, Metro This Week, Metro Sports Weekend), di **TVRI** (Berita Pagi, Berita Nusantara, Berita Siang, Berita Nasional, Dunia Dalam Berita), di **TPI** (Lintas Pagi, Selamat Pagi Indonesia), di **RCTI** (Nuansa Pagi, Nuansa pagi Dunia, Buletin Siang, Seputar Indonesia), di **ANTV** (Cakrawala Pagi, Cakrawala), di **SCTV** (Liputan 6 Pagi, Liputan 6 Siang, Liputan 6 Petang), di **Trans TV** (Reportase Pagi, Jelang Siang, Reportase Sore), dan di **TV7** (Redaksi TV7: Tujuh Pagi, Redaksi TV7: Tujuh Malam). Stasiun-stasiun televisi tersebut juga membuat tayangan-tayangan khusus untuk berita-berita kriminalitas dan seputar kehidupan selebritis.

Seluruh stasiun televisi nasional yang ada di Indonesia memiliki paket acara berita. Masing-masing stasiun televisi berlomba-lomba menyajikan berita terhangat, terlengkap dan bahkan memperoleh berita langsung secara eksklusif (sebagai satu-satu televisi yang bisa mengakses sumber berita). Persaingan ini membuat kalangan televisi berlomba-lomba menyajikan tayangan terbaik bagi pemirsanya.

Namun sejauh ini tampaknya tayangan berita belumlah memenuhi harapan dan tuntutan pemirsa televisi pada umumnya. Hasil jajak pendapat yang dilakukan harian Kompas dalam rangka memperingati hari ulang tahun beberapa stasiun

televisi di Indonesia juga mengungkapkan, bahwa 2/3 responden membenarkan kecenderungan televisi lebih mementingkan “aspek komersil”.<sup>6</sup>

Menangkis tuduhan yang sangat ekstrim di atas, Gerbner (1969) memberikan gambaran bahwa para komunikator massa (media) berada dalam situasi tertekan. Tekanan yang mereka hadapi berasal dari pelbagai “kekuatan”, termasuk dari klien (pemasang iklan misalnya), penguasa (khususnya penguasa hukum dan politik), pakar, institusi lain dan khalayak. Menurut Gerbner, “Meskipun secara analisa berbeda, tetapi dalam kenyataannya tidak ada satu pun kekuatan atau bentuk pengaruh yang terpisah atau terisolasi. Semua kekuatan tersebut (para pemasang iklan dan elit politik) berbaur, tumpang tindih dan saling mendesak.”<sup>7</sup>

Apapun, kesimpulan-kesimpulan di atas sebenarnya mengemukakan satu masalah, yaitu tidak berlangsungnya suatu komunikasi yang efektif antara media televisi-pemirsa, serta ketiadaan akses publik untuk mempengaruhi pemberitaan sehingga sesuai dengan informasi yang mereka butuhkan. Pandangan ini juga menganggap bahwa yang dimunculkan media televisi kadangkala bukanlah peristiwa yang sesungguhnya, namun lebih merupakan apa yang ditangkap dan diolah, lalu disebarakan oleh jurnalis, reporter dan redaktur. Berita tidak identik dengan peristiwa, namun merupakan upaya rekonstruksi sudut informasi tertentu dalam sebuah peristiwa dan memberikan kerangka acuan tertentu sehingga peristiwa tersebut memiliki arti bagi pembaca. Artinya, apa yang dianggap

---

<sup>6</sup> Kompas, Senin, 25 Agustus 2003

<sup>7</sup> Denis McQuail, Teori Komunikasi Massa, Suatu Pengantar (Jakarta: Penerbit Erlangga, 1991), h. 141

sebagai berita lebih merupakan asumsi pengelola stasiun televisi, yang muncul dalam benak reporter, pengambil gambar dan editor berita, lalu dikemas sedemikian rupa dengan melalui trik, taktik pengambilan gambar, *soundbite* serta pemilihan narasumber.<sup>8</sup>

SCTV adalah salah satu media televisi nasional yang memiliki kualitas tayangan berita cukup baik. Bermula dari Jl. Darmo Permai, Surabaya, Agustus 1990, siaran SCTV diterima secara terbatas untuk wilayah Gerbang Kertosusila (Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Surabaya, Sidoardjo dan Lamongan) yang mengacu pada izin Departemen Penerangan No. 1415/RTF/K/IX/1989 dan SK No. 150/SP/DIR/TV/1990. Satu tahun kemudian, 1991, pancaran siaran SCTV meluas mencapai Pulau Dewata, Bali dan sekitarnya. Saat itu kepanjangan SCTV adalah Surabaya Centra Televisi.<sup>9</sup>

Baru pada tahun 1993, berbekal SK Menteri Penerangan No 111/1992 SCTV melakukan siaran nasional ke seluruh Indonesia. Menandai perluasan siaran itu, kepanjangan SCTV berubah menjadi Surya Citra Televisi dengan logo setengah lingkaran berwarna biru, merah dan abu-abu. Logo yang bermakna pancaran SCTV membias secara nasional seperti Matahari itu, bersanding dengan slogan AYO yang dimaksudkan menggugah semangat pemirsa maupun pengelolanya. Untuk mengantisipasi perkembangan industri televisi dan juga dengan mempertimbangkan Jakarta sebagai pusat kekuasaan maupun ekonomi, secara bertahap mulai tahun 1993 sampai dengan 1998, SCTV memindahkan

---

<sup>8</sup> [http://mkb.kerjabudaya.org/mkb-102003/mkb-pokok-102003/pokok\\_1\\_102003.htm](http://mkb.kerjabudaya.org/mkb-102003/mkb-pokok-102003/pokok_1_102003.htm)

<sup>9</sup> <http://www.sctv.co.id/company/>

basis operasi siaran nasionalnya dari Surabaya ke Jakarta. Pada tahun 1999 SCTV melakukan siarannya secara nasional dari Jakarta. Slogan pun berubah dari ayo menjadi SCTV Ngetop.<sup>10</sup>

Sementara itu, mengantisipasi perkembangan teknologi informasi yang kian mengarah pada konvergensi media SCTV mengembangkan potensi multimediana dengan meluncurkan situs [www.sctv.co.id](http://www.sctv.co.id) dan [www.liputan6.com](http://www.liputan6.com). Melalui kedua situs tersebut, SCTV tidak lagi hanya bersentuhan dengan masyarakat Indonesia di wilayah Indonesia, melainkan juga menggapai seluruh dunia. SCTV menyadari bahwa eksistensi industri televisi tidak dapat dipisahkan dari dinamika masyarakat. SCTV menangkap dan mengekspresikannya melalui berbagai program berita dan *feature* produksi Divisi Pemberitaan seperti Liputan 6 (Pagi, Siang, Petang dan Malam), Buser, Topik Minggu Ini, Sigi dan sebagainya. SCTV juga memberikan arahan kepada pemirsa untuk memilih tayangan yang sesuai. Untuk itu, dalam setiap tayangan SCTV di pojok kiri atas ada bimbingan untuk orangtua sesuai dengan ketentuan UU Penyiaran No: 32/2002 tentang Penyiaran yang terdiri dari BO (Bimbingan Orangtua), D (Dewasa) dan SU (Semua Umur). Jauh sebelum ketentuan ini diberlakukan, SCTV telah secara selektif menentukan jam tayang programnya sesuai dengan karakter programnya.<sup>11</sup>

Pilihan untuk melakukan penelitian terhadap tayangan Liputan 6 SCTV didasarkan pada tiga hal: *Pertama*, bahwa SCTV merupakan televisi swasta

---

<sup>10</sup> <http://www.sctv.co.id/company/> , saat ini SCTV memiliki slogan Satu Untuk Semua dan merubah logonya.

<sup>11</sup> <http://www.sctv.co.id/company/>

nasional pertama yang tumbuh sebagai media hiburan dan media berita sekaligus. Komitmen untuk muncul sebagai media berita ini ditunjukkan dengan lahirnya situs khusus berita [www.liputan6.com](http://www.liputan6.com) untuk menampilkan berita-berita yang ditayangkan dalam Liputan 6 berbentuk multimedia dan berita tertulis, selain situs [www.sctv.co.id](http://www.sctv.co.id) yang mengedepankan tayangan-tayangan acaranya. *Kedua*, walaupun muncul beberapa stasiun televisi baru dan stasiun televisi yang secara khusus mengembangkan media berita, pamor Liputan 6 SCTV tidak serta merta turun. Dan *ketiga*, di samping memperbaiki kualitas tayangan Liputan 6, SCTV juga berhasil melakukan regenerasi dan rekrutmen pembawa berita yang handal dan disukai publik. Komitmen SCTV bukan saja untuk menyajikan berita, namun juga mendekatkan acara mereka publik.

Penelitian ini akan memfokuskan pada kajian tentang bagaimana tayangan berita Liputan 6 SCTV memenuhi kebutuhan informasi publik, khususnya masyarakat Kota Depok, ditinjau dari format dan substansi tayangannya. Berangkat dari asumsi di atas, bahwa meskipun sebagai media SCTV berusaha memperbaiki kualitas tayangannya, namun secara umum SCTV masuk menjadi bagian dari persoalan media secara umum. Ada banyak pertanyaan berkaitan dengan sejauhmana tayangan Liputan 6 sudah memenuhi kebutuhan informasi publik atau memenuhi permintaan pemirsanya akan berita yang mereka butuhkan. Karenanya penelitian ini mengambil fokus pada “PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI WARGA KOTA DEPOK MELALUI TAYANGAN LIPUTAN 6 SCTV: Studi Kepuasan Masyarakat Kota Depok Terhadap Format dan Substansi Tayangan Liputan 6 SCTV”.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka identifikasi masalahnya adalah, “Apakah tayangan berita yang disampaikan oleh media televisi dalam hal ini Liputan 6 SCTV sudah memenuhi kebutuhan informasi publik yang menjadi audiensnya, khususnya masyarakat Kota Depok?”

Berdasarkan pertanyaan-pertanyaan di atas, maka penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut: PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI WARGA KOTA DEPOK MELALUI TAYANGAN LIPUTAN 6 SCTV: Studi Kepuasan Masyarakat Kota Depok Terhadap Format dan Substansi Tayangan Liputan 6 SCTV.

## **I. 3. Tujuan Penelitian**

Adapun Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah seluruh tayangan berita Liputan 6 SCTV (Liputan 6 Pagi, Liputan 6 Siang, Liputan 6 Petang dan Liputan 6 Malam) sudah memenuhi kebutuhan publik akan informasi baik yang berhubungan dengan pekerjaan maupun kehidupan mereka sehari-hari. Secara khusus, publik yang dimaksud disini adalah masyarakat yang berdomisili di Kota Depok, Jawa Barat.

## **I.4. Manfaat Penelitian**

### **I.4.1. Manfaat Akademis**

Manfaat akademis dari penelitian ini adalah untuk memperkaya khasanah pengetahuan perihal pemenuhan kebutuhan informasi warga Kota Depok melalui tayangan *Liputan 6 SCTV*.

### **I.4.2. Manfaat Praktis**

Sedangkan manfaat praktis dari penelitian ini adalah Memberikan masukan kepada SCTV tentang tayangan *Liputan 6*, apakah tayangan ini sudah baik, apa kelebihan dan kekurangannya, terutama dilihat dari segi jurnalistik. Secara tidak langsung penelitian ini membantu menjembatani komunikasi antara media (SCTV) dengan masyarakat sebagai pemirsanya. Diharapkan komunikasi ini akan memperbaiki citra SCTV dan tayangan *Liputan 6*-nya di mata publik.

## BAB II

### KERANGKA TEORI

#### II. 1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia. Dengan berkomunikasi, manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari di rumah tangga, di tempat pekerjaan, di pasar, dalam masyarakat atau dimana saja manusia berada. Tidak ada manusia yang tidak akan terlibat dalam komunikasi. Luasnya cakupan aktivitas komunikasi ini menyebabkan begitu banyak pemaknaan terhadap komunikasi.

