

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era modern ini akses informasi sangat mudah didapatkan di mana saja, kapan saja, dan oleh siapa saja. Terlebih, pada era ini hampir semua orang memiliki ponsel pintar dan juga akses internet. Media daring (dalam jaringan) atau media *online*, menjadi salah satu alternatif bahkan menjadi media favorit dalam proses pencarian dan penyuguhan informasi. Ditambah lagi, kebanyakan perusahaan media sekarang tidak hanya berbasis *website*, namun juga memiliki akun media sosial.

Menurut Haelin dan Kaplan (dalam Sofia Miranda, 2016:2) salah satu manfaat dari kemajuan media internet ialah hadirnya media sosial sebagai media interaksi antar pengguna. Media sosial merupakan teknologi berbasis web 2.0 yang memungkinkan para pengguna untuk membuat dan mendistribusikan konten mereka sendiri. Masyarakat makin disuguhkan berita-berita menarik setiap harinya tanpa harus membuka situs resmi berita, cukup dengan mengikuti akun media sosial perusahaan media saja. Selain itu, media sosial juga dianggap lebih interaktif dan dapat menghasilkan hal yang lebih kreatif, karena komunikasi dapat berjalan secara dua arah.

Namun sayangnya di tengah proses kemudahan informasi dan fleksibilitas itu sendiri, minat literasi masyarakat Indonesia sangatlah rendah. berdasarkan survei yang dilakukan oleh *Program for International Student Assessment (PISA)* yang di rilis *Organization for Economic Co-operation and Development (OECD)* pada 2019, Indonesia memiliki tingkat literasi nomor 62 dari 70 negara yang di survei. Oleh karena itu, berbagai media menerapkan macam-macam cara dan strategi untuk menarik perhatian lebih dari masyarakat.

Menurut Fred R David (dalam Shintya dan Poppy, 2020) strategi merupakan sebuah upaya untuk menggapai tujuan-tujuan pada jangka panjang yang merupakan

sebuah tindakan berdasarkan ketentuan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan yang banyak untuk merealisasikannya. Strategi dapat berpengaruh dalam kehidupan organisasi pada jangka panjang setidaknya selama waktu lima tahun. Salah satu strategi yang diterapkan oleh berbagai media di Indonesia untuk menarik minat masyarakat adalah dengan membuat video interaktif dan kreatif. Video interaktif adalah metode bercerita berbasis audio visual yang akan mengajak pemirsa/audiens, sebagai pemilik, pengguna dan peserta aktif ke dalam media yang dikemas secara sistematis (Cikita Putri, 2019). Video interaktif memungkinkan pengguna dapat memberikan umpan balik secara langsung. Sebagai salah satu contohnya, pengguna dapat menulis komentar dengan bebas di tempat di mana video tersebut ditayangkan, selama pengunggah video memberikan izinnnya.

Berdasarkan Laporan Digital 2021, hampir semua pengguna internet Indonesia atau sekitar 98,5 persen menonton video *online* setiap bulannya. Sebanyak 74,3 persen pengguna internet di Indonesia juga menonton video blog (vlog) setiap bulannya, bahkan setiap harinya. Dan lebih dari setengahnya adalah generasi milenial dan generasi Z. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Milenial atau generasi Y, adalah orang atau generasi yang lahir pada tahun 1980-an dan 1990-an. Kemudian generasi Z, adalah generasi yang lahir pada akhir tahun 1990-an dan awal tahun 2000-an. Berdasarkan hasil dari berbagai penelitian, kehidupan kedua generasi ini tidak dapat dilepaskan dari teknologi informasi, terutama internet. Sebagian orang menganggap bahwa kedua generasi ini merupakan generasi yang malas, dan ingin selalu mendapatkan hal instan dalam berbagai kegiatan.

Merujuk pada kemudahan akses informasi, media sosial, dan penayangan video interaktif. Pada era ini, media-media besar kerap menggunakan media sosial Youtube dalam membagikan informasi. Youtube sendiri merupakan sebuah media sosial di mana para penggunanya dapat mengunggah, menonton, berlangganan, dan berbagi video secara mudah tanpa perlu frekuensi dan izin. Berdasarkan dari data yang dilansir dari katadata.com menyebutkan bahwa, pada tahun 2020 rata-rata orang

Indonesia mengakses Youtube sebanyak 25,9 jam perbulan, dan selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya. Oleh karenanya, hampir semua media memiliki kanal Youtube untuk membagikan informasinya kepada publik, baik itu berupa *straight news*, feature, video interaktif dan masih banyak lagi.

