BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Media massa merupakan alat bantu utama dalam proses komunikasi massa, sebab komunikasi massa sendiri secara sederhana berarti, kegiatan komunikasi dengan menggunakan media massa. Selain itu, media massa hanya menampilkan informasi yang variatif dengan sajian-sajian informasi yang lebih aktual.

Salah satu dari keunggulan adanya media massa adalah bahwa ia mampu menjangkau khalayak (*audience*). Selain itu juga media massa atau persurat kabaran berperan dalam menambah pengetahuan, mengubah prilaku maupun mengubah pendapat dengan suatu maksud tertentu yang ingin dicapai.

Surat kabar atau koran adalah barang cetakan yang berisi berita, informasi, dan pendidikan yang terbit secara kontinyu yang biasanya harian. Ada juga yang berpendapat bahwa surat kabar adalah salah satu bentuk media cetak yang tidak dijilid, dalam ukuran normal tiap halaman terdiri 9 kolom, Ada yang terbit 8 halaman, 12 halaman, dan ada yang lebih dari jumlah itu.

Koran yang “terbatas” pembacanya memiliki kekuatan pesan yang permanent, karena koran dapat dijadikan bukti atau referens. Tidak hanya itu, khalayak selalu

mempunyai rasa ingin tahu tentang kejadian yang ada disekitarnya, tapi mereka tidak bisa memenuhi rasa ingin tahu itu tanpa bantuan pihak lain.

Informasi apapun yang disuguhkan koran, harus bisa memenuhi serta memberikan pilihan informasi bagi pembacanya, sebagaimana yang tercakup dalam salah satu fungsi surat kabar, yaitu fungsi menginformasikan (*to inform*) atau menyiarkan informasi yang merupakan fungsi pers yang pertama dan utama bagi khalayak pembaca.

Isi dari koran sebagaian besar adalah berita. Dengan demikian berita merupakan bagian yang teramat penting bagi koran tersebut. Berita merupakan sajian utama untuk menyampaikan informasi kepada khalayak. Baik informasi mengenai sosial, politik, hiburan, pendidikan, dan berita lainnya.

Berdasarkan Undang-Undang Pokok Pers, menurut Kusumaningrat dan Kusumaningrat (2009) "Jurnalistik: Teori dan Praktik", fungsi pers meliputi :

a. Fungsi Informatif
b. Fungsi Kontrol
c. Fungsi Interpretatif
d. Fungsi Menghibur
e. Fungsi Regeneratif
f. Fungsi Pengawalan Hak-Hak Warga Negara
g. Fungsi ekonomi
h. Fungsi Swadaya

Berdasarkan fungsi-fungsi pers diatas, maka dapat dikaji sejauhmana suatu rubrik yang dimuat memiliki fungsi pers, sehingga layak untuk disuguhkan kepada masyarakat. Dalam hal ini yaitu rubrik-rubrik di Harian Umum *Galamedia* Bandung, sebagai surat kabar yang telah memiliki massa pembaca yang besar di wilayah Jawa

Barat, karena selalu memberitakan hal-hal yang informatif yang dekat dengan masyarakat Jawa Barat.

Dalam penelitian ini, peneliti hanya menggunakan enam fungsi pers yaitu fungsi informatif, fungsi kontrol, fungsi interpretatif, fungsi menghibur, fungsi regeneratif dan fungsi ekonomi. Karena untuk kategori fungsi pengawalan hak-hak warga Negara dan fungsi swadaya dilihat dari pengertiannya tidak ada kaitan dengan berita yang dimuat di dalam rubrik shopping.

Harian Umum Galamedia Bandung merupakan sarana untuk menyampaikan suatu visi dan misi bagi khalayak di Jawa Barat, sebagai media untuk sarana bagi wartawan menyampaikan isi-isi atau berita-berita di daerah Jawa Barat.

Harian Umum Galamedia Bandung merupakan salah satu media cetak yang turut meramaikan kancah penerbitan pers Indonesia. Harian Umum Galamedia terbit setiap hari, terdiri dari 20 halaman, dengan mengambil liputan wilayah Bandung dan sekitarnya. Harian Umum Galamedia Bandung menerbitkan berita yang memiliki karakteristik yang berbeda-beda.

