

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Keberadaan media radio masih tetap relevan walaupun peran media televisi begitu menonjol hingga sekarang di tengah masyarakat (Hasan, 2012: v). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa media radio menjadi salah satu media massa yang hingga saat ini masih menjadi rujukan masyarakat dalam menerima informasi. Radio masih menjadi pilihan beberapa masyarakat yang tak sempat memaksimalkan penglihatannya untuk membaca atau menonton tayangan informasi. Keunggulan yang dimiliki radio melalui kekuatan audionya, meramu informasi ke dalam rangkaian kata yang mudah dicerna, berbalut efek musik dan suara nyata sebuah peristiwa, membawa setiap pendengarnya menuju imajinasi yang sesuai dengan realita.

Keunggulan radio yaitu sebagai media auditif (hanya bisa didengar) juga memiliki keunggulan lainnya, murah, merakyat, dan bisa dibawa dan didengarkan dimana-mana. Radio berfungsi sebagai media ekspresi, komunikasi, informasi, pendidikan dan hiburan (Masduki, 2009: 9). Radio memiliki dualisme kegunaan yang saling berkaitan, yakni sebagai sarana informasi dan sarana hiburan. Jenis informasi yang disuguhkan radio sangatlah beragam, salah satunya yaitu berita. Berita menjadi salah satu konten penting karena menyampaikan informasi yang aktual dan faktual.

Berita menjadi salah satu produk informasi berbasis fakta dan data yang faktual dan aktual yang disuguhkan radio kepada pendengarnya. Definisi jurnalistik seperti dikutip Assegaff, berita adalah laporan tentang fakta atau ide termasa, yang dipilih oleh staf redaksi suatu harian untuk disiarkan, yang dapat menarik perhatian pembaca, entah karena dia luar biasa, entah karena dia penting atau akibatnya, entah pula karena dia mencakup segi-segi *human interest* seperti humor, emosi, dan ketegangan (Sumadiria, 2006: 64-65).

Berita menjadi informasi yang dipilih oleh staf redaksi untuk disiarkan. Siaran radio berita untuk mencapai kriteria informasi yang layak diberitakan, harus dimulai dari peningkatan profesionalisme para wartawan dan penyiar radio (*broadcaster*) yang diawali dengan kesadaran akan peran radio sesungguhnya sebagai media massa yang melayani seluruh lapisan masyarakat. Kesadaran akan peningkatan kualitas produksi dan penyiaran program juga penting untuk diperhatikan segenap jajaran redaksi agar sesuai dengan keperluan dan keinginan khalayak pendengar radio.

Beberapa stasiun radio yang mengudara di Indonesia dan menyiarkan berita, salah satunya adalah RRI Bandung khususnya pada Program (Pro) 1, merupakan salah satu stasiun radio yang menyuguhkan informasinya ke dalam konsep berita kepada pendengarnya. “Berita adalah suatu informasi baru (*new*) yang mengandung makna penting (*significant*), memiliki pengaruh terhadap siapapun yang mendengar atau membacanya, dan menarik bagi si pendengar (radio), pemirsa (televisi), dan pembaca (media cetak)” (Hasan, 2012: 2).

Radio Republik Indonesia (RRI) adalah lembaga penyiaran publik yang terus konsisten menjalankan penyiarannya sesuai dengan mottonya yaitu “*RRI Sekali Di Udara Tetap Di Udara*”. Selain itu RRI menjadi radio pertama yang mengudara di Indonesia, dan selalu memberikan informasi serta berdedikasi secara menyeluruh kepada publik. Hal itu dibuktikan dengan penyebaran jaringan radio RRI lainnya yang tersebar di beberapa daerah, seperti yang tercakup di kawasan Jawa Barat meliputi Bandung (Kota Bandung, KBB, Subang, Garut, Tasik, Ciamis, dll), Bogor (Kota Bogor dan Kab. Bogor) dan Cirebon (Kota Cirebon, Kab. Cirebon, Indramayu, Majalengka, Kuningan).