Penayangan video interaktif melalui situs Youtube sebagai upaya strategi media dalam menarik khalayak juga diterapkan oleh media seperti Tirto.id dengan program Newsroom 63B. Newsroom 63B merupakan salah satu tayangan yang disuguhkan oleh media Tirto.id milik PT Tirta Adi Surya, salah satu media daring yang cukup populer di kalangan generasi muda. Newsroom 63B dibawakan oleh salah satu jurnalis dan penulis gaya hidup Tirto, Joan Aurelia Rumengan. Program ini biasanya ditayangkan di media sosial milik Tirto seperti Instagram Televisi (IGTV) dan kanal Youtube Tirto. Program ini merupakan program edukasi yang dibahas dengan cukup mendalam, namun terkesan santai. Program ini seringkali membahas isu-isu menarik yang kerap kali menjadi pertanyaan publik, dan isu-isu yang dekat dan berkenaan dengan generasi muda masa kini atau dianggap “*kekinian*” seperti misalnya video berjudul “Ortu Toksik, dan Kebencian yang Terwariskan”, “Kematian Grup Band, Kejayaan Solois di Musik Pop” atau video berjudul “Nikahan Artis kok Pakai Frekuensi Publik?” yang membahas pernikahan Youtuber Atta Halilintar dan Aurelie Hermansyah yang ditayangkan di TV Nasional.

Newsroom 63B dibawakan dengan pembawaan yang santai, dengan menggunakan bahasa populer yang akrab didengar masyarakat. Program ini ada sejak tahun 2020, dan ditayangkan setiap dua kali dalam sebulan. Selain itu, pemilihan dan penempatan diksi yang digunakan tayangan ini juga cukup menarik, dengan isu-isu kompleks yang menjadi pertanyaan kebanyakan anak muda masa kini, atau bisa *relate* dengan kehidupan, membuat tayangan ini cukup berbeda dengan tayangan lain. Meski terkesan santai, tayangan ini tetap memuat riset dan wawancara dari para ahli. Selain itu, tayangan ini tetap mengedepankan unsur-unsur jurnalistik dengan kemasan yang lebih kreatif. Tayangan ini juga dilengkapi dengan animasi, *motion graphics*,

dan perpindahan *angle* kamera dari berbagai sudut, guna menarik perhatian penonton. Rata-rata durasi tayangan Newsroom 63B, berdurasi sekitar 5-10 menit.

Setelah peneliti mengikuti dan menonton hampir semua tayangan program Newsroom 63B ini, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa jurnalistik, khususnya mahasiswa jurnalistik UIN Bandung angkatan 2018 mengenai tayangan Newsroom 63B ini. Pemilihan mahasiswa jurnalistik angkatan 2018 ini, didasari oleh pengetahuan dan wawasan mahasiswa tersebut, mengenai bidang kejournalistikan. Selain itu, mahasiswa Jurnalistik angkatan 2018 sendiri, rata-rata berusia 21-24 tahun, yang mana merupakan Generasi Z dan dekat dengan media sosial, serta media *online*. Dan sesuai dengan konten yang disajikan oleh program Newsroom 63B yang selalu menampilkan isu yang dianggap "*kekinian*". Penentuan informan didasarkan pula pada kepedulian dan rasa keingintahuan informan mengenai isu-isu terkini yang kerap jadi pertanyaan.

Peneliti menggunakan media Tirto.id dengan program Newsroom 63B tentunya dengan berbagai pertimbangan, kelebihan, perbedaan, kekurangan, dalam bentuk penyajian suatu program. Diantaranya karena Tirto.id merupakan salah satu media *online* yang aktif di media sosial. Memiliki 179 ribu subscriber di Youtube, dengan penonton kanal pada Playlist/program Newsroom 63B yang beragam, mulai dari lima ribu hingga lebih dari 200 ribu *views* untuk satu penayangan konten video.

Penelitian ini ingin menggambarkan bagaimana suatu konten/berita dengan kemasan yang berbeda dapat diterima dengan mudah oleh masyarakat. Peneliti ingin mengetahui persepsi yang diterima oleh masyarakat, khususnya mahasiswa jurnalistik angkatan 2018 dari tayangan program ini. Mahasiswa jurnalistik angkatan 2018 (semester 8) dipilih karena, mahasiswa pada tingkat ini telah menyelesaikan seluruh mata kuliahnya, sehingga dianggap memiliki kemampuan yang cukup di bidang jurnalistik.