Harian Umum Galamedia Bandung sebagai sumber informasi harus bersikap *independent* dalam setiap pemberitaanya, karena ia mempunyai tanggung jawab terhadap publik, jadi beritanya harus benar-benar *interpretatif,* sehingga setiap pemberitaanya memiliki nilai lebih bagi masyarakat.

Harian Umum Galamedia Bandung sebagai media cetak lokal dapat menjalankan fungsinya sebagai media penyampaian informasi. Harian Umum Galamedia harus bersikap netral, objektif, seimbang, dan akurat dalam

pemberitaanya, dalam arti bahwa Galamedia tidak boleh memihak siapapun, sehingga dapat bersifat adil dalam pemberitaanya. Karena ketidak *independent* media dapat mempengaruhi pembaca atau khalayak.

Rubrik adalah alokasi halaman untuk memuat tulisan-tulisan tertentu yang setema. Nama halaman sebagai identitas bahwa halaman tersebut berisikan tulisan-tulisan bertema khusus.

Rubrik-rubrik yang terdapat di Harian Umum Galamedia Bandung yaitu Rubrik Ekskul yang terbit setiap hari Senin, Rubrik Otomotif pada hari Selasa, Rubrik Gemar terbit pada hari Rabu, Rubrik Bisnis UKM pada hari Kamis, Rubrik Shopping hadir setiap hari Jumat, Rubrik Indies pada hari Sabtu, dan Rubrik Gadget pada hari Minggu.

Dalam penelitian ini peneliti memilih rubrik Shopping yang merupakan salah satu *soft news* yang di muat di Harian Umum Galamedia Bandung. "Shopping" sebagai salah satu rubrik baru hadir setiap Jumat berisikan hal-hal yang berhubungan dengan kehidupan yang ada di Kota Bandung menceritakan wisata yang ada di Bandung Raya, dan karena Bandung merupakan salah satu objek wisata ysng terbukti setiap *weekend* atau libur datang, Bandung pasti dipenuhi oleh warga dalam ataupun luar Bandung yang hanya akan berbelanja pakaian ataupun menikmati suasana dan kuliner yang ada di Bandung. Tulisan-tulisan rubrik Shopping yang dihadirkan disampaikan dalam berbagai macam bentuk diantaranya kuliner, tips belanja, dan factory outlet serta distro yang berada di Bandung

Keistimewaan rubrik shopping adalah tulisan yang semata-mata berdasarkan fakta yang terjadi pada sekitar kehidupan kita. Berita yang dituliskan berdasarkan fungsi pers yaitu fungsi informatif, fungsi kontrol, fungsi interpretatif, fungsi menghibur, fungsi regeneratif dan fungsi ekonomi. Penelitiannya dengan bahasa hidup, dilaporkan secara "hidup", sehingga pembaca bisa mengetahui bermacam jajanan dan fashion ter *up to date* di Bandung.

Oleh karena itu, rubrik "Shopping" Harian Umum Galamedia Bandung yang menarik untuk diteliti karena untuk memberikan kontribusi yang layak dengan menciptakan tulisan berdasarkan fungsi pers yaitu fungsi informatif, fungsi kontrol, fungsi interpretatif, fungsi menghibur, fungsi regeneratif dan fungsi ekonomi.

Dalam media massa, khususnya media cetak seperti surat kabar, biasanya redaksi menyediakan tempat atau halaman khusus untuk di jadikan sebagai sarana memberikan informasi lembaran khusus "SHOPPING" Galamedia. Peranan surat kabar yaitu koran sebagai fungsi informasi tidak dapat di pungkiri sangat diperlukan bagi masyarakat karena ternyata dapat menjadi alternatif bagi masyarakat atau pembaca sebagai agen sosialisasi dan mediasi.

Karena Rubrik shopping merupakan bagian dari media cetak yaitu Harian Umum Galamedia Bandung yang merupakan kegiatan jurnalistik atau pers dan berdasarkan pemaparan diatas, maka peneliti merumuskan masalah seebagai berikut:

"Sejauhmana analisis isi rubrik shopping di harian umum Galamedia Bandung ditinjau dari fungsi pers?"