RRI Bandung diposisikan sebagai media elektronik lokal tipe 2 sebagai stasiun radio yang terletak di ibu kota provinsi. Di dalamnya terdapat 4 jaringan radio meliputi, Programa 1 (Pro 1) sebagai pusat siaran pemberdayaan masyarakat, Programa 2 (Pro 2) sebagai pusat siaran kreatifitas anak muda, Programa 3 (Pro 3) sebagai pusat siaran berita nasional dan Programa 4 (Pro 4) sebagai pusat siaran pendidikan dan budaya. Masing-masing program beroperasi pada bidangnya sendiri. Pembentukan program-program ini sengaja dibentuk saat kebebasan pers di era reformasi mulai membumi di nusantara. Tujuannya adalah agar masyarakat pendengar tetap setia dengan program-program siaran RRI ditengah perkembangan stasiun-stasiun radio swasta.

Pro 1 RRI Bandung merupakan pusat siaran pemberdayaan masyarakat. Melalui siaran Pro 1, khalayak pendengar tidak hanya dibidik untuk sekedar tahu tentang informasi atau berita yang disiarkan, namun juga dibidik untuk bisa

cerdas. Sehingga kecerdesan pendengar melahirkan masyarakat yang berdaya, bukan hanya sekedar tahu.

Jenis radio seperti RRI Bandung, yang menyuguhkan informasi-informasi lokal terkait dengan pemberitaan aktual dan faktual, tak sedikit yang tumbuh dan berkembang di Kota Bandung. Agar menjadi stasiun radio yang tetap diminati banyak khalayak, tentunya harus ada strategi khusus yang dieksekusi oleh Pro 1 RRI Bandung, khususnya dalam hal pemberitaan atau penyiaran berita. Sehingga berita-berita yang disajikan menjadi berita yang menggugah minat pendengar.

Strategi adalah program umum untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi dalam pelaksanaan misi (Morissan, 2009:144). Kata program dalam definisi tersebut menyangkut suatu peranan aktif, sadar dan rasional yang dimainkan oleh manajer dalam perumusan strategi organisasi. Dalam hal ini harus terdapat hubungan yang erat atas seluruh tujuan program penyiaran yang sudah ditetapkan, audiens yang ingin dituju dan juga strategi yang dipilih. Hal terpenting adalah bahwa strategi dipilih untuk mencapai suatu hasil tertentu sebagaimana dinyatakan dalam tujuan atau sasaran yang sudah ditetapkan.

Dinamika perkembangan lingkungan yang terjadi setiap waktunya, mulai dari perubahan sistem pemerintahan, perkembangan teknologi, sosial budaya dan beragam aspek lingkungan lainnya tidak lantas membuat Pro 1 RRI Bandung segan untuk mengudara dari tahun ke tahun, period ke periode dan seterusnya. Di saat beberapa stasiun radio berita lain mungkin tak sanggup menghadapi perubahan jaman dan hilang dari peradaban, Pro 1 RRI Bandung justru masih tetap eksis hingga saat ini. Sehingga tentunya ada strategi-strategi pemberitaan

atau penyiaran berita yang berjalan dibalik ke-eksisannya. Sehingga dari fenomena tersebut menjadi unik ketika peneliti meneliti tentang **“Strategi Pemberitaan Programa 1 RRI Bandung”**.

1.2 Fokus Penelitian

Dalam latar belakang telah dipaparkan fokus penelitian yang akan diteliti adalah terkait dengan strategi pemberitaan Pro 1 RRI Bandung. Dari fokus penelitian tersebut peneliti memecah fokus penelitian sebagai berikut:

- 1) Bagaimana perencanaan redaksi Pro 1 RRI Bandung dalam menyajikan berita?
- 2) Bagaimana pola kerja wartawan Pro 1 RRI Bandung dalam mencari berita?
- 3) Bagaimana proses penyajian berita Pro 1 RRI Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang dijabarkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui perencanaan redaksi Pro 1 RRI Bandung dalam menyajikan berita.
- 2) Untuk mengetahui pola kerja wartawan Pro 1 RRI Bandung dalam mencari berita.
- 3) Untuk mengetahui proses penyajian berita Pro 1 RRI Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

1) Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam aspek teoritis (keilmuan) yaitu bagi perkembangan Ilmu Komunikasi, khususnya Ilmu komunikasi Jurnalistik, melalui pendekatan serta metode-metode yang digunakan terutama dalam upaya menggali pendekatan-pendekatan baru dalam aspek strategi pemberitaan.

