BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tidak diragukan lagi bahwa informasi sangat dibutuhkan untuk berbagai kepentingan yang sifatnya sangat mendasar, karena itu peranannya sangat penting. Hal ini terbukti dari meningkatnya kebutuhan masyarakat akan informasi mengenai apa saja yang terjadi di sekelilingnya terutama yang berhubungan dengan kepentingannya. Sehingga dengan demikian manusia senantiasa mencari informasi dengan berbagai cara dalam setiap kesempatan yang dimilikinya.

Dalam mencari informasi yang dibutuhkan, tentunya manusia akan melakukan interaksi antara satu dengan yang lainnya melalui komunikasi. Sehingga dengan komunikasi tersebut manusia dapat mengeluarkan pendapat dan keinginannya serta dapat menerima pendapat orang lain baik dengan cara langsung (tatap muka) maupun melalui media.

Perkembangan media massa seperti televisi, surat kabar, majalah, radio, menampilkan informasi yang bersifat lebih bervariasi dengan sajian informasi yang aktual. Media komunikasi terus berusaha sebaik mungkin untuk memuat berita-berita dan berbagai informasi yang variatif dalam memenuhi kebutuhan khalayak.

Memasuki penghujung dasawarsa 1990-an perkembangan media massa, baik berupa surat kabar, televisi, film, dan radio semakin membawa

pengaruh besar dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Hal ini disebabkan oleh semakin pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang mampu menembus dimensi ruang, waktu dan budaya. Dari beberapa jenis media massa tersebut, pada penelitian ini peneliti akan berfokus pada televisi.

Televisi sebagai salah satu jenis media massa juga mengalami perkembangan yang pesat. Jika sebelum reformasi hanya ada lima buah televisi swasta nasional, maka setelah reformasi jumlah itu pun bertambah menjadi sepuluh buah televisi nasional dan puluhan televisi lokal. Hal ini adalah suatu perkembangan yang mempunyai dampak positif dan juga negatif.

Kehadiran televisi sebagai salah satu jenis media massa mempunyai pengaruh yang besar terhadap kehidupan manusia. Hal ini disebabkan oleh adanya sifat pokok yang dimiliki siaran televisi, yaitu selain dapat dilihat juga dapat didengar serta sifat-sifat lainnya seperti langsung, simultan, dan nyata. Segala kelebihan yang dimiliki oleh televisi mengakibatkan televisi mampu memberikan daya ingat yang lebih lama kepada para masyarakat penggunanya. Sehingga hal ini cukup membuktikan bahwa siaran televisi telah mampu dan menguasai perhatian massa baik secara geografis maupun sosiologis.

Dengan munculnya berbagai macam televisi swasta, secara tidak langsung menimbulkan persaingan dalam hal menarik perhatian pemirsa. Hal ini tentu saja bukan merupakan hal yang mudah untuk dilakukan, mengingat

banyaknya stasiun televisi swasta baik yang nasional dan lokal seperti Bandung TV, STV, PJTV, dan lain sebagainya.

Dari uraian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa perkembangan teknologi informasi membawa perubahan pada media televisi. Perubahan tersebut diaplikasikan dalam bentuk program terutama pada teknologi maupun dalam penyajian berita yang menawarkan acara-acara baru bagi khalayak dan pemanfaatan sarana televisi di masa datang. Sebab, seiring dengan perkembangan media televisi, para pemirsa televisi terus menunggu informasi yang segar.

Sebagai konsekuensi dari kesimpulan tersebut maka dituntut kredibilitas dan loyalitas para pekerja media televisi untuk selalu menyajikan berita yang informatif. Selain itu, bahasa jurnalistik juga harus dikuasai.