Secara teoritik, kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti "sama", *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berarti "membuat sama" (*to make common*). Istilah *communis* paling sering disebut-sebut sebagai asal-usul kata komunikasi, karena merupakan akar dari kata-kata Latin yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama. Kata lain yang mirip dengan komunikasi adalah komunitas (*community*) yang juga menekankan kesamaan dan kebersamaan. Komunitas merujuk pada



sekelompok orang yang berkumpul atau hidup bersama untuk mencapai tujuan tertentu. Tanpa komunikasi, tidak akan ada komunitas.<sup>12</sup>

Tentang defenisi komunikasi, sebagaimana teori dan atau model, tidak memiliki defenisi yang pasti benar dan salah. Defenisi komunikasi harus dilihat manfaatnya untuk menjelaskan fenomena yang didefinisikan dan mengevaluasinya. Beberapa defenisi mungkin terlalu sempit, misalnya "Komunikasi adalah penyampaian pesan melalui media elektronik". Atau terlalu luas, misalnya "Komunikasi adalah interaksi antara dua makhluk hidup atau lebih", hingga termasuk komunikasi hewan dan lain-lain.<sup>13</sup>

Menurut Thomas M. Scheidel, tujuan kita berkomunikasi untuk menyatakan dan mendukung identitas diri, untuk membangun kontak sosial dengan orang di sekitar kita, dan untuk mempengaruhi orang lain untuk merasa, berpikir, atau berperilaku seperti yang kita inginkan. Gordon I. Zimmerman merumuskan bahwa tujuan kita berkomunikasi adalah: *Pertama*, untuk menyelesaikan tugas-tugas yang penting bagi kebutuhan kita, dan *kedua*, untuk menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain. Rudolph F. Verderber menyatakan bahwa komunikasi memiliki dua fungsi. *Pertama*, adalah fungsi sosial, yakni untuk tujuan kesenangan, menunjukkan ikatan dengan orang lain, membangun dan memelihara hubungan. *Kedua*, fungsi pengambilan keputusan, yakni untuk memutuskan melakukan atau tidak melakukan sesuatu pada suatu saat tertentu. Sedangkan Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson menyatakan bahwa

---

<sup>12</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, Mei 2002) h. 41-42

<sup>13</sup> *Ibid.*, h. 42

komunikasi memiliki dua fungsi umum: *Pertama*, untuk kelangsungan hidup diri sendiri yang meliputi keselamatan fisik, meningkatkan kesadaran pribadi, menampilkan diri dan mencapai ambisi pribadi. Kedua, untuk kelangsungan hidup masyarakat, tepatnya untuk memperbaiki hubungan sosial dan mengembangkan keberadaan suatu masyarakat.<sup>14</sup>

## **II. 1.1. Kerangka Pemahaman Komunikasi**

Paling tidak, ada tiga kerangka pemahaman mengenai komunikasi, yakni: 1). Komunikasi sebagai tindakan satu arah; 2). Komunikasi sebagai interaksi; dan 3). Komunikasi sebagai transaksi. Pandangan ini merujuk pada teoritis komunikasi seperti John R. Wenburg dan William W. Wilmot, Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken.<sup>15</sup>

Komunikasi sebagai tindakan satu arah mengandung pengertian bahwa komunikasi manusia adalah penyampaian pesan searah dari seseorang (suatu lembaga) kepada seseorang (sekelompok orang lainnya) secara langsung atau melalui media seperti surat (selebaran), surat kabar, majalah, radio atau televisi, yang menurut Michael Burgoon disebut sebagai ”defenisi berorientasi sumber” (*source oriented definition*). Defenisi ini mengabaikan komunikasi yang tidak

---

<sup>14</sup> Op. cit. h. 4-5

<sup>15</sup> Ibid., h. 61

disengaja, seperti pesan yang terkandung dalam suara, ekspresi wajah atau isyarat lain yang spontan.<sup>16</sup>

Pandangan bahwa komunikasi merupakan interaksi menyetarakan komunikasi dengan proses sebab-akibat atau aksi-reaksi, yang arahnya bergantian. Seseorang menyampaikan pesan, baik *verbal* atau *non-verbal*, seorang penerima berreaksi memberikan tanggapan verbal, kemudian orang pertama memberikan reaksi kembali setelah menerima reaksi orang kedua/penerima, begitu seterusnya. Masing-masing pihak memiliki fungsi yang berbeda-beda, yaitu sebagai pengirim dan penerima. Kelemahan teori ini adalah, bahwa komunikasi mengabaikan kemungkinan bahwa orang-orang dapat mengirim dan menerima pesan pada saat yang sama.<sup>17</sup>

Sedangkan komunikasi sebagai transaksi mengandaikan komunikasi sebagai suatu proses personal karena makna dan pemahaman yang kita peroleh pada dasarnya bersifat pribadi. Ketika anda mendengar seseorang berbicara, sebenarnya pada saat itu pula anda bisa mengirimkan pesan secara *non-verbal* (isyarat tangan, ekspresi wajah, dll) kepada orang yang berbicara tadi. Anda bukan hanya menafsirkan kata-katanya, tapi juga perilaku *non-verbalnya*. Dua orang atau beberapa orang yang berkomunikasi akan saling bertanya, saling berkomentar, dan saling memberikan isyarat *non-verbal* (tertawa, tersenyum, marah, mengangguk, menggeleng, dll). Semakin banyak orang yang berkomunikasi, semakin rumit transaksi komunikasi yang terjadi. Sebagai sebuah

---

<sup>16</sup> Ibid., h. 61-62

<sup>17</sup> Ibid., h. 65-66

transaksi, komunikasi menjadi proses yang dinamis, disengaja maupun tidak, dan menghasilkan respon, langsung maupun tidak langsung, dapat diamati atau pun tidak.<sup>18</sup>

Penelitian ini akan menganut pandangan yang ketiga di atas, bahwa komunikasi adalah transaksi, yaitu suatu proses yang dinamis, yang secara sinambung mengubah pihak-pihak yang berkomunikasi. Berdasarkan pandangan ini, maka pihak-pihak yang berkomunikasi dianggap sebagai komunikator yang secara aktif mengirim dan menafsirkan pesan. Setiap pihak adalah pengirim dan penerima pesan, *verbal* dan *non-verbal*. Pihak-pihak yang akan berkomunikasi pun memilih sasaran dan media untuk berkomunikasi, sesuai dengan kebutuhan, kemampuan dan ketersediaan media. Pihak-pihak yang dominan dalam pembentukan opini atau penyampaian pesan, juga menghadapi reaksi dan kritisi, terutama berkaitan dengan manfaat dan ancaman yang ditimbulkan oleh pesan yang disampaikan dalam komunikasi tersebut.

## **II. 2. Teori *Uses and Gratifications***

Apa yang mendorong kita menggunakan media? Mengapa kita senang acara X dan membenci acara Y? Mengapa anda lebih senang menghabiskan waktu dengan mendengarkan musik pop dari radio ketimbang membaca novel? Apakah media massa berhasil memenuhi kebutuhan kita? Inilah di antara sekian banyak pertanyaan yang berkenaan dengan teori *uses and gratification*.

---

<sup>18</sup> Ibid., h. 67

Menurut para pendirinya, Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch, teori *uses and gratifications* meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan (atau keterlibatan pada kegiatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain, barangkali termasuk juga yang tidak diinginkan.<sup>19</sup>

Denis McQuail dan Sven Windahl menjelaskan bahwa teori ini menfokuskan pada urutan kronologis berikut: 1). Konteks sosial dan psikologis (*the social and psychological origin of*); 2). Kebutuhan secara umum (*needs, which generate*); 3) perkiraan akan (*expectations of*); 4). Media massa dan sumber lainnya yang mengarahkan kepada (*the mass media and other sources, which lead to*); 5). Perbedaan pola keterbukaan media yang menghasilkan (*differential patterns of media exposure resulting in*); 6). Pemenuhan kebutuhan, atau (*needs of gratifications or*); 7). Konsekuensi lain, yang kebanyakan tidak diharapkan (*other consequences, perhaps mostly unintended ones*).<sup>20</sup>

Asumsi-asumsi dasar dari teori ini adalah: 1). Khayalak dianggap aktif; artinya sebagian penting dari penggunaan media massa dan diasumsikan mempunyai tujuan; 2). Dalam proses komunikasi massa ada banyak inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada anggota khalayak; 3). Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk

---

<sup>19</sup> Elihu Katz, Jay G. Blumler dan Michael Gurevitch, "Utilization of Mass Communication by Individual", *The Uses of Mass Communication: Correct Perspective on Gratification Research* (London-Beverly Hills: Sage Publication, 1976) h. 20, sebagaimana dikutip Jalaluddin Rakhmat, M.Sc., Psikologi Komunikasi (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, November 2001), h. 204-205

<sup>20</sup> Denis McQuail dan Sven Windahl, *Communication Models for the Study of Mass Communications* (London and New York: Longman, 1993), h. 133-134

memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi media hanyalah bagian dari rentangan kebutuhan manusia yang lebih luas. Bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media amat bergantung pada perilaku khalayak yang bersangkutan; 4). Banyaknya tujuan pemilihan media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak; artinya, orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu; 5). Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak.<sup>21</sup>

Teori ini digambarkan D. L. Swanson dalam tulisannya yang berjudul *The Continuing Evolution of Uses and Gratification Approach* sebagai, “a dramatic break with effects tradition of the past”, suatu loncatan dramatis dari model jarum hipodermik.<sup>22</sup> Denis McQuail dan Sven Windahl bahkan menyebutnya sebagai, “the escape from the shadow of effect research”, pelarian dari bayang-bayang riset tentang efek.<sup>23</sup>

Model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media kepada diri seseorang, tetapi sebaliknya, apa yang dilakukan orang terhadap media. Masyarakat dianggap aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Di sinilah timbul istilah *uses and gratifications*, penggunaan dan pemenuhan kebutuhan. Dalam asumsi ini tersirat pengertian bahwa komunikasi massa

---

<sup>21</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, Ibid., h. 205

<sup>22</sup> Model Jarum Hipodermik mempunyai asumsi bahwa komponen-komponen komunikasi (komunikator, pesan, media) amat perkasa dalam mempengaruhi komunikasi. Disebut dengan teori jarum hipodermik karena dalam model ini dikesankan seakan-akan komunikasi ‘disuntikkan’ langsung ke dalam jiwa komunikan, sebagaimana obat disuntikkan ke tubuh dan membawa perubahan pada tubuh. Teori ini juga disebut ‘bullet theory’ (teori peluru) karena komunikan dianggap pasif menerima berondongan pesan-pesan komunikasi.

<sup>23</sup> Denis McQuail dan Sven Windahl, *Ibid*, h. 133

berguna (*utility*); bahwa konsumsi media diarahkan oleh motif (*intentionality*); bahwa perilaku media mencerminkan kepentingan dan preferensi (*selectivity*); dan bahwa khalayak sebenarnya kepala batu (*stubborn*). Karena penggunaan media hanyalah salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan psikologis, efek media dianggap sebagai situasi ketika kebutuhan itu terpenuhi.<sup>24</sup>

**Tabel 1. Model Uses and Gratifications<sup>25</sup>**

| Anteseden             | Motif                                     | Penggunaan Media      | Efek                         |
|-----------------------|---|-----------------------|------------------------------|
| - Variabel Individual | - Personal Diversi<br>- Personal Identity | - Hubungan macam isi  | - Keputusan<br>- Pengetahuan |
| - Variabel Lingkungan |   | - Hubungan dengan isi | - Kepuasan                   |

Dari model ini, hubungan antar variabel akan diukur (anteseden, motif, penggunaan media, efek). Anteseden meliputi variabel individual yang terdiri dari data demografi seperti usia, jenis kelamin dan faktor-faktor psikologis komunikasi, serta variabel lingkungan seperti organisasi, sistem sosial dan struktur sosial. Motif dapat dioperasionalkan dengan berbagai cara: *unifungsional* (hasrat melarikan diri, kontrak sosial atau bermain), *bifungsional* (informasi-edukasi, fantasistescapist, atau gratifikasi segera-tertanggihkan), *empat fungsional* (diversi, hubungan personal, identitas personal, dan *surveillance*; atau

<sup>24</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1991), h. 65

<sup>25</sup> *Ibid.*, h. 66

*surveillance*, korelasi, hiburan, transmisi budaya, dan multifungsional. Menurut Blumler motif dapat dibagi secara praktis menjadi 3 orientasi: orientasi kognitif (kebutuhan bukan informasi, *surveillance*, atau eksplorasi realitas), *diversi* (kebutuhan akan pelepasan dari tekanan dan kebutuhan akan hiburan), serta identitas personal (yakni, ‘menggunakan isi media untuk memperkuat/menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khalayak sendiri’). Penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media yang dikonsumsi dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan. Sedangkan efek media dapat dioperasionalkan sebagai evaluasi kemampuan media memberikan kepuasan, misalnya: sampai sejauh mana surat kabar membantu responden memperjelas suatu masalah; sebagai dependensi media, misalnya: kepada media mana atau isi yang bagaimana yang dibutuhkan responden; sebagai pengetahuan, misalnya: apa yang diketahui responden perihal persoalan tertentu.<sup>26</sup>

Intinya, teori *uses and gratifications* mengandaikan pengguna media memainkan peran aktif dalam memilih dan menggunakan media. Teori ini juga menekankan bahwa pada dasarnya manusia memiliki otonomi dan wewenang untuk memperlakukan media, bahkan mencari media alternatif. Dengan kata lain teori ini juga menyatakan bahwa suatu media juga bisa memberikan pengaruh buruk dalam kehidupan, bisa menjadi sesuatu yang tidak dikehendaki, sehingga manusia mencari media lain untuk memenuhi kebutuhannya. Manfaat yang

---

<sup>26</sup> Ibid., h. 66



sifatnya umum antara lain pelarian dari rasa khawatir, peredaan kesepian, dukungan emosional, perolehan informasi dan kontak sosial. Alasan mengapa khalayak aktif memilih media karena setiap orang berbeda-beda tingkatnya dalam memanfaatkan media. Khalayak yang ingin mendapatkan informasi berita akan memilih menonton saluran Metro TV, tetapi khalayak yang ingin menikmati hiburan akan menyaksikan saluran Trans TV. Semakin jelas disini, bagaimana pemirsa televisi menjadi pihak yang aktif dalam memanfaatkannya.

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini akan difokuskan untuk mendeskripsikan kepuasan masyarakat Kota Depok terhadap format dan substansi tayangan Liputan 6 SCTV. beberapa asumsi penelitian ini adalah: *Pertama*, adanya kebutuhan manusia akan informasi yang ditunjukkan dengan perhatian mereka terhadap tayangan berita televisi. *Kedua*, tayangan berita yang disampaikan haruslah memenuhi harapan publik. Dan *ketiga*, publik cenderung memilih stasiun televisi yang mampu menyajikan tayangan berita paling baik. Ketiga asumsi di atas selanjutnya akan kita sebut sebagai hipotesis-hipotesis<sup>27</sup> penelitian ini. Hipotesis tersebut akan diuji melalui serangkaian metode penelitian komunikasi yang akan penulis lakukan.

