

SKRIPSI

**PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP KUALITAS
TAYANGAN BERITA DI AKUN FACEBOOK BANTAENG TV**



HERAWATI YUSUF

1510121096

**PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI& ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS FAJAR
MAKASSAR
2019**

SKRIPSI

PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP KUALITAS TAYANGAN BERITA DI AKUN FACEBOOK BANTAENG TV



Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi

HERAWATI YUSUF

1510121096

**PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI& ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS FAJAR
MAKASSAR
2019**

SKRIPSI

PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP KUALITAS TAYANGAN BERITA DI AKUN FACEBOOK BANTAENG TV

Disusun dan diajukan oleh

HERAWATI YUSUF

1510121096

Makassar, 04 Februari 2019

Pembimbing



Yulhaidir, S. Ksl., M.I.Kom

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Fajar



Muh. Bisyril S. Ksi, M.I.Kom

PRODI KOMUNIKASI

SKRIPSI

PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP KUALITAS TAYANGAN BERITA DI AKUN FACEBOOK BANTAENG TV

Disusun dan diajukan oleh

HERAWATI YUSUF

1510121096

Telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
Pada tanggal **27 Februari 2019** dan
Dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,
Dewan Penguji

No.	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Hj. Yusmanizar, S. Sos., M. I. Kom	Ketua	
2	Abdul Jalil, S. Ksi., M. I. Kom	Sekretaris	
3	Yulhaidir, S. Ksi., M. I. Kom	Anggota	
4	Rahmita Saleh, S.Sos., M.I.Kom	Anggota	

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial
Universitas Fajar


Muh. Bisyrri, S.Ksi., M.I.Kom

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Herawati Yusuf

Nim : 1510121096

Program studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul ***Persepsi Masyarakat Terhadap Kualitas Tayangan Berita Di Akun Facebook Bantaeng Tv*** adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 01 Maret 2019

Yang membuat pernyataan,


Herawati Yusuf

KATA PENGANTAR

Allah yang memiliki segala pujian, kepada-Nyalah semua mahluk berharap ridha-Nya, dan tidak pernah menolak siapa pun yang memanjatkan doa kepada-Nya. Dengan segala taufik dan pertolongan-Nya semata, apa pun wujud kepentingan, pasti dapat dilaksanakan dengan sempurna, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Salawat dan salam kita haturkan kepada Nabiullah Muhammad Sallallahu Alaihi Wassalam yang mana beliau yang telah mengulung tikar-tikar kemusyrikan dan menghemparkan permadani-permadani islam hingga kita dapat merasakan kenikmatannya sampai hari ini. Manusia pilihan diantara kaum terpelajar kala itu untuk menyampaikan kebnaran yang dijelaskan oleh hadist Rasulullah.

Penghargaan dan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ayahanda tercinta Muhammad Yusuf dan Ibunda yang kusayangi Juliana yang telah mencurahkan segenap cinta dan kasih sayang serta perhatian moril maupun materil. Semoga Allah Subhana Wata'ala melimpahkan Rahmat, Kesehatan, Karunia dan keberkahan di dunia dan di akhirat atas budi baik yang telah diberikan kepada penulis.

Penghargaan dan terima kasih penulis berikan kepada BapakYulhaidir S. Ksi, M. I. Kom selaku pembimbing yang telah membantu penulisan skripsi ini.

Pada kesempatan ini, penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bentuk dukungan doa serta dukungan dari berbagai pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini kepada :

1. Keluarga besar Marthen S. Sos yang dengan lapang hati menjadi orang tua kedua selama berada di Makassar.
2. Ibu Hj. Yusmanizar, S. Sos, M. I. Kom selaku Dekan FEIS Universitas Fajar Makassar.
3. Bapak Muh. Bisyri S. Ksi, M. I. Kom, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Fajar Makassar.
4. Paling special kakak tercinta Haeril, S. Pdi & Masnaeni, S.Pd atas bantuannya dalam penyusunan ini.
5. Teman seperjuangan Ilmu Komunikasi angkatan 2015 terima kasih atas doa dan dukungannya.
6. Keluarga besar UKM KSR-PMI Unit 126 UNIFA atas dukungannya, terkhusus untuk angkatan V Dewi, Ike, Gio, Siska, K. Alam, K. Musda, Enal serta masih banyak yang penulis tidak bisa sebut satu persatu terima kasih atas kebersamaannya selama ini.
7. Seluruh akhwat FMDK Kota Makassar terima kasih atas doanya.
8. Seluruh teman-teman akhwat MPM Al-Fajri UNIFA yang penulis tidak bias sebut satu persatu, buat Kakanda Muh. Dalib S. Kom yang selalu memberikan motivasi kepada Saya dan juga ucapan terima kasih atas perhatiannya selama ini kepada penulis, Umi, Ibnu Akbar, Irfandi, Ukh Muflihah, ukhti suci dan Rezki terima kasih.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna, maka dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan semoga skripsi ini diterima serta saran dan kritik yang bersifat membangun dari semua pihak demi perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini bagi penulis diwaktu yang akan datang.

Semoga Allah Subhana Wa'taala membalas kebaikan semuanya dengan cinta dan kasih sayang yang tidak ada habisnya. Terima kasih

Wassalamu Aalaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Makassar, Februari 2019

Peneliti

ABSTRAK

PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP KUALITAS TAYANGAN BERITA DI AKUN FACEBOOK BANTAENG TV

**HERAWATI YUSUF
YULHAIDIR**

Bantaeng TV merupakan satu-satunya channel resmi pemberitaan terkait kegiatan-kegiatan di Kabupaten Bantaeng yang dapat dinikmati oleh seluruh masyarakat di Indonesia terkhusus untuk masyarakat Bantaeng yang ingin mengetahui kegiatan Pemerintah Daerah di Bantaeng. Hadirnya Bantaeng TV sebagai media audio visual diyakini mampu menyajikan siaran berita berbasis Channel TV. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui persepsi masyarakat terhadap kualitas tayangan dan kualitas penyiaran berita di akun Facebook Bantaeng TV. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebutuhan akan informasi yang terjadi di seluruh aspek baik dari segi pemerintahan, ekonomi, olahraga dan sebagainya membuat masyarakat lebih memilih Facebook Bantaeng TV sebagai sarana untuk mendapatkan informasi tersebut, terkhusus pada masyarakat Bantaeng yang jauh lebih ingin mengetahui perkembangan kegiatan yang terjadi di Kabupaten Bantaeng. Meskipun rata-rata wacana hanya menyajikan informasi kegiatan pemerintah kabupaten setempat. Aktor-aktor dalam pemberitaannya juga masih lebih banyak mengakomodir dari pihak pemangku kepentingan formal dan tokoh-tokoh politik. Tetapi hal ini masih bisa dipahami, sebab Bantaeng TV sifatnya adalah kanal informasi yang diproduksi oleh pemerintah lokal, yang tujuannya untuk menyebarkan informasi kinerja pemerintah.

Kata Kunci : Bantaeng TV, Kualitas Tayangan Berita, Kualitas Penyiaran, persepsi.

ABSTRACT

COMMUNITY PERCEPTION OF THE QUALITY OF NEWS IN FACEBOOK ACCOUNT BANTAENG TV

**HERAWATI YUSUF
YULHAIDIR**

Bantaeng TV is the only official news channel related to activities in Bantaeng Regency which can be enjoyed by all people in Indonesia especially for the people of Bantaeng who want to know the activities of the Regional Government in Bantaeng. The presence of Bantaeng TV as an audio visual media is believed to be able to present TV Channel-based news broadcasts. The purpose of this study was to determine the public perception of the quality of the broadcast and the quality of news broadcasting on the Bantaeng TV Facebook account. This study uses descriptive quantitative research methods. The results of this study indicate that the need for information that occurs in all aspects, both in terms of government, economy, sports and so on, makes people prefer Facebook Bantaeng TV as a means to obtain this information, especially for the Bantaeng people who are far more curious about the development of activities that occur in Bantaeng Regency. Although the average discourse only provides information on the activities of the local district government. The actors in the news also accommodated more from the formal stakeholders and political figures. But this is still understandable, because Bantaeng TV is a channel of information produced by local governments, whose purpose is to disseminate information on government performance.

Keywords: Bantaeng TV, Quality of News Impressions, Broadcast Quality, Perception.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Kegunaan Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Konsep Komunikasi	6
2.2 Konsep Komunikasi Massa.....	12
2.3 Persepsi	23
2.4 Masyarakat.....	28
2.5 Kualitas Tayangan Berita.....	30
2.6 Berita	31
2.7 Tinjauan Empirik	33

2.8 Kerangka Pemikiran.....	36
2.10 Definisi Operasional	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Rancangan Penelitian.....	39
3.2 Tempat dan Waktu.....	39
3.3 Populasi dan Sampel	39
3.4 Jenis dan Sumber Data	41
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.6 Pengukuran Variabel	42
3.7 Instrumen Penelitian	44
3.8 Analisis Data	44
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	46
4.1 Deskripsi Data Hasil Penelitian.....	46
4.2 Identitas Responden	46
4.3 Kualitas Tayangan Berita.....	49
4.4 Kualitas Penyiaran Berita.....	55
4.5 Pembahasan	60
BAB V PENUTUP	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Tinjauan Empirik	33
4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	47
4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	48
4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Sering Menonton	49
4.6 Distribusi Responden Berdasarkan Keakuratan Berita.....	50
4.7 Distribusi Responden Berdasarkan Kebaruan Berita	50
4.8 Distribusi Responden Berdasarkan Kebaruan Berita	51
4.9 Distribusi Responden Berdasarkan Kedalaman Berita	52
4.10 Distribusi Responden Berdasarkan Kedalaman Berita.....	52
4.11. Distribusi Responden Berdasarkan Keragaman Berita	53
4.12 Distribusi Responden Berdasarkan Indikator Penting dan Menarik	55
4.13 Distribusi Responden Berdasarkan Indikator Daya Tarik	56
4.13 Kualitas Siaran Berita Hasil Wawancara Mantan Komisioner KPID.....	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran**	Halaman***
Biodata	72
Kusioner Hasil Olah Data SPSS.....	73
Kuesioner Hasil Olah Data Google Form	77
Data Hasil Wawancara	83

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam kehidupan sehari-hari, setiap manusia membutuhkan media informasi dan komunikasi, sebagian besar masyarakat menghabiskan waktunya dengan memanfaatkan media massa untuk menggali informasi baik informasi di bidang hiburan, sosial masyarakat, budaya terlebih di bidang politik. Saat ini sarana media massa sudah semakin berkembang, semua ini tidak terlepas dari kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin berkembang juga arus globalisasi.

Berkembangnya teknologi di era saat ini, maka berkembang pulalah bentuk- bentuk media massa. Media massa berkembang menjadi berbagai macam bentuk tidak hanya berupa media cetak seperti surat kabar, majalah, atau media elektronik seperti berita di televisi, namun dengan berkembangnya internet maka dewasa ini berkembang sangat pesat portal-portal berita online, akun-akun berita yang ada di jejaring sosial seperti twitter dan Facebook.

Facebook didirikan oleh Mark Zuckerberg, seorang Mahasiswa Harvard kelahiran 14 Mei 1984. Facebook merupakan salah satu jejaring sosial yang paling banyak digunakan di era modern ini, Indonesia merupakan salah satu pengguna Facebook terbesar dengan jumlah user sekitar 17,6 juta orang.

Dengan banyaknya pengguna Facebook yang merupakan salah satu media sosial, dimana para pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, menciptakan isu dan jejaring secara online, hal ini sangat memudahkan bagi masyarakat yang haus akan berita, masyarakat kini bisa mengakses kebutuhan berita yang mereka inginkan hanya dengan menggunakan handphone

dan gadget mereka, sehingga masyarakat tidak lagi kesulitan dalam mencari berita tetapi bagaimana masyarakat bisa memfilter berita yang ada, dimana berita yang sesuai fakta yang terjadi, berita yang menurut masyarakat itu penting maupun berita mana yang menarik untuk di simak.

Dengan berkembangnya teknologi, setiap daerah memiliki media atau portal untuk menyajikan sebuah berita. Salah satunya ada Kabupaten Bantaeng, yang memiliki media atau portal berita yang dinamakan Bantaeng TV.

Bantaeng TV merupakan hasil inovasi Dinas Komunikasi Informatika, Statistik dan Persandian Kabupaten Bantaeng yang menjalankan fungsi Dinas Kominfo yaitu sebagai pemberi informasi kepada masyarakat. Dimana posisi yang paling tepat untuk kegiatan ini adalah bagian Hubungan Masyarakat (Humas) Pemerintah kabupaten. Namun, Humas hanya memberikan informasi melalui Via Photo sehingga inovasi dari Diskominfo ini resmi berdiri, yakni tepat pada tanggal 23 Oktober 2017.

Bantaeng TV merupakan satu-satunya channel resmi pemberitaan terkait kegiatan-kegiatan di Kabupaten Bantaeng yang dapat dinikmati oleh seluruh masyarakat di Indonesia terkhusus untuk masyarakat Bantaeng yang ingin mengetahui kegiatan Pemerintah Daerah di Bantaeng. Hadirnya Bantaeng TV sebagai media audio visual diyakini mampu menyajikan siaran berita berbasis Channel TV.

Berita yang dibuat di Bantaeng TV diperoleh dari wartawan atau reporter yang turun langsung ke lapangan. Sedangkan video journalist merupakan juru liput yang merupakan karyawan tetap. Proses produksi berita dimulai dari redaktur pelaksana memberikan info kepada kameran dan reporter jika ada kegiatan. Reporter kemudian mempersiapkan keperluan sebelum turun

kelapangan. Setelah melakukan peliputan, reporter kemudian menuliskan naskah berita, setelah itu diserahkan kepada editor untuk proses pendubbingan dan penggabungan gambar dan suara. Setelah proses editing selesai editor kemudian berkoordinasi dengan redaktur pelaksana mengenai berita yang telah dibuat, jika sudah layak maka berita tersebut kemudian di publish di akun Facebook Bantaeng TV. Selain itu Bantaeng TV juga dapat di akses melalui Channel Youtube dan Website.

Meskipun Bantaeng TV sudah memiliki kurang lebih empat ribu (4.000) *followers*, namun disisi lain kebutuhan audiens mengenai informasi penting dan menarik di Bantaeng TV membuat peneliti tertarik untuk mengkaji apa persepsi audiens mengenai berita yang ditayangkan. Peneliti ingin mengetahui lebih jauh bagaimana persepsi masyarakat mengenai kualitas tayangan berita di akun Facebook Bantaeng TV setelah mereka menyaksikan tayangan tersebut.

Dalam bidang Ilmu Komunikasi konsentrasi Broadcasting setiap televisi atau channel memiliki daya tarik dan nilai di masing-masing segmen, hal ini membuat orang menonton televisi untuk mencari informasi, pengetahuan dan hiburan. Setiap televisi memiliki segmen dari berbagai program yang ditayangkannya. Boleh jadi setiap program yang dikembangkan mempunyai daya pikat masing-masing terhadap audiens yang serupa, atau berbeda. Jadi pemilihan program siaran televisi berlangsung secara kompetitif, seiring dengan respon audiens. Jadi, pemilihan program itu sendiri merupakan respon media atas ritme budaya masyarakat.

Dalam wawancara prapenelitian, Andi Khaidir, salah satu masyarakat Bantaeng, mengatakan dirinya pertama kali secara tidak sengaja melihat akun Facebook Bantaeng TV kemudian mengikutinya dan tidak pernah melewatkan

satupun berita yang disajikan oleh akun Facebook Bantaeng TV. Namun masih ada kekurangan dari konten beritanya yakni hanya meliput acara-acara resmi saja.

Adanya masyarakat yang menjadi penonton akun Facebook Bantaeng TV seperti terungkap dalam wawancara prapenelitian semakin menguatkan alasan peneliti untuk mengetahui persepsi masyarakat. Penelitian ini terkait dengan kualitas tayangan dan kualitas penyiaran yang ditayangkan di akun Facebook ini. Dengan konteks seperti dipaparkan di atas, peneliti merumuskan permasalahan dalam penelitian ini dengan judul *Persespi Masyarakat Terhadap Kualitas Tayangan Berita di Akun Facebook Bantaeng TV*”.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana persepsi masyarakat tentang kualitas siaran berita di akun Facebook Banteng TV.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini Untuk mengetahui persepsi masyarakat tentang kualitas siaran berita di akun Facebook Banteng TV.

1.4 Kegunaan Penelitian

Ada beberapa kegunaan dalam penelitian ini di antaranya :

1. Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi dunia akademis dan kontribusi yang lebih luas bagi perkembangan ilmu komunikasi, khususnya komunikasi massa.

2. Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi :

- a) Masukan bagi praktisi dalam merencanakan dan membuat sebuah tayangan berita.
- b) Masukan bagi pengelola channel Bantaeng TV dalam merencanakan penayangan sebuah berita.
- c) Rujukan bagi peneliti yang akan meneliti hal - hal yang berkaitan dengan dampak tayangan sebuah berita.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Sebagai makhluk sosial manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Ia ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Rasa ingin tahu ini memaksa manusia perlu berkomunikasi. Dalam hidup bermasyarakat, orang yang tidak pernah berkomunikasi dengan orang lain niscaya akan terisolasi dari masyarakatnya. Pengaruh keterisolasian ini akan menimbulkan depresi mental yang pada akhirnya membawa orang kehilangan keseimbangan jiwa. Banyak pakar menilai bahwa komunikasi adalah suatu kebutuhan yang sangat fundamental bagi seseorang dalam hidup bermasyarakat.

Komunikasi secara bahasa berasal dari Bahasa Inggris “ *communication*” yang mempunyai akar kata dari bahasa Latin “*comunicare*” . Sedangkan secara istilah, terdapat ratusan uraian nyata dan tersembunyi untuk menggambarkan definisi komunikasi. Di antaranya, yaitu :

1. Komunikasi adalah informasi yang disampaikan dari satu tempat ke tempat lain.
2. Komunikasi meliputi semua prosedur di mana pikiran seseorang memengaruhi orang lain).
3. Pemindahan informasi, ide, emosi, keterampilan, dan lain-lain dengan menggunakan simbol seperti kata, foto, figure, dan grafik.
4. Memberi, menyakinkan atau bertukar ide, pengetahuan atau informasi baik melalui ucapan, tulisan atau tanda.

5. Komunikasi adalah proses pertukaran informasi yang biasanya melalui system symbol yang berlaku umum.

Dari beragam definisi komunikasi sebagaimana di atas, dapat ditarik 'benang merah' sebagai berikut :

1. Komunikasi merupakan proses di mana individu dalam hubungannya dengan orang lain, kelompok, organisasi atau masyarakat, merespons dan menciptakan pesan untuk berhubungan dengan lingkungan dan orang lain.
2. Komunikasi merupakan proses pertukaran informasi, biasanya melalui sistem symbol yang berlaku umum, dengan kualitas bervariasi.
3. Komunikasi terjadi melalui banyak bentuk, mulai dari dua orang yang bercakap secara berhadap-hadapan, isyarat tangan, hingga pada pesan yang dikirim secara global ke seluruh dunia melalui jaringan telekomunikasi.

Dari benang merah tersebut, kita bisa mengidentifikasi anatomi komunikasi. Secara mendasar, komunikasi mempunyai enam unsure sebagai berikut :

1. Komunikasi melibatkan hubungan seseorang dengan orang lain atau hubungan seseorang dengan lingkungannya, baik dalam rangka pengaturan atau koordinasi.
2. Proses, yakni aktivitas yang nonstatis, bersifat terus-menerus.
3. Pesan, yaitu tanda (signal) atau kombinasi tanda yang berfungsi sebagai stimulus (pemicu) bagi penerima tanda.
4. Saluran (channel), adalah wahana di mana tanda dikirim.

5. Gangguan (noise), segala sesuatu yang dapat membuat pesan menyimpang, atau segala sesuatu yang dapat mengganggu diterimanya pesan.
6. Perubahan, yakni komunikasi menghasilkan perubahan pada pengetahuan, sikap atau tindakan orang-orang yang terlibat dalam proses komunikasi.

2.1.2 Fungsi Komunikasi

Fungsi adalah potensi yang dapat digunakan untuk memenuhi tujuan-tujuan tertentu. Komunikasi sebagai ilmu, seni, dan lapangan kerja sudah tentu memiliki fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.

Menurut William dalam Mulyana (2007:5), ada empat macam bagian mengenai fungsi-fungsi komunikasi, fungsi suatu peristiwa komunikasi tampaknya tidak sama sekali independen, melainkan juga berkaitan dengan fungsi-fungsi lainnya, meskipun terdapat suatu fungsi domain, yaitu sebagai berikut :

1. Fungsi Komunikasi Sosial
Komunikasi itu penting membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, kelangsungan hidup untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan. Pembentukan konsep diri, konsep diri adalah pandangan kita mengenai siapa diri kita dan itu hanya bisa kita peroleh lewat informasi yang diberikan orang lain kepada kita.
2. Fungsi Komunikasi Ekspresif
Komunikasi ekspresif dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrument untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi kita) melalui pesan-pesan non verbal.

3. Fungsi Komunikasi Ritual

Komunikasi ritual sering dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara – upacara berlainan sepanjang tahun. Dalam upacara-upacara tersebut, orang mengucapkan kata-kata dan menampilkan perilaku bersifat simbolik.

4. Fungsi Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan juga untuk menghibur (*persuasive*). Suatu peristiwa komunikasi sesungguhnya seringkali mempunyai fungsi-fungsi tumpang tindih, meskipun salah satu fungsinya sangat menonjol atau mendominasi.

2.1.3 Unsur – unsur Komunikasi

Dari pengertian komunikasi yang telah dikemukakan, maka jelas bahwa komunikasi antarmanusia hanya bisa terjadi, jika seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu, artinya komunikasi hanya bisa terjadi kalau didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima, dan efek. Unsur-unsur ini bisa juga disebut komponen atau elemen komunikasi. Canggara (2006:21)

Terdapat beberapa macam pandangan tentang banyaknya unsur atau elemen yang mendukung terjadinya komunikasi. Ada yang menilai bahwa terciptanya proses komunikasi, cukup didukung oleh tiga unsur, sementara ada juga yang menambahkan umpan balik dan lingkungan selain kelima unsur yang telah disebutkan.

Aristoteles, ahli filsafat Yunani Kuno dalam bukunya *Rhetorica* menyebutkan bahwa suatu proses komunikasi memerlukan tiga unsur yang

mendukungnya, yakni siapa yang berbicara, apa yang dibicarakan dan siapa yang mendengarkan. Pandangan Aristoteles ini oleh sebagian besar pakar komunikasi dinilai lebih tepat untuk mendukung suatu proses komunikasi publik dalam bentuk pidato atau retorika. Hal ini bisa dimengerti, karena pada zaman Aristoteles retorika menjadi bentuk komunikasi yang sangat populer bagi masyarakat Yunani.

Claude E. Shannon dan Warren Weaver (1949), menyatakan bahwa terjadinya proses komunikasi memerlukan lima unsur yang mendukungnya, yakni pengirim, transmitter, signal, penerima dan tujuan. Selain Shannon dan Berlo, juga tercatat Charles Osgood, Gerald Miller dan Melvin L. De Fleur menambahkan lagi unsur efek dan umpan balik (feedback) sebagai pelengkap dalam membangun komunikasi yang sempurna. Kedua unsur ini nantinya lebih banyak dikembangkan pada proses komunikasi antarpribadi (personal) dan komunikasi massa.

Perkembangan terakhir munculnya pandangan Joseph de Vito, K. Sereno dan Erika Vora yang menilai faktor lingkungan merupakan unsure yang tidak kalah pentingnya dalam mendukung terjadinya proses komunikasi.

2.1.4 Tujuan Komunikasi

Menurut Riant Nugroho (2004) tujuan komunikasi adalah menciptakan pemahaman bersama atau mengubah persepsi, bahkan perilaku. Sedangkan menurut Katz dan Robert Kahn yang merupakan hal utama dari komunikasi adalah pertukaran informasi dari penyampaian makna suatu sistem sosial atau organisasi. Akan tetapi komunikasi tidak hanya menyampaikan informasi atau pesan saja, tetapi komunikasi dilakukan seorang dengan pihak lainnya dalam upaya membentuk suatu makna serta mengemban harapan-harapannya.

Dengan demikian komunikasi mempunyai peranan yang sangat penting dalam menentukan betapa efektifnya orang-orang bekerja sama dan mengkoordinasikan usaha-usaha untuk mencapai tujuan.

Secara umum, menurut Wilbur Schramm, tujuan komunikasi dapat dilihat dari dua perspektif kepentingan, yaitu : kepentingan sumber/pengirim/komunikator, dan kepentingan penerima/komunikan. Dengan demikian maka tujuan komunikasi yang ingin dicapai dapat digambarkan sebagai berikut :

1. Tujuan komunikasi dari sudut kepentingan sumber yaitu, memberi informasi, mendidik, menyenangkan, dan menganjurkan suatu tindakan/persuasi.
2. Tujuan komunikasi dari sudut kepentingan penerima yaitu, memahami informasi, mempelajari, menikmati, menerima/menolak.

Sedangkan menurut Widjaja (200:66-67) tujuan komunikasi antara lain :

1. Supaya yang kita sampaikan dapat dimengerti, sebagai komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengerti dan mengakui apa yang kita maksud.
2. Memahami orang lain. Sebagai komunikator harus mengerti benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkan kemauannya.
3. Supaya gagasan dapat diterima orang lain.
4. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu, menggerakkan sesuatu itu dapat bermacam-macam, mungkin berupa kegiatan.

2.2 Konsep Komunikasi Massa

2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa dapat dijelaskan dari dua cara pandang, yakni bagaimana orang memproduksi pesan dan menyebarkannya melalui media di satu pihak, dan bagaimana orang-orang mencari serta menggunakan pesan-pesan tersebut di pihak lainnya. Secara sederhana, komunikasi massa dapat diartikan sebagai proses komunikasi melalui media massa. Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner (Ardianto, 2009:3), yakni komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people).

Definisi komunikasi massa yang lebih terperinci dikemukakan oleh ahli komunikasi lain, yaitu Gerbner. Menurut Gerbner (1967) "Mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies". (Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri.

Secara umum, penggunaan komunikasi massa di samping untuk menjalankan fungsi utamanya seperti memberi informasi dan hiburan, juga memanfaatkan untuk kepentingan-kepentingan khusus, misalnya sebagai media dakwah. Kehadiran media massa sebagai media dakwah juga bervariasi dari sudut format pengemasan pesan. Melalui televisi misalnya, pesan-pesan dakwah dapat mengisi program-program yang bersifat fiksi, seperti dalam cerita film atau sinema elektronik. Dengan demikian, media massa dapat dijadikan sarana yang

efektif untuk menyampaikan dan menyebarkan ayat-ayat Allah dan sunnah Nabi Muhammad Shallallahu Alaihi Wassalam, sehingga umat Islam semakin menyadari akan pesan sentral kitab Al-Qur'an sebagai sumber dari segala pengetahuan yang dipelajari manusia.

Kehidupan sosial termasuk tindakan komunikasi antarmanusia, juga telah digariskan dalam Al-Qur'an, baik menyangkut format dan isi maupun aspek etikanya. Melalui penggunaan media massa konvensional seperti surat kabar, radio, dan televisi serta media online, pesan –pesan yang terkandung dalam kitab suci Al-Qur'an dapat disebarkan secara lebih umum dan terbuka yang dapat mendorong umat islam untuk mempelajari, memahami, dan mengamalkan kandungan Al-Qur'an.

2.2.2 Karakteristik Komunikasi Massa

Dalam komunikasi tatap muka terjadi penggunaan banyak saluran, dengan banyak kesempatan untuk mengirim dan menerima pesan, dan dengan proses komunikasi yang kompleks. Komunikasi massa berbeda dengan komunikasi antarpersonal dan komunikasi kelompok. Perbedaannya terdapat dalam komponen-komponen yang terlibat di dalamnya, dan proses berlangsungnya komunikasi tersebut. Berikut ini karakteristik komunikasi massa :

1. Komunikator terlembagakan. Komunikasi massa melibatkan lembaga, komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks, bukan kerja perorangan.
2. Pesan komunikasi massa bersifat umum dan terbuka. Ditujukan untuk semua orang, tidak untuk sekelompok orang tertentu, tidak dimaksudkan untuk kebutuhan perorangan atau pribadi. Proses produksi dan reproduksi pesan melibatkan orang banyak dan terorganisasi dengan rapi dan profesional.

3. Komunikasi bersifat anonim dan heterogen. Anonim berarti pengirim dan penerima tidak saling kenal. Heterogen merujuk pada kemajemukan khalayak yang datang dari berbagai latar belakang sosial, demografis, ekonomis, dan kepentingan yang beragam.
4. Media massa menimbulkan keserempakan. Pesan – pesan media massa diterima dan dikonsumsi oleh khalayak secara serempak dan sama.
5. Komunikasi massa lebih mengutamakan isi (apa yang dikatakan) daripada hubungan (cara mengatakan).
6. Pola penyampaian pesan komunikasi massa bersifat cepat dan tidak terkendala waktu dalam menjangkau khalayak luas.
7. Stimulasi alat indera terbatas.
8. Umpan balik dalam komunikasi massa bersifat tertunda dan tidak langsung.

2.2.3 Fungsi Komunikasi Massa Bagi Masyarakat

Fungsi komunikasi massa menurut Deminick dalam Ardianto (2009:14) terdiri dari :

1. Surveillance (Pengawasan), fungsi pengawasan komunikasi masa dibagi dalam dua bentuk :
 - a) Fungsi pengawasan peringatan, terjadi jika media massa menginformasikan tentang ancaman dari angin topan, meletusnya gunung merapi, kondisi yang memprihatinkan, tayangan inflasi atau adanya serangan militer.
 - b) Fungsi pengawasan instrumental, adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kengunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari.

2. Interpretation (Penafsiran), fungsi ini hampir mirip dengan fungsi pengawasan. Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Contohnya dapat dilihat pada halaman tajuk rencana (editorial) surat kabar. Penafsiran ini berbentuk komentar dan opini yang ditujukan kepada khalayak pembaca, serta dilengkapi persepektif (sudut pandang) terhadap berita yang disajikan pada halaman lainnya.
3. Linkage (Pertalian), media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk *linkage* (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.
4. Transmission Of Values (Penyebaran Nilai-Nilai), fungsi ini juga disebut sosialisasi, mengacu kepada cara, dimana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar dan dibaca. Media massa memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang mereka harapkan. Dengan kata lain, media mewakili kita dengan model peran yang kita amati dan harapkan untuk ditiru.
5. Entertainment (Hiburan), sulit dibantah bahwa pada kenyataannya hampir semua media menjalankan fungsi hiburan. Televisi adalah media massa yang mengutamakan sajian hiburan. Melalui berbagai macam program acara yang ditayangkan televise, khalayak dapat memperoleh hiburan yang dikehendaknya.

2.2.4 Bentuk – bentuk Media Massa

Media massa pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua kategori, yakni media massa cetak dan media massa elektronik. Media cetak yang dapat memenuhi kriteria sebagai media massa adalah surat kabar dan majalah. Sedangkan media elektronik yang memenuhi kriteria media massa adalah radio siaran, televisi, film, media online (internet). Pada fungsinya media massa adalah suatu alat/media sebagai perantara untuk menyampaikan pesan/informasi dari sumber kepada khalayak umum dalam jumlah yang banyak (massa). Jadi media massa adalah bagian dari komunikasi massa. Jenis-jenis media massa ada 3 yaitu:

1. Media Cetak (Printed Media)

Media cetak adalah media massa, pertama kali muncul di dunia pada tahun 1920 an. Dikala itu pada awalnya media massa digunakan pemerintah untuk mendoktrin masyarakat, sehingga membawa masyarakat pembaca kepada suatu tujuan tertentu. Seperti teori jarum suntik pada teori komunikasi massa. Contoh-contoh media cetak seperti surat kabar, majalah dan tabloid.

- a. Surat Kabar, merupakan media massa yang paling tua dengan jenis media massa lainnya. Sejarah telah mencatat keberadaan surat kabar dimulai sejak ditemukannya mesin cetak oleh Johann Guternberg di Jerman. Pada masa orde baru sebagai media massa, surat kabar mempunyai misi menyebarluaskan pesan-pesan pembangunan dan sebagai alat mencerdaskan rakyat Indonesia. Dari empat fungsi media massa (informasi, edukasi, hiburan dan

persuasive), fungsi yang paling menonjol pada surat kabar adalah informasi. Hal ini sesuai dengan tujuan utama khalayak membaca surat kabar, yaitu keingin tahuan akan setiap peristiwa yang terjadi di sekitarnya. Karenanya sebagian besar rubrik surat kabar terdiri dari berbagai jenis berita. Namun demikian, fungsi hiburan surat kabar pun tidak terabaikan karena tersedianya rubrik artikel ringan, *feature* (laporan perjalanan, laporan tentang profil seseorang yang unik), rubrik cerita bergambar atau komik, serta cerita bersambung. Begitu pula dengan fungsinya mendidik dan memengaruhi akan ditemukan pada artikel ilmiah, tajuk rencana atau editorial dan rubrik opini.