1.2. Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang peneliti ungkap, maka identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Sejauhmana analisis isi rubrik shopping di harian umum Galamedia Bandung ditinjau dari **fungsi informatif** ?
2. Sejauhmana analisis isi rubrik shopping di harian umum Galamedia Bandung ditinjau dari **fungsi kontrol**?
3. Sejauhmana analisis isi rubrik shopping di harian umum Galamedia Bandung ditinjau dari **fungsi interpretatif**?
4. Sejauhmana analisis isi rubrik shopping di harian umum Galamedia Bandung ditinjau dari **fungsi menghibur** ?
5. Sejauhmana analisis isi rubrik shopping di harian umum Galamedia Bandung ditinjau dari **fungsi regeneratif**?
6. Sejauhmana analisis isi rubrik shopping di harian umum Galamedia Bandung ditinjau dari **fungsi ekonomi** ?
7. Sejauhmana analisis isi rubrik shopping di harian umum Galamedia Bandung ditinjau dari **fungsi pers?**

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan sejauhmana fungsi rubrik Shopping di harian umum Galamedia Bandung

1.3.2. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari pembahasan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui analisis isi rubrik shopping di harian umum Galamedia Bandung ditinjau dari **fungsi informatif**
2. Untuk mengetahui analisis isi rubrik shopping di harian umum Galamedia Bandung ditinjau dari **fungsi kontrol**
3. Untuk mengetahui analisis isi rubrik shopping di harian umum Galamedia Bandung ditinjau dari **fungsi interpretatif**
4. Untuk mengetahui analisis isi rubrik shopping di harian umum Galamedia Bandung ditinjau dari **fungsi menghibur**
5. Untuk mengetahui analisis isi rubrik shopping di harian umum Galamedia Bandung ditinjau dari **fungsi regeneratif**
6. Untuk mengetahui analisis isi rubrik shopping di harian umum Galamedia Bandung ditinjau dari **fungsi ekonomi**
7. Untuk mengetahui analisis isi rubrik shopping di harian umum Galamedia Bandung ditinjau dari **fungsi pers**

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini berguna sebagai pengembangan ilmu komunikasi secara umum, dan ilmu jurnalistik secara khusus. Yaitu ilmu komunikasi massa pada kajian fungsi pers.

1.4.2. Kegunaan praktis

Peneliti melakukan penelitian ini dengan maksud agar penelitian ini dapat dijadikan, sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

   Penelitian ini merupakan salah satu bentuk aplikasi dari ilmu komunikasi konsentari jurnalistik. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan yang berupa proses komunikasi, dimana dapat menjadi bekal bagi peneliti pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

2. Bagi Universitas

   Penelitian ini diharapkan berguna memperkaya penelitian bagi mahasiswa UNIKOM pada umumnya dan mahasiswa ilmu komunikasi pada khususnya sebagai literatur untuk melakukan penelitian dalam kajian yang sama serta memberi kontribusi ilmu untuk pengembangan disiplin ilmu yang bersangkutan.

3. Bagi Surat Kabar Harian Umum Galamedia Bandung

   Kegunaan penelitian ini bagi Surat Kabar Harian Umum Galamedia Bandung yaitu untuk memberikan masukan agar bisa tetap menjaga kualitas berita yang disajikan untuk konsumen. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberi masukan dalam memajukan perusahaan dan dapat memberikan wawasan yang baru bagi pihak yang bersangkutan.

1.5. Kerangka Pemikiran

1.5.1. Kerangka Teoritis

Penelitian ini menggunakan konsep-konsep komunikasi salah satunya adalah komunikasi massa.

Dilihat dari tatanan komunikasi, maka komunikasi terdiri dari beberapa bagian, yaitu komunikasi antar pribadi, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa. Menurut Rakhmat :

> "Komunikasi massa yaitu komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim, melalui media cetak atau media elektronik, sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat".(Rakhmat:1997:189)

Komunikasi massa sering disamakan dengan komunikasi yang menggunakan media. Media disni adalah media massa atau media cetak, seperti surat kabar mempunyai sirkulasi yang luas dalam menyebarkan informasi yang dibutuhkan oleh khalayak.

Karena kemajuan teknologi dan ditemukannya percetakan surat kabar atau media massa cetak dengan sistem silinder (rotasi) maka istilah pers muncul, pada awalnya pers terbatas pada surat kabar dan majalah serta orang yang akan menyamakan istilah jurnalistik dengan pers, bahkan wartawan mendapatkan julukan insan pers.