#### III.1. Sifat dan Tipe Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif-kuantitatif. Disebut sebagai penelitian deskriptif karena penelitian ini berusaha menggambarkan tanpa meramal atau

---

<sup>27</sup> *Yaitu Proposisi-proposisi* dari teori komunikasi yang menyatakan bahwa masyarakat modern tidak bisa dipisahkan dari kebutuhan akan informasi dan komunikasi, termasuk dari dan melalui tayangan televisi, Lihat B Aubrey Fisher, *Teori-teori Komunikasi; Perspektif Mekanistik, Psikologis, Interaksional, dan Pragmatis* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1986), h. 7 ; Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 1991), h. 3

menyarankan sesuatu: misalnya menggambarkan opini masyarakat terhadap tayangan berita Liputan 6 SCTV, bukan meramalkan opini yang akan terbentuk dengan menyaksikan tayangan tersebut. Hal-hal yang ingin digambarkan adalah bagaimana berita tersebut menurut mereka? Dan apakah sudah memenuhi kebutuhan informasi masyarakat? Karenanya, penelitian ini menghindari pendekatan prediktif (menunjukkan ‘jika ini terjadi, maka itu akan terjadi’) atau normatif (memberikan jawaban terbaik dalam pemecahan masalah).<sup>28</sup>

Menurut Jalaludin Rakhmat, Metoda deskriptif adalah, “Upaya melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat.”<sup>29</sup> Umumnya penelitian deskriptif yang lahir dari adanya kebutuhan untuk mengetahui opini atau citra publik tentang sesuatu; misalnya, pejabat ingin mengetahui penilaian publik terhadap lembaganya atau persepsi terhadap pelayanan yang diberikan lembaganya; pengiklan ingin memastikan berapa persen populasi yang mengetahui barang yang diiklankan; pengambil keputusan ingin mengetahui reaksi khalayak terhadap kebijakan baru yang dikeluarkannya.

Disebut kuantitatif karena penelitian ini menggunakan pendekatan angka atau kuantitas. Kecenderungan pengambilan kesimpulan dilakukan berdasarkan besaran kuantitas yang diperoleh dan kecenderungan informasi yang diberikan kuantitas tersebut.

---

<sup>28</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1991), h. 61

<sup>29</sup> Jalaluddin Rakhmat, *op.cit.*, h. 27

### III. 2. Metodologi Penelitian

Penelitian sosial mengenal beberapa jenis penelitian, tergantung pada metode yang digunakan. Menurut Masri Singarimbun, jenis-jenis penelitian tersebut adalah: 1). Penelitian survai; 2). Eksperimen; 3). *Grounded research*; 4). Kombinasi pendekatan kuantitatif dan kualitatif; dan 5). Analisis data sekunder.<sup>30</sup> Dalam hal ini penulis memilih untuk melakukan penelitian survai untuk memenuhi fokus dan informasi yang diharapkan dalam penelitian ini.

Menurut Masri Singarimbun, penelitian survai adalah, "*Penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang pokok.*" Dalam survai, informasi dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner, dimana data yang dikumpulkan adalah sampel dari populasi yang mewakili seluruh populasi. Ini berbeda dengan sensus yang datanya dikumpulkan dari seluruh populasi. Unit analisa dalam penelitian survai ini adalah individu-individu.<sup>31</sup>

Secara sederhana, terdapat beberapa langkah yang sudah dan akan diambil dalam penelitian survai ini. Beberapa langkah yang sudah dilakukan adalah perumusan masalah yang akan diteliti dan tujuan penelitiannya serta penentuan konsep dan hipotesa dan studi kepustakaan. Sedangkan beberapa langkah yang akan dilakukan adalah:

---

<sup>30</sup> Masri Singarimbun dan Sofian Effendi (ed), *Metode Penelitian Survey* (Jakarta: LP3ES, 1989), h. 3

<sup>31</sup> *Ibid.*

1. Pengambilan sampel.
2. Pembuatan kuesioner.
3. Pekerjaan lapangan, termasuk memilih dan melatih pewawancara.
4. Pengolahan data.
5. Analisa dan penulisan laporan.

### **III.3. Populasi dan Sampel Penelitian**

#### **III.3.1. Populasi**

Populasi adalah keseluruhan atau kumpulan objek yang diteliti.<sup>32</sup> Unit analisa yang digunakan adalah individu-individu. Populasi dari penelitian ini adalah warga Kota Depok, yang berjumlah 1.204.687 jiwa (berdasarkan data BPS tahun 2001),<sup>33</sup> khususnya berdomisili di wilayah Kecamatan Beji dan sekitarnya dengan jumlah keseluruhan  $\pm$  88.987 jiwa, terdiri dari 46.426 laki-laki dan 42.561 perempuan.<sup>34</sup>

---

<sup>32</sup> Jalaluddin Rakhmat, , *Ibid.*, h. 78

<sup>33</sup> [http://www.depok.go.id/data\\_kota.php](http://www.depok.go.id/data_kota.php)

<sup>34</sup> [http://www.depok.go.id/wilayah\\_detail.php?wil\\_id=3](http://www.depok.go.id/wilayah_detail.php?wil_id=3)

### III.3.2. Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian dari keseluruhan atau kumpulan objek yang diteliti yang dianggap mewakili seluruh populasi yang diambil dengan metode tertentu. Pemilihan sampel dilakukan mengingat unsur populasi yang terlalu banyak, sementara kita harus menghemat biaya dan waktu. Karakteristik dari sampel disebut statistik. Metode untuk menduga secara cermat parameter statistik dikenal sebagai teori *sampling*. Karenanya sampel harus mencerminkan semua unsur dalam populasi secara proporsional (sampel tidak bias atau harus representatif).<sup>35</sup> Prinsipnya sampel yang diambil dalam penelitian ini: 1). Dapat menghasilkan gambaran yang dapat dipercaya dari seluruh populasi yang diteliti; 2). Dapat menentukan presisi (tingkat ketetapan yang ditentukan oleh hasil yang diperoleh dari sampel dibandingkan hasil yang diperoleh dari catatan lengkap); 3). Sederhana, hingga mudah dilaksanakan; dan 4). Dapat memberikan keterangan sebanyak mungkin dengan biaya serendah-rendahnya.<sup>36</sup>

Sampel penelitian ini adalah 100 responden yang diambil dari keseluruhan warga Kota Depok yang berjumlah 1.204.687 jiwa (berdasarkan data BPS 2001).

---

<sup>35</sup> Jalaluddin Rakhmat, , *Ibid.*, h. 78

<sup>36</sup> Masri Singarimbun dan Sofian Effendi (ed), *op.cit.*, h. 149-150

**Tabel Sampel**

| <b>Responden</b>     | <b>Jumlah</b>        |
|----------------------|----------------------|
| Laki-laki            | 53                   |
| Perempuan            | 47                   |
| <b>Jumlah Sampel</b> | <b>100 Responden</b> |

Penulis memilih populasi warga Kota Depok khususnya yang berdiam di wilayah Kecamatan Beji dan sekitarnya karena penulis juga berdomisili di wilayah tersebut dan mengamati secara langsung bagaimana persinggungan masyarakat setempat dengan media televisi. Dalam pengamatan penulis, hampir di setiap rumah penduduk terdapat televisi, yang selalu menyala antara pukul 06.00 pagi hingga pukul 22.00 WIB setiap harinya. Sehingga kemungkinan mereka menyaksikan tayangan berita televisi cukup tinggi.

#### **III.4. Teknik Pengumpulan Data**

Ada dua kategori data yang diperlukan dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder. Untuk data primer penelitian ini sebagian besar adalah data yang akan dikumpulkan melalui survai atau pengisian Kuestioner Penelitian. Data tersebut meliputi informasi tentang unsur-unsur sampel dari populasi serta pandangan sampel terhadap pertanyaan survai yang diajukan. Termasuk dalam kategori data primer adalah opini dan informasi yang diberikan melalui

wawancara sebagai pelengkap. Data-data ini akan dikumpulkan dengan menggunakan kuisioner yang akan diajukan pada sampel saat survei.

Sedangkan data sekunder meliputi sumber-sumber pustaka seperti buku-buku, berita media cetak dan elektronik, serta media internet. Data-data sekunder meliputi buku-buku teori, buku-buku tentang televisi dan komunikasi, berita media tentang dinamika media televisi dan pandangan publik terhadap pertelevisian, serta tulisan-tulisan ilmiah dan hasil-hasil survei.

Seluruh data tersebut akan disusun dalam katalog dan tercatat dalam pengkodean yang rapi. Data-data pustaka akan dilampirkan dalam daftar pustaka skripsi ini.

### **III.5. Defenisi dan Operasionalisasi Konsep**

Konsep adalah abstraksi yang dibentuk dengan menggeneralisasikan hal-hal khusus. Merah, hijau, hitam, digeneralisasikan sebagai 'warna'. Membaca buku, mengerjakan PR, menulis catatan, disebut dengan 'belajar'. Warna dan belajar adalah konsep.<sup>37</sup> *Konsep* juga diartikan sebagai istilah dan defenisi yang digunakan untuk secara abstrak: kejadian, keadaan, kelompok atau individu yang menjadi perhatian ilmu sosial. Melalui *konsep*, peneliti diharapkan dapat menyederhanakan pemikirannya dengan menggunakan satu istilah untuk beberapa

---

<sup>37</sup> Drs. Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1991), h. 11-12



kejadian (*events*) yang berkaitan satu dengan lainnya.<sup>38</sup> Dalam penelitian, *konsep* berperan menjadi penghubung antara dunia teori dan dunia observasi, antara abstraksi dan realitas.

Beberapa konsep penelitian ini adalah:

### **1. Kebutuhan Informasi**

Kebutuhan informasi terkait dengan upaya manusia untuk dapat *survive* dalam kehidupannya. Mereka membutuhkan informasi untuk memastikan kondisi keluarga, bisnis dan aset mereka aman dan berkembang atau terancam dan merugi. Semakin tinggi tingkat kesadaran dan kebutuhan akan informasi, semakin luas cakupan komunikasi dan media yang digunakan.

### **2. Kota Depok**

Kota Depok adalah satu wilayah di provinsi Jawa Barat yang terletak pada koordinat 6o19'00"-6o28'00" Lintang Selatan dan 106o43'00"-106o55'30" Bujur Timur, dengan luas wilayah 20,029 Ha. Batas-batas wilayahnya adalah: Sebelah Utara: berbatasan dengan DKI Jakarta dan Kecamatan Ciputat Kabupaten Tangerang; Sebelah Selatan: berbatasan dengan Kecamatan Bojong Gede dan Kecamatan Cibinong Kabupaten. Bogor; Sebelah Barat: berbatasan dengan Kecamatan Gunung Sindur dan Parung Kabupaten Bogor; dan sebelah Timur:

---

<sup>38</sup> Masri Singarimbun dan Sofian Effendi (ed), *op.cit.*, h. 33

berbatasan dengan Kecamatan Gunung Putri Kab. Bogor dan Kec. Pondok Gede Bekasi.<sup>39</sup>

### 3. Liputan 6 SCTV

Liputan 6 adalah salah satu paket tayangan berita yang dimiliki oleh Surya Citra Televisi Indonesia (SCTV) yang ditayangkan setiap hari pada pagi, siang, petang dan malam hari.

Berikut ini adalah gambaran Operasionalisasi Konsep Penelitian yang akan lebih rinci dijabarkan dalam Kuestioner Penelitian yang dibagikan kepada responden.

**Tabel 2. Operasionalisasi Konsep Penelitian<sup>40</sup>**

| No | Konsep/Variabel                               | Dimensi Variabel | Indikator           |
|----|---|------------------|---------------------|
| 1  | <b>Pemenuhan<br/>Kebutuhan<br/>Masyarakat</b> | a. Opini         | a. Sangat Terpenuhi |
|    |   | b. Kecaman       | b. Terpenuhi        |
|    |   | c. Harapan       | c. Cukup Terpenuhi  |
|    |   | d. Permintaan    | d. Tidak Terpenuhi  |
|    |   | e. Penolakan     | e. Sangat Tidak     |

<sup>39</sup> [http://www.depok.go.id/data\\_kota.php](http://www.depok.go.id/data_kota.php)

<sup>40</sup> Dalam kuestioner atau angket yang disebarkan pada saat penelitian nanti, susunan pertanyaan sebagai pengembangan dari *konsep* di atas bisa bertambah, termasuk variabel-variabelnya.

|   |   | Terpenuhi  |   |
|---|---|--|---|
| 2 | <b>Tayangan Berita Televisi</b>             | a. Berita Pagi<br>b. Berita Siang<br>c. Berita Sore<br>d. Berita Malam<br>e. Berita Kriminal<br>f. Gossip<br>g. Info Sekilas | a. Setiap waktu tayang berita<br>b. 1 x Sehari<br>c. 2 x Sehari<br>d. 3 x Sehari<br>e. Tidak Menentu<br>f. Tidak Pernah |
| 3 | <b>Format dan Substansi Tayangan Berita</b> | a. Topik<br>b. Teknik Penyampaian<br>c. Narasi<br>d. Gambar<br>e. Waktu Tayang   | a. Sangat Informatif<br>b. Informatif<br>c. Tidak Tahu<br>d. Tidak Informatif<br>e. Sangat Tidak Informatif             |
| 4 | <b>Media Televisi</b>                       | a. Televisi Komunitas<br>b. Televisi Lokal<br>c. Televisi Nasional<br>d. Televisi Luar Negeri                                | a. Positif<br>b. Negatif<br>c. Kedua-duanya<br>d. Tidak Tahu  |

## **III.6. Teknik Analisa Data**

### **III.6.1. Koding**

Karena menggunakan penelitian secara survai, maka cara pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian survai ini adalah wawancara dengan menggunakan kuesioner. Dalam cara ini responden diminta menjawab sejumlah pertanyaan. Jawaban dan tanggapan itu dapat berupa dua kategori, yaitu: YA/TIDAK, SETUJU/TIDAK SETUJU, TIDAK BERPENDAPAT, atau SANGAT TIDAK SETUJU. Bisa juga jawabannya dapat beraneka ragam seperti pada pertanyaan terbuka. Dalam pengolahan data, jawaban yang diperoleh diberi simbol berupa angka atau biasa disebut kode. Pada pertanyaan tertutup kode sudah ditentukan. Misalnya YA diberi kode 1 dan TIDAK diberi kode 0 dll. Pada pertanyaan terbuka, peneliti terlebih dahulu akan membuat kategori jawaban, baru kemudian masing-masing kategori jawaban diberi kode angka. Setelah melakukan penyusunan buku kode dan mengkode data, peneliti harus mengolah data. Pertama, memasukkan data kedalam kartu atau berkas kartu (file) data. Kedua, membuat tabel frekuensi atau tabel silang (silang dua atau tiga variable). Ketiga, mengedit yaitu mengkoreksi kesalahan-kesalahan yang ditemui setelah membaca tabel frekuensi atau tabel silang.