- b. Majalah, keberadaan majalah sebagai media massa terjadi tidak lama setelah surat kabar. Diawali dari Negara-negara Eropa dan Amerika. Tipe suatu majalah ditentukan oleh sasaran khalayak yang dituju. Artinya, sejak awal redaksi sudah menentukan siapa yang akan menjadi pembacanya, apakah anak-anak, remaja, wanita dewasa, pria dewasa atau untuk pembaca umum dari remaja sampai dewasa. Bisa juga sasaran pembacanya kalangan profesi tertentu seperti pelaku bisnis, atau pembaca dengan hobi tertentu, seperti bertani, beternak dan memasak. Karena mengacu pada sasaran khalayak yang spesifik, maka fungsi utama media berbeda satu dengan yang lainnya. Majalah seperti *Gatra* lebih berfungsi sebagai media informasi tentang berbagai peristiwa dalam dan luar negeri, dan fungsi berikutnya adalah hiburan. Majalah *Femina* yang isinya relative menyangkut berbagai informasi dan tips masalah kewanitaan, lebih bersifat menghibur. Majalah *Trubus* fungsi utamanya adalah memberi

pendidikan mengenai cara bercocok tanam, fungsi berikutnya memberi informasi.

2. Media Elektronik

Setelah media cetak muncullah media elektronik yang terdiri dari :

- a. Radio, adalah media massa elektronik tertua dan sangat luwes, media audio yang menyampaikan pesan lewat suara. Kecepatan dan ketetapan waktu dalam penyampaian pesan radio tentu lebih cepat dengan menggunakan siaran langsung. Pada waktu penyebaran informasi Proklamasi Kemerdekaan media massa radio berperan penting dalam penyebaran berita. Namun, sebelum tahun 1950-an, ketika televisi menyedot banyak perhatian khalayak radio, banyak orang memperkirakan bahwa radio berada diambang kematian. Selama hampir satu abad lebih keberadaannya, radio berhasil mengatasi persaingan keras dengan bioskop, rekaman kaset, televisi, televisi kabel, *electronic games*, dan *personal casset players*. Keunggulan radio adalah berada dimana saja, di tempat tidur (ketika orang akan tidur atau bangun tidur), di dapur, di dalam mobil, di kantor, di jalanan, di pantai dan berbagai tempat lainnya. Radio juga memiliki kemampuan menjual bagi pengiklan yang produknya dirancang khusus untuk khalayak tertentu. Jika surat kabar memperoleh julukan sebagai kekuatan kelima atau *the fifth estate*. Hal ini disebabkan radio juga dapat melakukan fungsi kontrol social seperti surat kabar, di samping empat fungsi lainnya yakni member informasi, menghibur, mendidik dan melakukan persuasi. Kekuatan radio dalam

memengaruhi khalayak sudah dibuktikan dari masa ke masa di berbagai Negara. Salah satu contoh pada peristiwa pertempuran Surabaya tanggal 10 November 1945, Bung Tomo dengan gayanya yang khas melalui mikrofon "Radio Pemberontak" berhasil membangkitkan semangat bertempur, bukan saja di kalangan pemuda-pemuda Jawa Timur, tetapi juga di daerah lainnya untuk melawan Belanda. Mark W. Hall dalam buku *Broadcast Journalism* mengemukakan bahwa perbedaan mendasar antara media cetak dengan radio ialah media cetak dibuat untuk konsumsi mata, sedangkan radio untuk konsumsi telinga. Pada surat kabar dan majalah, komunikasi hanya melihat. Pada radio dan rekaman auditif, komunikasi hanya mendengar, pada televisi dan film, komunikasi dapat melihat dan mendengar. Perbedaan ini telah menyebabkan masing-masing media massa memiliki karakteristik masing-masing.

- b. Televisi, mengalami perkembangan secara dramatis, terutama melalui pertumbuhan televisi kabel. Transmisi program kabel menjangkau seluruh pelosok negeri dengan bantuan satelit dan diterima langsung pada layar televisi di rumah dengan menggunakan *wire* atau *microwave (wireless cables)* yang membuka tambahan saluran televisi bagi pemirsa. Sebagaimana radio, penemuan televisi telah melalui berbagai eksperimen yang dilakukan oleh para ilmuwan akhir abad 19 dengan dasar penelitian yang dilakukan oleh James Clark Maxwell dan Heinrich Hertz, serta penemuan Marconi pada tahun 1890. Televisi sebagai

pesawat transmisi dimulai pada tahun 1925 dengan menggunakan metode mekanikal dari Jenkins. Kegiatan penyiaran melalui media televisi di Indonesia dimulai pada tanggal 24 Agustus 1962, bertepatan dengan dilangsungkannya pembukaan Pesta Olahraga se-Asia IV atau *Asean Games* di Senayan. Sejak itu Televisi Republik Indonesia yang disingkat TVRI dipergunakan sebagai panggilan stasiun (*station call*) hingga sekarang. Fungsi televisi sama dengan fungsi media massa lainnya (surat kabar dan radio), yakni member informasi, mendidik, menghibur dan membujuk. Tetapi fungsi menghibur lebih dominan pada media televisi sebagaimana hasil penelitian-penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi UNPAD, yang menyatakan bahwa pada umumnya tujuan utama khalayak menonton televisi adalah untuk memperoleh hiburan, selanjutnya untuk memperoleh informasi.

3. Media online

Media *online* secara perlahan semakin berkembang, bahkan mungkin penemu sistem internet tidak terbayangkan bahwa perkembangan dunia internet sebegitu majunya apalagi yang telah terjadi 10 tahun belakangan ini. Tidak hanya improvisasi dalam bidang jaringan dan perangkat lunak (*software*) namun saat ini juga mulai banyak hadir improvisasi dalam bidang perangkat keras (*hardware*). Semua pengembang beranggapan bahwa apa yang mereka lakukan ini adalah untuk kehidupan masyarakat yang lebih baik.

Pada tahun 1990, Mark Poster meluncurkan buku besarnya, *The Second Media Age*, yang menandai periode baru dimana teknologi

interaktif dan komunikasi jaringan, khususnya dunia maya akan mengubah masyarakat. Ada dua pandangan yang dominan tentang perbedaan antara era media pertama, dengan penekanannya pada penyiaran, dan era media kedua dengan penekannya pada jaringan (Littlejohn, Foss 2009:413).

Pandangan Mark Poster pada bukunya tersebut menampakkan kebenarannya, kini setiap orang saling terhubung baik kepada rekannya atau kepada informasi yang tersedia di media *online*. Setiap orang tidak cukup awam hanya untuk sekedar mencari sebuah berita yang dia butuhkan. Tidak menutup kemungkinan juga generasi akademis kedepan akan menggunakan media *online* sebagai sumber informasi akademis terpercaya dan pilihan utama.

Paul Levinson dalam buku yang berjudul *New Media* menyebutkan media *online* tidak hanya terbatas media sosial, media *online* lebih daripada itu. Paul Levinson menyebutkan ada beberapa layanan yang dapat dikategorikan dalam *new media* atau media *online*, setidaknya ada 4 yang termasuk dalam pokok bahasan pada penelitian ini :

- a. Website atau situs *online* yang menyediakan berbagai macam berita dalam satu tempat yang terdiri atas beberapa halaman.
- b. Media social yang meliputi *Facebook*, *Twitter* dan *Myspace* dan sebagainya yang memberikan keleluasaan pada penggunanya untuk berbagi informasi pribadi dan melakukan percakapan.
- c. *Youtube* sebuah *platform* yang memungkinkan penggunanya dapat mengunggah video dan kemudian pengguna lainnya dapat menikmatinya pula secara streaming.
- d. *Blog* , awal kehadirannya pengguna blog disebut pula *Citizen journalist* dimana pemilik akun *blog* menceritakan apa yang

sedang terjadi dalam kesehariannya, sehingga dapat memberikan informasi kepada pemiliki blog lainnya.

Sehingga kurang tepat jika mengatakan media *online* hanya terdiri atas situs *online* saja atau jejaring sosial saja. Selain itu, dalam buku *New Media a Critical introduction* disebutkan bahwa media online memiliki beberapa karakteristik yang menjadi pembeda dengan yang lainnya, yakni sebagai berikut :

- a. Pengalaman tekstual yang baru, sebuah jenis baru baik genre dan penyajiannya serta dalam cara mengkomsumsi hiburan dan pola seperti permainan computer, simulasi, special efek pada film.
- b. Cara baru meperlihatkan dunia, dimana media tidak selalu terdefinisikan dengan baik, media menawarkan cara baru meperlihatkan beberapa kemungkinan dan pengalaman baru.
- c. Adanya hubungan baru (yang berbeda dari sebelumnya) antara subjek (*users* dan *consumer*) dengan media teknologi, hal yang berubah adalah cara penggunaan dan penerimaan dari tampilan dan media komunikasi dalam keseharian dan arti dari berinventasi kepada media teknologi.
- d. Pengalaman baru dari hubungan antara perwujudan, indentitas dan komunitas, dalam artian menggantikan nilai personal dan pengalaman sosial terhadap waktu, ruang dan tempat (baik dalam lingkup lokal dan global) yang mana berdampak pada pengalaman diri dan tempat kita berada.

Pada penjabaran diatas bisa disimpulkan bahwa media *online* memiliki karakteristik yang unik sehingga tidak menutup kemungkinan akan menjadi

sebuah kiblat dalam pencarian informasi kedepannya. Siapapun bisa jadi komunikator dan komunikasi dalam media *online*, siapapun bebas mencari dan kemudian menyebarkan informasi yang didapat. Khalayak memiliki kuasa penuh atas informasi yang didapat. Pilihan selanjutnya adalah kepada khalayak tersebut akan dibagaimanakan informasi yang sudah mereka dapatkan selama menembus ruang dan waktu dalam dunia maya.

2.3 Persepsi

2.3.1 Pengertian Persepsi

Menurut Bimo Walgito persepsi adalah suatu proses yang didahului oleh penginderaan, yaitu merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera atau disebut proses sensoris proses itu tidak berhenti begitu saja melainkan stimulus tersebut diteruskan dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi.

Persepsi adalah inti dari komunikasi karena jika persepsi kurang akurat komunikasi tidak dapat berlangsung dengan efektif. Hal ini karena persepsi yang menentukan mana pesan yang diterima atau pesan yang diabaikan. Istilah persepsi sering disebut juga sebagai pandangan, gambaran atau anggapan. Sebab dalam persepsi terdapat tanggapan seseorang mengenai satu hal objek. Brian Fellows dalam Mulayana (2008:180), beranggapan bahwa persepsi merupakan proses suatu organisasi/kelompok menerima dan menganalisis informasi.

Menurut Saomon dalam Sutisna (2001:62) menyebutkan persepsi terdiri dari tiga aktifitas yaitu seleksi, organisasi dan interpretasi. Proses pembentukan persepsi berasal dari adanya stimuli yang ditangkap oleh pancaindra (sensasi) yang kemudian diberikan arti kepadanya atau diinterpretasikan dan diberi

tanggapan sehingga terjadilah persepsi. Seleksi merupakan pemilihan atau penyaringan informasi yang akan dipersepsikan, seleksi mencakup dua hal yang sangat penting dalam persepsi yaitu sensasi dan atensi. Sensasi (sesuatu yang diterima oleh alat indra) dan atensi (perhatian) merupakan dua hal yang sangatlah penting dalam persepsi seseorang. Kedua hal ini dapat diperoleh dengan pengindraan Joseph A. Devito mengatakan bahwa persepsi merupakan proses yang membuat sadar akan banyaknya stimulus yang memengaruhi oleh pancaindra seperti indra penglihatan, pendengaran, peraba, penciuman dan pengecap.

Hubungan sensasi dengan persepsi sudah sangatlah jelas karena sensasi merupakan bagian dari persepsi walaupun begitu menafsirkan makna informasi indrawi tidak hanya melibatkan sensasi tetapi juga atensi. Atensi sangatlah penting karena sebelum kita merespon atau menafsirkan rangsangan apapun terlebih dahulu pastilah memperhatikan kejadian atau rangsangan tersebut.

Atensi atau perhatian ditentukan oleh faktor-faktor situasional personal. Ada dua faktor yang memengaruhi perhatian yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal yaitu: gerakan, intensitas stimuli, kebaruan dan perulangan. Sedangkan faktor internal yang memengaruhi perhatian adalah faktor biologis (lapar, haus ataupun mengantuk), faktor fisiologis (tinggi, pendek, gemuk dan lain-lain), dan faktor-faktor sosial budaya seperti gender, agama, tingkat pendidikan, pengalaman dan faktor-faktor psikologis seperti kemauan, pengharapan dan motivasi.

Terkadang, kita merasa sangat meyakini kebenaran persepsi sendiri. Tidak ada cara dalam menguji nilai kebenaran sebuah persepsi melainkan dengan cara membandingkannya dengan sesuatu atau objek lain. Jika makna yang di

persepsi konsisten atau mirip dengan kriteria yang digunakan sebagai pembanding, maka dianggap valid. Sebaliknya, ketika menghampiri yang tidak sesuai dengan kriteria pembanding, maka akan mengalami keidaksesuaian kognitif inkonistensi sebagai upaya untuk mengatasi kesesuaian psikologi individu.

2.3.2 Prinsip Dasar Persepsi

Berikut ini beberapa prinsip dasar tentang persepsi yaitu :

- a. Persepsi tersebut relatif bukannya absolut. Seseorang tidak dapat menyimpulkan secara persis terhadap suatu peristiwa yang dilihatnya, tetapi secara relatif seseorang dapat menerka terhadap suatu peristiwa berdasarkan kenyataan dari sebelumnya.
- b. Persepsi itu selektif. Rangsangan yang diterima akan tergantung pada apa yang pernah dipelajari dan apa yang pernah menarik perhatiannya. Ini berarti bahwa ada keterbatasan dalam kemampuan seseorang dalam menerima rangsangan.
- c. Persepsi itu mempunyai tatanan. Orang menerima rangsangan tidak dengan cara sembarangan. Ia akan menerimanya dalam bentuk hubungan atau kelompok. Jika rangsangan tidak datang lengkap maka ia akan melengkapinya sendiri sehingga hubungan itu menjadi jelas.
- d. Persepsi dipengaruhi oleh harapan dan kesiapan. Harapan dan kesiapan penerima pesan akan menentukan pesan mana yang akan dipilih untuk diterima. Selanjutnya, bagaimana pesan yang dipilih akan ditata dan demikian pula bagaimana pesan diinterpretasikan.
- e. Persepsi seseorang dapat jauh berbeda dengan persepsi orang lain sekalipun situasinya sama. Bahwa perbedaan persepsi dapat ditelusuri pada adanya perbedaan individual, sikap, dan motivasi.

Dengan demikian, persepsi seseorang selain tergantung pada stimulus, juga tergantung pada keadaan individual itu sendiri. Stimulus tergantung pada faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya persepsi.

2.3.3 Proses terjadinya Persepsi

- a. Diawali dengan objek yang menimbulkan persepsi dan stimulus mengenai pancaindra atau respon. Proses ini dinamakan proses kealaman (fisik) atau proses penerimaan rangsangan.
- b. Stimulus yang diterima oleh pancaindra dilanjutkan oleh saraf sensoris ke otak. Proses ini dinamakan fisiologis. Fisiologis yaitu pengetahuan mengenai proses penerjemahan makna atau proses menyeleksi rangsangan karena tidak mungkin memperhatikan semua rangsangan yang diterima sehingga penyeleksian rangsangan ini sangat penting. Dalam penyeleksian ini terdapat beberapa faktor yang memengaruhi. Seperti faktor eksternal yaitu ukuran, kontras atau hal yang biasa dilihat, gerakan, ulangan, keagraban, sesuatu yang baru. Sedangkan faktor internal seperti kebutuhan psikologi, latar belakang, pengalaman, kepribadian, penerimaan diri.
- c. Proses pengorganisasian, untuk membuat informasi itu masuk akal maka informasi itu perlu diorganisasikan atau disusun dengan cara pengelompokan yaitu dengan faktor kesamaan, kedekatan, dan kecenderungan melengkapi hal-hal yang belum lengkap.
- d. Setelah informasi diterima dan diatur, si penerima lalu menafsirkan dengan berbagai cara dan ada beberapa faktor yang membantu penafsiran, yaitu yang pertama perangkat persepsi yaitu kepercayaan-kepercayaan yang dianut sebelumnya, dapat

memengaruhi persepsi seseorang dan perangkatnya adalah pendapat umum ataupun sikap yang dimiliki seseorang. Yang kedua membuat stereotipe atau pendapat baik atau buruk terhadap sesuatu dan ini dapat mempengaruhi persepsi dan penafsiran seseorang. Yang ketiga pembelaan persepsi yaitu pembelaan yang digunakan oleh penerima untuk menghadapi pesan-pesan atau informasi yang bertentangan dengan kepercayaan mereka. Dan yang keempat adalah faktor-faktor konteks seperti konteks antar pribadi yaitu hubungan yang terdapat antara si penerima rangsangan dan orang lain dalam suatu keadaan tertentu.