Pers dituntut untuk menyampaikan laporan-laporan tentang kejadian sehari-hari secara jujur, mendalam, dan cerdas, dalam suatu konteks yang memberi arti kepada kejadian-kejadian itu. Pers dituntut untuk selalu akurat, tidak boleh

berbohong. Tugas dan fungsi pers adalah mewujudkan keinginan masyarakat melalui medianya baik media cetak maupun media elektronik.

Menurut Kusumaningrat dan Kusumaningrat (2009) "Jurnalistik: Teori dan Praktik" mengemukakan fungsi pers meliputi :

a. Fungsi Informatif
   Fungsi informatif yaitu memberikan informasi, atau berita kepada khalayak ramai dengan cara yang teratur. Pers menghimpun berita yang dianggap berguna dan penting bagi orang banyak dan kemudian menuliskannya dalam kata-kata. Pers mungkin akan memberitakan kejadian-kejadian pada hari itu, memberitakan pertemuan-pertemuan yang diadakan atau memberitakan pengangkatan-pengangkatan pejabat kantor pemerintah. Pers juga mungkin memperingatkan orang banyak tentang peristiwa-peristiwa yang diduga akan terjadi, seperti perubahan cuaca atau bencana alam. Atau pers pun mungkin memberitakan hal-hal yang langsung berguna, misalnya bagaimana menghitung pajak pribadi berdasarkan tarif pajak baru.
b. Fungsi Kontrol
   Fungsi kontrol adalah masuk kebalik panggung kejadian untuk menyelidiki pekerjaan pemerintah atau perusahaan. Pers harus memberitakan apa yang berjalan baik dan tidak berjalan baik. Fungsi "*watchdog*" atau fungsi kontrol ini harus dilakukan dengan lebih aktif oleh pers daripada oleh kelompok masyarakat lainnya. Pers dengan kelebihannya yang mampu menyampaikan informasi kepada khalayak (masyarakat) tentang yang baik dan tidak baik itu, supaya segera mendapatkan perhatian dan penanganan sebagaimana perlunya. Pengungkapan kejadian secara jujur dan penelitian yang menarik.
c. Fungsi Interpretatif
   Fungsi Interpretatif dan Direktif, yaitu memberikan interpretasi dan bimbingan bagi khalayak. Pers menjelaskan kepada masyarakat tentang arti suatu kejadian. Ini dapat dilakukan pers melalui tulisan-tulisan latar belakang. Melalui tulisan tersebut, pers juga menganjurkan tindakan yang seharusnya dilakukan masyarakat. Secara tidak langsung, pers ikut mendidik masyarakat tentang mengapa perlu melakukan atau tidak melakukan sesuatu.
d. Fungsi Menghibur
   Pers wartawan atau reporter menulis atau menuturkan kisah-kisah dunia dengan hidup dan menarik. Mereka menyajikan humor, drama dan music, atau berbagai hal yang berkaitan dengan seni laninnya, termasuk tentang pariwisata dan makanan.

e. Fungsi Regeneratif
   Pers berfungsi menceritakan bagaiman sesuatu dilakukan di masa lampau, bagaimana dunia ini dijalankan sekarang, bagaimana sesuatu itu diselesaikan dan apa yang dianggap dunia itu benar atau salah. Jadi, pers membantu menyampaikan warisan social kepada generasi baru supaya terjadi proses regenerasi dari angkatan yang lebih tua kepada angkatan yang yang lebih muda.
f. Fungsi ekonomi
   Pers melayani ekonomi melalui iklan yang tersedia di media massa itu. Dengan menggunakan iklan, penawaran akan berlangsung dari tangan ke tangan sehingga produk dan jasa dapat dijual.

Peranan dan fungsi pers selain melakukan pemberitaan yang objektif kepada masyarakat, juga berperan dalam pembentukan pendapat umum. Peranan pers dan media massa lainnya yang paling pokok dalam pembangunan adalah sebagai "agen" perubahan. Letak peralihannya adalah dalam membantu mempercepat proses peralihan masyarakat tradisional menjadi masyarakat modern.

1.5.2. Kerangka Konseptual

Penelitian ini hanya mengupas satu variabel, yaitu rubrik "Shopping" Harian Umum Galamedia Bandung ditinjau dari Fungsi Pers. Fungsi Pers ada delapan tapi dalam penelitian ini peneliti hanya menggunakan enam fungsi pers, yaitu :

1. Informatif, artinya memberikan informasi, atau berita, kepada khalayak ramai dengan cara yang teratur. Rubrik shopping menghimpun berita yang dianggap berguna dan penting bagi orang banyak dan kemudian menuliskannya dalam kata-kata.