### **III.6.2. Memasukkan Data**

Data yang telah dikode perlu dipindahkan ke dalam kartu atau berkas data.

Cara merekam data dapat dilakukan dengan menggunakan:

1. Kartu Tabulasi

Cara ini menggunakan kartu berbentuk persegi panjang dengan ukuran kira-kira 15 x 20 cm, atau lebih kecil. Data yang telah di kode dipindahkan ke dalam kotak-kotak bernomor pada kartu. Setiap kotak memuat data pindahan dari kuesioner.

2. Komputer

Paket program SPSS, dapat digunakan untuk memasukkan data. Proses memasukkan data ke berkas perekam dapat dilakukan dengan dua cara. Pertama, data langsung dipindahkan dari kuesioner ke berkas data. Bila penelitian hendak memakai cara ini kuesioner harus dipersiapkan dengan baik. Kotak-kotak kode harus dicantumkan pada kuesioner. Kedua, data dari kuesioner direkam dulu ke lembaran kode, kemudian, baru direkam ke berkas data. Cara ini lebih teliti tetapi membutuhkan waktu relatif lama.

### **III.6.3. Mengedit Data**

Setelah membaca hasil tabel frekuensi dan tabel silang, kadang-kadang ditemui frekuensi data yang tidak konsisten antara satu tabel dengan tabel lainnya. Kesalahan itu dapat terjadi pada waktu (1) mengisi kuesioner, (2) mengkode, (3) memindahkan data dari lembaran kode ke komputer (bila data diolah dengan komputer). Untuk menghilangkan kesalahan itu, data perlu diedit. Mengedit data dapat dilakukan secara manual dan komputer.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Penelitian tentang Pemenuhan Informasi Warga Kotamadya Depok Melalui Tayangan Liputan 6 SCTV telah dilakukan sepanjang Mei-Juni 2007 di Kota Depok dengan metode pengisian Kuestioner Penelitian yang dilakukan oleh 100 orang responden. Kuestioner penelitian tersebut disebarakan di beberapa titik seperti Jalan Margonda Raya, Kompleks Perumahan BTN, perkampungan di Kelurahan Kemiri Muka, Kecamatan Beji, serta beberapa titik lainnya. Pengambilan dan pemilihan responden dilakukan secara acak, yaitu mereka yang bertemu dengan peneliti dan bersedia untuk mengisi kuestioner penelitian, baik mengisi sendiri maupun dengan dibantu Tim Kecil yang ikut membantu penulis. Responden penelitian ini diutamakan adalah mereka yang memiliki Kartu Tanda Penduduk Depok atau yang sudah lama berdomisili di kota Depok meski masih memiliki Kartu Tanda Penduduk Non Depok.

Kuestioner penelitian yang dipersiapkan merupakan lembar pertanyaan yang terdiri dari dua kategori pertanyaan, yaitu pertanyaan-pertanyaan dasar tentang data responden dan pertanyaan-pertanyaan tentang pandangan responden terhadap pemenuhan informasi melalui tayangan Liputan 6 SCTV.

Pertanyaan-pertanyaan dasar terkait dengan data responden adalah Nama, Jenis Kelamin, Usia, Alamat, RT/RW, Kelurahan, Kecamatan, Kota dan Provinsi. Sebenarnya ada dua pertanyaan penting lainnya yang terlupa untuk dicantumkan dalam kuestioner penelitian tersebut, yaitu pendidikan terakhir dan pekerjaan responden. Peneliti kemudian mensiasatinya dengan menanyakan langsung kepada seluruh responden ketika melakukan pengisian kuestioner penelitian dan mencatatnya di halaman depan lembar kuestioner penelitian.

Sedangkan pertanyaan-pertanyaan tentang pandangan responden terhadap pemenuhan informasi melalui tayangan Liputan 6 SCTV merupakan pertanyaan-pertanyaan dengan pilihan jawaban yang sudah disediakan peneliti, sehingga responden hanya memilih salah satu dari beberapa jawaban yang tersedia.

Jawaban atas pertanyaan-pertanyaan dasar tersebut kemudian diolah dengan menggunakan sistem atau software pengolah data *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) 13. SPSS 13 merupakan satu program aplikasi yang digunakan untuk melakukan penghitungan statistik dengan menggunakan komputer. Kelebihan dari program ini adalah kita dapat melakukan secara lebih cepat semua penghitungan statistik dari yang sederhana –seperti yang digunakan dalam penelitian ini—sampai yang rumit sekalipun, yang jika dilakukan secara manual akan memakan waktu lebih lama.<sup>41</sup> Untuk pengelolaan data dalam bentuk tabel penulis juga menggunakan program Microsoft Excel 2003 yang kompatibel dengan program SPSS 13 maupun sebaliknya.

---

<sup>41</sup> Jonathan Sarwono, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS* (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2006), hal. 71



## **IV.1. Temuan Penelitian**

### **IV.1.1. Identitas Responden**

Penelitian ini berhasil menghimpun data yang diperoleh dari 100 orang responden (Lihat Lampiran). Data-data tersebut di atas kemudian diolah kembali dalam bentuk tabel sehingga menghasilkan beberapa informasi yang lebih spesifik terkait dengan siapa saja yang menjadi responden dalam penelitian ini beserta latar belakang mereka.

Dari sisi jenis kelamin, penelitian ini melibatkan 100 responden yang terdiri dari 53 orang responden laki-laki dan 47 responden perempuan. Tidak berimbangnya jumlah responden laki-laki dan perempuan (50:50) yang bersedia untuk menjadi responden karena sejumlah target perempuan menolak untuk mengisi Kuestioner Penelitian dengan berbagai alasan seperti takut, tidak berminat atau menyerahkan pada suami/pasangan atau anak laki-laki mereka.

**Tabel 3. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.**

| <b>Responden</b> | <b>Jumlah</b> | <b>Prosentase</b> |
|------------------|---------------|-------------------|
| Laki-laki        | 53            | 53 %              |
| Perempuan        | 47            | 47 %              |

Dari segi usia, mayoritas responden laki-laki berusia antara 21-30 Tahun, (21 responden), diikuti dengan responden berusia antara 31-40 Tahun (17 Responden), berusia antara 1-20 Tahun dan berusia antara 41-50 Tahun (masing-masing 7 responden) serta 1 orang responden berusia 51 tahun ke atas.

**Tabel 4. Responden Laki-laki Berdasarkan Usia**

| <b>Usia Responden</b> | <b>Jumlah</b> | <b>Prosentase</b> |
|-----------------------|---------------|-------------------|
| 1-20 Tahun            | 7             | 7 %               |
| 21-30 Tahun           | 21            | 21 %              |
| 31-40 Tahun           | 17            | 17 %              |
| 41-50 Tahun           | 7             | 7 %               |
| 51 Tahun ke Atas      | 1             | 1 %               |

Sedangkan mayoritas responden perempuan dalam penelitian ini berusia antara 31-40 Tahun (17 Responden) disusul dengan responden berusia antara 21-

30 Tahun (16 Responden), berusia antara 1-20 Tahun (8 Responden), berusia 51 Tahun ke atas (4 Responden) dan berusia antara 41-50 Tahun (2 Responden).

**Tabel 5. Responden Perempuan berdasarkan Usia**

| <b>Usia Responden</b> | <b>Jumlah</b> | <b>Prosentase</b> |
|-----------------------|---------------|-------------------|
| 1-20 Tahun            | 8             | 8 %               |
| 21-30 Tahun           | 16            | 16 %              |
| 31-40 Tahun           | 17            | 17 %              |
| 41-50 Tahun           | 2             | 2 %               |
| 51 Tahun ke Atas      | 4             | 4 %               |

Dari latar belakang pendidikan, juga terdapat perbedaan cukup mencolok antara responden laki-laki dan responden perempuan. Dari 29 responden dengan pendidikan terakhir Perguruan Tinggi atau Universitas, mayoritasnya adalah Responden Laki-laki (21 Responden). Hanya 8 Responden Perempuan dengan pendidikan terakhir Perguruan Tinggi/Universitas yang mengisi kuesioner penelitian ini. Sementara jumlah responden dengan pendidikan terakhir SMU

didominasi oleh Responden Perempuan (34 Responden) dibandingkan Responden Laki-laki (30 Responden). Sementara 5 Responden dengan latar belakang pendidikan terakhir SMP terdiri dari 4 Responden Perempuan dan 1 Responden Laki-laki. Sementara penulis hanya menemukan 1 orang Responden Perempuan dengan pendidikan terakhir SD dan 1 Responden Laki-laki yang tidak bersedia memberitahukan pendidikan terakhirnya.

**Tabel 6. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

| Pendidikan Terakhir Responden | Laki-laki |            | Perempuan |            |
|-------------------------------|-----------|------------|-----------|------------|
|                               | Jumlah    | Prosentase | Jumlah    | Prosentase |
| Perguruan Tinggi/Universitas  | 21        | 21 %       | 8         | 8 %        |
| SMU                           | 30        | 30 %       | 34        | 34 %       |
| SMP                           | 1         | 1 %        | 4         | 4 %        |
| SD                            | 0         | 0 %        | 1         | 1 %        |
| Tidak Diketahui               | 1         | 1 %        | 0         | 0 %        |

Penulis ingin memberikan catatan atas Tabel 6. di atas, bahwa tingginya angka responden dengan pendidikan terakhir SMU disebabkan penulis juga menempatkan responden yang masih menempuh bangku kuliah atau mahasiswa/i dalam kategori ini, meskipun jumlah responden yang masih menempuh bangku kuliah tidak begitu signifikan dibandingkan dengan responden yang memang menempuh pendidikan terakhir di bangku SMU dan langsung bekerja atau bahkan menganggur, bekerja serabutan atau hanya menjadi ibu rumah tangga. Begitu pula penulis menempatkan responden yang masih menempuh bangku SMU dan SMP dalam kategori responden dengan pendidikan terakhir SMP dan SD.

Latar belakang pekerjaan dan profesi dari responden penelitian ini cukup beragam. Dari seluruh responden, tak satupun Responden Laki-laki dan Perempuan bekerja atau berprofesi sebagai Pegawai Militer atau Guru/Dosen. Mayoritas Responden Laki-laki bekerja sebagai Pegawai Swasta (14 Responden), Tidak bekerja atau Bekerja Serabutan (9 Responden), Wiraswasta (5 Responden), Buruh (5 Responden), Sekuriti atau Penjaga keamanan (5 Responden), Profesional (4 Responden), Penjaga atau Pelayan Toko (3 Responden), Pelajar atau Mahasiswa (2 Responden), serta Pensiunan (2 Responden).

Sedangkan mayoritas Responden Perempuan berprofesi sebagai Ibu Rumah Tangga atau Pensiunan (19 Responden), Penjaga atau Pelayan Toko (12 Responden), Pelajar atau Mahasiswa (9 Responden), Pegawai Swasta (3 Responden), Profesional (2 Responden), dan Wiraswasta (3 Responden).

**Tabel 7. Responden Berdasarkan Profesi/Pekerjaan**

| <b>Profesi/Pekerjaan<br/>Responden</b> | <b>Laki-laki</b> |                   | <b>Perempuan</b> |                   |
|--|------------------|-------------------|------------------|-------------------|
|  | <b>Jumlah</b>    | <b>Prosentase</b> | <b>Jumlah</b>    | <b>Prosentase</b> |
| Pegawai Negeri Sipil                   | 4                | 4 %               | 0                | 0 %               |
| Pegawai Militer                        | 0                | 0 %               | 0                | 0 %               |
| Pegawai Swasta                         | 14               | 14 %              | 3                | 3 %               |
| Wiraswasta dan Wirausaha               | 5                | 5 %               | 1                | 1 %               |
| Penjaga Toko/Pelayan                   | 3                | 3 %               | 12               | 12 %              |
| Buruh                                  | 5                | 5 %               | 0                | 0 %               |
| Sekuriti/Petugas Keamanan              | 5                | 5 %               | 0                | 0 %               |
| Profesional (Akuntan,<br>Dokter, dll)  | 4                | 4 %               | 2                | 2 %               |
| Pensiunan/ Ibu Rumah                   | 2                | 2 %               | 19               | 19 %              |

|                         |   |     |   |     |
|-------------------------|---|-----|---|-----|
| Tangga                  |   |     |   |     |
| Guru/ Dosen             | 0 | 0 % | 0 | 0 % |
| Tidak Bekerja/Serabutan | 9 | 9 % | 1 | 1 % |
| Pelajar/Mahasiswa       | 2 | 2 % | 9 | 9 % |

#### IV.1.2. Pandangan Responden

Dalam menguraikan pandangan responden yang tertuang dalam Kuestioner Penelitian yang diajukan, penulis akan mendeskripsikan seluruh jawaban sesuai dengan urutan pertanyaan dan hasil jawaban yang diperoleh, disertai dengan Tabel lengkapnya.