2) Secara Praktis

Secara praktis kegunaan penelitian ini diharapkan menjadi sebuah khazanah yang mampu mengembangkan keberlangsungan hidup Pro 1 RRI Bandung sebagai salah satu stasiun radio berita yang ada di kota Bandung, khususnya dalam perumusan strategi pemberitaan yang harmonis ditengah dinamika perkembangan lingkungan dan masyarakat dewasa ini.

1.5 Landasan Pemikiran

1) Hasil Penelitian Sebelumnya

Dalam memulai langkah meneliti, peneliti terlebih dahulu mengkaji karya-karya tulis ilmiah yang penelitiannya hampir serupa dengan fokus peneliti saat ini. Hanya saja berbeda dari beberapa sisi seperti fokus penelitian, metode penelitian, dan lain hal. Dari hasil kajian tersebut peneliti menemukan, bahwa penelitian terdahulu lebih banyak memfokuskan penelitian pada kebijakan redaksional RRI Bandung. Berikut beberapa hasil penelitian sebelumnya.

Tabel 1.1

Hasil Penelitian Sebelumnya

	Ikmal Husnidin	Eries Risnawati	Aghnia Ainun F.
Judul Penelitian (Tahun)	Wacana Politik RRI Bandung Selama Kampanye Terbuka Maret-April 2009 (2009)	Kebijakan Redaksional RRI Bandung dalam Menyiarkan Berita-berita Politik (2010)	Kebijakan RRI Bandung dalam Menentukan Berita Utama (2015)
Tujuan Penelitian	-untuk mengetahui bagaimana strategi wacana yang dipakai RRI Bandung pada pemberitaan Kampanye Terbuka Maret-April 2009 -untuk mengetahui kognisi sosial wartawan dan Redaktur RRI Bandung dalam memandang Kampanye Terbuka Maret-April 2009	-untuk mengetahui kebijakan redaksional RRI Bandung dalam menyiarkan berita-berita politik	-untuk mengungkap kebijakan redaksi RRI Bandung dalam menentukan berita utama -untuk mengetahui proses perumusan kebijakan redaksi RRI Bandung -untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi

	<p>-untuk meengetahui konteks sosial yang berkembang dalam masyarakat mengenai pemberitaan Kampanye Terbuka Maret-April 2009</p>		<p>kebijakan redaksi RRI Bandung dalam menentukan berita utama</p>
<p>Metode Penelitian</p>	<p>metode interpretatif (analisis wacana model A Van Dijk)</p>	<p>metode deskriptif</p>	<p>metode deskriptif</p>
<p>Hasil Penelitian</p>	<p>pemberitaan politik mengenai kampanye berkisar tentang tema, isu, dan masalah-masalah yang bersifat teknis mengenai jalannya kampanye terbuka. Sedangkan keberpihakan RRI Bandung cukup jelas yang menandakan media ini bersikap independen.</p>	<p>kebijakan redaksional RRI Bandung dalam menyiarkan berita-berita politik, mengacu pada visi, misi dan prinsip RRI Bandung yang independent, netral dan asas berimbang.</p>	<p>bidang redaksi RRI Bandung yang dimotori oleh Dewan Redaksi, merumuskan garis besar sebagai dasar penentuan kriteria kebijakan redaksi RRI Bandung dalam menentukan berita utama diambil sesuai visi dan misi media,</p>

			nilai berita yang dikandungnya dan momentum apa yang sedang terjadi.
Perbedaan dengan penelitian ini	objek penelitian tidak hanya terkait terhadap satu peristiwa, tapi mengenai pemberitaan secara keseluruhan pada Pro 1 RRI Bandung	metode penelitian yang digunakan peneliti kali ini adalah metode studi kasus	metode penelitian yang diambil berbeda, dalam penelitian ini digunakan metode studi kasus. Kemudian penelitian hanya fokus pada pemberitaan di Pro 1 RRI Bandung

