

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Salah satu karakteristik komunikasi massa adalah *feedback* yang tertunda atau *delayed*, sehingga komunikator membutuhkan waktu untuk mengetahui tanggapan atau umpan balik khalayak. Selain itu, komunikasi massa adalah komunikator yang terlembaga, komunikannya anonim dan heterogen, sehingga komunikator tidak mengenal siapa saja komunikannya. Kedua hal tersebut menjadi bakal ide penelitian yang penulis laksanakan.

Komunikator pasti membutuhkan media untuk melakukan komunikasi massa. Salah satu media yang paling efektif pada saat ini adalah televisi. Dewasa ini televisi semakin marak di Indonesia, hal ini dimulai ketika informasi di Indonesia dibuka dengan bebas. Media televisi yang dahulu terkekang oleh pemerintahan Orde Baru kini bebas bermunculan. Kebebasan bermedia ini terkesan tanpa batas yang jelas, baik dalam hal kepemilikan media maupun isi konten berita yang disiarkan setiap harinya. Hal tersebut membawa hal positif dan negatif. Positifnya, dengan kemunculan media tersebut, informasi dengan cepat menyebar sehingga masyarakat dapat dengan mudah menerima informasi. Informasi terus mengalir setiap waktu dengan sudut pandang yang berbeda. Negatifnya, terlalu banyak media televisi yang mengudara, maka semakin banyak bias informasi yang tersebar karena perbedaan ideologi dan pola pikir pemilik media. Akibatnya, khalayak media harus menyaring informasi yang diterimanya.

Ishadi SK dalam (Nurudin, 2009, hlm. 4) menyebutkan secara riil kondisi penyiaran televisi Indonesia. Setelah melalui periode monopoli selama lebih dari seperempat abad, sistem televisi Indonesia memasuki tahap deregulasi. Banyak pertanyaan yang timbul tentang alasan pemerintah melakukan deregulasi ini. Hal tersebut didasari oleh adanya keperluan saluran televisi untuk memenuhi keinginan penonton di Indonesia yang jumlahnya meningkat. Peningkatan itu pun didukung dengan kehidupan ekonomi yang semakin lama semakin membaik. Penyebab lainnya timbul dari ancaman *transnational television* melalui parabola.

Tidak mudah untuk mengetahui jumlah parabola di Indonesia, tetapi sejak Indonesia menganut *open sky policy* pada tahun 1987, jumlah televisi parabola bertambah sangat pesat.

Adanya desakan yang kuat kepada pemerintah dari sektor bisnis akan perlunya media promosi produk barang dan jasa melalui saluran televisi swasta. (aku nggak ngerti paragraf ini nyambung ke mana, jadi nggak aku edit bisi salah tafsir haha)

Dengan berkembangnya industri dan meningkatnya konsumerisme, sektor swasta memerlukan media promosi yang lebih banyak untuk menjadi mediator antara sektor produksi dan konsumsi.

Media massa khususnya televisi selayaknya bersikap netral dan memberikan informasi yang benar tanpa menyisipkan unsur kepentingan pribadi dan pbingkaian. Hal tersebut dapat berpengaruh pada isi informasi yang di sebar ke publik, sehingga khalayak tidak kebingungan dalam menentukan pilihan.

Banyaknya televisi yang mendapat izin siar di Indonesia menuntut khalayak untuk memilah konten berita yang gencar diberitakan setiap stasiun televisi dan memilih televisi yang bersifat netral. Namun, sangat sulit mendapatkan berita yang benar-benar murni tanpa sangkut paut kepentingan suatu pihak, terutama berita dalam hal politik.

Kasus keberagaman berita terjadi di beberapa televisi selama tahun 2014, terutama pada masa-masa kampanye dan perhitungan suara. Sangat banyak bias berita yang terjadi, sehingga khalayak kebingungan memilih berita mana yang sesuai dengan fakta. Ketimpangan isi berita sangat jauh, bahkan bisa dibilang bertolak belakang, terutama saat pengumuman hasil hitung cepat pemilihan presiden pada tanggal 9 Juli 2014.

Satu televisi swasta menampilkan persentase pasangan Jokowi-JK memperoleh suara lebih banyak dari Prabowo-Hatta. Namun, di televisi lainnya malah menampilkan persentase kemenangan bagi pasangan Prabowo-Hatta. Hal tersebut menyebabkan keraguan tentang apa yang diberitakan oleh televisi saat ini. Oleh karena itu, khalayak mesti dapat memilah mana televisi yang menyiarkan fakta yang sesuai data.

Salah satu televisi penerus lahir sebagai televisi yang objektif dan netral adalah Kompas TV. Dengan moto “Inspirasi Indonesia”, Kompas TV berkeyakinan selalu menyampaikan berita yang netral, tidak memihak.