1.2 Perumusan Masalah

Dalam penelitian ini masalah difokuskan pada “Persepsi mahasiswa jurnalistik UIN Bandung angkatan 2018, mengenai tayangan program Newsroom 63B” Tirto.id melalui proses atensi, interpretasi, dan reaksi. Maka dari itu, peneliti mendapatkan beberapa fokus/pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Seberapa besar atensi Mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2018, pada tayangan Newsroom 63B Tirto.id?
2. Seberapa besar interpretasi Mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2018, pada tayangan Newsroom 63B?
3. Seberapa besar reaksi Mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2018, pada tayangan Newsroom 63B?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah, untuk mengetahui bagaimana pandangan/persepsi mahasiswa jurnalistik UIN Bandung angkatan 2018 mengenai tayangan Newsroom 63B. Dengan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui berapa besar atensi mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung angkatan 2018 pada tayangan Newsroom 63B.
2. Untuk mengetahui berapa besar interpretasi mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung angkatan 2018 pada tayangan Newsroom 63B.
3. Untuk mengetahui berapa besar reaksi mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung angkatan 2018, pada tayangan Newsroom 63B.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ragam penelitian komunikasi mahasiswa Jurnalistik. Dan dapat dijadikan sebagai referensi untuk karya ilmiah lainnya yang terkait. juga, Memberikan pemahaman tentang bagaimana persepsi mahasiswa jurnalistik mengenai suatu tayangan program pada media.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi evaluasi atau masukan bagi program, dan bagi media, khususnya Tirto.id. Juga, diharapkan bisa menjadi bahan motivasi, dan evaluasi untuk berinovasi lebih kreatif dalam mengemas suatu tayangan.

1.5 Hasil Penelitian yang Relevan

Penelitian ini tidak terlepas dari beberapa referensi dan sumber yang mendukung, termasuk diantaranya adalah penelitian yang pernah ada sebelumnya. Referensi ini dimaksudkan agar bisa menjadi rujukan penulis untuk mengetahui data dasar, evaluasi, dan pengembangan penelitian.

Pertama, skripsi dari Retno Nur Hidayati (2021), dengan judul Persepsi Mahasiswa Pada Tayangan Youtube Narasi TV Program Buka Mata (Studi pada Anggota Forum Komunikasi Pers Mahasiswa Bandung (FKPMB) Sebagai Pemirsa Acara Narasi TV). Penelitian ini menggunakan Teori Persepsi dengan metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian ini yaitu, Gaya bahasa yang digunakan Narasi Tv cenderung menggunakan bahasa sastra yang mengandung kritik pedas di dalamnya. Kemudian, Narasi dianggap mampu menjadi media alternatif pemecahan masalah yang konstruktif. Terakhir, informan merasa lebih peka terhadap isu yang beredar di sekitar dengan menonton tayangan Narasi TV.

Kedua, Skripsi dari Muhamad Adli Wafi (2020) dengan judul, Persepsi Mahasiswa Jurnalistik Mengenai kritik Satire pada Program Mr. Kece Opini.id (Studi Deskriptif kualitatif Persepsi Mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2017 UIN Bandung).

Penelitian ini menggunakan teori Persepsi, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Hasil penelitian ini yaitu, Informan mampu memfokuskan perhatian dan menilai program Mr.Kece sebagai sarana kritik yang *out of the box*. Informan menilai konsep pengemasan dan penggunaan kritik pada program ini cukup konstruktif. Setelah menonton program ini informan menjadi lebih skeptis dan peduli terhadap isu yang diangkat.

Ketiga, Skripsi dari Riga Anggriani Siregar (2021), dengan judul, Persepsi Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung terhadap tayangan Youtube Tirto.id pada Playlist Catatan Reporter. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan menggunakan teori Persepsi. Penelitian ini menghasilkan bahwa gaya bahasa yang digunakan pada program ini menggunakan bahasa yang jelas dan sesuai dengan kaidah jurnalistik. Program ini pun dianggap mampu dijadikan program alternatif dalam memperoleh informasi. Kemudian, tayangan ini dianggap sudah sesuai dengan kebutuhan khalayak dan mudah diterima oleh khalayak luas.