A. Terhadap pertanyaan ke 1, “Apakah anda menyaksikan tayangan berita televisi?”, sekitar 97 % (97 Responden) memberikan jawaban a. YA. Hanya 3 % (3 Responden) yang memberikan jawaban b. TIDAK.

**Tabel 8. Data Responden yang Menyaksikan Tayangan Berita Televisi**

| Pertanyaan | YA   |    | TIDAK |   |
|------------|--|----|-------|---|
|            | Apakah anda menyaksikan tayangan berita televisi ? | 97 | 97 %  | 3 |

B. Pertanyaan ke 2, perihal “Apakah anda meluangkan waktu khusus untuk menyaksikan tayangan berita televisi?”, sekitar 42 Responden menyatakan a. YA, sedangkan 58 Responden menyatakan b. TIDAK. Artinya, mayoritas reponden (58 %) mengakui tidak meluangkan waktu khusus untuk menyaksikan tayangan berita televisi. Tidak terjadi selisih yang sangat tajam antara mereka yang sengaja meluangkan waktu untuk menyaksikan berita dan tidak.

**Tabel 9. Data Responden yang Meluangkan Waktu Khusus Menyaksikan Tayangan Berita Televisi**

| Pertanyaan | YA  |    | TIDAK |    |
|------------|---|----|-------|----|
|            | Apakah Responden Meluangkan Waktu Khusus untuk menyaksikan tayangan berita televisi ? | 42 | 42 %  | 58 |

C. Menjawab pertanyaan ke 3, “Tayangan berita apa yang Anda saksikan?”, 12 Responden menyaksikan tayangan a. berita politik, 9 Responden menyaksikan tayangan b. berita hukum, 17 Responden menyaksikan tayangan c. berita ekonomi, 11 Responden memilih menonton d. berita tentang kekerasan, 25 Responden menyaksikan tayangan e. berita olah raga, dan 26 Responden



menjawab menyaksikan tayangan f. lain-lain (bebas, bisa semua tayangan berita di atas atau di luar berita di atas seperti info hiburan, selebritis, dan lain-lain).

**Tabel 10. Tayangan Berita yang Disaksikan Responden**

| <b>Tayangan Berita Apa yang Anda Saksikan?</b> | <b>Jumlah</b> | <b>Prosentase</b> |
|--|---------------|-------------------|
| a. Politik                                     | 12            | 12 %              |
| b. Hukum                                       | 9             | 9 %               |
| c. Ekonomi                                     | 17            | 17 %              |
| d. Kekerasan                                   | 11            | 11 %              |
| e. Olah Raga                                   | 25            | 25 %              |
| f. Lain-lain                                   | 26            | 26 %              |

D. Pertanyaan ke 4 perihal pilihan *channel* televisi untuk menyaksikan tayangan berita televisi, 17 Responden memilih Metro TV, 14 Responden memilih RCTI, 38 Responden memilih SCTV, 19 Responden memilih Trans TV, 1

Responden memilih ANTV, 6 Responden memilih Trans 7 dan 5 Responden menjawab Lain-lain (tidak menjatuhkan pilihan khusus). Dengan demikian, dalam urutan 3 besar, 38 % Responden memilih menyaksikan tayangan berita SCTV, disusul dengan Trans TV (19 %) dan Metro TV (17 %).

**Tabel 11. Channel TV Pilihan Responden Menyaksikan Tayangan Berita**

| <b>Channel Televisi Pilihan Responden Menyaksikan Tayangan Berita</b> | <b>Jumlah</b> | <b>Prosentase</b> |
|---|---------------|-------------------|
| Metro TV  | 17            | 17 %              |
| RCTI  | 14            | 14 %              |
| SCTV  | 38            | 38 %              |
| Trans TV  | 19            | 19 %              |
| AN TV   | 1             | 1 %               |
| Trans 7   | 6             | 6 %               |
| Lain-lain   | 5             | 5 %               |

E. Pertanyaan ke 5 tentang “Kapan anda menyaksikan tayangan berita televisi?”, mayoritas responden menjawab pilihan d. Malam (38 Responden), sementara sisanya menjawab c. Sore (35 Responden), b. Siang (20 Responden), dan a. Pagi (7 Responden).

**Tabel 12. Waktu Responden Menyaksikan Tayangan Berita Televisi**

| <b>Waktu Responden Menyaksikan Tayangan Berita Televisi</b> | <b>Jumlah</b> | <b>Prosentase</b> |
|---|---------------|-------------------|
| a. Pagi   | 7             | 7 %               |
| b. Siang  | 20            | 20 %              |
| c. Sore   | 35            | 35 %              |
| d. Malam  | 38            | 38 %              |

F. Untuk Pertanyaan ke 6, “Seberapa sering anda menyaksikan tayangan berita televisi?” 76 Responden menjawab Tidak menentu. Hanya 21 Responden yang menjawab setiap hari. Sisanya, masing-masing 1 Responden mengaku menyaksikan tayangan berita 2 hari sekali, 3 hari sekali dan 4 hari sekali.

**Tabel 13. Frekuensi Responden Menyaksikan Tayangan Berita Televisi**

| <b>Waktu Responden Menyaksikan Tayangan Berita Televisi</b> | <b>Jumlah</b> | <b>Prosentase</b> |
|---|---------------|-------------------|
| a. Setiap Hari  | 221           | 1 %               |
| b. 2 Hari Sekali  | 1             | 1 %               |
| c. 3 Hari Sekali  | 1             | 1 %               |
| d. 4 Hari Sekali  | 1             | 1 %               |
| e. Tidak Menentu  | 76            | 76 %              |

G. Untuk pertanyaan ke 7, “Apakah anda juga tertarik dengan tayangan Liputan 6 SCTV?”, 97 % Responden menyatakan a. YA.

**Tabel 14. Ketertarikan Responden dengan Liputan 6 SCTV**

| Pertanyaan | YA  |    | TIDAK |   |
|------------|---|----|-------|---|
|            | Apakah anda juga tertarik dengan tayangan Liputan 6 SCTV? | 97 | 97 %  | 3 |

H. Pertanyaan ke 8 tentang pilihan tayangan Liputan 6 SCTV yang disaksikan, 7 Responden mengaku memilih menyaksikan Liputan 6 Pagi, 28 Responden mengaku menyaksikan Liputan 6 Siang, 39 Responden menyaksikan Liputan 6 Petang, dan 26 Responden menyaksikan Liputan 6 Malam.

**Tabel 15. Tayangan Liputan 6 SCTV Pilihan Responden**

| Pilihan Tayangan Liputan 6 SCTV yang Disaksikan Responden | Jumlah | Prosentase |
|---|--------|------------|
| a. Liputan 6 Pagi   | 7      | 7 %        |
| b. Liputan 6 Siang  | 28     | 28 %       |
| c. Liputan 6 Petang                                       | 39     | 39 %       |
| d. Liputan 6 Malam  | 26     | 26 %       |

- I. Untuk Pertanyaan ke 9 terkait pendapat responden terhadap tayangan Liputan 6 SCTV, mayoritas reponden (44 % atau 44 responden) menyatakan Tayangan Liputan 6 SCTV cukup informatif. Sisanya, 39 % (39 Responden) menyatakan bahwa tayangan Liputan 6 SCTV informatif, 12 % (12 Responden) menyatakan sangat informatif, dan 5 % (5 Responden) menyatakan tidak tahu.

**Tabel 16. Pandangan Responden Terhadap Tayangan Berita Televisi**

| <b>Pendapat Responden Terhadap Tayangan Liputan 6 SCTV</b> | <b>Jumlah</b> | <b>Prosentase</b> |
|--|---------------|-------------------|
| a. Sangat Informatif                                       | 12            | 12 %              |
| b. Informatif  | 39            | 39 %              |
| c. Cukup Informatif  | 44            | 44 %              |
| d. Kurang Informatif                                       | 0             | 0 %               |
| e. Sangat Kurang Informatif                                | 0             | 0 %               |
| f. Tidak Tahu  | 5             | 5 %               |

J. Pertanyaan ke 10 tentang “Apa yang menurut anda menarik dari tayangan Liputan 6 SCTV?”, dijawab mayoritas responden (54 %) dengan jawaban a. Topik (54 Responden). Sisanya menjawab c. Teknik Penyampaian (17 Responden), e. Waktu Tayang (14 Responden), d. Presenter (10 Responden), f. Tidak Ada (3 Responden), dan b. Gambar (2 Responden).

**Tabel 17. Hal Paling Menarik Dari Liputan 6 SCTV**

| <b>Apa yang Menurut Anda Menarik dari Tayangan Liputan 6 SCTV?</b> | <b>Jumlah</b> | <b>Prosentase</b> |
|--|---------------|-------------------|
| a. Topik   | 54            | 54 %              |
| b. Gambar  | 2             | 2 %               |
| c. Teknik Penyampaian  | 17            | 17 %              |
| d. Presenter   | 10            | 10 %              |
| e. Waktu Tayang  | 14            | 14 %              |
| f. Tidak Ada   | 3             | 3 %               |

K. Sedangkan pada pertanyaan ke 11 tentang “Bagaimana tayangan Liputan 6 SCTV dalam memenuhi kebutuhan informasi anda?”, 6 Responden menjawab a. Sangat Memenuhi, 34 Responden menjawab b. Memenuhi, sementara mayoritas responden (56 % atau 56 Responden) menjawab c. Cukup Memenuhi. Hanya 2 Reponden yang menjawab d. Tidak Menenuhi dan e. Sangat Tidak Memenuhi.

**Tabel 18. Pemenuhan Informasi Tayangan Liputan 6 SCTV**

| <b>Bagaimana Tayangan Liputan 6 SCTV Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Anda?</b> | <b>Jumlah</b> | <b>Prosentase</b> |
|---|---------------|-------------------|
| a. Sangat Memenuhi  | 6             | 6 %               |
| b. Memenuhi   | 34            | 34 %              |
| c. Cukup Memenuhi   | 56            | 56 %              |
| d. Tidak Memenuhi   | 2             | 2 %               |
| e. Sangat Tidak Memenuhi  | 2             | 2 %               |



L. Pertanyaan ke 12 tentang “Apakah informasi tayangan Liputan 6 SCTV membantu pekerjaan anda?” dijawab mayoritas responden dengan jawaban b. TIDAK (55 % atau 55 Reponden), sisanya menjawab a. YA (45 % atau 45 Responden).

**Tabel 19. Apakah Informasi Tayangan Liputan 6 SCTV Membantu Pekerjaan Responden**

| <b>Apakah Informasi Tayangan Liputan 6 SCTV Membantu Pekerjaan Anda?</b> | <b>Jumlah</b> | <b>Prosentase</b> |
|--|---------------|-------------------|
| YA   | 45            | 45 %              |
| TIDAK  | 55            | 55 %              |

M. Untuk pertanyaan ke 13 tentang “Apakah informasi tayangan Liputan 6 SCTV menjadi referensi utama dalam semua urusan anda?”, dijawab mayoritas responden (84 % atau 84 Responden) dengan jawaban b. TIDAK. Hanya 16 Reponden (16 %) yang menjawab a. YA.

**Tabel 20. Apakah Informasi Liputan 6 Menjadi Referensi Utama Responden**

| <b>Apakah Informasi Tayangan Liputan 6 SCTV Menjadi Referensi Utama Dalam Semua Urusan Anda?</b> | <b>Jumlah</b> | <b>Prosentase</b> |
|--|---------------|-------------------|
| YA   | 16            | 16 %              |
| TIDAK  | 84            | 84 %              |

N. Pertanyaan ke 14 tentang “Apakah format tayangan Liputan 6 SCTV yang sekarang perlu dipertahankan?”, 98 % atau 98 Responden menjawab a. YA.

**Tabel 21. Perlu Tidaknya Format Tayangan Liputan 6 SCTV Dipertahankan**

| <b>Apakah Format Tayangan Liputan 6 SCTV yang Sekarang Perlu Dipertahankan?</b> | <b>Jumlah</b> | <b>Prosentase</b> |
|---|---------------|-------------------|
| YA  | 98            | 98 %              |
| TIDAK   | 2             | 2 %               |

O. Sedangkan untuk pertanyaan “Apakah anda memiliki saran untuk tayangan Liputan 6 SCTV?”, 33 Responden menyatakan a. YA dan 67 Responden menyatakan b. TIDAK.