- e. Proses pengecekan yaitu penerima pesan mengecek apakah penafsiran yang telah dilakukan benar atau tidak, pengecekan ini dapat dilakukan dari waktu ke waktu atau menanyakan kepada orang lain.
- f. Proses reaksi merupakan tindakan yang dilakukan oleh si penerima sehubungan dengan persepsinya.

Proses-proses inilah yang akan menciptakan persepsi seseorang akan sesuatu yang didengar, dilihat, dicium, dirasa dan diraba. Semua proses ini bermula pada rangsangan yang diberikan kepada pancaindera lalu dilanjutkan pada proses penyeleksian rangsangan dan mengatur rangsangan mana yang diterima dan mana yang tidak diterima. Setelah itu proses ini dilanjutkan pada pemberian makna/arti pada rangsangan dan inilah yang menciptakannya persepsi seseorang akan sesuatu hal.

2.4 Masyarakat

2.4.1 Pengertian Masyarakat

Masyarakat (sebagai terjemahan istilah *society*) adalah sekelompok orang yang membentuk sebuah sistem semi tertutup atau semi terbuka, dimana sebagian besar interaksi adalah antara individu-individu yang berada di dalam kelompok tersebut. Kata “masyarakat” sendiri berakar dari kata dalam bahasa Arab, yaitu *musyarak*. Masyarakat adalah sebuah komunitas yang interdependen (saling ketergantungan satu sama lain). Umumnya, istilah masyarakat digunakan untuk mengacu pada sekelompok orang yang hidup bersama dalam suatu komunitas yang teratur. Berikut pengertian masyarakat menurut beberapa ahli :

1. Koentjaraningrat , masyarakat adalah kesatuan hidup manusia yang berinteraksi menurut suatu sistem adat istiadat tertentu yang bersifat kontinu, dan yang terikat oleh suatu rasa identitas bersama.
2. Selo Soemardjan, masyarakat adalah orang-orang yang hidup bersama, yang menghasilkan kebudayaan.
3. Emile Durkheim, masyarakat adalah suatu sistem yang dibentuk dari hubungan antar anggota sehingga menampilkan suatu realitas tertentu yang mempunyai ciri-cirinya sendiri.
4. Karl Marx, masyarakat adalah suatu struktur yang menderita suatu ketegangan organisasi atau perkembangan akibat adanya pertentangan antara kelompok-kelompok yang terbagi secara ekonomis.

Dari beberapa uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa masyarakat adalah golongan besar atau kecil yang terdiri dari beberapa manusia, yang hidup dalam waktu cukup lama, dan dengan atau karena sendirinya bertalian secara golongan dan saling mempengaruhi satu sama lain hingga memiliki kebiasaan, tradisi, sikap dan rasa persatuan.

2.4.2 Proses Terbentuknya Masyarakat

Untuk terbentuknya suatu masyarakat, paling sedikit harus dipenuhi tiga unsur sebagai berikut :

1. Terdapat sekumpulan orang.
2. Berdiam atau bermukim di suatu wilayah yang relative lama.
3. Akibat dari hidup bersamaan dalam jangka waktu yang lama itu menghasilkan kebudayaan berupa sistem nilai, sistem ilmu pengetahuan dan kebudayaan kebendaan.

Sedangkan menurut Soerjono Soekanto menjelaskan bahwa unsur-unsur masyarakat sebagai berikut :

1. Beranggotakan minimal dua orang.
2. Anggotanya sadar sebagai satu kesatuan.
3. Berhubungan dalam waktu yang cukup lama yang menghasilkan manusia baru yang saling berkomunikasi dan membuat aturan-aturan yang berhubungan antar anggota masyarakat.
4. Menjadi sistem hidup bersama yang menimbulkan kebudayaan serta keterkaitan satu sama lain sebagai anggota masyarakat.

Proses terbentuknya suatu masyarakat biasanya berlangsung tanpa disadari, dan diikuti oleh hampir sebagian besar anggota masyarakat. Dorongan manusia untuk bermasyarakat antara lain sebagai berikut :

1. Pemenuhan dasar biologis seperti papan (tempat tinggal), sandang (pakaian), dan pangan (makanan) yang penyelenggaraanya akan lebih mudah dilaksanakan dengan kerjasama pada usaha perorangan.
2. Kemungkinan untuk bersatu dengan manusia lain (bermasyarakat).

3. Keinginan untuk bersatu dengan lingkungan hidupnya.
4. Dengan bermasyarakat kemungkinan untuk mempertahankan diri dalam menghadapi kekuatan alam, binatang dan kelompok lain lebih besar.
5. Secara naluriah manusia mengembangkan keturunan melalui keluarga yang merupakan kesatuan masyarakat paling kecil.
6. Manusia mempunyai kecenderungan social, yaitu seluruh tingkah laku berkembang akibat interaksi social atau hubungan antar manusia. Dalam hidup bermasyarakat, kebutuhan dasar kejiwaan berupa keingintahuan, meniru, dihargai, menyatakan rasa haru dan keindahan baik antar individu maupun kelompok.

2.5 Kualitas Tayangan Berita

Tayangan menurut bahasa adalah sesuatu yang ditayangkan (dipertunjukkan), pertunjukan (film, dan sebagainya) persembahan. Kerangka kerja untuk menilai kualitas tayangan berita yakni adanya kebebasan memperoleh sumber informasi dan mempublikasikannya, adanya keragaman berita yang mampu dan mau memberikan berbagai pilihan berita yang lengkap atas pandangan yang beragam serta adanya realitas objektivitas berita, berita yang relevan dan sesuai fakta serta akurat.

Kualitas menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KKBI) diartikan sebagai; tingkat baik buruknya sesuatu; kadar; derajat atau taraf (kepandaian, kecakapan. Berita menurut Mitcel V. Charnley dalam bukunya *Reportingedisi III* (Holt-Reinhart & Winston, New York, 1975 halaman 44) menyebutkan bahwa Berita adalah laporan yang tepat waktu mengenai fakta atau opini yang memiliki daya tarik atau hal penting atau kedua-duanya bagi masyarakat luas.

Suatu peristiwa yang pantas disajikan sebagai berita adalah tentunya berita yang memiliki nilai berita (news value). Nilai berita diartikan sebagai nilai penting atau menarik, atau gabungan keduanya. Sehingga dengan demikian dalam rancangan penelitian ini yang dimaksud dengan kualitas tayangan berita adalah berita yang didalam mengandung unsur :

- a. Keberagaman yaitu Format Berita yang terdiri dari berita lokal, berita internasional, berita hard news dan soft news.
- b. Pengawasan yaitu tayangan berita menyampaikan informasi mengenai isu dan peristiwa yang terjadi serta dampak yang dihasilkan.
- c. Faktualitas format berita sesuai dengan fakta.
- d. Akurasi yaitu berita yang mengedepankan kebenaran informasi dan sesuai dengan fakta.
- e. Keadilan, format berita menyajikan narasumber dari berbagai pihak.
- f. Kepentingan publik, informasi yang disajikan tentang kegiatan politik, komersial, dan sosial.
- g. Tidak berpihak , siaran berita harus menyangkut semua lapisan.
- h. Relevansi,berita yang memiliki keterkaitan atau kecocokan pemirsa.

2.6 Berita

Dalam Pers Timur berita tidak dipandang sebagai “komoditi”. Berita bukan “barang dagangan”. Berita adalah suatu proses yang ditentukan arahnya. Berita tidak didasarkan pada maksud untuk memaksakan nafsu ingin tahu segala sesuatu yang luar biasa dan menakjubkan melainkan pada keharusan ikut berusaha mengorganisasikan pembangunan dan pemeliharaan Negara sosialis.

Berita adalah laporan tentang kejadian yang aktual, bermakna, menarik. Setiap hari selalu lebih banyak kejadian daripada jumlah berita dalam media

massa, termasuk dalam pers. Karena kejadian hanya menjadi berita setelah “diangkat” oleh wartawan, maka terjadilah proses seleksi. Koran, melalui wartawan, memilih atau melakukan seleksi sejumlah kejadian yang diliputnya menjadi berita.

Laporan berita merupakan tugas profesi wartawan, saat berita dilaporkan oleh wartawan laporan tersebut menjadi fakta/ ide terkini yang dipilih secara sengaja oleh redaksi pemberitaan / media untuk disiarkan dengan anggapan bahwa berita yang terpilih dapat menarik khalayak banyak karena mengandung unsur-unsur berita.

Menulis berita bukan sekedar mencurahkan isi hati. Sebuah berita harus dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya, aktual, dan informatif. Tidak seperti menulis karangan yang mendayu-dayu. Kualitas berita tentu harus memenuhi kriteria umum penulisan, yaitu 5W+1H yang sudah menjadi ‘sego jangan’ (diluar kepala) buat seorang jurnalis. Selain syarat tersebut, sebenarnya ada juga syarat yang juga wajib dimengerti oleh seorang jurnalis, yaitu persyaratan bentuk. Dalam jurnalistik syarat bentuk ini lebih sering dikenal dengan sebutan ‘Piramida Terbalik’. Kenapa disebut piramida terbalik, karena bentuknya memang mirip dengan piramida Mesir namun posisinya terbalik.

Mengapa kedua hal ini disebut sebagai dasar menulis bagi wartawan. Kedua teknik ini juga bisa, dan memang efektif, dipakai oleh penulis non wartawan, termasuk blogger. 5W+1H adalah singkatan dari “what, who, when, why, how,” yang dalam bahasa Indonesia menjadi “apa, siapa, kapan, di mana, mengapa, bagaimana.” Semua unsur inilah yang harus terkandung dalam sebuah artikel biasa atau berita biasa.

2.7 Tinjauan Empirik

Tujuan penelitian terdahulu adalah referensi yang berkaitan dengan informasi penelitian. Penelitian terdahulu ini berupa hasil penelitian yang sudah dilakukan penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai bahan acuan, antara lain:

Tabel 2. Tinjauan Empirik

Tinjauan Perbedaan	Nama Peneliti Sebelumnya			Penelitian yang dilakukan
	Irsal	Akbar Hardiyanto	Idayanti	
Judul Penelitian	Persepsi remaja desa Masalle terhadap berita kriminal di televise	Persepsi dan motivasi masyarakat menonton berita daerah pada TVRI Sul-Sel (survai terhadap masyarakat Kelurahan Kassi-Kassi kota Makassar	Persepsi masyarakat terhadap siaran TVRI Sul-Se	Persepsi Masyarakat Terhadap Kualitas Tayangan Berita di Akun Facebook Bantaeng TV
Tahun	2013	2015	2017	2019
Tujuan	Mengetahui persepsi dan motivasi remaja di desa Masalle di Kabupaten Endrekang terhadap berita kriminal di televise	Mengetahui persepsi dan motivasi masyarakat menonton berita daerah pada TVRI Sul-Sel (survai terhadap masyarakat Kelurahan Kassi-Kassi kota Makassar	Bagaimana persepsi masyarakat mengenai siaran TVRI Sul-Sel (survei masyarakat Gowa)	Mengetahui Persepsi Masyarakat Terhadap Kualitas Tayangan Berita di Akun Facebook Bantaeng TV
Metode	Pendekatan Kuantitatif	Kuantitatif Metode survei	Kuantitatif	Pendekatan Kuantitatif
Hasil	Persepsi remaja di desa Masalle umumnya negatif, artinya mereka	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi masyarakat di Kelurahan Kassi-Kassi	Masyarakat Beroanging RW 4 RT 1 menyatakan bahwa siaran TVRI	Menunjukkan bahwa kebutuhan akan informasi

	<p>menyatakan bahwa semakin banyak materi yang dikemukakan, maka berita tersebut akan semakin menarik minat.</p>	<p>dalam menonton program televisi untuk meningkatkan wawasan dan pengetahuan, sedangkan motivasi masyarakat di Kelurahan Kassi-Kassi menonton tanyangan di TVRI Sul-Sel masih rendah, karena banyaknya persaingan program televisi yang mampu menarik perhatian masyarakat</p>	<p>Sul-Sel memberikan informasi tentang Sul-Sel kepada masyarakat walaupun TVRI Sul-Sel kadang tidak menyajikan berita terkini yang terjadi di Sul-Sel, sehingga TVRI Sul-Sel tidak berkesan bagi masyarakat</p>	<p>yang terjadi di seluruh aspek baik dari segi pemerintahan, ekonomi, olahraga dan sebagainya membuat masyarakat lebih memilih Facebook Bantaeng TV sebagai sarana untuk mendapatkan informasi tersebut, terkhusus pada masyarakat Bantaeng yang jauh lebih ingin mengetahui perkembangan kegiatan yang terjadi di Kabupaten Bantaeng. Meskipun rata-rata wacana hanya menyajikan informasi</p>
--	--	---	--	--

				<p>kegiatan pemerintah kabupaten setempat. Aktor-aktor dalam pemberitaannya juga masih lebih banyak mengakomodir dari pihak pemangku kepentingan formal dan tokoh-tokoh politik. Tetapi hal ini masih bisa dipahami, sebab Bantaeng TV sifatnya adalah kanal informasi yang diproduksi oleh pemerintah lokal, yang tujuannya untuk menyebarluaskan informasi kinerja pemerintah.</p>
--	--	--	--	--

2.8 Kerangka Pemikiran

Suatu daerah atau wilayah pasti memerlukan sebuah media atau wadah untuk mendapatkan sebuah informasi. Di Kabupaten Bantaeng sendiri, media untuk mendapatkan informasi masih sangat minim. Kebutuhan masyarakat yang haus akan informasi membuat pemerintah Kabupaten Bantaeng akhirnya membuat sebuah Channel atau portal yang berfungsi memberitakan kegiatan-kegiatan yang terjadi di Kabupaten Bantaeng yang dinamakan Bantaeng TV. Hadirnya Bantaeng TV diharapkan mampu menyajikan berita-berita terkait peristiwa yang terjadi di Kabupaten Bantaeng baik dari segi pemerintahan, ekonomi, maupun dari segi politik.

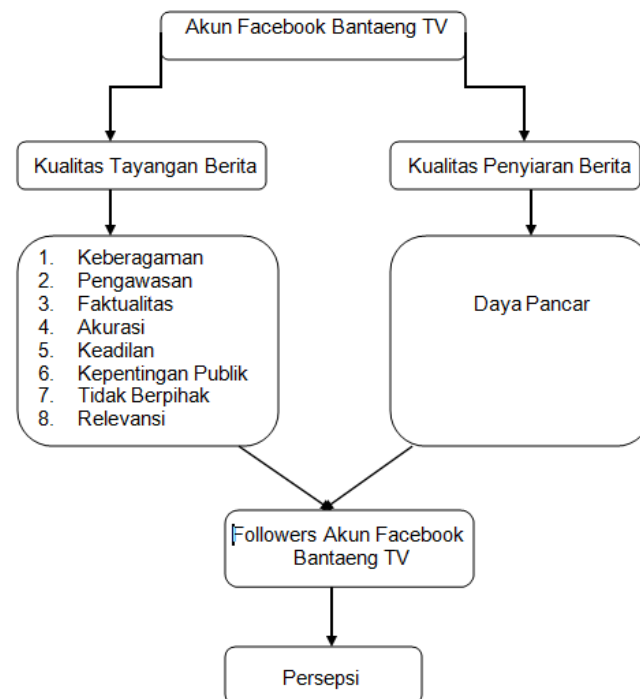
Dengan adanya akun facebook Bantaeng TV masyarakat dengan mudah mengetahui kejadian yang terjadi di Bantaeng. sehingga dari setiap penyajian berita di akun Facebook Banteng TV masyarakat mampu berinteraksi dengan masyarakat lainnya. Misalnya, berita terkait dengan pembangunan Bantaeng menuju Smart City, masyarakat dapat mengetahui adanya program tersebut. Kemudian mampu mengeluarkan pendapat mereka sehingga masyarakat secara tidak langsung memberikan sumbangsi berupa ide-ide atau hasil diskusi mereka dari tayangan berita di akun Facebook Bantaeng TV.

Persepsi menonton dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu seleksi (rangsangan yang diperoleh dari pancaindra), organisasi (mengatur rangsangan) dan interpretasi yang merupakan pemberian makna/arti atau kesan setelah itu terciptalah persepsi. Sehingga dapat kita simpulkan setiap manusia memiliki persepsi yang berbeda-beda terhadap sesuatu.

Suatu peristiwa yang pantas disajikan sebagai berita adalah tentunya berita yang memiliki nilai berita (news value). Nilai berita diartikan sebagai nilai penting atau menarik, atau gabungan keduanya.