Terakhir, Lisnaningsih (2016) dengan judul Persepsi Mahasiswa terhadap Tayangan Reportase Investigasi Trans Tv (Studi Deskriptif kuantitatif pada Mahasiswa Jurnalistik Semester VIII Angkatan 2012 UIN Bandung Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, dan menggunakan teori perbedaan individu. Hasil penelitian menyebutkan bahwa secara keseluruhan skor rata-rata dari persepsi yaitu 72,6% yang berada pada interval 60%-80% dengan kategori baik.

Tabel 1. 1 Hasil Penelitian yang Relevan

No	Nama/Judul	Tujuan	Metode	Hasil	Relevansi
1	Retno Nur Hidayati (2021) Persepsi Mahasiswa Pada Tayangan Youtube Narasi Tv Program Buka Mata (Studi pada Anggota (Forum Komunikasi Pers Mahasiswa Bandung) FKPMB Sebagai Pemirsa Acara Narasi TV)	Untuk mengetahui persepsi mahasiswa pada tayangan youtube Narasi Tv dilihat dari proses atensi mengenai gaya bahasa, interpretasi isi tayangan, dan reaksi setelah menonton tayangan.	Metode kualitatif dengan menggunakan Teori Persepsi Alex Sobur.	Gaya bahasa yang digunakan Narasi Tv cenderung menggunakan bahasa sastra yang mengandung kritik pedas di dalamnya. Kemudian, Narasi dianggap mampu menjadi media alternatif pemecahan masalah yang konstruktif. Terakhir, informan merasa lebih peka terhadap isu yang beredar di sekitar.	Sama-sama membahas mengenai persepsi mahasiswa dalam tayangan sebuah media. Namun, objek penelitiannya, metode dan teori yang digunakan berbeda.
2	Muhammad Adli Wafi 2020 Persepsi Mahasiswa Jurnalistik Mengenai Kritik Satire pada Program “Mr. Kece” Opini.id (Studi Deskriptif Kualitatif Persepsi Mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2017 UIN Sunan Gunung Djati Bandung).	Untuk mengetahui persepsi mahasiswa Jurnalistik angkatan 2018 UIN Sunan Gunung Djati Bandung mengenai kritik satire pada program Mr. Kece Opini.id ditinjau dari proses seleksi, interpretasi, dan reaksi.	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan paradigma akonstruktivisme. Dengan menggunakan landasan teori persepsi Alex Sobur.	Hasil penelitian, Pertama, Informan mampu memfokuskan perhatian dan menilai program Mr.Kece sebagai sarana kritik yang <i>out of the box</i> . Kedua, Informan menilai konsep pengemasan dan penggunaan kritik pada program ini cukup konstruktif. Ketiga, Setelah menonton program ini informan menjadi lebih skeptis dan peduli terhadap isu yang diangkat.	Sama-sama membahas mengenai persepsi mahasiswa dalam tayangan sebuah media. Namun, objek penelitiannya, metode dan teori yang digunakan berbeda.

3	<p>Riga Anggriani Siregar (2021)</p> <p>Persepsi Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung terhadap Tayangan Youtube Tirto.id pada Playlist Catatan Reporter</p>	<p>Untuk mengetahui bagaimana pandangan mahasiswa jurnalistik angkatan 2017 UIN SGD Bandung pada gaya bahaya tayangan program catatan reporter, proses interpretasi, dan reaksi.</p>	<p>Metode yang digunakan menggunakan metode deskriptif kualitatif.</p>	<p>Penelitian ini menghasilkan beberapa tahapan. Pertama, gaya bahasa yang digunakan pada program ini menggunakan bahasa yang jelas dan sesuai kaidah jurnalistik. Kedua, program ini mampu dijadikan alternatif dalam hal memperoleh informasi. Ketiga, tayangan ini sudah sesuai kebutuhan khalayak dan mudah diterima oleh khalayak luas.</p>	<p>Sama-sama membahas mengenai persepsi mahasiswa dalam tayangan Youtube sebuah media, namun metode dan teori yang digunakan berbeda.</p>
4	<p>Lisnaningsih (2016)</p> <p>Persepsi Mahasiswa Jurnalistik Terhadap Tayangan Reporter Investigasi Trans Tv (Studi Deskriptif Kuantitatif Pada Mahasiswa Jurnalistik Semester VIII Angkatan 2012 UIN Bandung).</p>	<p>Untuk mengetahui tentang bagaimana mahasiswa jurnalistik semester VIII angkatan 2012 UIN SGD Bandung terhadap tayangan Reportase Investigasi Trans Tv</p>	<p>Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, dan menggunakan teori perbedaan individu.</p>	<p>Hasil penelitian ini menyebutkan skor rata-rata pada seleksi pada narasumber 81,6%, seleksi pada topic 77,6%, seleksi pada kualitas penyajian 78,8%. Tergolong pada kategori baik. Skor rata rata interpretasi 86,08% tergolong sangat baik. Skor rata-rata rekasi sebesar 83,5% (sangat baik).</p>	<p>Sama-sama membahas persepsi mahasiswa mengenai suatu tayangan program dengan metode dan teori yang sama, namun berbeda program dan tujuan penelitiannya.</p>