2. Kontrol, artinya masuk ke balik panggung kejadian untuk menyelidiki pekerjaan suatu perusahaan. Rubrik shopping harus memberitakan apa yang berjalan dengan baik dan tidak berjalan dengan baik.
3. Interpretatif, memberikan interpretasi dan bimbingan. Rubrik Shopping harus menceritakan kepada masarakat tentang arti suatu kejadian.
4. Menghibur, artinya Para wartawan menuturkan kisah-kisah dunia dengan hidup dan menarik. Rubrik shopping menyajikan humor dan drama serta musik. Rubrik shopping juga menceritakan kisah yang lucu untuk diketahui meskipun kisah itu tidak terlalu penting.
5. Regeneratif, artinya rubrik shopping membantu menyampaikan warisan sosial kepada generasi baru agar terjadi proses regenerasi dari angkatan yang sudah tua kepada angkatan yang lebih muda.
6. Ekonomi, artinya rubrik shopping melayani sistem ekonomi melalui iklan.

Dalam hal-hal tertentu, analisis isi mungkin cukup banyak mengungkapkan nilai-nilai, asumsi, dan lingkungan sosial para pembuat atau dalam hal isi berasal dari sumber spesifik yang dapat dikenali.

1.6. Konstruksi Kategori

Konstruk adalah konsep yang dapat diamati dan diukur (Rakhmat 2000:12). Pemilihan satuan analisis yang terjadi dari kata-kata, pernyataan, kalimat, paragraph atau seluruh artikel, dalam hal ini peneliti memilih isi berita dengan satuan analisis berita, konstruksi kategori meliputi fungsi-fungsi pers yang terkandung dalam rubrik

Shopping Harian Umum Galamedia Bandung pada edisi bulan Maret 2010 dari tanggal 5 Maret 2010 sampai dengan tanggal 30 April 2010.

Sub konstruksi kategori ditinjau dari :

a. Konstruksi kategori Fungsi Informatif

   Unit analisis dari tinjuan konstruksi kategori informatif berita yaitu alat ukurnya informasi melalui berita secara teratur.

   Alat Ukurnya :

   - Informasi dianggap berguna
   - Informasi dianggap penting

b. Konstruksi kategori Fungsi Kontrol

   Unit analisis dari sub kontruksi kategori kontrol berita yaitu alat ukurnya rubrik shopping harus lebih aktif dibandingkan masyarakat

   Alat Ukurnya:

   - Menyelidiki pekerjaan perusahaan/UKM
   - Memberitakan apa yang berjalan baik
   - Pengungkapan kejadian secara jujur

c. Konstruksi kategori Fungsi Interpretatif

   Unit analisis dari sub kategori fungsi interpretatif yaitu alat ukurnya rubrik shopping harus memberikan interpretasi dan bimbingan pada khalayak.

   Alat ukurnya:

   - Menjelaskan kepada masyarakat tentang arti suatu kejadian.
   - Menganjurkan tindakan yang seharusnya dilakukan.

- Mendidik masyarakat mengapa hal tersebut perlu dilakukan kepentingan orang banyak atau berdampak pada masyarakat.

d. Konstruksi kategori Fungsi Menghibur

Unit analisis dari sub kontruksi kategori Fungsi Menghibur yaitu alat ukurnya adalah menuturkan kisah-kisah dunia dengan hidup dan menarik

Alat ukurnya :

- Menulis kisah dunia dengan hidup
- Menulis kisah dunia dengan menarik
- Objek wisata

e. Konstruksi kategori Fungsi Regenaratif

Unit analisis dari sub konstruksi kategori Fungsi Regeneratif yaitu alat ukurnya adalah pers membantu menyampaikan warisan sosial kepada generasi baru

Alat ukurnya :

- Sesuatu dianggap benar
- Penyampain warisan sosial kepada generasi muda

f. Konstruksi Kategori Fungsi Ekonomi

Unit analisis dari sub konstruksi kategori Fungsi Ekonomi yaitu alat ukurnya iklan merupakan sistem ekonomi

Alat Ukurnya:

- Memperjualbelikan jasa
- Memperjualbelikan barang

Table 1.6.1

Konstruksi Kategori

No.	Konsep/Kategori Fungsi	Konstruksi Kategori	Unit Analisis
1	Informatif Memberikan informasi melalui berita secara teratur kepada khalayak.	Informasi dianggap berguna Informasi dianggap penting	Berita
2	Kontrol Pers as watchdog Pers harus lebih aktif dibandingkan masyarakat	Menyelidiki pekerjaan perusahaan/UKM Memberitakan apa yang berjalan baik Pengungkapan kejadian secara jujur	Berita
3	Interpretatif Pers harus memberikan interpretasi dan bimbingan pada khalayak.	Menjelaskan kepada masyarakat tentang arti suatu kejadian. Menganjurkan tindakan yang seharusnya dilakukan. Mendidik masyarakat mengapa hal tersebut perlu dilakukan.	Berita
4	Menghibur Menuturkan kisah-kisah dunia dengan hidup dan menarik	Menulis kisah dunia dengan hidup Menulis kisah dunia dengan menarik Objek wisata	Berita
5	Regeneratif Pers membantu	Sesuatu dianggap benar Penyampain warisan sosial kepada	

	menyampaikan warisan sosial kepada generasi baru	generasi muda	Berita
6	Ekonomi melayani sistem ekonomi melalui iklan	Memperjualbelikan jasa Memperjualbelikan barang	 Berita

Sumber : Kusumaningrat dan Kusumaningrat (Jurnalistik Teori dan Praktik, 2009)

1.7 Populasi dan Sampel

1.7.1 Populasi

Populasi adalah kumpulan objek peneliti dapat berupa orang, organisasi, kelompok, buku, lembaga, surat kabar dan lain-lain (Rakhmat, 2000:78). Populasi dalam penelitian ini adalah pemberitaan mengenai rubrik shopping Harian Umum Galamedia Bandung.

Mengacu pada pengertian populasi di atas, berdasarkan pertimbangan dari pihak Harian Umum Galamedia Bandung maka yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah berita-berita dalam rubrik shopping di Harian Umum Galamedia Bandung yang terbit pada tanggal 5 Maret sampai 30 April 2010 yaitu dengan jumlah 18 berita.

1.7.2 Sampel

Sampel, menurut Jalaluddin Rakhmat adalah bagian yang diamati atau diteliti (Rakhmat 2000:78). Yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah rubrik Shopping. Untuk teknik pengumpulan data, peneliti menggunakan rancangan total sampling, artinya : sampel diambil dari keseluruhan populasi mengingat jumlah

populasi yang sedikit. Dengan menggunakan total sampling, sampel dalam penelitian ini adalah berita dari rubrik shopping dengan jumlah 18 berita, n = 18

Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah rubrik shopping Harian Umum Galamedia Bandung mulai tanggal 5 Maret 2010 sampai dengan tanggal 30 April 2010, peneliti hanya mengambil sampel selama satu bulan karena dirasa sudah dapat mewakili dalam memenuhi penelitian ini.

Table 1.7.2

Sampel

Rubrik Shopping di Harian Umum Galamedia

No	Hari dan Tanggal Terbit	Judul	Jumlah Berita
1	Jumat, 5 Maret 2010	- Murah Kualiats Terjamin - Rasa Bikin Candu	2
2	Jumat, 12 Maret 2010	-Cimol Gedebage yang penting Keren -Ciwangun Indah Camp Menu khas Pasundan	2
3	Jumat, 19 Maret 2010	-Mahal Tak Jadi Patokan -Nasi Liwet Bambu Kuning	2
4	Jumat, 26 Maret 2010	-Kebutuhan Harian Hingga Kuliner -Inovasi Jajanan Kampung	2
5	Jumat, 2 April 2010	-Sentra sepatu Cibaduyut Berani Bersaing -Rasa Beda Sop Buntut	2
6	Jumat, 9 April 2010	-Pasar Kota Kembang Serunya Tawar Menawar -Pawon Pitoe Atmosfer Khas Bali Begitu Terasa	2
7	Jumat, 16 April 2010	-Kawasan Tekstil Cigondewah Murah Berkualitas -Warung Podjok Cita Rasa	2