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, hasil dari peneliti lebih banyak yang meneliti terhadap kebijakan redaksi. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan metode interpretatif, yang mempunyai karakteristik mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada.

Peneliti, pada penelitian yang akan dilakukan, menetapkan Pro 1 RRI Bandung sebagai objek penelitian dikarenakan ingin meneliti strategi pemberitaannya yang belum pernah diteliti oleh peneliti terdahulu. Mulai dari redaksi sampai cara kerja wartawan dalam menyajikan berita.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus, yang akan diteliti mulai dari gagasan redaksi dalam menyusun perencanaan berita serta eksekusi perencanaan tersebut oleh wartawan di lapangan sampai dengan penyajiannya untuk siap disiarkan dan didengar khalayak pendengar. Peneliti berharap dapat mengetahui strategi apa yang dilakukan oleh stasiun radio Pro 1 RRI Bandung dalam menyajikan berita, serta bisa mendapatkan hasil yang maksimal.

2) Landasan Teoritis

Teori Hirarki Pengaruh Isi Media

RRI Bandung sebagai salah satu lembaga penyiaran tertua di Indonesia yang tak pernah surut mengudara sejak kemerdekaan, dalam perjalanannya pasti menggunakan strategi-strategi khusus, mengikuti dinamika perkembangan pemerintahan yang terjadi, untuk bisa bertahan sampai detik ini. Dinamika yang terjadi dalam pemerintahan Indonesia, tentunya akan sangat

memengaruhi strategi pemberitaan RRI Bandung mengingat awal kelahiran RRI Bandung sebagai media pemerintah.

Selain itu pada saat ini, dalam konteks persaingan media massa, masing-masing berlomba untuk menyajikan berita yang menarik minat khalayak masyarakat. Khususnya pada media stasiun radio Pro 1 RRI Bandung, persaingan yang terjadi bukan hanya antar stasiun radio saja, bahkan juga dengan jenis media massa lainnya seperti TV.

Berbagai upaya dilakukan media untuk mencari dan menggali fakta, data, dan liputan ke lapangan sampai pembuatan berita dan disiarkan pada pendengar. Terkadang media tidak memaksimalkan proses atau sesuai dengan standar jurnalistik yang tentunya memiliki aturan dan kaidah tertentu. Karena peristiwa yang diliput berjalan cepat, maka aspek-aspek yang dipertimbangkan bagi jurnalis dan media ketika membuat berita yang baik seringkali terlewatkan. Tidak peduli seperti apa dampaknya bagi masyarakat, yang penting adalah menarik bagi khalayak masyarakat.

Media massa mampu menunjukkan seluruh sistem dimana berbagai pesan diproduksi, dipilih untuk kemudian disebarkan ke khalayak luas, diterima pembaca/ pendengar/ pemirsa dan akhirnya ditanggapi khalayak. Melalui media massa masyarakat mendapatkan akses informasi apapun yang terjadi di daerah atau luar daerah. Khususnya RRI Bandung dalam hal ini sebagai media lokal yang mencakup daerah Jawa Barat. Dengan kekuatan dan kelebihan yang dimiliki media massa, masyarakat bisa dengan mudah

dan cepat mengetahui berbagai perkembangan dan pencapaian kemajuan berbagai bidang di seluruh Negara di dunia.