**Tabel 22. Apakah Anda Memiliki Saran Untuk Tayangan Liputan 6 SCTV?**

| <b>Apakah anda memiliki saran untuk tayangan Liputan 6 SCTV?</b> | <b>Jumlah</b> | <b>Prosentase</b> |
|--|---------------|-------------------|
| YA   | 33            | 33 %              |
| TIDAK  | 67            | 67 %              |

#### **IV. 2. Pembahasan Atas Hasil Penelitian**

Sebagaimana dijelaskan pada Bab II, bahwa penelitian ini akan menganut pandangan bahwa komunikasi adalah transaksi, yaitu suatu proses yang dinamis yang secara sinambung mengubah pihak-pihak yang berkomunikasi. Berdasarkan pandangan ini, maka pihak-pihak yang berkomunikasi dianggap sebagai komunikator yang secara aktif mengirim dan menafsirkan pesan. Setiap pihak

adalah pengirim dan penerima pesan, *verbal* dan *non-verbal*. Pihak-pihak yang akan berkomunikasi pun memilih sasaran dan media untuk berkomunikasi, sesuai dengan kebutuhan, kemampuan dan ketersediaan media. Pihak-pihak yang dominan dalam pembentukan opini atau penyampaian pesan, juga menghadapi reaksi dan kritisi, terutama berkaitan dengan manfaat dan ancaman yang ditimbulkan oleh pesan yang disampaikan dalam komunikasi tersebut.

Fakta-fakta semacam inilah yang penulis temukan dalam penelitian ini, sebagaimana tergambar dalam jawaban atas Kuestioner Penelitian pada Bab IV di atas. Berdasarkan jawaban-jawaban Kuestioner Penelitian, penulis menemukan kenyataan mayoritas penduduk Kota Depok menyatakan bahwa mereka menyaksikan tayangan berita televisi (97 %). Artinya, minat atas informasi dan pemilihan media televisi untuk pemenuhannya cukup tinggi. (Lihat Tabel 9. Data Responden yang Menyaksikan Tayangan Berita Televisi)

Namun bila dibandingkan dengan temuan lain yang mengungkapkan bahwa hanya 42 % responden yang meluangkan waktu khusus untuk menyaksikan tayangan berita televisi, maka kesimpulan di atas mungkin terlalu gegabah. Temuan bahwa 58 % Responden tidak meluangkan waktu khusus untuk menyaksikan tayangan berita televisi menunjukkan pilihan pada media televisi untuk pemenuhan informasi bukanlah pilihan utama. (Lihat Tabel 10. Data Responden yang Meluangkan Waktu Khusus Menyaksikan Tayangan Berita Televisi)

Temuan lain yang menimbulkan kesangsian akan tingginya minat penduduk kota Depok untuk memperoleh informasi melalui tayangan berita adalah fakta bahwa 76 Responden menjawab Tidak menentu atas pertanyaan “Seberapa sering anda menyaksikan tayangan berita televisi?”. Hanya 21 Responden yang menjawab setiap hari. Sisanya, masing-masing 1 Responden mengaku menyaksikan tayangan berita 2 Hari Sekali, 3 Hari Sekali dan 4 Hari Sekali. (Lihat Tabel 14. Frekuensi Responden Menyaksikan Tayangan Berita Telvisi).

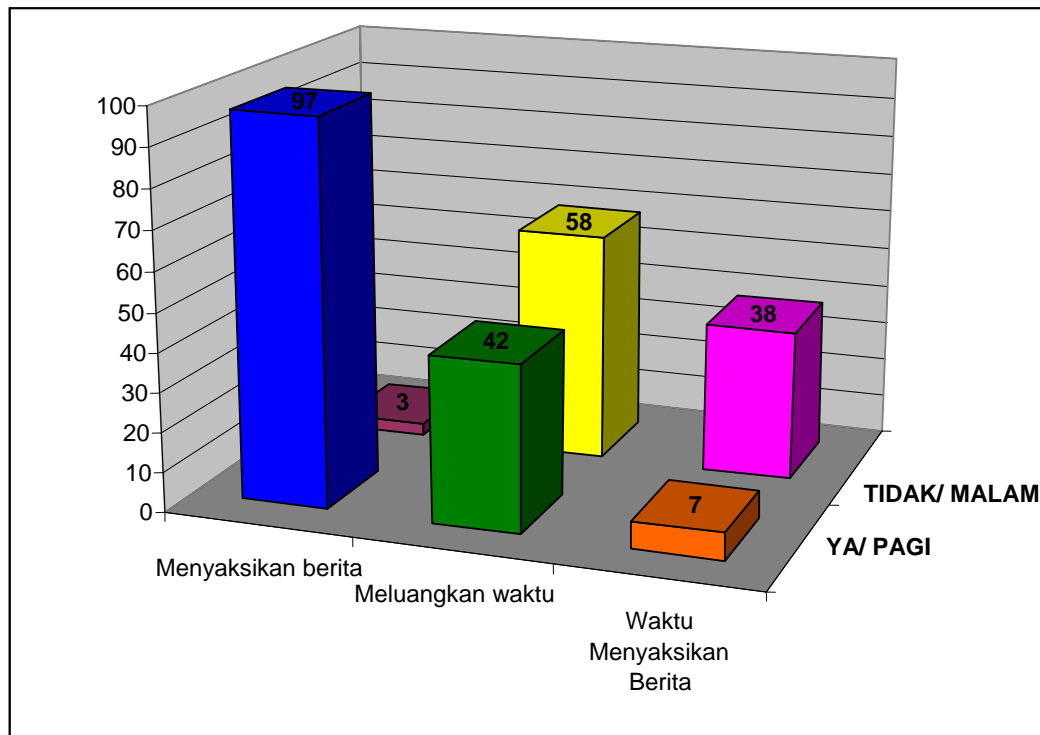
Peneliti juga menemukan fakta lain yang memperkuat analisa akan kurangnya minat warga Kota Depok untuk memanfaatkan televisi sebagai media informasi utama. Mayoritas responden yang mengisi Kuestioner Penelitian ternyata hanya berminat pada informasi-informasi ringan yang ditayangkan melalui tayangan berita televisi, yaitu berita olah raga (25 %) dan berita lain-lain seperti berita hiburan (26 %). Publik juga memilih menyaksikan berita-berita kekerasan (11 %), berita ekonomi (17 %), politik (12 %) dan hukum (9 %). Ada kesan bahwa media televisi lebih dipandang sebagai sumber hiburan ketimbang sumber informasi, sehingga walaupun mereka menyaksikan tayangan berita televisi, mayoritas tetap memilih tayangan berita yang mengandung hiburan, setelah penat bekerja atau menghadapi persoalan hidup. (Lihat TAbel 11. Tayangan Berita yang Disaksikan Responden)

Ini juga didukung dengan pilihan waktu menyaksikan tayangan berita televisi, dimana mayoritas responden memilih menyaksikan tayangan berita di

waktu sore (35 %) dan malam hari (38 %). Waktu-waktu tersebut merupakan waktu melepas lelah dan beristirahat. Hanya 7 % Responden yang memilih menyaksikan tayangan berita televisi di pagi hari, dan 20 % Responden yang memilih menyaksikan tayangan di siang hari.

Pada grafik berikut dapat dilihat angka kecenderungan mayoritas warga Kota Depok dalam hal minat menyaksikan tayangan berita televisi, pilihan meluangkan waktu khusus atau tidak untuk menyaksikan tayangan berita televisi, serta waktu yang dipilih untuk menyaksikan tayangan berita televisi.

**Grafik 1. Perbandingan Sikap Responden Terhadap Tayangan Berita Televisi**



Dalam hal pilihan *channel* televisi, satu hal yang mengherankan ketika menyaksikan tayangan berita mayoritas responden memilih stasiun SCTV (48 %)

daripada stasiun Metro TV (17 %) yang memang merupakan stasiun televisi yang fokus pada tayangan berita. (Lihat Tabel 12. *Channel TV Pilihan Responden Menyaksikan Tayangan Berita*). Bahkan pilihan untuk menyaksikan tayangan berita di stasiun Trans TV masih lebih tinggi dari pilihan menyaksikan Metro TV, yaitu 19 %. Publik tampaknya masih belum tertarik dengan media yang terlalu terfokus pada tayangan berita seperti Metro TV, dan ini berbeda dengan respon publik terhadap tayangan berita di stasiun TV CNN di Amerika Serikat, Al-Jazeera di negara-negara Arab dan BBC London di negara-negara Eropa. *Image* bahwa televisi sebagai media hiburan masih sangat melekat di masyarakat.

Pilihan publik pada *channel* SCTV untuk menyaksikan tayangan berita televisi yang dominan juga didukung dengan fakta bahwa 97 % Responden menyatakan tertarik dengan tayangan Liputan 6 SCTV. Dari seluruh tayangan Liputan 6 SCTV, mayoritas responden memilih menyaksikan Liputan 6 Petang (39 %). Sisanya memilih Liputan 6 Malam (26 %), Liputan 6 Siang (28 %) dan Liputan 6 Pagi (7 Responden). (Lihat Tabel 16. *Tayangan Liputan 6 SCTV yang Disaksikan Responden*). Pilihan ini tampaknya masih terkait dengan tidak diluangkannya waktu khusus untuk menyaksikan tayangan berita televisi, sehingga mereka umumnya menggunakan waktu-waktu luang atau waktu-waktu istirahat saja untuk menyaksikan tayangan berita, yaitu malam, petang dan siang hari. Itu pun juga mungkin bukan didasarkan pada kebutuhan untuk memperoleh informasi, namun lebih pada hiburan atau tayangan pelepas lelah saja.

Tingginya minat responden pada tayangan Liputan 6 SCTV yang ternyata dimotivasi kepentingan untuk menyaksikan tayangan ringan dan menghibur didukung pandangan mayoritas responden yang menyatakan bahwa tayangan Liputan 6 SCTV cukup informatif (44 %), sedangkan yang menyatakan bahwa tayangan ini informatif hanya 39 %.

Gradasi ini menunjukkan bahwa publik belum memandang informasi yang diberikan sangat penting dan informatif –hanya 5 % saja yang menyatakan Tayangan Liputan 6 SCTV sangat informatif. Pernyataan cukup informatif terkait dengan pilihan jenis berita atau informasi yang ingin diketahui publik, sehingga untuk berita atau informasi yang dipandang bukan sebagai berita atau informasi yang dibutuhkan, publik tidak menganggapnya penting. (Lihat Tabel 17. Pandangan Responden Terhadap Tayangan Berita Televisi)

Dari sisi isi Liputan 6, penulis bertanya kepada para responden, “Apa yang menurut anda menarik dari tayangan Liputan 6 SCTV?”. Mayoritas responden menyatakan bahwa Topik dalam tayangan Liputan 6 menarik (54 %), sisanya tertarik pada Teknik Penyampaian (17 %), Waktu Tayang (14 %), Presenter (10 %), dan Gambar (2 %). 3 % Responden menyatakan tidak ada. (Lihat Tabel 18. Hal yang Menarik dari Liputan SCTV)

Pandangan ini menunjukkan bahwa kemasan isi tayangan Liputan 6 berhasil menyajikan topik sebagai kekuatan tayangan, tidak semata-mata pada teknik, waktu atau presenter saja. Publik masih memilih menyaksikan tayangan Liputan 6 ketimbang tayangan berita di televisi lain karena keberhasilan SCTV



mengelola topiknya, terutama kalangan masyarakat kota Depok yang umumnya memilih berita-berita olah raga dan hiburan sebagaimana diuraikan di atas.

Sebagaimana pandangan mayoritas warga Kota Depok yang menyatakan bahwa tayangan Liputan 6 SCTV cukup informatif, penulis juga menemukan pandangan bahwa mayoritas warga kota Depok juga memandang bahwa tayangan Liputan 6 cukup memenuhi kebutuhan informasi mereka (56 % Responden). Sisanya menyatakan bahwa dalam hal pemenuhan informasi, tayangan Liputan 6 memang memenuhi kebutuhan informasi mereka (34 % Responden), sangat memenuhi kebutuhan informasi mereka (6 % Responden), tidak memenuhi (2 % Responden) dan sangat tidak memenuhi (2 % Responden). (Lihat Tabel 19. Pemenuhan Informasi Tayangan Liputan 6 SCTV)

Artinya, tayangan Liputan 6 SCTV tidak begitu istimewa dalam hal pemenuhan kebutuhan informasi, meskipun minat dan pilihan untuk menyaksikannya cukup tinggi. Bila dibandingkan dengan pandangan bahwa tayangan Liputan 6 SCTV cukup informatif yang didukung 44 % Responden, angka ini jauh lebih baik, yang menunjukkan bahwa mayoritas publik setuju bahwa tayangan Liputan 6 SCTV cukup memenuhi kebutuhan informasi pemirsanya.

Masyarakat kota Depok juga umumnya memandang bahwa informasi dari tayangan Liputan 6 SCTV tidak membantu pekerjaan mereka (55 % Responden) dan tidak menjadi referensi utama mereka (84 % Responden). Sekali lagi data ini menunjukkan bahwa tayangan berita televisi belum dapat dikatakan berhasil

mempengaruhi pengambilan keputusan atau memperkaya masukan dalam pekerjaan sehari-hari pemirsanya. Begitu pula dalam pergaulan sehari-hari, sedikit sekali dari mereka yang menjadikan berita televisi sebagai referensi dalam urusan-urusan kehidupan mereka, seperti dalam mengambil sikap politik atau berpolitik praktis, berbisnis, mengatur proyeksi dan perencanaan, atau mungkin sekadar mencari referensi hiburan. Menyaksikan televisi tetap merupakan hiburan pelepas lelah dan pengisi waktu luang.

