

ABSTRAK

Febri Krisnawati : Persepsi Masyarakat Mengenai Program Berita Pada Stasiun Televisi Swasta Nasional (Studi Deskriptif Pada Masyarakat Kampung Listring, Cilacap, Jawa Tengah Terhadap Program Berita *Fokus* di Stasiun Televisi Indosiar).

Berita memiliki peranan yang penting dalam memberikan informasi yang faktual serta aktual kepada masyarakat. Berita merupakan sesuatu yang nyata, tidak dibuat-buat serta mengandung peristiwa yang layak untuk dijadikan sebuah sajian yang informatif bagi masyarakat. Program berita yang ditayangkan dalam stasiun televisi merupakan salah satu cara memenuhi kebutuhan informasi bagi masyarakat. Dan dari sekian banyak program berita yang ada, *Fokus* mempunyai ciri khas yang tetap dipertahankan dari waktu ke waktu dan senantiasa menyajikan berita dengan kualitas baik sehingga banyak pemirsa televisi yang masih setia menyaksikan program berita *Fokus* di Indosiar.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran secara umum mengenai persepsi masyarakat Kampung Listring mengenai program berita *Fokus* di Indosiar. Dengan tiga fokus pertanyaan yaitu seleksi, interpretasi serta reaksi yang diberikan masyarakat setelah menyaksikan program berita *Fokus* di Indosiar.

Penelitian ini didasarkan pada sebuah teori persepsi yang di jelaskan oleh seorang ahli bernama RD Laing, yaitu teori persepsi. Dimana dalam teori tersebut disebutkan persepsi merupakan proses yang manusia gunakan untuk menginterpretasikan data-data sensori yang datang melalui alat indra manusia. Semua persepsi yang terjadi dalam diri manusia selalu melibatkan sinyal serta sistem saraf. Sinyal yang timbul bisa berupa penglihatan, pendengaran atau meraba secara fisik terhadap sebuah objek (RD Laing dalam Lilliweri, 1994 : 130).

Metode penelitian yang dipakai adalah metode deskriptif. Dengan pendekatan pendekatan kualitatif yang menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara serta studi kepustakaan.

Hasil penelitian menunjukkan adanya seleksi dari masyarakat terhadap program berita *Fokus*, hal ini terlihat dari masyarakat mengetahui keberadaan program serta merasakan adanya manfaat dari program tersebut. Masyarakat mempunyai ketertarikan serta menyukai program berita *Fokus*. Masyarakat merasa yakin dan percaya terhadap berita yang ditayangkan, sehingga berkeinginan untuk menyaksikan kembali program berita *Fokus*.

Kata Kunci

(Berita, Masyarakat, Persepsi)