Dari kesimpulan di atas, diperlukan uraian lebih karakteristik untuk mengetahui keterkaitan kebutuhan khalayak. Katz mengklarifikasikan kebutuhan manusia apabila dikaitkan dengan media massa yang dihadapinya menjadi :

1. Kebutuhan Kognitif

Kebutuhan kognitif adalah kebutuhan-kebutuhan yang berkaitan dengan usaha-usaha untuk memperkuat informasi, pengetahuan serta pengertian tentang lingkungan kita. Kebutuhan ini didasarkan pada keinginan untuk mengerti dan menguasai lingkungan. Kebutuhan Kognitif juga dapat terpenuhi oleh adanya dorongan-dorongan seperti keingintahuan (*curiosity)* dan penjelajahan (*explanatory)* pada diri kita.

2. Kebutuhan Afektif

Kebutuhan afektif adalah kebutuhan yang berhubungan dengan usaha-usaha untuk memperkuat pengalaman yang bersifat keindahan, kesenangan dan emosional. Mencari kesenangan dan hiburan merupakan motivasi yang pada umumnya dapat dipenuhi oleh media.

3. Kebutuhan Integratif personal

Kebutuhan integratif personal adalah kebutuhan-kebutuhan yang berhubungan dengan usaha-usaha yang memperkuat kepercayaan, kesetiaan, status pribadi. Kebutuhan seperti ini dapat diperoleh dari adanya keinginan setiap individu untuk meningkatkan harga diri. (Liliweri, 1991:135-138).

Dari uraian diatas ditarik kesimpulan bahwa banyak hal yang dapat digunakan oleh manusia untuk memenuhi kebutuhannya. Sumber-sumber yang dapat memenuhi kebutuhan manusia dapat dibagi menjadi dua kelompok yaitu sumber non media massa dan media massa. Dalam pendekatan ini lebih tertuju pada penggunaan media massa (*mass media used*) sebagai sumber pemenuhan kebutuhan, menurut Katz dapat dikategorikan berdasarkan :

1. Jenis atau sifat media, misalnya media cetak, seperti surat kabar, atau media siaran seperti radio dan televisi.
2. Isi media, misalnya berita, cerita bersambung, drama kejahatan di televisi dan sebagainya.

3. Konteks sosial pada saat terpaan berlangsung, misalnya seorang diri atau dalam suatu kelompok. (Liliweri, 1991:138)

Dari pengamatan peneliti, Bandung TV karena Bandung TV merupakan salah satu televisi lokal pertama di Bandung dan Jawa Barat yang menitikberatkan program acaranya pada upaya pencerahan masyarakat dalam segala aspek kehidupan dengan pondasi seni budaya dan yang memiliki visi seperti Katz diatas. Titik berat ini dipilih karena seni budaya merupakan poros kehidupan yang menggerakkan dimensi sosial dan ekonomi masyarakat.

Dari pengamatan lebih lanjut, yang menarik untuk dicermati adalah hampir 80% materi program acara dibuat sendiri, dengan kata lain programnya sudah dibuat secara *in house*. Salah satunya adalah acara Seputar Bandung Raya Pagi yang kini menjadi objek penelitian merupakan sebuah sumber informasi yang layak bagi masyarakat Jawa Barat yang membutuhkan informasi yang baru dan aktual.

Berita daerah Seputar Bandung Raya yang ditayangkan di Bandung TV merupakan sarana untuk menyampaikan suatu visi dan misi televisi bagi khalayak di Jawa Barat yang positif tentang berita-berita aktual.

Selanjutnya tidak dipungkiri kebutuhan manusia akan informasi, maka televisi dituntut untuk memberikan informasi yang selalu terbaru dan memenuhi kebutuhan informasi pemirsanya. Seputar Bandung Raya Pagi memberikan informasi terbaru seputar kota Bandung.

Selain itu, Acara Seputar Bandung Raya Pagi dikemas untuk menarik perhatian pemirsa agar tetap setia dengan acara-acara yang ditayangkan di Bandung TV dalam meningkatkan rating. Maka oleh karena itu, Bandung TV dalam penyiaran berita pada program Seputar Bandung Raya Pagi selalu mengedepankan tayangan yang berkualitas guna memenuhi kebutuhan pemirsa dan seberapa besar efektivitasnya.