Namun, mayoritas responden tetap menyatakan bahwa format tayangan Liputan 6 yang sekarang tetap perlu dipertahankan (98 % Responden), yang mungkin terkait dengan kepuasan mayoritas publik terhadap topik dan teknik penyampaiannya. 33 % Responden memberikan saran terkait dengan usulan penambahan waktu, berita, pengurangan waktu dialog, dan penambahan kuis.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Akhirnya, penelitian ini tiba pada kesimpulan dan rekomendasi atas pembahasan hasil penelitian pada Bab IV di atas.

#### **V. 1. Kesimpulan**

Dengan berbagai temuan, fakta dan analisa di atas, penulis membuat beberapa kesimpulan berikut:

1. Mayoritas warga kota Depok *melek* berita atau menyaksikan tayangan berita televisi, meskipun kebanyakan dari mereka tidak meluangkan waktu khusus untuk menyaksikannya dan tidak menentu dalam hal frekuensi menyaksikan tayangan berita televisi.
2. Mayoritas warga kota Depok memilih untuk menyaksikan tayangan berita yang bersifat ringan dan menghibur, seperti tayangan berita olah raga dan hiburan. Untuk informasi ‘berat’ seperti politik, hukum, ekonomi, dll., mereka lebih memilih sumber informasi lain seperti media cetak atau radio yang lebih mudah diakses.

3. Walaupun saat ini telah berdiri stasiun Metro TV yang memberikan porsi lebih banyak pada tayangan berita, mayoritas publik kota Depok tetap memilih menyaksikan *channel* SCTV yang sejak awal kemunculannya sudah membangun image sebagai *channel* televisi yang menyajikan tayangan berita dengan format yang menarik. Namun di sisi lain, umumnya masyarakat kota Depok menyaksikan tayangan berita di sore dan malam hari, serta memilih menyaksikan tayangan Liputan 6 Petang tetap menjadi indikasi bahwa pilihan tersebut tidak didasarkan pada motivasi pemenuhan informasi yang kuat, melainkan sekadar sebagai hiburan.
4. Umumnya masyarakat kota Depok tertarik dengan Liputan 6 SCTV, terutama topik dan teknik penyampaiannya, meskipun tidak banyak yang memandang bahwa tayangan ini informatif atau sangat informatif.
5. Dalam hal pemenuhan kebutuhan informasi, mayoritas warga kota Depok menyatakan bahwa tayangan ini cukup memenuhi kebutuhan informasi mereka, walau belum benar-benar atau sangat memenuhi kebutuhan dasar atas pelbagai informasi. Ini terlihat dari tidak banyaknya masyarakat yang merasa terbantu dengan informasi dari tayangan Liputan 6 SCTV dalam pekerjaan mereka sehari-hari, atau pun terlihat juga dari belum dijadikannya berita-berita dari tayangan Liputan 6 sebagai referensi utama dalam urusan mereka sehari-hari. Temuan ini membuktikan apa yang digambarkan teori *Uses and Gratification*, bawa publik sangat independen dalam menentukan dan memilih sumber dan jenis informasi yang menjadi kebutuhan mereka.

6. Mayoritas warga kota Depok setuju bahwa format tayangan Liputan 6 SCTV yang sekarang sudah cukup baik dan patut dipertahankan.

Secara umum, temuan ini juga membuktikan kebenaran dari teori *uses and gratification* yang mengandaikan keaktifan publik memilih, menentukan dan menyikapi sumber dan media informasi yang ada di sekitar mereka. Sungguh tidak tepat menyatakan bahwa media merupakan satu kekuatan yang independen dengan publik sebagai kekuatan interdependennya. Justru sebaliknya, mau tidak mau, suka atau pun tidak, media harus memperhatikan pula tuntutan dan aspirasi publik secara luas, terbuka atas kritik dan saran serta mampu memberikan inovasi dalam peningkatan dan pengembangan kualitas sumber daya manusia di masyarakat kita.

## **V. 2. Rekomendasi**

Berikut ini adalah beberapa rekomendasi yang penulis ajukan kepada pihak kalangan akademisi dan praktisi komunikasi serta pihak SCTV sebagai penyelenggara tayangan Liputan 6 SCTV.

1. Sebagaimana media lainnya, SCTV juga harus berusaha memperbaiki kualitas tayangannya, sesuai dengan tuntutan dan aspirasi publik. Tuntutan ini tak lain dikarenakan SCTV merupakan stasiun televisi nasional yang diharapkan turut menjadi sumber informasi publik.

2. Kalangan praktisi komunikasi agar dapat memberikan pandangan dan pengaruhnya kepada media agar mampu menyajikan informasi yang bermanfaat, sesuai dengan harapan dan ikut mencerdaskan publik. Termasuk juga mendorong adanya kontrol publik terhadap tayangan-tayangan yang tidak sesuai dengan harapan publik atau bahkan merusak situasi harmonis yang sudah berkembang di masyarakat.
  
3. Tayangan Liputan 6 harus berani berinovasi dengan belajar dari pengalaman media-media di negara lain yang cukup sukses menjadi media hiburan sekaligus media berita, seperti di Inggris (BBC) dan Prancis (TV 5). Upaya ini penting mengingat bahwa persaingan media berita akan semakin ketat di masa yang akan datang dan masih tingginya harapan dan kepercayaan publik terhadap tayangan Liputan 6 SCTV.

## LAMPIRAN

Berikut ini adalah data dasar dari 100 responden yang melakukan pengisian Kuestioner Penelitian yang disebarakan penulis.

**Tabel 23. Data Responden Penelitian**

| No | Nama Responden | Jenis Kelamin | Usia Responden | Alamat (Sesuai KTP) | Pendidikan Responden             | Profesi Responden        |
|----|----------------|---------------|----------------|---------------------|----------------------------------|--------------------------|
| 1  | Ferdi          | Laki-laki     | 41-50 Tahun    | Depok               | Tidak Diketahui                  | Wiraswasta/<br>Wirausaha |
| 2  | Bagus Prayitno | Laki-laki     | 41-50 Tahun    | Depok               | Perguruan Tinggi/<br>Universitas | Pegawai Negeri Sipil     |
| 3  | Ahmed          | Laki-laki     | 31-40 Tahun    | Depok               | SMU                              | Pegawai Swasta           |
| 4  | M Agus H       | Laki-laki     | 31-40 Tahun    | Jakarta Selatan     | SMU                              | Sekuriti/<br>Petugas     |

|    |                      |           |             |       |                                     |                                  |
|----|----------------------|-----------|-------------|-------|-------------------------------------|----------------------------------|
|    |                      |           |             |       |                                     | Keamanan                         |
| 5  | Angga WR             | Laki-laki | 21-30 Tahun | Depok | Perguruan<br>Tinggi/<br>Universitas | Pegawai<br>Swasta                |
| 6  | Alpha Obby<br>Yousef | Laki-laki | 21-30 Tahun | Depok | Perguruan<br>Tinggi/<br>Universitas | Pegawai<br>Swasta                |
| 7  | Eko Prasetyo         | Laki-laki | 21-30 Tahun | Depok | SMU                                 | Penjaga Toko/<br>Pelayan         |
| 8  | Sujarwo              | Laki-laki | 1-20 Tahun  | Depok | SMU                                 | Tidak Bekerja/<br>Serabutan      |
| 9  | Amar                 | Laki-laki | 21-30 Tahun | Depok | SMU                                 | Sekuriti/<br>Petugas<br>Keamanan |
| 10 | Aris                 | Laki-laki | 21-30 Tahun | Depok | SMU                                 | Tidak Bekerja/<br>Serabutan      |
| 11 | Hendra W             | Laki-laki | 21-30 Tahun | Depok | SMU                                 | Tidak Bekerja/<br>Serabutan      |



|    |                |           |             |           |     |                             |
|----|----------------|-----------|-------------|-----------|-----|-----------------------------|
| 12 | Ahmad Ilham    | Laki-laki | 1-20 Tahun  | Depok     | SMU | Penjaga Toko/<br>Pelayan    |
| 13 | Marwan         | Laki-laki | 1-20 Tahun  | Depok     | SMU | Buruh                       |
| 14 | Edi            | Laki-laki | 1-20 Tahun  | Depok     | SMU | Buruh                       |
| 15 | Yonki Chrisna  | Laki-laki | 21-30 Tahun | Tangerang | SMU | Buruh                       |
| 16 | Yuda           | Laki-laki | 1-20 Tahun  | Depok     | SMU | Pelajar/<br>Mahasiswa       |
| 17 | Ade Algi       | Laki-laki | 1-20 Tahun  | Depok     | SMU | Pelajar/<br>Mahasiswa       |
| 18 | Jeffrey Bettay | Laki-laki | 21-30 Tahun | Depok     | SMU | Tidak Bekerja/<br>Serabutan |
| 19 | Budi           | Laki-laki | 1-20 Tahun  | Depok     | SMU | Tidak Bekerja/<br>Serabutan |
| 20 | Yeyen Efendi   | Laki-laki | 21-30 Tahun | Depok     | SMU | Tidak Bekerja/<br>Serabutan |

|    |               |           |             |       |     |                                  |
|----|---------------|-----------|-------------|-------|-----|----------------------------------|
| 21 | Abdul Latif A | Laki-laki | 21-30 Tahun | Depok | SMU | Sekuriti/<br>Petugas<br>Keamanan |
| 22 | Chemonk       | Laki-laki | 21-30 Tahun | Depok | SMU | Tidak Bekerja/<br>Serabutan      |
| 23 | Nurhadi       | Laki-laki | 21-30 Tahun | Depok | SMU | Tidak Bekerja/<br>Serabutan      |
| 24 | Marisa SP     | Perempuan | 1-20 Tahun  | Depok | SD  | Pelajar/<br>Mahasiswa            |
| 25 | Tiara Melisa  | Perempuan | 1-20 Tahun  | Depok | SMP | Pelajar/<br>Mahasiswa            |
| 26 | Runa Damai    | Perempuan | 1-20 Tahun  | Depok | SMP | Pelajar/<br>Mahasiswa            |
| 27 | Rhia Imoet    | Perempuan | 1-20 Tahun  | Depok | SMU | Penjaga Toko/<br>Pelayan         |
| 28 | Shanti        | Perempuan | 21-30 Tahun | Depok | SMU | Penjaga Toko/<br>Pelayan         |

|    |                 |           |             |       |     |                                |
|----|-----------------|-----------|-------------|-------|-----|--------------------------------|
| 29 | Yunita          | Perempuan | 21-30 Tahun | Depok | SMU | Penjaga Toko/<br>Pelayan       |
| 30 | Rini RY         | Perempuan | 21-30 Tahun | Depok | SMU | Penjaga Toko/<br>Pelayan       |
| 31 | Nurul           | Perempuan | 21-30 Tahun | Depok | SMU | Penjaga Toko/<br>Pelayan       |
| 32 | Dea Bettay      | Perempuan | 21-30 Tahun | Depok | SMU | Pensiunan/ Ibu<br>Rumah Tangga |
| 33 | Veny Oktaviani  | Perempuan | 21-30 Tahun | Depok | SMU | Penjaga Toko/<br>Pelayan       |
| 34 | Octavianus      | Perempuan | 21-30 Tahun | Depok | SMU | Pelajar/<br>Mahasiswa          |
| 35 | Heny Hendriyani | Perempuan | 21-30 Tahun | Depok | SMU | Pensiunan/ Ibu<br>Rumah Tangga |
| 36 | Dona Elvia      | Perempuan | 41-50 Tahun | Depok | SMU | Pensiunan/ Ibu<br>Rumah Tangga |

|    |                       |           |                     |                 |                                     |  |
|----|-----------------------|-----------|---------------------|-----------------|-------------------------------------|--|
| 37 | Ricka Setiawati       | Perempuan | 31-40 Tahun         | Depok           | SMU                                 | Pensiunan/ Ibu<br>Rumah Tangga           |
| 38 | Ahani                 | Perempuan | 51 Tahun ke<br>atas | Depok           | SMU                                 | Pensiunan/ Ibu<br>Rumah Tangga           |
| 39 | Bherta Cahya          | Perempuan | 51 Tahun ke<br>atas | Depok           | SMU                                 | Pensiunan/ Ibu<br>Rumah Tangga           |
| 40 | Rr<br>Noersariningsih | Perempuan | 51 Tahun ke<br>atas | Depok           | SMU                                 | Pensiunan/ Ibu<br>Rumah Tangga           |
| 41 | Niki Rodian           | Laki-laki | 21-30 Tahun         | Jakarta Selatan | Perguruan<br>Tinggi/<br>Universitas | Pegawai<br>Swasta                        |
| 42 | Rosi                  | Perempuan | 1-20 Tahun          | Bekasi          | SMU                                 | Pelajar/<br>Mahasiswa                    |
| 43 | Syamsul Arif          | Laki-laki | 21-30 Tahun         | Depok           | Perguruan<br>Tinggi/<br>Universitas | Profesional<br>(Akuntan/<br>Dokter/ dll) |
| 44 | Roy Yulianto          | Laki-laki | 21-30 Tahun         | Depok           | Perguruan<br>Tinggi/                | Pegawai                                  |

