BAB I

PENDAHULUAN

I. LATAR BELAKANG MASALAH

Setiap hari orang pasti selalu berbicara tentang komunikasi. Mereka mengenal kata komunikasi, namun banyak diantara mereka kurang mengerti makna kata komunikasi meskipun mereka selalu pemperbincangkan dan melakukannya, sementara mereka selalu berinteraksi dengan orang lain, baik itu secara *face to face* atau secara jarak jauh.

Kegiatan komunikasi selalu ada di setiap aspek kehidupan manusia, sebagai individu yang ada dalam organisasi maupun dengan seorang perorang, tidak dapat lepas dari kegiatan komunikasi, sehingga setiap indiviu dalam organisasi tidak dapat mencapai tujuan atau tidak dapat melangsungkan kehidupan apabila individu tersebut tidak bekerjasama dengan pihak lain.

Hal ini bisa dipahami, karena pada dasarnya setiap individu adalah makhluk sosial yang setiap saat melakukan interaksi dan komunikasi dengan individu lain. Sedangkan individu yang selalu saja di perhadapkan dengan komunikasi atau penyampaian pesan dari satu orang ke orang yang lain dan sebaliknya di sebuat sebagai komunikasi antar persona.

Selain komunikasi antar persona, terdapat pula komunikasi intra persona, komunikasi kelompok, komunikasi public, dan komuniaksi massa. Meskipun ada beragam jenis komunikasi, tetapi tetap pada satu kebenaran bahwa pelaku yang melakukan proses komunikasi adalah manusia. Sementara manusia sendiri telah

banyak melewati banyak tahap dalam ilmu komunikasi sehingga mereka dapat berkomunikasi dengan menggunakan bahasa. yang di pergunakan dalam bergaul dengan orang lain

Pergaulan antara manusia merupakan salah satu bentuk komunikasi dalam masyarakat . menurut Schramm (1974) diantara manusia saling bergaul, ada yang saling membagi informasi, namun ada pula membagi gagasan dan sikap. Proses pengaruh pesan tersebut merupakan suatu yang bersifat psikologis yang pada akhirnya membentuk proses sosial di masyarakat.

Dengan kemampuan komunikasi antar personal yang baik dalam diri seseorang bukan saja baik buat dirinya sendiri dalam berinteraksi dengan orang lain, hingga dapat memperlihatkan daya tarik yang dapat ditanggapi dengan baik oleh orang lain, sehingga dapat menimbulkan minat dari pendengar tersebut.

Dalam buku teori komunikasi dalam teori dissonasi kognitif (*theory of cognitive dissonance*) yang di ungkapkan bahwa

> "manusia memperoleh informasi yang di terima melalui dua tahap : pertama, sensory input yakni terjadinya proses pengindaran stimulus yang ada di lingkungan tidak semua stimulus yang akan di serap oleh alat indra. Hanya stimulus yang sesuai dengan kebutuhan saja yang masuk dalam proses ini. Kedua : central processing. Pada tahap ini terjadi proses pemberian makna (persepsi) terhadap informasi yang masuk. Pemberian makna adalah proses yang rumit dan melibatkan bayak factor internal dan eksternal. Ketiga : information storage, yakni tahap penyimpanan informasi yang masuk kegudang memori manusia. Ada dua tipe gudang memori : memori jangka pendek (*short term memory*) dan memori jangka panjang (longterm memory). Keempat : information retrieveal yakni pemanggilan kembali informasi yang di simpan dalam gudang memori. Kelima : utilization, bagaimana cara kita memanggil dan mentranformasikan informasi akan mempengaruhi perilaku nonverbal dan pembicaraan yang akan di lakukan" (Greffin, 2003:112-114, dalam buku rohim, 2002:70-71).

Dari Teori dissonsi berpendapat bahwa manusia memperoleh informasi yang di terima melalui stimulus yang ada pada lingkungan, dan stimulus yang masuk dalam proses ini hanya stimulus yang sesuai dengan kebutuhan yang di sebut sebagai sensory input, setelah itu masuk pada central prosessing atau tahap pembeian makna terhadap informasi yang masuk, setalah itu tahap penyimpanan inpormasi yang di sebut sabagai tahap information storage dan terakir tahap information retrieveal yakni tahap pemanggilan kembali informasi yang telah di simpan.

Sesuai dengan pengertian komunikasi antar persona bahwa pesan yang ditangkap secara personal dan menimbulkan daya tarik secara personal dan akhirnya ada minat dari personal tersebut, baik itu minat yang ditujukan lebih menyukai ataupun kebalikannya justru memperlihatkan sikap tidak menyukai atau menyenangi hal tersebut. Semua tergantung pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan, dan komunikan menangkap sesuai dengan apa yang di butuhkannya.