Dari latar belakang masalah diatas maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut : **"Sejauhmana Efektivitas Tayangan Seputar Bandung Raya Pagi Di Bandung TV Terhadap Pemenuhan kebutuhan Informasi Pemirsa di Kecamatan Arcamanik".**

1.2 Identifikasi Masalah

Dari rumusan masalah di atas, maka peneliti mengidentifikasi masalah dari segi kepentingan Televisi dan dari segi kepentingan pemirsa sebagai berikut :

1. Sejauhmana **Intensitas** Tayangan Seputar Bandung Raya Pagi di Bandung TV Terhadap Pemenuhan kebutuhan Informasi Pemirsa di Kecamatan Arcamanik?
2. Sejauhmana **Isi pesan** Tayangan Seputar Bandung Raya Pagi di Bandung TV Terhadap Pemenuhan kebutuhan Informasi Pemirsa di Kecamatan Arcamanik?
3. Sejauhmana Efektivitas Tayangan Seputar Bandung Raya di Bandung TV Terhadap Kebutuhan **Kognitif** pemirsa di Kecamatan Arcamanik?

4. Sejauhmana Efektivitas Tayangan Seputar Bandung Raya di Bandung TV Terhadap Kebutuhan **Afektif** pemirsa di Kecamatan Arcamanik?
5. Sejauhmana Efektivitas Tayangan Seputar Bandung Raya di Bandung TV Terhadap Kebutuhan **Integratif Personal** pemirsa di Kecamatan Arcamanik?
6. Sejauhmana **Efektivitas** Tayangan Seputar Bandung Raya Pagi di Bandung TV Terhadap **Pemenuhan kebutuhan Informasi** pemirsa di Kecamatan Arcamanik?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui Sejauhmana Efektivitas Tayangan Seputar Bandung Raya Pagi di Bandung TV Terhadap Pemenuhan kebutuhan Informasi pemirsa di Kecamatan Arcamanik.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini dari segi akademik dan segi implementasi adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui **Intensitas** Tayangan Seputar Bandung Raya Pagi di Bandung TV Terhadap Pemenuhan kebutuhan Informasi Pemirsa di Kecamatan Arcamanik.

2. Untuk mengetahui **Isi Pesan** Tayangan Seputar Bandung Raya Pagi di Bandung TV Terhadap Pemenuhan kebutuhan Informasi Pemirsa di Kecamatan Arcamanik.
3. Untuk mengetahui Efektivitas Tayangan Seputar Bandung Raya di Bandung TV Terhadap Kebutuhan **Kognitif** pemirsa di Kecamatan Arcamanik.
4. Untuk mengetahui Efektivitas Tayangan Seputar Bandung Raya di Bandung TV Terhadap Kebutuhan **Afektif** pemirsa di Kecamatan Arcamanik.
5. Untuk mengetahui Efektivitas Tayangan Seputar Bandung Raya di Bandung TV Terhadap Kebutuhan **Integratif Personal** pemirsa di Kecamatan Arcamanik.
6. Untuk mengetahui **Efektivitas** Tayangan Seputar Bandung Raya Pagi di Bandung TV Terhadap **Pemenuhan kebutuhan Informasi** pemirsa di Kecamatan Arcamanik.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dari penelitian ini muncul dua kegunaan penelitian, yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis yang memungkinkan penelitian menjadi suatu acuan dan pedoman pemecahan masalah bagi penelitian.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis dari penelitian ini selain sebagai pengembangan Ilmu Komunikasi, juga dapat dijadikan rujukan bagi

peneliti–peneliti selanjutnya dengan konteks komunikasi massa yang menggunakan media audiovisual khususnya di bidang jurnalistik mengenai sebuah tayangan berita televisi.