Secara operasional persepsi masyarakat terhadap kualitas tayangan berita di akun Facebook Bantaeng TV ditunjukkan pada kerangka fikir di bawah ini.

Gambar 2. Bagan Kerangka Pemikiran



2.9 Defenisi Operasional

1. Akun Facebook Bantaeng TV, merupakan layanan jejaring sosial dan situs web yang digunakan Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian Kabupaten Bantaeng menyalurkan berita terkait kegiatan yang terjadi di Kabupaten Bantaeng. Semua berita dapat di akses oleh semua lapisan terlebih kepada *Followers* akun Facebook Bantaeng TV.
2. Kualitas Tayangan Berita berkaitan dengan perspepsi yang akan diberikan ketika menyaksikan tayangan berita di akun Facebook Bantaeng TV, yang dapat dihitung dengan menggunakan beberapa

indikator yakni keberagaman, pengawasan, faktualitas, akurasi, keadilan, kepentingan public, tidak berpihak, serta relevansi.

3. Kualitas Penyiaran Berita berkaitan dengan persepsi khalayak terhadap tayangan berita dengan memberikan penilaian yang dapat dilihat dari ketajaman dan kejernihan gambar yang diterima serta kualitas paket berita.
4. Keberagaman, bagaimana Bantaeng TV meliput informasi dari berbagai bidang (pemerintahan, olahraga, budaya, dan sebagainya).
5. Pengawasan, berita yang disampaikan menampilkan informasi yang kritis.
6. Faktualitas, Berita yang disampaikan sudah mengandung fakta.
7. Keadilan, bagaimana Bantaeng TV menyajikan informasi dengan narasumber dari berbagai pihak.
8. Kepentingan publik, informasi tersebut tentang kegiatan politik, komersial, dan sosial.
9. Tidak berpihak, siaran berita harus menyangkut semua lapisan.
10. Daya pancar, ketajaman dan kejernihan gambar yang diterima di smart phone atau di tempat lain.
11. *Followers* akun Facebook Bantaeng TV, subjek yang menjadi responden dalam penelitian.
12. Persepsi, pandangan atau gambaran responden terhadap kualitas tayangan dan kualitas penyiaran berita dalam akun Facebook Bantaeng TV.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, yaitu tipe penelitian yang memberikan gambaran atau penjabaran tentang suatu objek penelitian berdasarkan karakteristik yang dimiliki, disini peneliti akan langsung terjun pada wilayah penelitiannya. Karena itu berdasarkan judul penelitian yang telah dipilih, maka penelitian akan berusaha memberikan gambaran mengenai tentang persepsi masyarakat terhadap kualitas tayangan dan kualitas penyiaran berita di akun Facebook Bantaeng TV. Selain itu peneliti melakukan wawancara terhadap seorang akademisi di bidang Ilmu Komunikasi yang juga sebagai seorang komisioner KPID Sulawesi Selatan Yakni Bapak Akbar Abu Thalib.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian akan dilakukan pada bulan Desember 2018 di akun Facebook Bantaeng TV, dan olah data menggunakan aplikasi SPSS.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari penelitian yang menjadi pusat perhatian dan menjadi sumber data penelitian. Populasi ini adalah masyarakat yang menjadi *followers* akun Facebook Bantaeng TV dengan jumlah 5.186 *followers*.

3.3.2 Sampel

Dalam rancangan penelitian ini, teknik penarikan sampel menggunakan metode sampel Probalitis (Probability Sampling) atau random sampling atau sampel acak dalam bentuk Simple random sampling. Probability Sampling

adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel. Simple random sampling yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Pada penelitian ini alasan penggunaan metode Probalitis (Probability Sampling) atau random sampling atau sampel acak dalam bentuk Simple random sampling adalah karena pengambilan sampel dilakukan secara acak, dimana sample yang dipilih adalah responden yang sering menonton tayangan berita di akun Facebook Bantaeng TV.

Penentuan besaran sampel menggunakan rumus Slovin, yaitu sebuah rumus atau formula untuk menghitung sampel minimal apabila prilaku dari sebuah populasi tidak diketahui secara pasti.

Rumus Slovin

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana;

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = presesi (α) reabilitas

Berdasarkan rumus tersebut, dengan menggunakan tingkat eror margin 5% maka nilai alfa adalah 0, 05 sehingga tingkat kepercayaan (reabilitas) data adalah 95%. Maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{5.186}{1 + 5.186 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{5.186}{1 + 12.965}$$

$$n = \frac{5.186}{13.965}$$

$$n = 371$$

Dari perhitungan tersebut maka sampel dalam penelitian ini berjumlah 371 orang yang menjadi *followers* akun Facebook Bantaeng TV.

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif adalah data yang dapat dihitung yang diperoleh dalam bentuk perhitungan kuesioner yang akan dilakukan dan berkaitan dengan masalah yang akan diteliti.

3.4.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah :

1. Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden yang diteliti dengan memberikan kuesioner kepada responden serta wawancara dari salah satu akademisi di bidang Ilmu Komunikasi yang juga sebagai seorang komisioner KPID Sulawesi Selatan Yakni Bapak Akbar Abu Thalib.
2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui studi kepustakaan untuk memperoleh landasan teori yaitu dengan membaca berbagai literature atau buku-buku yang menyangkut penelitian.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan langkah yang cukup penting dalam penelitian ini. Agar penelitian ini tidak biasa, harus di gunakan teknik pengumpulan data yang tepat. Data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini

adalah data tentang persepsi masyarakat terhadap kualitas tayangan berita di akun Facebook Bantaeng TV.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode penyebaran angket atau kuesioner sebagai instrumen penelitian. serta wawancara langsung dengan praktisi untuk memperkuat hasil analisis. Menurut Sugiono (2009 : 145), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Pernyataan dalam kuesioner ialah tentang indikator dari konsep.

Bentuk Kuesioner secara garis besar terdiri dari dua macam, yaitu bentuk berstruktur yaitu kuesioner yang disusun dengan menyediakan pilihan jawaban sehingga responden hanya tinggal memberi tanda pada jawaban yang dipilih, sedangkan kuesioner tidak terstruktur adalah kuesioner yang disusun sedemikian rupa sehingga responden bebas mengemukakan pendapatnya. Kuesioner berstruktur memiliki bentuk jawaban tertutup artinya pada setiap item sudah tersedia berbagai alternatif jawaban. Bentuk jawaban kuesioner dalam penelitian ini adalah jawaban tertutup dengan pilihan jawaban sangat sesuai, sesuai, kurang sesuai, tidak sesuai, dan sangat tidak sesuai.

Pernyataan dalam kuesioner masing-masing variabel dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan tabel frekuensi yang kemudian dijabarkan secara deskriptif.

3.6 Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel merupakan kegiatan penetapan atau pemberian angka terhadap objek atau fenomena menurut aturan tertentu. Penelitian ini memilih kualitas tayangan dan kualitas penyiaran berita sebagai objek penelitian.

Peneliti menggunakan tabel distribusi frekuensi untuk mendapatkan hasil atas variabel-variabel yang akan diteliti. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas tayangan berita dan kualitas penyiaran berita sebagai berikut :

3.6.1 Kualitas tayangan berita

Kualitas berita berkaitan dengan persepsi yang akan diberikan pemirsa ketika menyaksikan tayangan berita di akun Facebook Bantaeng TV, hal tersebut dapat diukur dari :

- a. Keberagaman yaitu Format Berita yang terdiri dari berita lokal, berita internasional, berita hard news dan soft news.
- b. Pengawasan yaitu tayangan berita menyampaikan informasi mengenai isu dan peristiwa yang terjadi serta dampak yang dihasilkan.
- c. Faktualitas format berita sesuai dengan fakta.
- d. Akurasi yaitu berita yang mengedepankan kebenaran informasi dan sesuai dengan fakta.
- e. Keadilan, format berita menyajikan narasumber dari berbagai pihak.
- f. Kepentingan publik, informasi yang disajikan tentang kegiatan politik, komersial, dan sosial.
- g. Tidak berpihak , siaran berita harus menyangkut semua lapisan.
- h. Relevansi, berita yang memiliki keterkaitan atau kecocokan pemirsa.

3.6.2 Kualitas penyiaran berita

Kualitas Penyiaran berkaitan dengan persepsi pemirsa terhadap tayangan berita di akun facebook Bantaeng TV dengan memberikan penilaian yang dilihat dari satu indikator yakni daya pancar yaitu ketajaman dan kejernihan gambar yang diterima di smart phone atau di tempat lain.

Secara keseluruhan indikator di atas digunakan untuk mengukur persepsi masyarakat terhadap kualitas tayangan dan kualitas penyiaran berita di akun Facebook Bantaeng TV. Nilai akan diberikan berdasarkan skala Likert dengan skor penilaian 5-1 dengan kategori penilaian yaitu 5 = sangat sesuai ; 4 = sesuai; 3 = kurang sesuai; 2 = tidak sesuai; 1 = sangat tidak sesuai.

3.7 Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian ini berupa kuesioner/angket yang berisi sejumlah pernyataan dengan jawaban tertutup, pertanyaan dan jawaban berupa tentang persepsi masyarakat terhadap kualitas tayangan dan kualitas penyiaran berita di akun Facebook Bantaeng TV.

3.8 Analisis Data

Analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya kedalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar. Analisis data adalah rangkaian penelaahan, pengelompokan, sistematis, penafsiran, dan verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki nilai sosial, akademis dan ilmiah.

Teknik yang digunakan dalam analisis data pada penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Setelah data diperoleh dan dikumpulkan, maka peneliti melakukan prosedur pengolahan data dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Editing, yaitu membaca, memeriksa dan memperbaiki kelengkapan dan kejelasan angket/kuesioner yang berhasil dikumpulkan.
2. Skoring, yaitu memberikan nilai pada pernyataan angket dengan cara melakukan penskoran jawaban yang berupa opsi-opsi diubah menjadi angka sesuai dengan aturan penskoran.
3. Tabulasi, yaitu mentabulasi jawaban angket yang berhasil dikumpulkan ke dalam tabel-tabel yang telah disajikan.

Setelah hasil data diperoleh, maka setelah itu data harus dianalisis lebih lanjut untuk mendapatkan rumusan masalah yang telah diajukan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Deskripsi Data Hasil Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat terhadap kualitas tayangan dan kualitas penyiaran berita di akun Facebook Bantaeng TV. Maka data-data yang diperoleh di analisis dengan menggunakan deskriptif kuantitatif. Setelah data diperoleh dan dikumpulkan kemudian data tersebut ditabulasi secara sistematis dideskripsikan untuk mendapatkan gambaran yang objektif dengan menggunakan tabel frekuensi, presentase variabel dan pernyataan responden. Kuesioner yang penulis sebarkan kepada responden berjumlah 371 kuesioner dari 5.186 *followers* dengan menggunakan rumus Slovin.

Persepsi masyarakat yang menjadi *followers* akun Facebook Bantaeng TV terhadap kualitas tayangan dan kualitas penyiaran berita dengan indikator penelitian diantaranya keberagaman, pengawasan, faktualitas, akurasi, keadilan, kepentingan publik, tidak berpihak, relevansi, serta daya pancar yang dihasilkan.

4.2 Identitas Responden

Distribusi responden masyarakat yang menjadi *followers* akun Facebook Bantaeng TV meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, dan sering menonton berita. Adapun gambaran menyeluruh tentang masyarakat yang menjadi *Followers* di akun Facebook Bantaeng TV adalah sebagai berikut :

4.2.1 Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil pengolahan data dari responden dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa persentase terbesar adalah responden laki-laki dengan

jumlah 186 responden (50, 1%) kemudian responden perempuan dengan jumlah 185 responden (49, 9%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.1 Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin

N = 371

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	186	50, 1%
Perempuan	185	49, 9%
Total	371	100

Sumber : Data primer diolah dari kuesioner, 2019

4.2.2 Usia

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 371 responden dalam penelitian ini menunjukkan bahwa persentase terbesar adalah responden usia 21 – 30 tahun dengan jumlah 163 responden (43, 9%), disusul responden usia <20 tahun dengan jumlah 93 responden (25, 1 %), kemudian responden usia >20 tahun dengan jumlah 75 responden (20, 2 %), selanjutnya responden usia 31 – 50 tahun dengan jumlah 24 responden (6, 5 %) dan terakhir responden usia >50 tahun dengan jumlah 16 responden (4, 3 %). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.2 Distribusi responden berdasarkan usia

N = 371

Usia	Frekuensi	Persentase
21-30 tahun	163	43, 9 %
<20 tahun	93	25, 1 %
>20 tahun	75	20, 2 %
31-50 tahun	24	6, 5 %
>50 tahun	16	4, 3 %
Total	371	100

Sumber : Data primer diolah dari kuesioner, 2019

4.2.3 Pendidikan

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 371 responden dalam penelitian ini terdapat masyarakat yang pendidikan terakhirnya adalah SMA dengan jumlah 231 responden (62, 3%), kemudian masyarakat yang berpendidikan S1 dengan jumlah 82 responden (22,1%), disusul masyarakat yang berpendidikan S2 dengan jumlah 25 responden (6,7%), selanjutnya masyarakat yang berpendidikan SD dengan jumlah 17 responden (4,6%), dan terakhir masyarakat yang berpendidikan SMP dengan jumlah 16 responden (4, 3%). Lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.3 Distribusi Responden berdasarkan pendidikan

N = 371

Pendidikan	Frekuensi	Presentasi
SMA	231	62, 3%
S1	82	22, 1 %
S2	25	6, 7 %
SD	17	4, 6 %
SMP	16	4, 3 %

Sumber : Data primer diolah dari Kuesioner, 2019

4.2.4 Pekerjaan

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 371 responden dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa persentase terbesar adalah responden dengan pekerjaan Pelajar/Mahasiswa dengan jumlah 190 responden (51, 2%), lainnya dengan jumlah 80 responden (21, 6%), wiraswasta dengan jumlah 43 responden (11, 6), pegawai swasta dengan jumlah 39 responden (10,5 %), dan pegawai negeri dengan jumlah 19 responden (5, 1 %). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.4 Distribusi responden berdasarkan pekerjaan

N = 371

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	190	51,2 %
Lainnya	80	21,6 %
Wiraswasta	43	11,6 %
Pengawai Swasta	39	10,5 %
Pengawai Negeri	19	5,1 %

Sumber : Data primer diolah dari kuesioner, 2019

4.2.5 Sering menonton

Berdasarkan hasil olah data kuesioner sebanyak 371 responden dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa responden yang sering menonton tayangan berita di akun Facebook Bantaeng TV setiap tayang yaitu 140 responden (37,7 %), disusul dengan responden yang menyaksikan tayangan berita satu kali tayang sebanyak 116 responden (31,3 %), dan untuk dua kali tayang sebanyak 115 responden (31,0 %). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.5 Distribusi responden seberapa sering menonton tayangan berita di Akun Facebook Bantaeng TV

Jawaban Responden	Frekuensi	Presentase
Tiap tayang	140	37,7 %
1 kali	116	31,3 %
2 kali	115	31,0 %
Total	371	100

Sumber : Data primer diolah dari kuesioner, 2019

4.3 Kualitas Tayangan Berita

Distribusi responden masyarakat terhadap kualitas tayangan berita yang menjadi *followers* di akun Facebook Bantaeng TV di cantumkan berdasarkan Indikator Keakuratan berita, kebaruan berita, kedalaman berita, keberagaman

berita, serta penting dan menariknya berita tersebut. Adapun gambaran menyeluruh masyarakat terhadap kualitas tayangan berita sebagai berikut :

4.3.1 Keakuratan Berita

Hasil kuesioner untuk pernyataan 1 dengan indikator keakuratan berita sebagai berikut :

Tayangan berita di akun Facebook Bantaeng Tv selalu akurat

Tabel 4. 6 Distribusi Responden Berdasarkan Keakuratan Berita

Jawaban Responden	Frekuensi	Presentase
Sangat tidak sesuai	5	1,3 %
Tidak sesuai	2	. 5%
Kurang sesuai	28	7, 5 %
Sesuai	266	71, 7 %
Sangat sesuai	70	18, 9 %
Total	371	100

Sumber : Data primer diolah dari kuesioner, 2019

Tabel diatas menunjukkan bahwa persentase terbesar dari 371 responden dalam penelitian yang menyatakan bahwa tayangan berita di akun Facebook Bantaeng TV selalu akurat sudah sesuai, yaitu 266 responden (71, 7%) lalu sebanyak 70 responden (18, 9 %) menyatakan keakuratan berita di akun Facebook bantaeng TV sangat sesuai.