1.6 Kerangka Pemikiran

1.6.1 Kerangka Konseptual

1.6.1.1 Persepsi

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia persepsi dimaknai sebagai tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu atau proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya. Persepsi juga dapat didefinisikan sebagai pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan (Mukarom, 2020).

Menurut Alex Sobur dalam bukunya Psikologi Umum (2016) mendefinisikan secara singkat persepsi (*perception*) sebagai cara seorang/ cara manusia menangkap rangsangan. Tingkah laku seseorang, merupakan fungsi dari bagaimana cara ia memandang sesuatu (persepsi). Dalam prosesnya sendiri persepsi dibagi menjadi tiga komponen yaitu, seleksi, interpretasi, dan reaksi.

1.6.1.2 Youtube

Youtube merupakan media sosial berbasis audio visual yang dibuat oleh tiga mantan karyawan perusahaan Paypal, pada tahun 2005. Media sosial ini memungkinkan penggunanya membagikan, menonton, dan mengunggah video dengan cara yang mudah. Youtube sendiri merupakan situs untuk mengunggah video pribadi. Karena kemudahannya yang hanya memerlukan perangkat pintar dan koneksi internet, tidak memerlukan izin, dan tidak menggunakan frekuensi publik. Meski begitu, pada era kini media-media besar di Indonesia, bahkan dunia memiliki kanal Youtube untuk membagikan informasi.

1.6.1.3 Newsroom 63B

Newsroom 63B merupakan tayangan program video interaktif yang membahas isu-isu terkini, dan dibahas cukup mendalam. Program ini ada sejak tahun 2020, dan konsisten diunggah sebanyak dua kali dalam satu bulab. Nama Newsroom 63B sendiri diambil dari alamat kantor Tirto.id yang berada di Jalan Kemang Timur Raya No. 63 B, Mampang Prapatan, Jakarta Selatan.

Program ini dipandu oleh seorang jurnalis dan penulis gaya hidup Joan Aurelia Rumengan, Joan sendiri telah bergabung bersama Tirto.id sejak tahun 2017. Program Newsroom 63B rata-rata berdurasi 5-10 menit dengan pembahasan isu-isu kompleks yang kerap menjadi pertanyaan masyarakat, khususnya generasi muda. Dengan pembawaan yang santai, program ini tetap memuat riset dan pernyataan ahli dalam setiap kontennya. Juga dilengkapi oleh animasi dan unsur-unsur kreatif video lainnya.

1.6.2 Kerangka Teoritis

1.6.2.1 Teori Perbedaan Individu

Teori perbedaan Individu atau *Individual Differences Theory* merupakan teori yang dikemukakan oleh Melvin D. Defleur. Teori ini menelaah perbedaan-perbedaan di antara individu-individu sebagai sasaran media massa ketika mereka diterpa sehingga menimbulkan efek tertentu.

Menurut teori ini, individu sebagai anggota khalayak sasaran media massa secara selektif memperhatikan pesan-pesan, terutama yang berkaitan dengan kepentingannya, kemudian konsisten dengan sikapnya, sesuai dengan keyakinannya yang didukung oleh nilai-nilainya. Jadi tanggapannya terhadap pesan-pesan ini diubah oleh tatanan psikologisnya. Jadi, pengaruh media massa terhadap khalayak massa tidak seragam tetapi bervariasi karena individu berbeda satu sama lain dalam struktur psikologisnya (Effendy 2007: 275).

Asumsi dasar teori ini adalah bahwa manusia sangat bervariasi dalam psikologisnya. Beberapa variasi ini dimulai dari perbedaan-perbedaan manusia secara biologis, kemudian beberapa diantaranya disebabkan oleh pengetahuan individu yang berbeda. Manusia yang dibesarkan di lingkungan yang sangat berbeda, maka akan menghadapi sudut pandang yang sangat berbeda pula.