1.4.2 Kegunaan Praktis

a. Peneliti

Kegunaan penelitian bagi peneliti untuk mendapatkan pengalaman dalam mengaplikasikan ilmu komunikasi jurnalistik yang telah peneliti dapatkan selama masa perkuliahan dan diharapkan berguna untuk meningkatkan wawasan dan ilmu pengetahuan di bidang jurnalistik.

b. Universitas dan Program Studi

Kegunaan penelitian ini adalah sebagai bahan *literature* maupun referensi bagi mahasiswa Unikom pada umumnya dan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, yang melakukan penelitian pada kajian yang serupa yang berkaitan dengan bidang jurnalistik, khususnya tayangan berita pada televisi.

c. Perusahaan

Kegunaan penelitian ini sebagai bahan evaluasi bagi Bandung TV khususnya acara Seputar Bandung Raya Pagi dalam meningkatkan penyajian informasi yang lebih menarik dan memenuhi kebutuhan infomasi pemirsanya.

1.5 Kerangka Penelitian

1.5.1 Kerangka Teoritis

Efektivitas memiliki arti berhasil atau tepat guna. Efektif merupakankata dasar sementara, kata sifat dari efektif adalah efektivitas. Dan pengertian dari efektivitas adalah komunikasi yang prosesnya mencapai tujuan yang direncanakan sesuai dengan biaya yang dianggarkan, waktu yang ditetapkan dan jumlah personil yang ditentukan. (Effendy, 1989 : 14)

Pesan yang efektif harus memiliki syarat-syarat sebagai berikut :

1. Adanya kesamaan dalam mempermudah proses penyandian (*decoding*) yakni proses menerjemahkan lambang-lambang yang diterima menjadi gagasan-gagasan.
2. Adanya kesaman membantu membangun proses yang sama (persepsi)
3. Adanya kesamaan menyebabkan komunikan tertarik pada komunikator.
   (rakhmat, 1986 : 271)

Menurut Davis dalam Abdul Kadir Informasi adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaat bagi pengambilan keputusan saat ini atau saat mendatang. (2003: 28[1])

Beberapa karakteristik kebutuhan manusia dalam buku Liliweri diantaranya :

Kebutuhan kognitif, yaitu kebutuhan-kebutuhan yang berkaitan dengan usaha-usaha untuk memperkuat informasi, pengetahuan serta pengertian tentang lingkungan kita. Kebutuhan ini didasarkan pada

[1] http://blog.re.or.id/pengertian-informasi.htm

keinginan untuk mengerti dan menguasai lingkungan. Kebutuhan Kognitif juga dapat terpenuhi oleh adanya dorongan-dorongan seperti keingintahuan (*curiosity)* dan penjelajahan (*explanatory)* pada diri kita.

Kebutuhan Afektif, yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan usaha-usaha untuk memperkuat pengalaman yang bersifat keindahan, kesenangan dan emosional. Mencari kesenangan dan hiburan merupakan motivasi yang pada umumnya dapat dipenuhi oleh media.

Kebutuhan Integratif personal, yaitu kebutuhan-kebutuhan yang berhubungan dengan usaha-usaha yang memperkuat kepercayaan, kesetiaan, status pribadi. Kebutuhan seperti ini dapat diperoleh dari adanya keinginan setiap individu untuk meningkatkan harga diri. (Liliweri, 1991:135-138).

1.5.2 Kerangka Konseptual

Dalam penelitian ini peneliti ingin melihat sejauhmana Efektivitas Tayangan Seputar Bandung Raya Pagi Terhadap Pemenuhan kebutuhan Informasi pemirsanya. Dalam hal ini, pesan disampaikan oleh Seputar Bandung Raya Pagi dalam bentuk tayangan berita melalui media televisi kepada pemirsa di Kecamatan Arcamanik. Dan setiap tayangan berita tersebut diharapkan bisa memenuhi kebutuhan informasi pemirsanya.