4.3.2 Kebaruan Berita

Hasil kuesioner pernyataan 3 dengan indikator kebaruan berikut sebagai berikut :

Bantaeng TV menayangkan berita tentang peristiwa yang terjadi setiap hari

Tabel 4. 7 Distribusi Responden Berdasarkan Kebaruan berita

Jawaban Responden	Frekuensi	Presentase
Sangat tidak sesuai	3	.8 %

Tidak sesuai	14	3, 8%
Kurang sesuai	122	32, 9 %
Sesuai	161	43, 4 %
Sangat sesuai	71	19, 1 %
Total	371	100

Sumber : Data primer diolah dari kuesioner, 2019

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa persentase terbesar responden yang menyatakan bahwa Bantaeng TV menayangkan berita tentang peristiwa yang terjadi setiap hari sudah sesuai sebanyak 161 responden (43, 4%) dan menyatakan kurang sesuai sebanyak 122 responden (32, 9%).

Hasil kuesioner pernyataan 4 tentang indikator kebaruan berita sebagai berikut :

Bantaeng TV update berita 2 kali seminggu

Tabel 4. 8 Distribusi Responden Berdasarkan Kebaruan berita

Jawaban Responden	Frekuensi	Presentase
Sangat tidak sesuai	3	.8 %
Tidak sesuai	20	5, 4 %
Kurang sesuai	129	34, 8 %
Sesuai	151	42 %
Sangat sesuai	63	17 %
Total	371	100

Sumber : Data primer diolah dari kuesioner, 2019

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa persentase responden terbesar yang menyatakan bahwa Bantaeng TV update berita dua kali seminggu sesuai dengan jumlah 156 responden (42 %), dan menyatakan kurang sesuai dengan jumlah 129 responden (34, 8 %).

4.3.3 Kedalaman Berita

Hasil kuesioner pernyataan 5 dengan indikator kedalaman berita sebagai berikut :

Tayangan berita di akun Facebook Bantaeng TV sudah menjawab kebutuhan masyarakat terkait informasi kejadian di Bantaeng

Tabel 4. 9 Distribusi Responden Berdasarkan Kedalaman berita

Jawaban Responden	Frekuensi	Presentase
Sangat tidak sesuai	3	.8 %
Tidak sesuai	7	1, 9 %
Kurang sesuai	44	11, 9 %
Sesuai	238	64, 2 %
Sangat sesuai	79	21, 3 %
Total	371	100

Sumber : Data primer diolah dari kuesioner, 2019

Berdasarkan tabel diatas responden terbesar yang menyatakan bahwa Tayangan berita di akun Facebook Bantaeng TV sudah menjawab kebutuhan masyarakat terkait informasi kejadian di Bantaeng adalah sesuai dengan jumlah 238 responden (64, 2 %) dan menyatakan sangat sesuai dengan jumlah 79 responden (21, 3 %).

Hasil kuesioner pernyataan 6 dengan indikator kedalaman berita sebagai berikut :

Tabel 4. 10 Distribusi Responden Berdasarkan Kedalaman berita

Jawaban Responden	Frekuensi	Presentase
Sangat tidak sesuai	3	.8 %
Tidak sesuai	6	1, 6 %
Kurang sesuai	41	11, 1 %
Sesuai	245	66, 0 %
Jawaban Responden	Frekuensi	Presentase
Sangat sesuai	76	20, 5 %
Total	371	100

Sumber : Data primer diolah dari kuesioner, 2019

Berdasarkan tabel diatas responden dengan persentase terbesar yang menyatakan bahwa Setiap tayangan di akun Facebook Bantaeng TV di paparkan secara lengkap sesuai dengan jumlah 245 responden (66 %), dan menyatakan sangat sesuai dengan jumlah 76 responden (20, 5 %).

Hasil kuesioner pernyataan 7 dengan indikator kedalaman berita adalah sebagai berikut :

Tayangan berita di akun Facebook Bantaeng TV tidak mendalam dan hanya ditayangkan secara sekilas

Tabel 4. 11 Distribusi Responden Berdasarkan Kedalaman berita

Jawaban Responden	Frekuensi	Presentase
Sangat tidak sesuai	12	3.2 %
Tidak sesuai	61	16.4 %
Kurang sesuai	122	32.9 %
Sesuai	117	31,5 %
Sangat sesuai	59	15,9%
Total	371	100

Sumber : Data primer diolah dari kuesioner, 2019

Berdasarkan tabel diatas persentase terbesar yang menyatakan bahwa Tayangan berita di akun Facebook Bantaeng TV tidak mendalam dan hanya ditayangkan secara sekilas kurang sesuai dengan jumlah 122 responden (32, 9 %) dan menyatakan sesuai dengan jumlah 117 responden (31, 5 %).

4.3.4 Keberagaman Berita

Hasil kuesioner pernyataan 8 dengan indikator keberagaman berita adalah sebagai berikut :

Bantaeng TV meliput dan menayangkan berita di segala bidang (Pemerintahan, Olahraga, Budaya, dsb).

Tabel 4. 12 Distribusi Responden Berdasarkan Keberagaman berita

Jawaban Responden	Frekuensi	Presentase
Sangat tidak sesuai	1	. 3 %
Tidak sesuai	4	1, 1 %
Kurang sesuai	119	32. 1 %
Sesuai	163	43, 9 %
Sangat sesuai	84	22. 6%
Total	371	100

Sumber : Data primer diolah dari kuesioner, 2019

Berdasarkan tabel diatas persentase terbesar yang menyatakan bahwa Bantaeng TV meliput dan menayangkan berita di segala bidang (Pemerintahan, Olahraga, Budaya, dsb) sesuai dengan jumlah 163 responden (43, 9%), dan menyatakan kurang sesuai dengan jumlah 119 responden (32, 1%).

Hasil kuesioner pernyataan 9 dengan indikator keberagaman berita adalah sebagai berikut :

Bantaeng TV meliput dan menayangkan berita tidak hanya dilingkungan Bantaeng tetapi dari beberapa daerah

Tabel 4. 13 Distribusi Responden Berdasarkan Keberagaman berita

Jawaban Responden	Frekuensi	Presentase
Sangat tidak sesuai	3	. 8 %
Tidak sesuai	14	3, 8 %
Kurang sesuai	129	34. 8 %
Sesuai	156	42, 0 %
Sangat sesuai	69	18. 6%
Total	371	100

Sumber : Data primer diolah dari kuesioner, 2019

Berdasarkan tabel diatas persentase terbesar yang menyatakan bahwa Bantaeng TV meliput dan menayangkan berita tidak hanya dilingkungan

Bantaeng tetapi dari beberapa daerah sesuai dengan jumlah 156 responden (42 %), dan mengatakan kurang sesuai dengan jumlah 129 responden (34, 8 %).

4.3.5 Penting dan menarik

Hasil kuesioner pernyataan 10 dengan indikator penting dan menarik adalah sebagai berikut :

Setiap tayangan berita di akun Facebook Bantaeng TV selalu menarik

Tabel 4. 14 Distribusi Responden Berdasarkan Indikator Penting dan Menarik

Jawaban Responden	Frekuensi	Presentase
Sangat tidak sesuai	2	. 5 %
Tidak sesuai	5	1, 3%
Kurang sesuai	28	7, 5 %
Sesuai	247	66, 6 %
Sangat sesuai	89	24 %
Total	371	100

Sumber : Data primer diolah dari kuesioner, 2019

Berdasarkan tabel diatas persentase terbesar responden yang menyatakan bahwa Setiap tayangan berita di akun Facebook Bantaeng TV selalu menarik sesuai dengan jumlah 247 responden (66,6 %), dan menyatakan sangat sesuai dengan jumlah 89 responden (24, 0 %).

4.4 Kualitas Penyiaran Berita

Distribusi responden masyarakat terhadap kualitas penyiaran berita yang menjadi *followers* di akun Facebook Bantaeng TV di cantumkan berdasarkan indikator daya pancar. Adapun gambaran menyeluruh masyarakat terhadap kualitas penyiaran berita sebagai berikut :

4.4.1 Daya Pancar

Hasil kuesioner pernyataan 11 dengan indikator Daya pancar adalah sebagai berikut :

Tayangan berita di akun Facebook Bantaeng TV memiliki gambar yang berkualitas

Tabel 4. 15 Distribusi Responden Berdasarkan Indikator Daya Tarik

Jawaban Responden	Frekuensi	Presentase
Sangat tidak sesuai	1	. 3 %
Tidak sesuai	7	1, 9%
Kurang sesuai	39	10, 5 %
Sesuai	232	62, 5 %
Sangat sesuai	92	24, 8 %
Total	371	100

Sumber : Data primer diolah dari kuesioner, 2019

Berdasarkan tabel diatas, persentase responden terbesar yang menyatakan bahwa Tayangan berita di akun Facebook Bantaeng TV memiliki gambar yang berkualitas sesuai dengan jumlah 232 responden (62, 5 %), kemudian yang menyatakan sangat sesuai dengan jumlah 92 responden (24, 8 %).

Hasil kuesioner pernyataan 12 dengan indikator daya pancar adalah sebagai berikut :

Penyampaian berita di akun Facebook Bantaeng TV memiliki kosa kata dan suara yang jelas

Tabel 4. 17 Distribusi Responden berdasarkan indikator daya tarik

Jawaban Responden	Frekuensi	Presentase
Sangat tidak sesuai	1	. 3 %
Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
Tidak sesuai	7	1, 9%
Kurang sesuai	34	9, 2 %
Sesuai	236	63, 6%
Sangat sesuai	93	25, 1 %

Total	371	100
-------	-----	-----

Sumber : Data primer diolah dari kuesioner, 2019

Berdasarkan tabel diatas responden yang menyatakan bahwa Penyampaian berita di akun Facebook Bantaeng TV memiliki kosa kata dan suara yang jelas sesuai yakni 236 responden (63,6 %) dan menyatakan sesuai dengan jumlah 93 responden (25, 1%).

Data di atas secara keseluruhan merupakan pernyataan tertutup yang sesuai dengan indikator, untuk memperkuat hasil analisis maka penulis juga melakukan wawancara dengan seorang akademisi di bidang ilmu komunikasi sekaligus seorang komisioner KPID Sulawesi Selatannya. Berikut hasil wawancara dengan indikator dalam konsep.

Tabel 4. 16 Kualitas Siaran Berita

Indikator	Hasil Evaluasi
Keberagaman	Siaran Bantaeng TV tidak memuat banyak ragam wacana karena yang disajikan rata-rata hanya mengenai informasi kegiatan pemerintah kabupaten setempat. Aktor-aktor dalam pemberitaan juga lebih banyak mengakomodir pihak-pihak pemangku kepentingan formal dan tokoh-tokoh politik. Meskipun ada beberapa berita yang memuat sumber di luar lingkaran otoritas, namun wacana yang disiarkan masih terkait dengan program-program pemerintahan. Sehingga saya menilai bahwa kelompok-kelompok sosial masyarakat lain, seperti petani, kaum perempuan,

	<p>dan dan pihak lain di Kabupaten Bantaeng, belum mendapat ruang yang cukup dalam hal kepentingan publikasi dan hak diinformasikan di saluran televisi tersebut.</p> <p>Akibat sempitnya ruang gagasan dan nara sumber tersebut, juga berimplikasi pada menyempitnya pola program acara. Bantaeng TV hanya menyiarkan berita saja dan belum bisa mengembangkan variasi program, seperti talkshow, ficer, dokumenter, dan lain sebagainya.</p> <p>Tetapi hal ini masih bisa dipahami, sebab Bantaeng TV sifatnya adalah kanal informasi yang diproduksi oleh pemerintah lokal, yang tujuannya untuk menyebarluaskan informasi kinerja pemerintah. Namun perlu ditekankan, secara realitas beberapa kendala yang biasanya dihadapi oleh kanal informasi pemerintahan adalah pada aspek sistem manajemen dan kreatifitas karena kinerjanya yang berbasis anggaran.</p>
Pengawasan	Bantaeng TV belum menjalankan fungsi pengawasan dengan baik, karena informasi didominasi kinerja positif pemerintahan saja. Beberapa berita memang menampilkan

	informasi kritis seperti, berita “Sampah Kiriman di Bibi Pantai Seruni”. Namun bisa dicermati dalam unggahan halaman Bantaeng TV, hanya sedikit berita sejenis yang mendapat ruang untuk disiarkan.
Faktualitas	Nilai faktualitas dalam pemberitaan Bantaeng TV cukup baik dari sisi informasi pemerintahan.
Akurasi	Saya tidak bisa menilai akurasi pemberitaan yang ditayangkan karena saya tidak memiliki fakta atau informasi pembandingan.
Keadilan	Belum mengusung semangat keadilan, karena hanya menampilkan perspektif dan narasumber hanya dari satu sisi.
Kepentingan Publik	Bantaeng TV relatif belum mengakomodir kepentingan publik secara komprehensif, sebab informasi yang disajikan hanya dari satu sisi yakni dari pemerintah sebagai pemangku kepentingan formal saja. Namun di sisi lain, upaya Bantaeng TV menyiarkan kegiatan-kegiatan pemerintahan melalui platform televisi di media sosial menjadi pola awal yang ideal,

	agar diketahui masyarakatnya.
Tidak Berpihak	Tayangan cenderung masih berpihak pada pemerintah dengan menyajikan informasi yang dominan berperspektif pemerintahan
Relevansi	Cenderung belum relevan dengan kepentingan masyarakat. Karena penekanan informasi yang disajikan hanya berpusat pada kegiatan elit.

Sumber: Hasil Wawancara

4.5 Pembahasan

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi dari hari ke hari semakin maju. Begitupun dengan semakin gencarnya persaingan industri komunikasi utamanya perusahaan-perusahaan media massa. Selain itu berbagai portal berita online mulai muncul salah satunya adalah facebook. Kehadiran facebook sebagai media sosial dimana para pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, menciptakan isu dan jejaring secara online, hal ini semakin mempermudah masyarakat untuk mengakses berbagai informasi yang mereka inginkan hanya dengan menggunakan handphone dan gadget mereka.

Dengan berkembangnya teknologi, setiap daerah memiliki media atau portal untuk menyajikan sebuah berita. Salah satunya adalah Kabupaten Bantaeng, yang memiliki media atau portal berita yang dinamakan Bantaeng TV.

Aktivitas masyarakat sehari-hari tidak lepas dari kebutuhan untuk memperoleh informasi. Hadirnya Bantaeng TV memiliki daya tarik tersendiri bagi followersnya terkhusus bagi masyarakat Bantaeng.

Berdasarkan pada rumusan masalah, terdapat pokok permasalahan yang telah diteliti dan akan diuraikan pada sub bab ini, yaitu persepsi masyarakat terhadap kualitas tayangan berita di akun facebook Bantaeng TV.

Model persepsi yang terdiri dari tiga aktivitas yakni seleksi, organisasi, dan interpretasi, merupakan tumpuan teoritis dalam penelitian ini, menjadikan akun Facebook Bantaeng TV sebagai Stimulus, dengan pengkategorian penelitian dalam hal ini kualitas tayangan dan kualitas penyiaran berita, responden dalam hal ini adalah masyarakat yang menjadi followers akun Facebook Bantaeng TV sebagai organismenya, memberikan tanggapan positif atau negative terhadap kualitas tayangan berita.

Proses pembentukan persepsi berasal dari adanya stimuli yang ditangkap oleh pancaindra (sensasi) yang kemudian diberikan arti kepadanya atau diinterpretasikan dan diberikan tanggapan sehingga terjadilah persepsi

Bentuk respon yang dilakukan khalayak terhadap isi media menunjukkan bahwa khalayak aktif dalam menilai isi pesan. Hal ini dapat dilihat dari data hasil penelitian bahwa masyarakat yang menjadi followers akun Facebook Bantaeng TV turut menilai kualitas tayangan berita dari aspek keakuratan berita, kebaruan, keberagaman, kedalaman, serta penting dan menariknya berita tersebut. Selain itu kualitas penyiaran berita dari aspek daya pancar yang disampaikan. Berikut uraian dari indikator yang sesuai pada konsep :

1. Keberagaman Berita, format berita yang terdiri dari berita local, berita internasional, berita hard news dan soft news. Keberagaman berita salah satu hal yang penting dalam sebuah format berita, hal ini mengandung daya tarik tersendiri bagi khalayak untuk menonton sebuah siaran. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa responden

dengan jumlah 371 orang sebanyak 43,9 % mengatakan bahwa Bantaeng TV meliput dan menayangkan berita di segala bidang yakni pemerintahan, olahraga, budaya, dan sebagainya. Di satu sisi menurut Bapak Akbar siaran Bantaeng TV tidak memuat banyak ragam wacana, hanya menyajikan informasi kegiatan pemerintahan kabupaten setempat. Jika ditinjau lebih lanjut sebanyak 32,1 % responden menyatakan bahwa Bantaeng TV memang masih kurang dalam hal keberagaman berita, serta masih perlunya segmentasi setiap tayang.