		Pepes Peda	
8	Jumat, 23 April 2010	-Dari Kaki Lima sampai mall Berburu Merchandise Piala Dunia 2010 -Kedai Soto Baros Rasakan Khas Aromanya	2
9	Jumat, 30 April 2010	-ITC Kebon Kelapa One Stop Shopping -Bakso Kaget Tebak Isinya	2
Total Berita			18

Sumber : Arsip Harian Umum Galamedia terbitan 5 Maret sampai 30 April 2010

1.8 Metode Penelitian

Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif. Kuantitatif disebut sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah yaitu konkrit, empiris, objektif, rasional dan sistematis. Kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat tertentu pengumpulan menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif. Menurut Jalaludin Rakhmat metode deskriptif adalah:

> "Suatu metode penelitian yang berusaha melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat. Penelitian deskriptif ditujukan untuk mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, mengidentifikasikan masalah atau memeriksa kondisi praktek-praktek yang berlaku, membuat perbandingan atau evaluasi " (Rakhmat, 2002:25).

Sementara itu, teknik penelitiannya menggunakan teknik Analisi isi. Analisis isi, menurut Jalaludin Rakhmat, mengemukakan "analisis isi berguna untuk

memperoleh keterangan dari isi komunikasi yang disampaikan dalam bentuk lambang".

Analisis isi yang digunakan dalam penelitian dimaksudkan untuk memaparkan antara yang diperoleh dengan cara mengelompokkan dan menstabulasikan berdasarkan kategori yang telah ditetapkan berdasarkan data tersebut, kemudian dijelaskan dan disimpulkan.

1.9 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut :

a. Analisis isi pada dasarnya merupakan suatu tata cara koding pernyataan atau tulisan agar diperoleh ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu melalui operasional variabel. Namun dalam penelitian ini, penyandian berdasarkan konstruksi kategori yang telah disusun untuk kemudian menelaah dan memaparkan rubrik "Shopping" di Harian Umum Galamedia Bandung.
b. Wawancara, suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Wawancara ini digunakan apabila ingin mengetahui hal-hal dan responden sedikit. Dalam penelitian ini peneliti akan mewawancarai lansung redaksi Harian Umum Galamedia Bandung yaitu Sutisna AM.
c. Study Pustaka, yaitu teknik untuk mendapatkan data teoritis guna memperoleh data dari para ahli dan teorinya melalui sumber bacaan, menelaah referensi serta data-data tertulis lainnya yang sesuai dengan penelitian.

d. Internet Searching, yaitu teknik untuk mencari data melalui internet.

1.10. Teknik Analisis Data

Menurut Stempel dalam bukunya Analisis isi, ada empat tahapan metodologis yang digunakan data teknik anlisis isi, yaitu pemilihan satuan analisis, konstruksi kategori, penarikan sampel, dan reliabilitas koding (Stempel, dalam Rakhmat 1997:11).

1. Pemilihan satuan analisis, yaitu satuan penelitian yang dapat berupa kata, pernyataan, kalimat, paragraph atau seluruh artikel. Jawabannya harus berkaitan dengan tujuan penelitian
2. Konstruksi kategori, yaitu mengindentifikasikan lambang-lambang yang relevan dengan memperhatikan :
   a. Kategori harus berkaitan dengan tujuan penelitian
   b. Kategori harus bersifat fungsional
   c. Sistem kategori harus dapat dipakai.
3. Penarikan sampel adalah memastikan bahwa reliabilitas koding yaitu bagaimana mencari kesepakatan antara koding terhadap kategori yang ditentukan terlebih dahulu agar tidak terjadi kekeliruan pada penelitian.

   (Stempel, dalam Rakhmat 1997:11).

Analisis digunakan untuk memperoleh keterangan dari isi komunikasi yang disampaikan dalam bentuk lambang (Rakhmat, 2000:89).

Studi pustaka, yaitu teknik dengan mengumpulkan data atau keterangan dari penelitian buku, artikel dan berita di media cetak maupun informasi tertulis lain yang relevan guna mendukung penelitian.

1.10.1 Uji Statistik

Uji statistik yang diterapkan pada penelitian ini digunakan untuk mengukur tingkat kesepakatan pengkoding dalam perhitungan uji reliabilitas.