Tingkat persaingan yang ketat menyebabkan tidak sedikit media langsung berpatokan pada hasrat memenuhi rasa ingin tahu khalayak. Prinsipnya ketika ada konflik atau hal-hal yang menarik, media tidak segan-segan mem-blow up peristiwa tersebut agar bisa mendatangkan keuntungan berlipat. Para jurnalis seringkali membuat berita yang berlebihan, dan tidak sedikit juga jurnalis dan medianya menghendaki adanya konflik. Jurnalis dan media seringkali berperilaku ganda, di depan narasumber dia seperti kooperatif, terkadang pada kondisi tertentu dia resisten.

Sikap perilaku dari jurnalis seperti itu, tidak terlepas dari faktor internal dan eksternal yang mempengaruhinya sebagaimana yang dibahas dalam teori pengaruh isi media yang dikenalkan Shoemaker dan Reese dalam *Mediating The Message: Theories of Influences on Mass Media Content* (1991), menyatakan bahwa ada lima level (tingkatan) faktor yang dapat memengaruhi isi media, yaitu:

Pertama, tingkat individu (jurnalis). Individu atau jurnalis yang bekerja di media memiliki karakter (seperti gender/ etnis, dan lain sebagainya) berlatar belakang dan pengalaman pribadi (seperti pendidikan, agama, strata sosial, dan ekonomi). Latar belakang inilah yang tidak hanya membentuk sikap, nilai, dan kepercayaan pribadinya,

tetapi juga ikut mengarahkan profesionalitasnya dalam bekerja sebagai jurnalis (Shoemaker dan Reese, 1991:54).

Kedua, tingkat rutinitas media. Isi media akan diwarnai oleh rutinitas media. Jika media tersebut rutin memberitakan yang sifatnya kritik terhadap politik, maka media tersebut akan kental dengan nuansa politik. Begitupun dengan rutin atau kebiasaan ketika memberitakan konflik atau kekerasan, akan sulit ketika keluar dari habit tersebut (Shoemaker dan Reese, 1991: 85). Dari prespektif budaya, media merupakan sebuah aktivitas, sekaligus ruang tempat banyak nilai dan kepentingan saling bernegosiasi.

Ketiga, tingkat organisasi media. Untuk tingkat organisasi media ini yang menjadi fokus adalah tujuan organisasi media itu sendiri, yaitu tujuan dalam rangka mencari keuntungan. Media memiliki tujuan dalam setiap pemberitaannya. Tujuan utamanya adalah melayani publik dan mendapatkan pengakuan professional namun tujuan yang tidak kalah penting dan menjadi target dalam organisasi media adalah keuntungan besar (Shoemaker dan Reese, 1991:115).

Keempat, tingkat ekstra media. Pada tingkat ekstra media antara lain sumber-sumber informasi yang dijadikan isi media (seperti kelompok kepentingan dan khalayak) serta institusi sosial lainnya (seperti pemerintah) (Shoemaker dan Reese, 1991:147). Diantara ekstramedia yang kuat hegemoninya adalah pengiklan atau penyokong dana yang bisa memberikan darah segar dalam operasional media. Dari sinilah media bisa bekerja dan

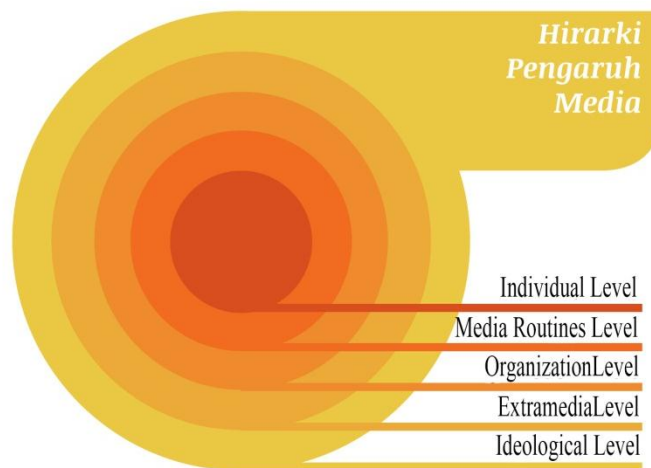
menggaji para jurnalisnya. Sekuat dan sehebat apapun jurnalis jika tidak memiliki penghasilan yang seimbang maka kualitasnya berkurang. Inilah yang seringkali menjadi batu sandungan media dalam pengemasan isinya.