|    |                 |           |             |       |                                     |  |
|----|-----------------|-----------|-------------|-------|-------------------------------------|--|
|    |                 |           |             |       | Universitas                         | Swasta                                   |
| 45 | Sachru Zulkifli | Laki-laki | 21-30 Tahun | Depok | Perguruan<br>Tinggi/<br>Universitas | Pegawai<br>Swasta                        |
| 46 | Murco           | Laki-laki | 21-30 Tahun | Depok | SMU                                 | Wiraswasta/<br>Wirausaha                 |
| 47 | Dody Ch         | Laki-laki | 21-30 Tahun | Depok | Perguruan<br>Tinggi/<br>Universitas | Profesional<br>(Akuntan/<br>Dokter/ dll) |
| 48 | Ahmad YH        | Laki-laki | 21-30 Tahun | Depok | Perguruan<br>Tinggi/<br>Universitas | Pegawai Negeri<br>Sipil                  |
| 49 | Novi            | Laki-laki | 21-30 Tahun | Depok | SMU                                 | Pensiunan/ Ibu<br>Rumah Tangga           |
| 50 | Irmawati        | Perempuan | 21-30 Tahun | Depok | SMU                                 | Pelajar/<br>Mahasiswa                    |
| 51 | Lita Marlita    | Perempuan | 21-30 Tahun | Depok | SMU                                 | Pelajar/<br>Mahasiswa                    |

|    |               |           |                     |        |     |                                |
|----|---------------|-----------|---------------------|--------|-----|--------------------------------|
| 52 | Nurlailah     | Perempuan | 31-40 Tahun         | Depok  | SMU | Pensiunan/ Ibu<br>Rumah Tangga |
| 53 | Sutarmi       | Perempuan | 31-40 Tahun         | Depok  | SMU | Pensiunan/ Ibu<br>Rumah Tangga |
| 54 | Karmini       | Perempuan | 51 Tahun ke<br>atas | Depok  | SMU | Pensiunan/ Ibu<br>Rumah Tangga |
| 55 | Dewi Elmiyati | Perempuan | 1-20 Tahun          | Depok  | SMU | Penjaga Toko/<br>Pelayan       |
| 56 | Lidya A       | Perempuan | 1-20 Tahun          | Depok  | SMU | Penjaga Toko/<br>Pelayan       |
| 57 | Anie          | Perempuan | 1-20 Tahun          | Ciomas | SMP | Penjaga Toko/<br>Pelayan       |
| 58 | Epriyansah    | Laki-laki | 21-30 Tahun         | Depok  | SMU | Penjaga Toko/<br>Pelayan       |
| 59 | Novi N        | Laki-laki | 31-40 Tahun         | Depok  | SMU | Tidak Bekerja/<br>Serabutan    |

|    |                     |           |                     |       |                                     |  |
|----|---------------------|-----------|---------------------|-------|-------------------------------------|--|
| 60 | Rahman/H.<br>Suyudi | Laki-laki | 31-40 Tahun         | Depok | SMU                                 | Pensiunan/ Ibu<br>Rumah Tangga           |
| 61 | Diky Irwansyah      | Laki-laki | 31-40 Tahun         | Depok | SMU                                 | Sekuriti/<br>Petugas<br>Keamanan         |
| 62 | Joko                | Laki-laki | 41-50 Tahun         | Depok | Perguruan<br>Tinggi/<br>Universitas | Pegawai Negeri<br>Sipil                  |
| 63 | Arif Firman         | Laki-laki | 31-40 Tahun         | Depok | Perguruan<br>Tinggi/<br>Universitas | Profesional<br>(Akuntan/<br>Dokter/ dll) |
| 64 | S Abdulah Ali       | Laki-laki | 51 Tahun ke<br>atas | Depok | Perguruan<br>Tinggi/<br>Universitas | Profesional<br>(Akuntan/<br>Dokter/ dll) |
| 65 | Ricky               | Laki-laki | 31-40 Tahun         | Depok | SMU                                 | Wiraswasta/<br>Wirausaha                 |
| 66 | Erwan N             | Laki-laki | 31-40 Tahun         | Depok | SMU                                 | Wiraswasta/<br>Wirausaha                 |

|    |              |           |             |       |                                     |                          |
|----|--------------|-----------|-------------|-------|-------------------------------------|--------------------------|
| 67 | Hamdany      | Laki-laki | 41-50 Tahun | Depok | Perguruan<br>Tinggi/<br>Universitas | Pegawai<br>Swasta        |
| 68 | Darma        | Laki-laki | 41-50 Tahun | Depok | Perguruan<br>Tinggi/<br>Universitas | Pegawai<br>Swasta        |
| 69 | Firdaus      | Laki-laki | 41-50 Tahun | Depok | Perguruan<br>Tinggi/<br>Universitas | Pegawai Negeri<br>Sipil  |
| 70 | Seno Bayu R  | Laki-laki | 31-40 Tahun | Depok | SMU                                 | Wiraswasta/<br>Wirausaha |
| 71 | Nurman       | Laki-laki | 41-50 Tahun | Depok | Perguruan<br>Tinggi/<br>Universitas | Pegawai<br>Swasta        |
| 72 | Dodi Heryadi | Laki-laki | 31-40 Tahun | Depok | Perguruan<br>Tinggi/<br>Universitas | Pegawai<br>Swasta        |
| 73 | Indarti      | Perempuan | 21-30 Tahun | Depok | SMU                                 | Penjaga Toko/            |



|    |               |           |             |       |                                     |  |
|----|---------------|-----------|-------------|-------|-------------------------------------|--|
|    |               |           |             |       |                                     | Pelayan                                  |
| 74 | Hartono       | Laki-laki | 31-40 Tahun | Depok | Perguruan<br>Tinggi/<br>Universitas | Pegawai<br>Swasta                        |
| 75 | Yati Rahayu   | Perempuan | 31-40 Tahun | Depok | SMU                                 | Pensiunan/Ibu<br>Rumah Tangga            |
| 76 | Ratna Ningsih | Perempuan | 31-40 Tahun | Depok | Perguruan<br>Tinggi/<br>Universitas | Profesional<br>(Akuntan/<br>Dokter/ dll) |
| 77 | Endang        | Perempuan | 31-40 Tahun | Depok | Perguruan<br>Tinggi/<br>Universitas | Pegawai<br>Swasta                        |
| 78 | Shanty        | Perempuan | 31-40 Tahun | Depok | Perguruan<br>Tinggi/<br>Universitas | Pensiunan/ Ibu<br>Rumah Tangga           |
| 79 | Rianty        | Perempuan | 31-40 Tahun | Depok | Perguruan<br>Tinggi/<br>Universitas | Profesional<br>(Akuntan/<br>Dokter/ dll) |

|    |                    |           |             |       |                                     |                                |
|----|--------------------|-----------|-------------|-------|-------------------------------------|--------------------------------|
| 80 | Intan              | Perempuan | 31-40 Tahun | Depok | Perguruan<br>Tinggi/<br>Universitas | Tidak Bekerja/<br>Serabutan    |
| 81 | Dewi Astuti        | Perempuan | 31-40 Tahun | Depok | Perguruan<br>Tinggi/<br>Universitas | Penjaga Toko/<br>Pelayan       |
| 82 | Desi               | Perempuan | 31-40 Tahun | Depok | SMP                                 | Pensiunan/ Ibu<br>Rumah Tangga |
| 83 | Aminah             | Perempuan | 31-40 Tahun | Depok | SMU                                 | Pensiunan/ Ibu<br>Rumah Tangga |
| 84 | Hani               | Perempuan | 41-50 Tahun | Depok | SMU                                 | Wiraswasta/<br>Wirausaha       |
| 85 | Fifi Agnesia Putri | Perempuan | 31-40 Tahun | Depok | Perguruan<br>Tinggi/<br>Universitas | Pegawai<br>Swasta              |
| 86 | Irawati            | Perempuan | 31-40 Tahun | Depok | SMU                                 | Pensiunan/ Ibu<br>Rumah Tangga |

|    |                       |           |             |       |                                     |                                |
|----|-----------------------|-----------|-------------|-------|-------------------------------------|--------------------------------|
| 87 | Maya                  | Perempuan | 31-40 Tahun | Depok | SMU                                 | Pensiunan/ Ibu<br>Rumah Tangga |
| 88 | Suryani               | Perempuan | 31-40 Tahun | Depok | SMU                                 | Pensiunan/ Ibu<br>Rumah Tangga |
| 89 | Dedeh Nurbaety        | Perempuan | 31-40 Tahun | Depok | SMU                                 | Pensiunan/ Ibu<br>Rumah Tangga |
| 90 | Evi Sofianty          | Perempuan | 21-30 Tahun | Depok | Perguruan<br>Tinggi/<br>Universitas | Pegawai<br>Swasta              |
| 91 | Suratmi               | Perempuan | 21-30 Tahun | Depok | SMU                                 | Pensiunan/ Ibu<br>Rumah Tangga |
| 92 | Bambang               | Laki-laki | 31-40 Tahun | Depok | SMU                                 | Buruh                          |
| 93 | Heny Eka<br>Wulandary | Perempuan | 21-30 Tahun | Depok | SMU                                 | Penjaga Toko/<br>Pelayan       |
| 94 | Ady TWA               | Laki-laki | 31-40 Tahun | Depok | Perguruan<br>Tinggi/<br>Universitas | Pegawai<br>Swasta              |

|     |                |            |             |            |                                     |                                  |
|-----|----------------|------------|-------------|------------|-------------------------------------|----------------------------------|
| 95  | Farid Eko MS   | Laki-laki  | 31-40 Tahun | Depok      | Perguruan<br>Tinggi/<br>Universitas | Pegawai<br>Swasta                |
| 96  | Supardy        | Laki-laki  | 31-40 Tahun | Depok      | SMP                                 | Buruh                            |
| 97  | Suprpto        | Laki-laki  | 31-40 Tahun | Depok      | SMU                                 | Sekuriti/<br>Petugas<br>Keamanan |
| 98  | Lisa Dwi Yanti | Perempuan  | 21-30 Tahun | Depok      | SMU                                 | Pelajar/<br>Mahasiswa            |
| 99  | Eka Dwi Yanti  | Perempuan  | 21-30 Tahun | Depok      | SMU                                 | Pelajar/<br>Mahasiswa            |
| 100 | Mufti          | Laki-laki  | 31-40 Tahun | Depok      | Perguruan<br>Tinggi/<br>Universitas | Pegawai<br>Swasta                |
|     | <b>Total</b>   | <b>100</b> | <b>100</b>  | <b>100</b> | <b>100</b>                          | <b>100</b>                       |

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Fisher, B Aubrey, *Teori-teori Komunikasi; Perspektif Mekanistik, Psikologis, Interaksional, dan Pragmatis* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1986)
- Katz, Elihu, Jay G. Blumler dan Michael Gurevitch, “*Utilization of Mass Communication by Individual*”, *The Uses of Mass Communication: Correct Perspective on Gratification Research* (London-Beverly Hills: Sage Publication, 1976)
- Morissan, *Jurnalistik Televisi Mutakhir* (Jakarta: Penerbit Ramdina Prakarsa, 2004)
- McQuail, Denis, dan Sven Windahl, *Communication Models for the Study of Mass Communications* (London and New York: Longman, 1993)
- \_\_\_\_\_, *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 1991)
- Muda, Dedy Iskandar, *Jurnalistik Televisi: Menjadi Reporter Profesional* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003)
- Mulyana, Deddy, *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, Mei 2002)
- Rakhmat, Jalaluddin, *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1991)
- \_\_\_\_\_, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, November 2001)
- Santoso, Singgih, *Student Guide Series; SPSS* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2007)
- \_\_\_\_\_, *Student Exercise Series; SPSS* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2007)

Sarwono, Jonathan, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS* (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2006)

Singarimbun, Masri, dan Sofian Effendi (ed), *Metode Penelitian Survey* (Jakarta: LP3ES, 1989)

## **ENSIKLOPEDIA ELEKTRONIK**

Microsoft Encarta Encyclopedia Deluxe 2004, (Microsoft Corporation, © 1993-2003), All rights reserved.

## **MEDIA CETAK**

Kompas, Senin, 25 Agustus 2003

## **WEBSITE**

[http://mkb.kerjabudaya.org/mkb-102003/mkb-pokok-102003/pokok\\_1\\_102003.htm](http://mkb.kerjabudaya.org/mkb-102003/mkb-pokok-102003/pokok_1_102003.htm)

[http://www.depok.go.id/data\\_kota.php](http://www.depok.go.id/data_kota.php)

[http://www.depok.go.id/wilayah\\_detail.php?wil\\_id=3](http://www.depok.go.id/wilayah_detail.php?wil_id=3)

<http://www.sctv.co.id/company/>

[http://www.rnw.nl/ranesi/html/sistem\\_komunikasi.html](http://www.rnw.nl/ranesi/html/sistem_komunikasi.html)

<http://www.indomedia.com/bpost/012000/16/wom/wom3.htm>

## CURRICULUM VITAE

Nama : Maya Maryam Zuhra  
TTL : Bandung, 1 Juli 1981  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Alamat : Jl. Langgar No 32 RT 02/RW 03 Kel. Kemiri Muka, Kec. Beji,  
Kotamadia Depok, Jawa Barat  
Email : [maya\\_mzuhra@yahoo.com](mailto:maya_mzuhra@yahoo.com)  
Pekerjaan : Account Executive PT Tempo Inti Media Tbk  
Pendidikan :

### FORMAL

1. S1 Komunikasi Universitas Mercu Buana 2004-Sekarang
2. D3 APS FISIP Universitas Indonesia 1999-2002
3. SMU Permata Puri Depok 1996-1999
4. SMP Krida Utama Padalarang, Bandung 1993-1996
5. SDN 04325 Binjai, Medan Sumatera Utara 1987-1993

### INFORMAL

1. Kursus Bahasa Inggris LIA 2000
2. Kursus TV Presenter Indonesian British School of Communication 2002