Jika diaplikasikan, pemenuhan kebutuhan menurut Liliweri dapat dilihat sebagai berikut:

Kebutuhan kognitif, yaitu kebutuhan-kebutuhan yang berkaitan dengan usaha-usaha untuk memperkuat informasi, pengetahuan serta pengertian tentang lingkungan kita. Dalam hal ini, tayangan Seputar Bandung Raya Pagi harus dapat memberikan informasi yang aktual serta menyuguhkan tayangan yang menimbulkan pengetahuan baru bagi pemirsannya.

Kebutuhan Afektif, yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan usaha-usaha untuk memperkuat pengalaman yang bersifat keindahan, kesenangan dan emosional. Maksudnya adalah program Seputar Bandung Raya Pagi dalam setiap tayangannya harus dapat menimbulkan rasa senang dan membuat pemirsa seolah-olah ikut merasakan hal yang terjadi.

Kebutuhan Integratif Personal, yaitu kebutuhan-kebutuhan yang berhubungan dengan usaha-usaha yang memperkuat kepercayaan, kesetiaan, status pribadi. Dalam hal ini, tayangan Seputar Bandung Raya Pagi harus dapat memberikan informasi yang variatif sehingga memperkuat kesetiaan untuk tetap menonton program tersebut dan menimbulkan kepercayaan pada pemirsanya.

1.6 Operasionalisasi Variabel

Berikut ini adalah tabel Operasionalisasi Variabel dari penelitian ini :

Tabel 1.1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Alat Ukur
1.	**Efektivitas** (Variabel X)	Intensitas	- Frekuensi - Durasi
		Isi Pesan	- Kejelasan pesan - Kelengkapan pesan - Daya tarik pesan
2.	**Pemenuhan Kebutuhan Informasi** (Variabel Y)	Kebutuhan Kognitif	- Memperkuat informasi - Penambahan pengetahuan - Menimbulkan keingintahuan
		Kebutuhan Afektif	- Menimbulkan Kesenangan - Menimbulkan Emosional - Mendapatkan Hiburan
		Kebutuhan Integratif Personal	- Memperkuat Kepercayaan - Memperkuat Kesetiaan

1.7 Metode Penelitian

Metodologi penelitian (pendekatan) yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif, sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian *survey*. Metode penelitian *survey* itu sendiri adalah "penelitian yang dilakukan pada suatu populasi dengan mempelajari sampel yang diambil dari populasi tersebut". (Sugiyono, 2003:7)

1.8 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data dilakukan dengan beberapa cara sebagai berikut :

1. Angket adalah teknik pengumpulan data dengan menyerahkan atau mengirimkan daftar pertanyaan untuk disi sendiri oleh responden. Angket disebarkan kepada sejumlah responden yang berisi beberapa pertanyaan yang disusun disertai beberapa alternatif jawaban yang dapat dipilih responden sesuai dengan pendapatnya.
2. Studi kepustakaan, dengan mengadakan peninjauan terhadap buku-buku, referensi terpilih dan dipakai, serta teori-teori yang mempunyai keterkaitan dengan permasalahan yang dibahas, diteliti, dan digunakan sebagai dasar konsep dan teori terhadap objek dan realita yang diteliti.
3. *Internet searching*, dilakukan guna mendapatkan jurnal-jurnal ilmiah, teori-teori, penelitian-penelitian terdahulu, serta pendapat-penapat yang ada relevansinya dengan masalah yang diteliti dengan cara penulisannya yang tepat dan dapat dipertanggungjawabkan.

1.9 Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul selanjutnya diolah dan di analisis untuk menjawab penelitian pada pengolahan data (*prosessing data*) data yang terkumpul diperiksa (*editing*) guna memastikan kesempurnaan dari setiap instrument pengumpulan data setiap data di periksa kemudian data di beri kode (*encoding*) pada setiap data yang terkumpul setiap *instrument* maka setelah mengumpulkan data dapat di analisis sebagai berikut :

1. Penyelesaian data, pemeriksaan data dan kesempurnaan data.

2. Klasifikasi data mengkelompokan data dan data dipilah-pilah sesuai dengan jenisnya.
3. Data di masukan ke *coding boo*k dan *coding sheet*. mentabulasi data.
4. Mentabulasi data adalah menyajikan data ke dalam sebuah tabel (tabel induk dan tabel tunggal) sesuai dengan analisis data.
5. Data yang ditabulasikan dianalisis dengan koefisian korelasi *Rank Spearman*. Analisis data kuantitatif dilakukan dengan cara memindahkan data kuantitatif dengan cara pemberian skors atas pilihan yang diberikan oleh setiap responden dengan pemberian skors dimaksudkan untuk memindahkan data kuantitatif yang berupa jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam angket ke dalam nilai-nilai kuantitatif.