1.6.3 Operasional Variabel

Menurut Koentjaraningrat, operasional adalah suatu definisi yang didasarkan terhadap karakteristik yang dapat diobservasi. Dengan kata lain, mengubah konsep yang berupa konstruk dengan kata-kata yang menggambarkan perilaku atau gejala yang dapat diamati dan dapat diuji dan ditentukan kebenarannya, (Koentjaraningrat, 1991:23). Berdasarkan Kerangka pemikiran dan kerangka teori yang telah dijabarkan diatas, maka operasional variabel yang diperoleh .

Tabel 1. 2 Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Skala
Variabel Independen (X) Persepsi Mahasiswa Mengenai Tayangan Youtube Newsroom 63b Tirto.Id	X ₁ Atensi	Perhatian dan Ketertarikan yang ditujukan ketika menonton tayangan Newsroom 63B Titro.id. diantaranya: - Pemilihan Topik - Penggunaan Kalimat Pada Judul - Kesesuaian Topik - Bahasa yang digunakan - Visualisasi yang ditampilkan - Pemilihan Narasumber	Likert

		- Penggunaan data pendukung
	X ₂ Interpretasi	Proses mengorganisasikan Informasi sehingga mempunyai arti. Diantaranya: - Penambahan Informasi - Pemahaman Pesan - Penambahan Pengetahuan - Menambah Wawasan - Kemampuan menceritakan isi tayangan
	X ₃ Reaksi	Tingkah laku/ efek yang ditimbulkan setelah proses interpretasi. Diantaranya: - Mendapatkan Informasi - Berlangganan Kanal Youtube Tirto - Membagikan unggahan Tirto ke media sosial - Mencari informasi tambahan - Kepuasan setelah memperoleh Informasi

1.7 Langkah-Langkah Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Bandung, khususnya lingkungan Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Di Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik.

1.7.2 Paradigma dan Pendekatan

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan paradigma positivistik. Paradigma positivistik adalah paradigma yang menganggap bahwa realitas sosial dapat terjadi secara empirik dan dapat di buktikan secara ilmiah.

Paradigma ini mengasumsikan bahwa bahwa suatu gejala itu dapat diklasifikasikan, dan bersifat kausal (sebab akibat) (Sugiyono, 2013, p. 42). Pandangan paradigma ini didasarkan pada hukum-hukum dan prosedur-prosedur yang baku; ilmu dianggap bersifat deduktif, berjalan dari hal yang umum dan bersifat abstrak menuju yang konkrit dan bersifat spesifik (Muslim: 2015. 77).

Fakta bergantung pada pemaknaan setiap orang dalam situasi sosial, yang dapat diinterpretasikan dengan berbagai cara dan berbagai makna, karena situasi sosial mengandung makna yang ambiguitas.

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang dilakukan dengan cara studi kasus, dan dikumpulkan berdasarkan hasil survey (kueisioner).

1.7.3 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis statistik deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menjelaskan, dan juga dapat menerangkan dan menjawab permasalahan peneliti. Penelitian deskriptif hanya memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi (Rakhmat, 1995).

Menurut Sugiyono (2013:5) metode penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mencari variabel mandiri, baik satu variabel ataupun lebih tanpa menghubungkan variabel ataupun membuat perbandingan.

Dengan menggunakan metode ini peneliti berharap dapat menjabarkan persepsi/ pandangan mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung angkatan 2018 mengenai tayangan Newsroom 63B.

1.7.4 Jenis data dan sumber data

1.7.4.1 Jenis data

1.7.4.1.1 Jenis Data Primer

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan metode analisis data dalam bentuk angka yang selanjutnya diolah dengan menggunakan teknik statistik. Data dikumpulkan melalui survei/kuesioner yang peneliti sebarluaskan.

1.7.4.1.2 Jenis Data Sekunder

Jenis data sekunder bisa didapatkan dalam bentuk dokumen-dokumen pendukung, data-data yang diperoleh dari rumus, dan lain sebagainya. Yang diperoleh dari sumber data sekunder.

1.7.4.2 Sumber data

a) Sumber data primer

Sumber data pertama dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh melalui survei. Survei yang dilakukan oleh peneliti sendiri merupakan pembagian kuesioner, yang akan diisi oleh sampel yang telah ditetapkan. Pada penelitian ini Mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2018, merupakan sampel penelitian dan juga sebagai sumber data primer.

b) Sumber data sekunder

Sumber data sekunder diperoleh dari sumber-sumber yang mendukung, yang berkaitan dengan sumber data primer. Data ini dapat diperoleh dari universitas, fakultas, jurusan, mahasiswa, dan lainnya.