Nilai ketidakberpihakan media dalam penyebaran informasi dapat dirujuk kepada teori objektivitas berita menurut Westerhall (dalam Dennis McQuails, 1992) setidaknya memiliki 2 faktor. Pertama, faktualitas atau berita yang berdasarkan fakta nyata yang memang ada tanpa adanya penyatuan dengan opini atau komentar pihak media

Kedua, impersialitas atau ketidakberpihakan di setiap berita yang ditayangkan.

Objektivitas sebuah media televisi tak cukup hanya dinilai dari perusahaannya sendiri, melainkan butuh pengakuan dan penilaian dari khalayak. Apakah khalayak menilai Kompas TV memang benar netral dan objektif ataukah masih ada keberpihakan dalam menyampaikan berita.

Televisi termasuk ke dalam kelompok media komunikasi massa karena sesuai dengan salah satu karakteristiknya yaitu, umpan balik yang tertunda. Komponen umpan balik atau yang lebih populer dengan sebutan *feedback* merupakan faktor penting dalam membentuk komunikasi apapun. Efektivitas komunikasi sering kali dapat dilihat dari *feedback* yang disampaikan oleh komunikan. Umpan balik dalam komunikasi massa tidak dapat secara langsung (*direct feedback*) karena komunikator tidak dapat melihat langsung reaksi atau tanggapan dari komunikan.

Dalam hal ini, *feedback* yang dimaksud adalah persepsi itu sendiri. Apakah pesan yang disampaikan oleh media diterima dengan mudah secara utuh? Bisa juga ada sebuah penolakan atau proses dimana komunikan menyaring informasi yang disebarkan oleh media sebelum mengonsumsinya.

Oleh karena itu, agar dapat menentukan bagaimana khalayak menilai objektivitas berita di Kompas TV, maka penulis menggunakan persepsi sebagai tolak ukurnya.

Menurut Brian Fellows (dalam Mulyana, 2011, hlm: 180) “Persepsi adalah proses yang memungkinkan suatu organism menerima dan menganalisis

informasi”. Oleh karena itu, persepsi setiap orang mungkin akan berbeda-beda, tergantung kemampuan dalam menerima dan menganalisis sesuatu yang disampaikan komunikator dalam hal ini adalah media televisi.

Persepsi adalah proses aktif menyeleksi, mengatur, dan menafsirkan orang, objek, peristiwa, situasi, dan aktivitas. Hal yang perlu diperhatikan dari definisi ini adalah bahwa persepsi adalah proses aktif.

Persepsi dibentuk dengan adanya banyak faktor, sehingga tak dapat dimungkiri adanya perbedaan persepsi pada satu objek penelitian yang sama dari beberapa sampel, salah satunya adalah intensitas menonton Kompas TV. Dalam hal berita di Kompas TV, penulis berasumsi bahwa adanya kompetitor dapat mempengaruhi persepsi seseorang terhadap Kompas TV. Maka dari itu, penulis tertarik untuk melihat seberapa besar pengaruh adanya kompetitor.

Bagi suatu media, mengetahui bagaimana respon masyarakat sebagai komunikan atau khalayak adalah hal yang penting. Namun, hal itu terhambat oleh karakteristik komunikasi massa yang bersifat satu arah dan proses umpan balik atau yang sering disebut dengan *feedback* bersifat tertunda. Televisi tidak seperti komunikasi dua arah pada umumnya yang bersifat dua arah dan komunikator dapat mengetahui respon dari komunikannya. Oleh karena itu, pada penelitian ini penulis bermaksud untuk mencari tahu bagaimana persepsi penonton berita di Kompas TV.

Pada penelitian ini, penulis memilih pemirsa dari kalangan mahasiswa sebagai objek penelitian karena mahasiswa dianggap turut berperan dalam pergerakan politik di negeri ini. Mengingat 17 tahun yang lalu di mana ribuan mahasiswa turun ke jalan hingga akhirnya dapat menurunkan rezim orde baru yang berkuasa saat itu untuk mencapai perubahan. Hingga saat ini, suara mahasiswa masih berpengaruh terhadap suara masyarakat, contohnya ketika terjadi kenaikan harga bahan bakar minyak pada era pemerintahan Presiden Joko Widodo, kemudian ketika bencana kabut asap sedang melanda negeri ini, dan yang terbaru adalah kasus saham freeport yang cukup menyita perhatian negeri ini.