2. Keakuratan berita, yaitu berita yang mengedapkan kebenaran informasi dan sesuai dengan fakta. Berdasarkan kuesioner responden persepsi masyarakat yang menjadi followers akun Facebook Bantaeng TV terhadap kualitas tayangan berita dengan indikator keakuratan berita sudah sesuai dengan fakta yang terjadi dilapangan hal ini didapat dari persentase 71.7 % dengan responden sebanyak 266 followers yang menyaksikan tayangan berita menunjukkan bahwa tayangan berita di akun Facebook Bantaeng TV selalu akurat, kemudian pernyataan ini semakin diperkuat dengan adanya pernyataan masyarakat bahwa tayangan berita di akun Facebook Bantaeng TV mengandung HOAX tidak sesuai, didapat dari persentase 38 % dengan jumlah responden sebanyak 141 followers. Hal ini juga dibenarkan dengan data hasil wawancara Bapak Akbar yang menyatakan bahwa nilai faktualitas dalam pemberitaan Bantaeng TV cukup baik dari sisi informasi pemerintahan.

3. Kebaruan berita, suatu berita akan menarik perhatian bila informasi yang dijadikan berita itu merupakan sesuatu yang baru.

Semua media akan berusaha memberitakan informasi tersebut secepatnya, sesuai dengan periodisasinya. Namun demikian, satu hal yang perlu diketahui tentang barunya suatu informasi, yaitu selain peristiwanya yang baru, suatu berita yang sudah lama terjadi, tetapi kemudian ditemukan sesuatu yang baru dari peristiwa itu, data juga dikatakan berita tersebut menjadi baru lagi. Berdasarkan olah data tentang indikator kebaruan berita Bantaeng TV tidak menayangkan berita tentang peristiwa yang terjadi setiap harinya dimana terdapat 156 responden menunjukkan bahwa Bantaeng TV mengupdate beritanya hanya 2 kali seminggu. Di sisi lain tayangan berita di akun Facebook Bantaeng TV sudah menjawab semua kebutuhan informasi masyarakat terkhusus masyarakat yang berada di Kabupaten Bantaeng sendiri. Hal ini didapat dari jumlah responden 238 yang menyatakan informasi tersebut sudah sesuai dengan kebutuhan mereka. Jika ditinjau dari kaca mata KPID Bantaeng TV belum mengusung semangat keadilan, karena hanya menampilkan perspektif dan narasumber dari satu sisi. Sehingga kelompok-kelompok social masyarakat lain, seperti petani, kaum perempuan, dan pihak lain di Kabupaten Bantaeng, belum mendapat ruang yang cukup dalam hal kepentingan publikasi dan hak diinformasikan di saluran televisi.

4. Penting dan menarik, kadang-kadang suatu peristiwa tak menimbulkan efek berarti pada seseorang, sekelompok orang, atau bahkan lebih jauh lagi pada suatu masyarakat tetapi telah menimbulkan getaran pada suasana hati, suasana kejiwaan, dan alam perasaannya. Peristiwa tersebut tidak menguncangkan, tidak

mendorong aparat keamanan siaga-siaga atau segera merapatkan barisan dan tak menimbulkan perubahan pada agenda social ekonomi masarakat. Hanya karena naluri, nurani dan suasana hati kita merasa terusik, maka peristiwa itu tetap mengandung nilai berita. Faktor yang mendorong followers untuk menyaksikan tayangan berita melalui indikator penting dan menarik yaitu tayangannya selalu menarik sebanyak 247 responden dengan persentase 66, 6 %, sedangkan dari kualitas penyiaran dengan indikator daya pancar yang memilih kualitas gambar yang bagus sebanyak 232 responden dengan persentase 62, 5 %, kemudian alasan lainnya karena kosa kata dan suara yang jelas dalam penyampaian beritanya sebanyak 236 responden dengan persentase 63, 6 %.

5. Kedalaman berita, bagaimana Bantaeng TV menyiarkan berita secara mendalam, serta menjawab semua kebutuhan masyarakat terkait informasi yang diberikan. Jika dilihat dari hasil responden sebanyak 371 orang 64, 2 % menyatakan hal tersebut sudah sesuai, namun dari pandangan Bapak Akbar siaran Bantaeng TV belum mengusung semangat keadilan, karena hanya menampilkan perpektif dan narasumber hanya dari satu sisi.

Media berperan secara otomatis untuk menyampaikan pesan-pesan kepada khlayak dan hal tersebut sesuai dengan rangsangan tanggapan (stimulus-respon) yang berperan untuk mendapatkan dan melihat reaksi dari khalayak. Artinya, media massa dapat berperan sebagai pemberi informasi kepada khalayak.

Dalam memberikan pendapat tiap-tiap responden memiliki cara dan ciri khasnya masing-masing. Seseorang akan mempresepsikan sesuatu ketika ia

memperhatikan hal tersebut. Perhatian timbul ketika salah satu alat indra kita menonjol dan mengesampingkan stimulus yang timbul dari alat indera yang lainnya. Beberapa faktor eksternal yang turut serta mempengaruhi perhatian seseorang, diantaranya :

1. Intensitas

Intensitas, dalam hal ini dilihat dari keberagaman berita di akun Facebook Bantaeng TV mulai dari bidang pemerintahan, olahraga, politik, budaya dan sebagainya, menurut responden bagaimana tayangan berita tersebut dapat konsisten dalam menayangkan peristiwa yang informative dan edukatif.

2. Ukuran

Ukuran dalam hal ini umumnya dapat dilihat dari pengemasan berita. Sebagaimana besar responden menyukai inovasi yang dilakukan Bantaeng TV, dalam hal ini Bantaeng TV meliput dan menayangkan berita di segala bidang, selain itu berita yang ditayangkan mencakup kebutuhan masyarakat, utamanya masyarakat yang berada di kabupaten Bantaeng.

3. Kontraks

Kontras, merupakan sesuatu yang unik dan diluar kebiasaan yang ditampilkan. Hal ini dapat dilihat dari opini masyarakat yang menyatakan bahwa daya pancar yang dihasilkan sangat luar biasa sudah menandingi siaran TV lokal.

4. Gerakan

Sesuatu yang bergerak dapat dilihat lebih menarik daripada sesuatu yang statis. Hal ini dapat dilihat dari konsep tayangan berita,

setiap ada petinggi atau pejabat pemerintah yang merayakan kelahiran masyarakat ikut serta mengucapkan ucapan selamat melalui Bantaeng TV dengan semua lapisan masyarakat terkhusus di Kabupaten Bantaeng.

5. Kebaruan

Sesuatu yang mengandung kebaruan atau masih hangat pasti akan menarik untuk diperbincangkan. Berbeda dengan peristiwa yang sudah lama terjadi baru diperbincangkan itu akan menimbulkan efek kejenuhan. Hal ini dapat dilihat dari tayangan berita yang tidak disiarkan setiap hari, hanya update dua kali seminggu. Hal ini menyebabkan beberapa responden mengeluh karena beritanya sudah basi baru ditayangkan.

Adapun faktor internal yang mempengaruhi perhatian salah satu di antaranya kebutuhan psikologi. Kebutuhan psikologi adalah hal yang memiliki hubungan yang erat dengan kebutuhan. Tiap responden bahwa mereka hanya memperhatikan rangsangan yang sesuai dengan kebutuhan mereka saat itu. Tayangan berita yang dipaparkan yang sekiranya sesuai dengan kebutuhan para responden sudah pasti mereka nikmati namun, tidak menutup kemungkinan mereka menunggu tayangan berita dengan segmentasi yang berkenaan dengan kebutuhan mereka.

Secara keseluruhan data hasil penelitian ini yang mencakup penilaian dari keseluruhan responden mengenai kualitas tayangan dan kualitas penyiaran bahwa persepsi mendapat persepsi yang positif dari masyarakat yang menjadi followersnya. Selain itu dari secara keseluruhan indikator, keberagaman berita masih menjadi sorotan masyarakat. Banyaknya persepsi masyarakat

menyatakan bahwa Bantaeng TV masih kurang dalam hal keragaman berita, hal ini dipertegas dari data hasil wawancara Bapak Akbar yang menyatakan bahwa siaran Bantaeng TV tidak memuat banyak ragam wacana karena yang disajikan rata-rata hanya mengenai informasi kegiatan pemerintah kabupaten setempat.

Aktor-aktor dalam pemberitaan juga lebih banyak mengakomodir pihak-pihak pemangku kepentingan formal dan tokoh-tokoh politik. Meskipun ada beberapa berita yang memuat sumber di luar lingkaran otoritas, namun wacana yang disiarkan masih terkait dengan program-program pemerintahan. Sehingga kelompok-kelompok sosial masyarakat lain, seperti petani, kaum perempuan, dan pihak lain di Kabupaten Bantaeng, belum mendapat ruang yang cukup dalam hal kepentingan publikasi dan hak diinformasikan di saluran tersebut.

Akibat sempitnya ruang gagasan dan narasumber tersebut, juga berimplikasi pada menyempitnya pola program acara. Bantaeng TV hanya menyiarkan berita saja dan belum bisa mengembangkan variasi program, seperti talkshow, ficer, documenter, dan lain sebagainya.

Selain itu Bantaeng TV juga belum menjalankan fungsi pengawasan dengan baik, karena informasi didominasi kinerja positif pemerintahan saja. Namun di sisi lain, upaya Bantaeng TV menyiarkan kegiatan-kegiatan pemerintahan melalui platform televisi di media sosial menjadi pola awal yang ideal, agar diketahui masyarakatnya.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa persepsi masyarakat terhadap kualitas tayangan dan kualitas penyiaran berita mendapat persepsi yang positif dari 371 responden terdapat 62,5 % menyatakan bahwa berita di akun Facebook Bantaeng TV memiliki gambar yang berkualitas, meskipun siaran Bantaeng TV lebih banyak memuat wacana mengenai informasi kegiatan pemerintah setempat. Meskipun ada beberapa berita yang memuat sumber di luar lingkaran otoritas, namun wacana yang disajikan masih terkait dengan program pemeritahan.

Tetapi hal ini masih bisa dipahami, sebab Bantaeng TV sifatnya adalah kanal informasi yang diproduksi oleh pemerintah lokal, yang tujuannya untuk menyebarluaskan informasi kinerja pemerintah. Namun perlu ditekankan, secara realitas beberapa kendala yang biasanya dihadapi oleh kanal informasi pemerintahan adalah pada aspek sistem manajemen dan kreatifitas karena kinerjanya yang berbasis anggaran.

5.2 Saran

Dari uraian yang dikemukakan dan fakta yang ditemukan. Maka saran-saran penulis sebagai berikut :

1. Tayangan berita di Bantaeng TV menambah keberagaman beritanya agar lebih menarik perhatian masyarakat.
2. Bantaeng TV lebih intens lagi dalam mengupdate beritanya dengan penambahan Kru di setiap Bidangnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro, dkk. 2009. *Komunikasi Massa*. Bandung : Sembiosa Rekatama Media.
- Ardianto, Elviro dan Lukiati Komala, Erdinaya. 2004. *Komunikasi Massa Pengantar*. Bandung : PT Remaja Rosda Karya.
- Cangara, Hafied. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Halik, Abdul. 2013. *Komunikasi Massa*. Makassar : Alauddin University Press.
- Karlita Darmastuti. 2014. *Pengaruh Iklan Dalam Social Media Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Karra Sugianto. 2017. *Opini Pemirsa Surabaya Terhadap Blur dalam Program Acara di Televisi*. *Jurnal E-Komunikasi*, (Online), Vol. 5, No.1, (<https://media.neliti.com/media>) di akses 7 November 2018.
- Morrisan, 2008. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: kencana Prenadamedia Group. Hlm 47
- Oetama Jacob. 2001. *Berkomunikasi dalam Masyarakat Tidak Tulus*. Jakarta:Kompas Media Nusantara.
- Partodihardjo Soemarno, 2008. *Tanya Jawab Sekitaran UU No 14 Tahun 2008 : Tentang Keterbukaan Informasi Publik*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Prasetyo, B & Jannah, L. M. 2010. *Metode penelitian kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Riswandi. 2009. *Dasar-Dasar Penyiaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Slameto, Aminuddin. 2010. *Belajar Dan Faktor- Factor Yang Mempengaruhi*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Tamburaka Apriadi. 2013. *Literasi media:Cerdas Bermedian Khalayak Media Massa*. Jakarta.Rajawali Pers.
- Walgio, Bimo.2004. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta : Andi Ofset.

Sumber lain :

Aprilya Arie. 2016. *Opini Pelajar Terhadap Informasi Mengenai Fenomena LGBT (Lesbian, Gay, Biseksual, Transgender)*. Universitas Fajar Makassar.

Hardiyanto Akbar .2015. *Persepsi dan Motivasi Masyarakat Menonton Berita Daerah pada TVRI Sul-Sel*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

Fredina Ester. 2012. *Opini Masyarakat Padukuhan Tambakbayan Terhadap Proyek Pembangunan Sahid Yogya Lifestyle City*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Idayanti.2017. *Persepsi Masyarakat Terhadap Siaran TVRI Sul-Sel*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

Irsal. 2013. *Persepsi Remaja Desa Masalle Terhadap Berita Kriminal di televisi*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

Lidya Chrisanty Simangunsong. 2016. *Pengaruh Tayangan Program Siaran Berita Di Televisi Swasta : Studi Kuantitatif mengenai pengaruh Kualitas Berita, Tampilan Kemasan Berita dan Kualitas Penyiaran terhadap kepuasan menonton Program Berita Siang Net 12 dikalangan mahasiswa FISIP UNS*. Universitas Sebelas Maret.

Rahmakumullah. 2018. *Tanggapan Masyarakat Terhadap Program Acara Televisi Uang Kaget GTV (Studi Kasus Desa Donri-donri Kabupaten Soppeng)*. Universitas Fajar Makassar.

Sri Rahayuningsih. 2017. *Tanggapan Mahasiswa Universitas Fajar Terhadap yang diunggah oleh Akun Lambe_Turah di Instagram*.

S. Disa Annisa. 2017. *Opini Publik di Jejaring Sosial Twitter Konflik Politik Antara Komisi Pemberantasan Korupsi dan Kepolisian Republik Indonesia*. Program Studi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Hasanuddin

Tresia Wulandari. 2016. *Opini Masyarakat Mengenai Program iNews JABAR*. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan.

LAMPIRAN

BIODATA

Identitas Diri

Nama : Herawati Yusuf
Tempat, Tanggal Lahir : Sinjai, 12 Juni 1997
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat Rumah : Jl. Pampang 4 No 12
Telepon atau HP : 082349162571

Riwayat Pendidikan

SD : SDN 46 Songing
SMP : SMPN 1 Sinjai Selatan
SMA : SMAN 1 Sinjai Selatan
S1 : Universitas Fajar Makassar

Pengalaman Organisasi

Organisasi :

- Koordinator HUMAS UKM KSR- PMI Unit 126 UNIFA Tahun 2017-2018.
- Sekertaris Umum UKM KSR- PMI Unit 126 UNIFA Tahun 2018.
- Koordinator Bidang Kaderisasi UKM MPM Al-Fajri UNIFA Periode 2018-2019.

Demikian biodata ini dibuat dengan sebenarnya.