1.7.5 Populasi dan Sampel

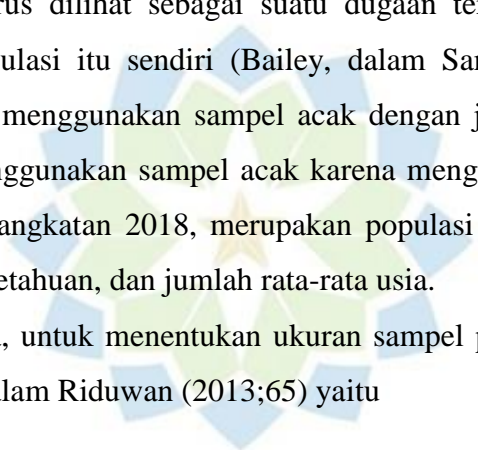
1.7.5.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terjadi atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Ismail Suardi Wekke dkk, 2019, p. 68). Berdasarkan uraian tersebut, maka populasi yang akan digunakan ialah seluruh Mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung angkatan 2018, yang berjumlah 202 orang.

1.7.5.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin diteliti. Oleh karenanya, sampel harus dilihat sebagai suatu dugaan terhadap populasi, dan bukan merupakan populasi itu sendiri (Bailey, dalam Samsu, p. 143). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sampel acak dengan jumlah populasi yang diketahui. Peneliti menggunakan sampel acak karena menganggap bahwa semua mahasiswa jurnalistik angkatan 2018, merupakan populasi yang homogen. Dari segi kemampuan, pengetahuan, dan jumlah rata-rata usia.

Oleh karenanya, untuk menentukan ukuran sampel penulis menggunakan rumus Taro Yamane dalam Riduwan (2013;65) yaitu



$$N = \frac{n}{n(d^2) + 1}$$

Keterangan:

N = Jumlah sampel

n = jumlah populasi

d² = presisi yang ditetapkan

Dalam penelitian ini diketahui jumlah Populasi berjumlah 202 orang. Jika dimasukkan ke dalam rumus diatas dengan tingkat presisi yang ditetapkan sebesar 5% dengan tingkat kepercayaan 95%, maka hasilnya sebagai berikut.

$$N = \frac{n}{n(d^2) + 1} = \frac{202}{202(0,05^2) + 1} = \frac{202}{202(0,0025) + 1}$$

$$N = \frac{202}{1,505} = 134,21$$

N = 134,21 maka dibulatkan menjadi 134 mahasiswa.

Berdasarkan perhitungan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa sampel dalam penelitian ini berjumlah 134 mahasiswa jurnalistik angkatan 2018.

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

1.7.6.1 Kuesioner

Dalam penelitian ini kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data dalam bentuk soal yang berkenaan dengan pertanyaan penelitian. Kuesioner yang digunakan merupakan kuesioner tertutup. Karena akan lebih memudahkan peneliti dalam menganalisis dan mengkonversi hasilnya. Karena dalam kuesioner ini sampel hanya memilih jawaban-jawaban yang sudah disediakan oleh peneliti.

1.7.6.2 Studi Pustaka

Selain kuesioner, data juga dikumpulkan melalui studi pustaka. studi pustaka sendiri merupakan metode pengumpulan data dengan menggunakan cara literasi. Seperti misalnya, mendalami literature, mendalami dokumen-dokumen terkait penelitian, mencari sumber referensi baik berupa buku, skripsi, jurnal, artikel, dan lain-lain.

1.7.7 Validitas dan Reliabilitas

1.7.7.1 Validitas

Validitas merupakan pengujian yang bertujuan mengetahui ukuran instrumen kuesioner terhadap konsep atau konstruk yang harus diukur (Suryadi & Darmawan, 2019: 186). Uji validitas instrumen terdiri dari tiga jenis yaitu, Validitas isi, yaitu uji validitas yang dilakukan dengan membandingkan isi instrument. Validitas kontruksi, yaitu pengujian instrumen yang berlandaskan teori selanjutnya dikonstrulasikan dengan ahli. Dan yang terakhir validitas eksternal yang menguji instrumen dengan cara membandingkan untuk mencari kesamaan.