Kelima, tingkat ideologi. Harus diakui setiap media memiliki ideologi yang berbeda. Ideologi media tersebut merujuk pada kaidah atau kode etik jurnalistik yang diakui secara umum. Ideologi media inilah yang mau tidak mau setiap jurnalis harus menjunjung tinggi nilai-nilainya, dan mempraktikannya dalam kinerja di lapangan. Di sinilah media berfungsi sebagai kepanjangan kepentingan kekuatan dominan, bagaimana nilai-nilai atau ideologi media ini dikombinasikan untuk menyajikan eksistensi media dalam setiap beritanya (Shoemaker dan Reese, 1991:183).

Berkaitan dengan strategi pemberitaan Pro 1 RRI Bandung dalam menyajikan berita, jika merujuk pada teori Shoemaker dan Reese bahwa pada praktiknya strategi dalam menyajikan berita di Pro 1 RRI Bandung dipengaruhi lima level dalam keterkaitan dengan strateginya, seperti dari rutin media, ekstra media, organisasi, ideologi, dan individu (jurnalis).

Gambar 1.1

Lima Level yang Mempengaruhi Isi Media



Sumber: Shoemaker dan Reese (1991), *Mediating The Message: Theories of Influences on Mass Media Content*.

Strategi

Strategi perusahaan merupakan rumusan perencanaan komprehensif tentang bagaimana perusahaan akan mencapai misi dan tujuannya. Strategi akan memaksimalkan keunggulan kompetitif dan meminimalkan keterbatasan bersaing (David dan Thomas, 2003: 16).

Definisi lainnya tentang strategi juga dikemukakan oleh Chandler tahun 1962 yang dikutip dalam Rangkuti (2006: 4) menyebutkan bahwa strategi adalah tujuang jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan. Adapun pengertian strategi menurut Learned , Cristenses,

Andrews dan Gurth (1965) yang juga dikutip Rangkuti (2006:3) adalah alat untuk menciptakan keunggulan bersaing.

Ada empat dimensi pokok strategi menurut Robbins (1990:125) sebagai berikut:

1. Inovasi secara khusus dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang mengutamakan inovasi sebagai sumber keunggulan bersaing.
2. Diferensiasi pasar ditujukan untuk menciptakan loyalitas konsumen melalui suatu produk atau jasa yang bersifat unik, dalam arti berbeda dari apa yang telah ada di pasar.
3. Jangkauan (Breadth) adalah penetapan ruang lingkup pasar yang akan dilayani oleh organisasi: ragam atau jenis konsumen, cakupan geografisnya, dan jenis produk atau jasa yang akan ditawarkan.
4. Pengendalian biaya (Cost-Control) dimaksudkan adalah sejauh mana perusahaan mengontrol biaya atau anggaran secara ketat.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

1.6 Langkah-langkah Penelitian

1) Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di RRI Bandung yang terletak di Jalan Diponegoro No. 61 Kota Bandung. RRI Bandung sengaja dipilih peneliti sebagai lokasi penelitian karena RRI Bandung memiliki *trade record* perkembangan stasiun radio yang cukup dinamis.

Sejarah mencatat bahwa RRI Bandung adalah stasiun radio pertama yang mengudarakan kemerdekaan Indonesia dari yang sebelumnya merupakan radio milik Jepang dengan nama Hosokyo hingga akhirnya pada era kebebasan pers RRI Bandung bertransformasi menjadi Lembaga Penyiaran Publik (LPP) dan mulai berkiprah tak hanya untuk pemerintah tapi juga untuk masyarakat.