Di Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) banyak himpunan mahasiswa yang aktif dalam mengkritisi pergerakan politik saat ini. Terutama mahasiswa Departemen Ilmu Komunikasi yang terlihat aktif dalam mengkaji isu-isu politik terbaru. Di Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi (HIMIKASI UPI) terdapat kegiatan rutin bertajuk Gradasi, yakni kegiatan diskusi mengenai isu-isu hangat, hingga pembahasan artikel ilmiah yang akhirnya dibukukan.

Dengan demikian, penulis berasumsi bahwa mahasiswa Departemen Ilmu Komunikasi UPI memiliki kepekaan yang tinggi terhadap berita, sehingga dapat mewakili persepsi pemirsa tentang objektivitas berita di Kompas TV.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

- a. Seberapa besar tingkat faktualitas pemberitaan di Kompas TV?
- b. Seberapa besar tingkat Imperialitas pemberitaan di Kompas TV?

1.3 Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan apa yang dipaparkan dalam rumusan masalah, maka dapat diambil kesimpulan bahwa tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk menganalisis persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi UPI tentang seberapa besar tingkat faktualitas pemberitaan di Kompas TV.
- b. Untuk menganalisis persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi UPI tentang seberapa besar tingkat imersialitas pemberitaan di Kompas TV.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi peneliti selanjutnya, pada penelitian ini penulis hanya membahas mengenai persepsi mahasiswa dalam

segi objektivitas suatu berita di Kompas TV, sehingga sangat memungkinkan penelitian selanjutnya meneliti sisi lain dari suatu berita.

1.4.2 Manfaat Kebijakan

Berita yang disebarluaskan oleh media semestinya bebas nilai, netral dan tidak memihak, penelitian ini meneliti tentang pandangan mahasiswa dalam mengonsumsi suatu berita, apakah menurut mereka berita tentang politik yang disiarkan di Kompas TV sudah bisa dibilang objektif atau tidak, hal ini penting untuk dikaji karena tidak dapat dipungkiri, berita media dapat menggiring pribadi setiap orang yang mengonsumsinya.

1.4.3 Manfaat Praktik

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rujukan maupun masukan bagi para pelaku dan pengambil kebijakan, baik berasal dari institusi pemerintah maupun berasal dari pihak pemilik media itu sendiri. Sehingga kebijakan media tersebut lebih mempertimbangkan kepentingan khalayak terutama dalam berita mengenai politik.

1.4.4 Manfaat Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi khalayak agar lebih teliti dan cermat dalam menerima berita yang disiarkan media televisi, serta bagi stasiun televisi agar menjaga objektivitas berita sehingga khalayak mendapatkan informasi yang sebagaimana mestinya.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Hasil penelitian ini akan ditulis dalam lima bab, masing-masing bab dibahas dan dikembangkan dalam beberapa sub bab. Secara sistematis sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

1.2 Rumusan Masalah

1.3 Tujuan Penelitian

1.4 Manfaat / Signifikansi Penelitian

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Pada bab ini adalah uraian tentang pendahuluan, yang terdiri atas lima sub bab antara lain latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur organisasi skripsi.

BAB 2 KAJIAN PUSTAKA / LANDASAN TEORITIS

2.1 Kajian Pustaka

2.2 Kerangka Penelitian

2.3 Penelitian Terdahulu

Pada bab ini diuraikan kajian pustaka, yang terdiri atas tiga sub bab antara lain landasan konseptual yang memuat tentang teori-teori yang digunakan untuk menganalisis penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, dan kerangka pemikiran.

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

3.2 Partisipan

3.3 Populasi dan Sampel

3.4 Instrumen Penelitian

3.5 Prosedur Penelitian

3.6 Analisis Data

3.7 Teknik Pengujian Instrumen Penelitian

Pada bab ini diuraikan metode penelitian, yang terdiri atas tujuh sub bab antara lain desain penelitian, partisipan penelitian, populasi dan sampel, instrumen penelitian, prosedur penelitian, analisis data dan teknik pengujian instrumen penelitian.

BAB 4 TEMUAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Temuan Penelitian

4.2 Pembahasan Penelitian

Pada bab empat ini adalah temuan dan pembahasan yang memuat dua hal utama, yakni (a) temuan penelitian berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data dengan berbagai kemungkinan bentuknya sesuai dengan urutan rumusan permasalahan penelitian dan (b) pembahasan temuan penelitian untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya.

BAB 5 SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

5.2 Implikasi

5.3 Rekomendasi

Pada bab ini berisikan bagian penutup yang merupakan bab akhir dalam penelitian. Bab ini berisi simpulan, implikasi dan rekomendasi yang menyajikan penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap hasil analisis temuan penelitian sekaligus mengajukan hal-hal penting yang dapat dimanfaatkan dari hasil penelitian tersebut. Ada dua alternatif cara penulisan simpulan, yakni dengan cara butir demi butir atau dengan cara uraian padat.