Didalam menentukan skors, yaitu dengan menggunakan skala likert, dengan masing-masing pernyataan dari responden diberi nilai sebagai berikut:

a. sangat setuju = 5
b. setuju = 4
c. cukup setuju = 3
d. tidak setuju = 2
e. sangat tidak setuju = 1

Dalam pengolahan data, peneliti menggunakan komputer dengan progran SPSS 17 untuk menganalisa hubungan variabel X dan variabel Y, digunakan Teknik Analisis *Rank Spearman*. Teknik ini dipilih karena data yang diteliti untuk mengukur skala ordinal.

Rumus :

$$rs = \frac{1 - 6\Sigma\, di^2}{n-(n^2-1)}$$

Dimana $\Sigma di = \Sigma[r(xi)- r(yi)^2]$

Keterangan :

rs = korelasi Rank Spearman

di = selisih antar 2 ranking

n = jumlah sampel

(Sugiyono, 2003:116)

Sedangkan untuk menganalisa pengaruh koefisien Determinasi (KD) atar variabel X dan variabel Y digunakan rumus :

$$\mathbf{KD = r^2 \times 100\%}$$

r = besarnya korelasi

Untuk meguji hipotesis digunakan rumus uji *t*, yaitu :

$$t \text{ hitung} = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Keterangan :

r = besarnya korelasi

n = besarnya sampel.

1.10 Populasi dan Sampel

1.10.1 Populasi

Populasi adalah sekumpulan unsur atau elemen yang menjadi objek penelitian (Rakhmat,1991:30). Lain halnya dengan yang dikatakan oleh Palte (Masri Singarimbun dan Sofian Effendy, 1982:108), mengatakan bahwa populasi atau *universe* adalah jumlah keseluruhan dari unit analisa yang ciri-cirinya akan diduga.

Adapun definisi populasi menurut Nazir adalah: “kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri yang telah ditetapkan”. (Nazir, 1998:32). Berdasarkan pengertian tersebut diatas, maka

populasi yang ditetapkan pada penelitian ini adalah warga kecamatan arcamanik yaitu 14.664 kepala keluarga[2].

Tabel 1.2
Populasi

No	Keterangan	Jumlah
1	Kelurahan	4
2	RW	71
3	RT	324
4	Kepala Keluarga	14.664

Sumber : Data Umum Kecamatan 2006

1.10.2 Sampel

Menurut Sugiyono, sampel adalah "bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi, meskipun jumlah sampel relatif kecil tetapi harus dapat mewakili ciri-ciri dan sifat-sifat keseluruhan populasi". (Sugiyono, 2003 : 74).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah "*stratified random sampling* adalah pendekatan pengambilan sampel yang dilakukan secara acak dengan memperhatikan strata dari populasi[3]."

Cara pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus dari Yamane, sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

[2] Sumber : Data Umum Potensi Kecamatan 2006
[3] http:elearning.gunadarma.ac.id/docmodul/metodologi_penelitian/bab6-perancangan_sampel.