Makassar, 01 Maret 2019

Herawati Yusuf

KUESIONER HASIL OLAH DATA SPSS

Tayangan Berita di Akun Facebook Bantaeng TV Selalu Akurat

		Frequency	Percent
Valid	SangatTidakSesuai	5	1.3
	TidakSesuai	2	.5
	KurangSesuai	28	7.5
	Sesuai	266	71.7
	SangatSesuai	70	18.9
	Total	371	100.0

Banteng TV Menayangkan Berita tentang peristiwa yang terjadi setiap hari

		Frequency	Percent
Valid	SangatTidakSesuai	3	.8
	TidakSesuai	14	3.8
	KurangSesuai	122	32.9
	Sesuai	161	43.4
	SangatSesuai	71	19.1
	Total	371	100.0

Bantaeng TV UpDate berita 2 kali seminggu

		Frequency	Percent
Valid	SangatTidakSesuai	3	.8
	TidakSesuai	20	5.4
	KurangSesuai	129	34.8
	Sesuai	156	42.0
	SangatSesuai	63	17.0
	Total	371	100.0

Tayangan Berita di Akun Facebook Bantaeng TV sudah menjawab kebutuhan masyarakat terkait informasi kejadian

Bantaeng

		Frequency	Percent
Valid	SangatTidakSesuai	3	.8
	TidakSesuai	7	1.9
	KurangSesuai	44	11.9
	Sesuai	238	64.2
	SangatSesuai	79	21.3
	Total	371	100.0

Setiap tayangan di akun Facebook di paparkan secara lengkap

		Frequency	Percent
Valid	SangatTidakSesuai	3	.8
	TidakSesuai	6	1.6
	KurangSesuai	41	11.1
	Sesuai	245	66.0
	SangatSesuai	76	20.5
	Total	371	100.0

Tayangan Berita di akun Facebook Bantaeng TV tidak Mendalam dan hanya ditayangkan secara sekilas

		Frequency	Percent
Valid	SangatTidakSesuai	12	3.2
	TidakSesuai	61	16.4
	KurangSesuai	122	32.9
	Sesuai	117	31.5
	SangatSesuai	59	15.9
	Total	371	100.0

**Bantaeng TV meliput dan menayangkan berita disegala
bidang**

		Frequency	Percent
Valid	SangatTidakSesuai	1	.3
	TidakSesuai	4	1.1
	KurangSesuai	119	32.1
	Sesuai	163	43.9
	SangatSesuai	84	22.6
	Total	371	100.0

**Bantaeng TV meliput dan menayangkan berita tidak hanya
dilingkungan Bantaeng tetapi dari beberapa daerah**

		Frequency	Percent
Valid	SangatTidakSesuai	3	.8
	TidakSesuai	14	3.8
	KurangSesuai	129	34.8
	Sesuai	156	42.0
	SangatSesuai	69	18.6
	Total	371	100.0

**Setiap tayangan berita di akun Facebook Bantaeng TV selalu
menarik**

		Frequency	Percent
Valid	SangatTidakSesuai	2	.5
	TidakSesuai	5	1.3
	KurangSesuai	28	7.5
	Sesuai	247	66.6
	SangatSesuai	89	24.0
	Total	371	100.0

Tayangan Berita di akun Facebook Bantaeng TV memiliki gambar yang berkualitas

		Frequency	Percent
Valid	SangatTidakSesuai	1	.3
	TidakSesuai	7	1.9
	KurangSesuai	39	10.5
	Sesuai	232	62.5
	SangatSesuai	92	24.8
	Total	371	100.0

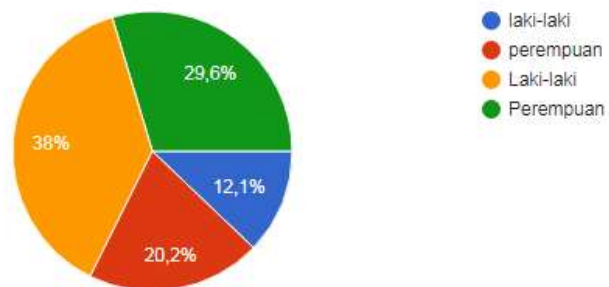
Penyampaian Berita di Akun Facebook Bantaeng TV memiliki Kosa Kata dan suara yang jelas

		Frequency	Percent
Valid	SangatTidakSesuai	1	.3
	TidakSesuai	7	1.9
	KurangSesuai	34	9.2
	Sesuai	236	63.6
	SangatSesuai	93	25.1
	Total	371	100.0

DATA OLAH GOOGLE FROM

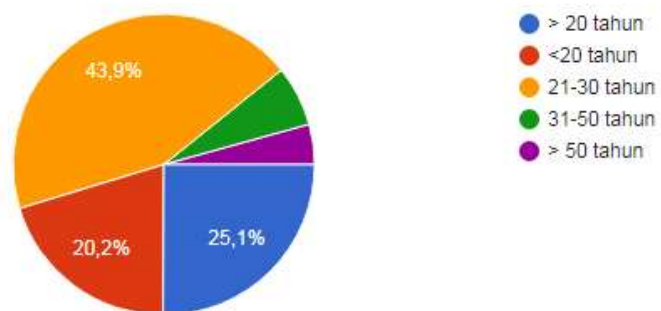
Jenis Kelamin

371 tanggapan



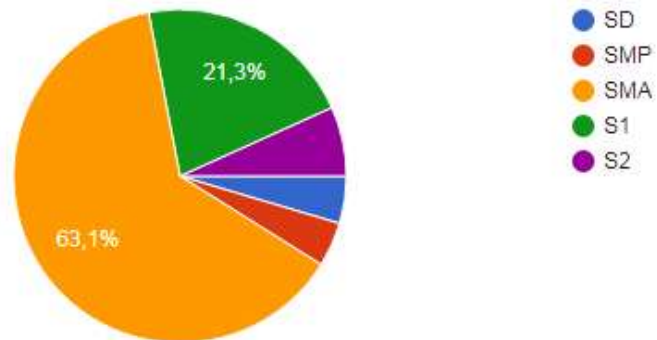
Usia anda

371 tanggapan



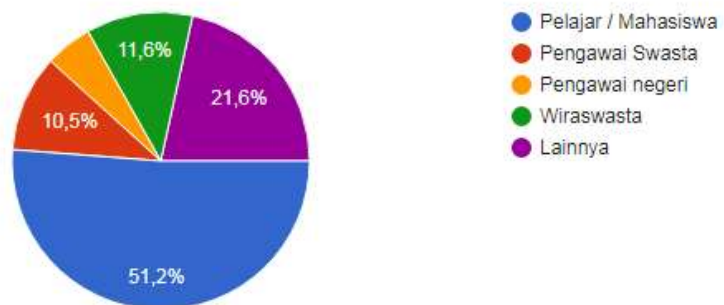
Pendidikan terakhir

371 tanggapan



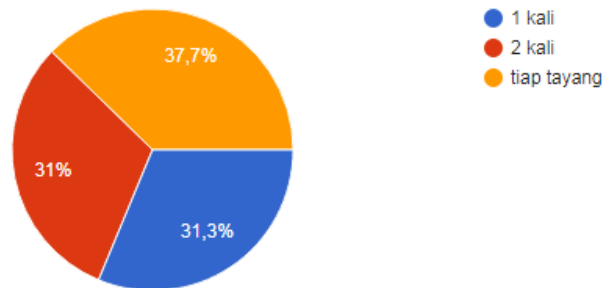
Pekerjaan Saat ini

371 tanggapan



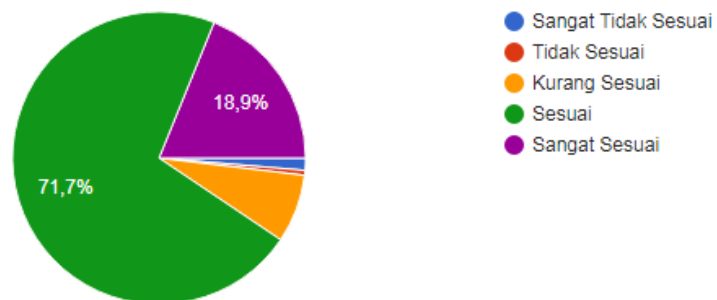
Seberapa sering anda menonton berita di akun facebook Bantaeng TV

371 tanggapan



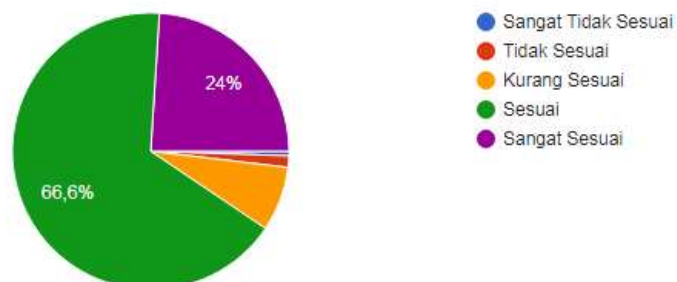
Tayangan berita di akun facebook Bantaeng Tv selalu akurat

371 tanggapan



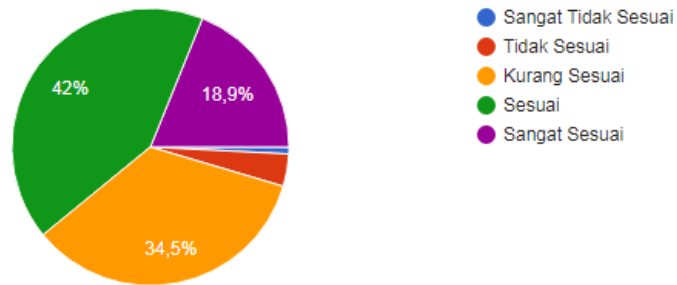
Setiap tayangan berita di akun facebook Bantaeng TV selalu menarik

371 tanggapan



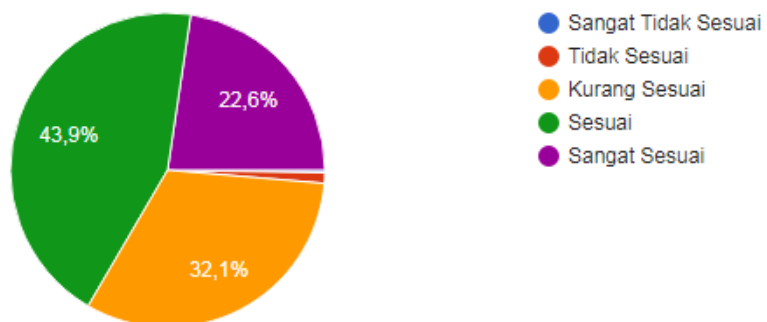
Bantaeng TV meliput dan menayangkan berita tidak hanya dilingkungan Bantaeng tetapi dari beberapa daerah

371 tanggapan



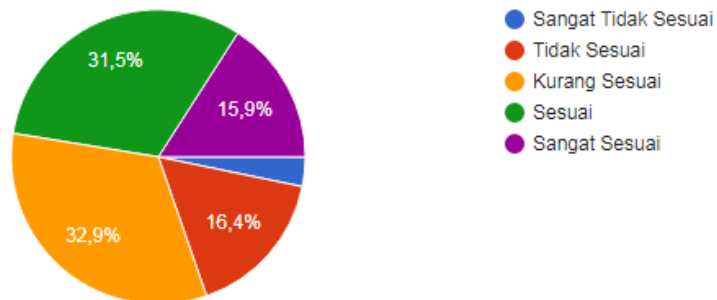
Bantaeng TV meliput dan menayangkan berita di segala bidang (Pemerintahan, Olahraga, Budaya, dsb)

371 tanggapan



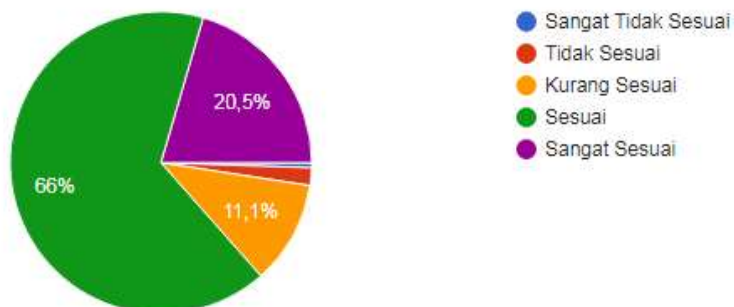
Tayangan berita di akun Facebook Bantaeng TV tidak mendalam dan hanya ditayangkan secara sekilas

371 tanggapan



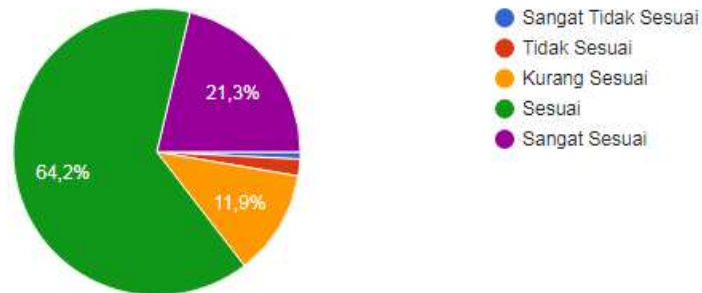
Setiap tayangan di akun facebook Bantaeng TV di paparkan secara lengkap

371 tanggapan



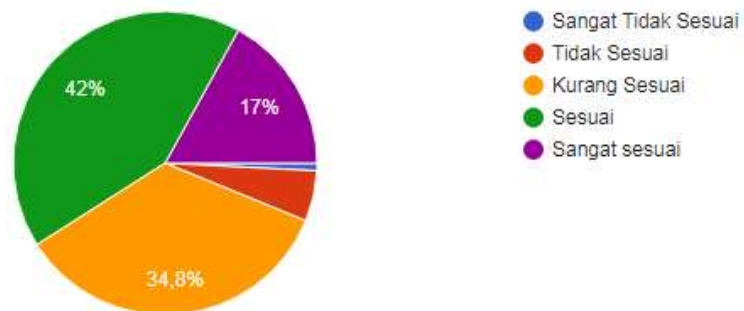
Tayangan berita di akun facebook Bantaeng TV sudah menjawab kebutuhan masyarakat terkait informasi kejadian di Bantaeng

371 tanggapan



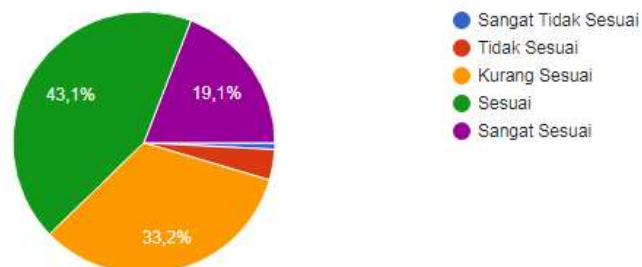
Bantaeng TV update berita 2 kali seminggu

371 tanggapan



Bantaeng TV menayangkan berita tentang peristiwa yang terjadi setiap hari

371 tanggapan



DATA HASIL WAWANCARA

Indikator	Hasil Evaluasi
Keberagaman	<p>Siaran Bantaeng TV tidak memuat banyak ragam wacana karena yang disajikan rata-rata hanya mengenai informasi kegiatan pemerintah kabupaten setempat. Aktor-aktor dalam pemberitaan juga lebih banyak mengakomodir pihak-pihak pemangku kepentingan formal dan tokoh-tokoh politik. Meskipun ada beberapa berita yang memuat sumber di luar lingkaran otoritas, namun wacana yang disiarkan masih terkait dengan program-program pemerintahan. Sehingga saya menilai bahwa kelompok-kelompok sosial masyarakat lain, seperti petani, kaum perempuan, dan dan pihak lain di Kabupaten Bantaeng, belum mendapat ruang yang cukup dalam hal kepentingan publikasi dan hak diinformasikan di saluran televisi tersebut.</p> <p>Akibat sempitnya ruang gagasan dan nara sumber tersebut, juga berimplikasi pada menyempitnya pola program acara. Bantaeng TV hanya menyiarkan berita saja dan belum bisa mengembangkan variasi program, seperti talkshow, ficer,</p>

	<p>dokumenter, dan lain sebagainya.</p> <p>Tetapi hal ini masih bisa dipahami, sebab Bantaeng TV sifatnya adalah kanal informasi yang diproduksi oleh pemerintah lokal, yang tujuannya untuk menyebarkan informasi kinerja pemerintah. Namun perlu ditekankan, secara realitas beberapa kendala yang biasanya dihadapi oleh kanal informasi pemerintahan adalah pada aspek sistem manajemen dan kreatifitas karena kinerjanya yang berbasis anggaran.</p>
Pengawasan	<p>Bantaeng TV belum menjalankan fungsi pengawasan dengan baik, karena informasi didominasi kinerja positif pemerintahan saja. Beberapa berita memang menampilkan informasi kritis seperti, berita "Sampah Kiriman di Bibi Pantai Seruni". Namun bisa dicermati dalam unggahan halaman Bantaeng TV, hanya sedikit berita sejenis yang mendapat ruang untuk disiarkan.</p>
Faktualitas	<p>Nilai faktualitas dalam pemberitaan Bantaeng TV cukup baik dari sisi informasi pemerintahan.</p>
Akurasi	<p>Saya tidak bisa menilai akurasi</p>

	pemberitaan yang ditayangkan karena saya tidak memiliki fakta atau informasi pembanding.
Keadilan	Belum mengusung semangat keadilan, karena hanya menampilkan perspektif dan narasumber hanya dari satu sisi.
Kepentingan Publik	Bantaeng TV relatif belum mengakomodir kepentingan publik secara komprehensif, sebab informasi yang disajikan hanya dari satu sisi yakni dari pemerintah sebagai pemangku kepentingan formal saja. Namun di sisi lain, upaya Bantaeng TV menyiarkan kegiatan-kegiatan pemerintahan melalui platform televisi di media sosial menjadi pola awal yang ideal, agar diketahui masyarakatnya.
Tidak Berpihak	Tayangan cenderung masih berpihak pada pemerintah dengan menyajikan informasi yang dominan berperspektif pemerintahan
Relevansi	Cenderung belum relevan dengan kepentingan masyarakat. Karena penekanan informasi yang disajikan hanya berpusat pada kegiatan elit.