2) Paradigma dan Pendekatan

Paradigma penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme adalah paradigma dimana kebenaran suatu realitas sosial dilihat sebagai hasil konstruksi sosial, dan kebenaran suatu realitas sosial bersifat relatif. Paradigma konstruktivisme ini berada dalam perspektif interpretivisme (penafsiran) yang terbagi dalam tiga jenis, yaitu interaksi simbolik, fenomenologis dan hermeneutik.

Paradigma konstruktivisme dalam ilmu sosial merupakan kritik terhadap paradigma positivis. Menurut paradigma konstruktivisme realitas sosial yang diamati oleh seseorang tidak dapat digeneralisasikan pada semua orang, seperti yang biasa dilakukan oleh kaum positivis. Konsep mengenai konstruksionis diperkenalkan oleh sosiolog interpretative, Peter L. Berger bersama Thomas Luckman. Dalam konsep kajian komunikasi, teori konstruksi sosial bisa disebut berada di antara teori fakta sosial dan defensi sosial (Eriyanto 2004:13).

Sedangkan pendekatan pada penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah pendekatan

penelitian yang dalam menjawab permasalahan memerlukan pemahaman secara mendalam dan menyeluruh mengenai objek yang diteliti guna menghasilkan kesimpulan-kesimpulan dalam konteks waktu dan situasi yang bersangkutan. Karena itu, pendekatan ini lebih tepat digunakan dalam sebagian besar penelitian di bidang ilmu-ilmu sosial, budaya serta penelitian-penelitian terapan untuk memecahkan masalah praktis.

Adapun yang dimaksud dengan pendekatan penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, dan pemikiran orang secara individual maupun kelompok. Data dihimpun dengan pengamatan yang seksama, mencakup deskripsi dalam konsep yang mendetail disertai catatan hasil wawancara yang mendalam, serta analisis dokumen. Penelitian kualitatif memiliki dua tujuan utama yaitu: menggambarkan dan mengungkap (*to describe and explore*) serta menggambarkan dan menjelaskan (*to describe and explain*).

Dalam penggunaan pendekatan ini, hasil penelitian merupakan deskripsi interpretasi yang mana peneliti berusaha menjelaskan dan mendeskripsikan setiap objek yang ditelitinya bersifat tentatif dalam konteks waktu dan situasi tertentu. Kebenaran hasil penelitian lebih banyak didukung melalui kepercayaan berdasarkan konfirmasi dengan pihak-pihak serta dokumen-dokumen yang diteliti.

Dengan pendekatan dan paradigma tersebut, penelitian ini mengangkat tentang strategi pemberitaan Program 1 RRI Bandung.

Tentunya dengan menelisik strategi dari beberapa subjek yang telah dipaparkan pada fokus penelitian. Sehingga nantinya akan muncul sebuah kebenaran relatif hasil konstruksi fenomena sosial yang terjadi.

3) Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian studi kasus. Tujuan penelitian studi kasus menurut A. Chaedar Alwasilah dalam bukunya Pokoknya Studi Kasus adalah:

...is to probe deeply and analyse intensively the multivarious phenomena that constitute the life cycle of the unit with a view to establishing generalisations about the wider population to which that unit belongs.

Dengan kata lain, melalui studi kasus, peneliti secara mendalam dan intensif menganalisis gejala yang bermacam-macam yang merupakan putaran hidup unit yang diteliti dengan harapan membangun generalisasi ihwal populasi lebih luas.

Berkaitan dengan penelitian ini, maka melalui studi kasus peneliti secara mendalam dan intensif menganalisis macam-macam gejala yang terjadi di Pro 1 RRI Bandung, dengan harapan membangun generalisasi ihwal populasi stasiun radio berita, khususnya dalam kajian strategi pemberitaan. Apapun masalahnya atau pendekatannya, ruh dari studi kasus adalah observasi.

Berikut ciri-ciri studi kasus yang membedakannya dengan metode penelitian lain, diantaranya:

- a. Satu kasus, kejadian, atau objek kajian.
- b. Studi yang mendalam.
- c. Fokus pada hubungan dan proses.
- d. Bersifat *kaffah* (holistik).
- e. Tempat Kejadian Perkara (TKP) yang alami.
- f. Menggunakan sumber dan metode yang jamak.

4) Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif. Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata-kata, bukan dalam bentuk angka. Data kualitatif diperoleh dari berbagai macam teknik pengumpulan data misalnya wawancara, analisis dokumen, diskusi terfokus, atau observasi. Bentuk lain data kualitatif adalah gambar yang diperoleh melalui pemotretan atau rekaman video.

b. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi dua sumber data, yaitu:

a) Data Primer

Data yang akan diperlukan dalam penelitian ini adalah data-data yang akan dikumpulkan dari hasil wawancara dengan jajaran redaksi RRI Bandung, arsip dokumentasi resmi RRI Bandung baik berupa outline ataupun data-data yang tersimpan di halaman website resmi RRI, serta observasi langsung peneliti di lapangan.

b) Data Sekunder

Data yang mendukung data primer untuk digunakan dalam suatu penelitian, data sekunder yang akan peneliti gunakan diantaranya buku-buku yang mendukung dan internet.

5) Informan

Selanjutnya untuk memilih dan menentukan informan atau narasumber, penelitian ini akan menggunakan *Snowball Sampling* yang menurut Lincoln dan Guba (1985:233) bahwa dalam bentuk sampling ini seorang peneliti mengidentifikasi, dalam cara apapun seseorang dapat melakukan, sejumlah kecil kelompok fenomena yang seseorang ingin diuji (teliti).

Dengan anggota (kelompok) ini digunakan untuk mengidentifikasikan yang lain lagi. Dengan cara ini untuk menentukan narasumber yang dapat memberikan informasi sebagaimana diharapkan dalam penelitian ini. Informan yang akan dipilih adalah jajarannya redaksi RRI Bandung.

6) Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara merupakan alat *rechecking* atau pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah wawancara mendalam.

Wawancara mendalam (*indepth interview*) adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya

jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan narasumber atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara, dimana pewawancara dan narasumber terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama (Sutopo 2006: 72).

Interview adalah usaha mengumpulkan informasi dengan mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan untuk dijawab secara lisan pula. Ciri utama dari interview adalah kontak langsung dengan tatap muka antara si pencari informasi dengan sumber informasi (Sutopo 2006: 74).

Lincoln and Guba sebagaimana dikutip dalam Sugiyono, (2010:322) mengemukakan ada tujuh langkah dalam penggunaan wawancara untuk mengumpulkan data dalam penelitian kualitatif, yaitu; menetapkan kepada siapa wawancara itu akan dilakukan, menyiapkan pokok-pokok masalah yang akan menjadi bahan pembicaraan, mengawali atau membuka alur wawancara, menginformasikan iktisar hasil wawancara dan mengakhirinya, menulis hasil wawancara ke dalam catatan lapangan, dan mengidentifikasi tindak lanjut hasil wawancara yang telah diperoleh.

b. Observasi

Pengumpulan data dengan observasi langsung atau dengan pengamatan langsung adalah cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut.

Pengamatan baru tergolong sebagai teknik pengumpulan data, jika pengamatan tersebut mempunyai kriteria berikut:

- a) Pengamatan digunakan untuk penelitian dan telah direncanakan secara sistematis.
- b) Pengamatan harus berkaitan dengan tujuan penelitian yang telah direncanakan.
- c) Pengamatan tersebut dicatat secara sistematis dan dihubungkan dengan proposisi umum dan bukan dipaparkan sebagai suatu set yang menarik perhatian saja.

7) Teknik Analisa Data

Menurut Bogdan dan Biklen (1982: 145) merupakan suatu proses pemeriksaan dan pengaturan transkrip wawancara, catatan lapangan, dan material lain yang peneliti akumulasikan untuk meningkatkan pemahamannya terhadap data dan kemungkinan peneliti mempresentasikan apa yang ditemukan orang lain. Menurut Nasution “analisis telah dimulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun di lapangan dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian” (Sugiyono, 2010:30).