N= Jumlah Populasi

d = Nilai presisi atau tingkat kesalahan yang ditetapkan sebesar 10% (Rakhmat, 1997 : 82)

Jumlah populasi yang telah disebut diatas, dimasukkan kedalam rumus Yamane dengan tingkat kesalahan (presisi) 10% maka diperoleh jumlah sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{14664}{14.664.\ (10/100)^2 + 1}$$

$$n = \frac{14664}{147.64}$$

n = 99.32= dibulatkan menjadi 100

1.11 Hipotesis

Berdasarkan masalah di atas mengenai Efektivitas Tayangan Seputar Bandung Raya Pagi Terhadap Pemenuhan kebutuhan Informasi Pemirsa di Kecamatan Arcamanik, penulis menentukan hipotesis sebagai berikut :

H_1 = Ada hubungan antara Efektivitas Tayangan Seputar Bandung Raya Pagi di Bandung TV Terhadap Pemenuhan kebutuhan Informasi Pemirsa di Daerah Arcamanik

Ho = Tidak ada hubungan antara Efektivitas Tayangan Seputar Bandung Raya Pagi di Bandung TV Terhadap Pemenuhan kebutuhan Informasi Pemirsa di Daerah Arcamanik

1.12 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.12.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Bandung Media Televisi Indonesia (Bandung TV), dengan:

Alamat : Komplek Perumahan Arcamanik Indah Jl. Pacuan Kuda Bandung

Telp : 022-70785618, 70785619

Fax : 022-4205467.

1.12.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini berlangsung dengan rencana penelitian yang pelaksanaannya dimulai dari bulan Februari 2010 hingga Juli 2010, lebih rinci dapat dilihat pada tabel 1.2 berikut :

Tabel 1.3
Jadwal Penelitian

No.	Uraian	Bulan																							
		Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli			
1.	Persiapan																								
	Pengajuan Judul																								
	ACC Judul																								
	Bertemu Pembimbing																								
	Penulisan BAB I dan Bimbingan																								
	Penulisan BAB II dan Bimbingan																								
	Penulisan BAB III																								
2.	Pengumpulan Data																								

	Penyebaran Angket																							
	Bimbingan																							
3.	Pengolahan Data																							
	Penulisan BAB IV + BAB V																							
	Bimbingan																							
4.	Penyusunan Keseluruhan Draft																							
	Sidang																							

Sumber : Arsip Peneliti, 2010

1.13 Sistematika Penelitian

Hasil dari penelitian ini, dituangkan dalam skripsi yang disusun berdasarkan sistematika penulisan berikut ini:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang penelitian, identifikasi masalah, maksud dan tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka pemikiran, operasionalisasi variabel, metode penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, populasi dan sampel penelitian, hipotesis, lokasi dan waktu penelitian, serta sistematika penulisannya.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini diuraikan teori-teori berdasarkan studi kepustakaan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Diawali dengan tinjauan tentang komunikasi meliputi :pengertian komunikasi, tujuan

komunikasi, proses komunikasi, fungsi komunikasi, tipe komunikasi tinjauan tentang komunikasi massa, tinjauan mengenai jurnalistik, tinjauan mengenai televisi, tinjauan mengenai berita, tinjauan mengenai efektivitas, tinjauan mengenai pemenuhan kebutuhan dan informasi.

BAB III OBJEK PENELITIAN

Sementara pada bab ini berisikan uraian mengenai objek atau tempat peneliti melakukan penelitian, yaitu PT Bandung Media Televisi Indonesia (Bandung TV). Dalam Bab ini akan dibahas dan dijelaskan tentang gambaran umum media televisi yang meliputi Sejarah Bandung TV, Visi, Misi, Motto, Logo, Struktur Redaksi Bandung TV, *job description* Redaksi Bandung TV.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisikan tentang penjabaran hasil penelitian yang diperoleh melalui penyebaran angket dan pembahasan berupa analisis dari hasil penelitian yang berdasarkan pada referensi-referensi, fakta, penelitian terdahulu, yang meliputi identitas responden, tabulasi data, pendeskripsian data, pengolahan dan pengujian data, analisis statistika, uji hipotesis dan interpretasi dari hasil penelitian tersebut.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab terakhir yang terdiri dari kesimpulan seluruh isi penelitian serta saran-saran bagi objek dan subjek penelitian.