Uji validitas dilakukan dengan cara menghitung koefisien korelasi antara skor butir instrumen dengan total instrumen menggunakan rumus *Pearson product coefficient correlation* oleh Karl Pearson yang mengacu pada teori Sir Francis Galton. Pada penelitian ini dilakukan uji validitas isi, yang menunjukkan pokok pada alat ukur mewakili variabel yang diukur.

$$r_{xy} = \frac{\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n\sum x^2 - (\sum x)^2)(n\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} = r hitung

n = banyaknya nilai/ jumlah responden

\sum : jumlah skor item

$\sum y$; jumlah skor total



1.7.7.2 Reliabilitas

Reliabilitas mengacu pada seberapa konsisten suatu metode mengukur sesuatu. Jika hasil yang sama dapat dicapai secara konsisten dengan menggunakan metode yang sama dalam situasi yang sama, pengukuran dianggap terpercaya/ dapat diandalkan. Reliabilitas adalah indeks yang dapat menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya. *Reliable* artinya terpercaya, dapat dipercaya dan dapat diandalkan. Dengan instrumen yang *reliable* maka akan menghasilkan data yang dapat diandalkan dan dipercaya. Jika datanya sesuai dengan kenyataan maka berapa kalipun diambil, tetap akan sama.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan uji *alpha cronbach* dengan rumus sebagai berikut:

$$a = \left(\frac{k}{k - 1} \right) \left(\frac{Sr^2 - \sum St^2}{Sx^2} \right)$$

Keterangan:

a = Koefisien reliabilitas Cronbach Alpha

k = Jumlah item pertanyaan yang diuji

st^2 = Jumlah varian skor item

sx^2 = Varian skor – skor tes (seluruh item k)

1.7.8 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian kuantitatif. Hal ini dilakukan supaya data yang terkumpul memiliki arti dan dapat ditarik sebagai kesimpulan. Dalam penelitian ini teknik analisis data menggunakan teknik analisis statistik deskriptif.

Analisis deskriptif berfungsi untuk mendeskripsikan dan memberi gambaran mengenai objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi (Sugiyono, 2013). Analisis deskriptif digunakan untuk menjawab rumusan masalah untuk mengetahui seberapa besar atensi, interpretasi, dan reaksi mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung angkatan 2018 mengenai tayangan program Newsroom 63B.

Data dikumpulkan dalam bentuk kuesioner, dengan menggunakan skala likert. Skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial (Riduwan, 2013:60).

Dengan menggunakan skala likert, variabel akan diukur dan diuraikan menjadi indikator-indikator variabel. Indikator tersebut kemudian dijadikan sebagai tolak ukur untuk menyusun instrumen atas pertanyaan penelitian. Jawaban atas semua instrument yang menggunakan skala likert memiliki alternatif jawaban yang beragam karena skala likert mempunyai gradasi positif dan negatif., sebagaimana pada tabel berikut;

Tabel 1. 3 Alternatif Jawaban dengan Skala Likert

Pernyataan	Bobot Skor	
	Positif	Negatif
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Netral (N)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Kemudian, jawaban hasil penelitian dikumpulkan, diolah, dan digunakan sebagai alat ukur variabel yang diteliti dengan menggunakan perhitungan statistik yang disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi.

Sugiyono (2018: 258), langkah-langkah dalam menyusun Tabel Distribusi Frekuensi dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut :

- a. Menentukan jumlah kelas intervalnya.
- b. Menentukan rentang data, yaitu dengan cara mengurangi nilai tertinggi dikurangi nilai terendah
 - Nilai Tertinggi = (Skor Tertinggi x Jumlah Pertanyaan x Jumlah Responden)
 - Nilai Terendah = (Skor Terendah x Jumlah Pertanyaan x Jumlah Responden)
- c. Menentukan interval dengan rumus :

$$i = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{jumlah kelas}}$$

- d. Setelahnya, ketika semua instrumen sudah diketahui. Kemudian setiap instrumen penelitian dijumlahkan, berdasarkan dengan variabelnya untuk mengetahui jawaban atas rumusan masalah. Melalui kategori interval terhadap hasil tabulasi data kuesioner dengan rumus sebagai berikut:

$$\frac{(\text{Skor tertinggi} \times \sum \text{pernyataan} \times \sum n) - (\text{Skor terendah} \times \sum \text{pernyataan} \times \sum n)}{\text{kriteria}}$$

Kemudian data yang dihasilkan, dideskripsikan melalui tulisan.