- ✓ Koefisien korelasi kontingensi (C) yang digunakan untuk mengukur tingkat kesepakatan koding atau reliabilitas koding

$$C = \frac{x^2}{x^2 - n}$$

Sumber, Hasan 2002 : 100

Keterangan

x^2 = Nilai kuadrat menghitung setiap variabel

n = Ukuran dalam tabel

(1-C) x 100 % = mengukur tingkat kesepakatan koding

- Chi kuadrat (Chi Square) = $\frac{(0 - E)^2}{E}$

Keterangan :

0 = Frekuensi hasil observasi

E = Frekuensi yang diharapkan

Rumus yang dikemukakan oleh Kriffendorf (1980) digunakan untuk mengetahui persentase kesepakatan pengkoding, yaitu :

(1-c) x 100 %

C = Pearson's Chi Kuadrat

Ukuran indeks reliabilitas klause Babbie menurut Babbie, konstruksi kategori yang dianggap sah adalah yang memiliki nilai indeks reliabilitas koding minimal 70 %.

Untuk pengkodingan dilakukan oleh tiga orang yang bertindak sebagai koder dari penelitian analisis isi rubrik shopping di harian umum Galamedia Bandung ditinjau dari fungsi pers yang terdiri dari :

1. Yugi Prasetyo (Wartawan Harian Umum Seputar Indonesia)
2. Pramita Tristiawati (Mahasiswa Jurnalistik Universitas Komputer Bandung yang pernah bekerja menjadi wartawan Tabloid Pakuan)
3. Rosina Kosasih (Mahasiswa Jurnalistik Universitas Komputer Indonesia)

Pemilihan koder berdasarkan berbagai pertimbangan salah satunya yaitu pengalaman dan kemampuan dalam menginterpretasikan suatu berita atau rubrik. Peneliti sebagai koder karena peneliti dapat juga berperan sebagai pengamat dan penganalisa, wartawan dari Harian Umum Seputar Indonesia sebagai koder karena tidak dapat diragukan lagi kemampuannya dalam bidang jurnalistik. Sedangkan mahasiswa jurnalistik sebagai koder karena dilihat dari pengetahuannya dari kajian bidang jurnalistik.

1.11 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.11.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini bertempat di Bagian Redaksi HU Galamedia Bandung yang terletak di Jl. Belakang Factory No. 2C Bandung 40111. Telp: (022) 4210063 & 4205347. Fax. (022) 7505009, web : http:/klik-galamedia.com

1.11.2. Waktu Penelitian

Penelitian yang akan peneliti laksanakan dimulai pada bulan Maret 2010 dan diperkirakan hingga bulan Juli 2010. Mulai dari persiapan, pelaksanaan hingga ke penyelesaian dengan perincian waktu pada tabel berikut :

Tabel 1.11

Waktu dan Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan judul																				
2	Penelitian Bab 1																				
	Bimbingan																				
3	Seminar UP																				
4	Penelitian Bab II dan Bimbingan																				
5	Penelitian Bab III dan Bimbingan																				
6	Pengumpulan Data																				

	Wawancara																			
	Bimbingan																			
7	Pengolahan Data																			
	Penelitian Bab IV dan Bimbingan																			
8	Penelitian Bab V dan Bimbingan																			
9	Penyusunan Bab																			
10	Sidang kelulusan																			

Sumber: peneliti 2010

1.12 Sistematika Tulisan

Secara garis besar sistematika penelitian pada penelitian ini dapat di jelaskan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Adapun di bab ini terdapat latar belakang penelitian, identifikasi penelitian, maksud dan tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka pemikiran, konstruksi kategori, metode penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, uji statistik, lokasi dan waktu penelitian, sistematika penelitian, rencana penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA :

Dalam bab ini membahas mengenai tinjauan tentang keilmuan peneliti yaitu ilmu komunikasi. Selain itu dalam bab ini dibahas juga mengenai tinjauan tentang

komunikasi massa, media massa, tinjauan pers, jurnalistik, media cetak dan tinjauan surat kabar serta berita.

BAB III OBJEK PENELITIAN

Yang menjadi objek penelitian peneliti adalah Harian Umum Galamedia Bandung

BAB 1V PEMBAHASAN

Berisi tentang hasil penelitian yang telah diolah dan dianalisis melalui pengkodingan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi mengenai tentang kesimpulan dari hasil pembahasan yang ada pada identifikasi masalah, saran untuk instansi tempat dilakukannya penelitian dan saran bagi para peneliti selanjutnya.