Sementara pesan yang di sampaikan di pelatihan-pelatihan pada umumnya sangat berpengaru terhadap minat peserta untuk mengikuti pelatihan tersebut, tidak bisa di pungkiri bahwa minat peserta sangat berpengaru terhadap daya tarik dari pelatihan-pelatihan yang ada, karena dengan adanya minat peserta untuk mengikuti pelatihan, secara otomatis pelatihan dapat lebih di kenal dan mempunyai daya tarik di kalangan masyarakat.

Pelatihan-pelatihan yang di lakukan saat ini kalau di telesuri sangat banyak yang mengadakan pelatihan-pelatihan, baik itu pelatihan yang dilakukan dengan jangka waktu 1-3 bulan maupun pelatihan yang di lakukan dengan jangka waktu 6 bulan, tetapi tetap pada satu tujuan yaitu melatih peserta yang mengikuti pelatihan di tempat mereka, karena hal inilah mengapa perlunya perusahan, instansi ataupun organisasi yang mengadakan pelatihan perlu mebuat pelatihan tersebut semenarik mungkin sehingga dapat menarik perhatian mereka yang akan mengikuti pelatihan di mana lembaga tersebut mengadakan pelatihan.

Terlepas dari hal inilah mengapa minat peserta perlu di utamakan, sehingga setiap pelatihan yang di adakan tidak gagal, dalam hal ini berjalan lancar, karena adanya peserta yang mengikuti pelatihan tersebut, ini seperti halnya yang di lakukan oleh STUFVI, sebagai lembaga yang mengadakan pelatihan-pelatihan, dalam hal ini pelatihan reporter dan presenter tv, juga harus menyiapkan pelatiahan semenarik mungkin sehingga dapat menarik daya tarik peserta, dan juga tanpa menyepelekan minta dari setiap peserta, karena tanpa adanya peserta yang mengikuti pelatihan, makan pelatihan yang di adakan oleh STUFVI tidak akan berlangsung.

Sehingga minat peserta haruslah di utamakan oleh STUFVI, bagaimana membuat minat setiap peserta pelatihan menjadi tertarik dengan pelatihan yang di adakan oleh mereka, sehingga peserta dapat tertarik untuk mengikuti pelatihan di STUFVI, dengan adanya minat peserta membuat STUFVI lebih di kenal, untuk hal inilah minat sangat berpengaru terhadap daya tarik peserta mengikuti pelatihan tersebut.

Sementara terkait dengan daya tarik yang menimbulkan minat, hal ini terlihat jelas pada STUFVI yang berdiri pada tahun 1998 juga melihat minat peserta sebagai hal yang utama, terlihat jelas bahwa STUFVI mempersiapkan pelatihan yang di adakan oleh mereka dengan membuat daya tarik yang baik dan mengikuti apa yang sekarang sedang di butuhkan oleh khalayak, dengan membuat pelatihan yang lebih mengarah pada kajian dunia jurnalistik, yang membangun dan memdidik calon presenter dan repoter Tv yang bekualitas dan professional di bidangnya.

Tak hanya itu saja dengan materi secara teori dan juga praktek yang diberikan kepada peserta pelatihan, dengan bekerjasama dengan beberapa instasi-instasi yang ada dan juga MNC, pengajar-pengajar yang handal di bidangnya, yakni di dunia reporeter dan presenter TV, juga sertifikasi yang sudah di kenal oleh beberapa stasiun televisi nasional di Indonesia, membuat STUFVI dapat di perhitungankan dan di incar oleh mahasiswa tak hanya dari jurusan ilmu komunikasi saja, tetapi juga mahasiswa dan lulusan dari kajian yang lainnya.

Menurut pemimpin STUFVI , Bapak Askurifai Baksin mengatakan bahwa tawaran yang di berikan oleh STUFVI lewat Program Pelatihan-Pelatihan yang di adakan oleh STUFVI sangat mementingkan kualitas baik secara materi yang di berikan maupun praktek, ditidak hanya itu saja tetapi STUFVI mempersiapkan anak didik menjadi video Jurnalisem(VJ), daimana VJ dapat berperan sebagai Reporter dan Kameramen, yang umunya lebih di incar oleh Stasiun Televisi di Indonesia, dan juga dapat menjadi contributor Televisi.

Hal ini yang membuat STUFVI layak di sandingkan dengan beberapa palatihan reporter dan presenter TV yang lainnya, tetapi tetap saja sebuah pelatihan pasti ada kekurangannya, baik itu dalam pelatihannya maupun strategi dalam menarik perhatian atau minat peserta untuk mengikuti pelatihan tersebut, hal ini juga di alami oleh STUFVI.

Karena STUFVI yang terbilang masih belum memadai di bandingkan dengan beberapa lembaga yang juga mengadakan pelatihan yang sama, dan fasilitas yang masih terbatas dan kurang memadai, juga promosi yang kurang mengekspos STUFVI di di mata public, ini terlihat dengan jumlah peserta yang belum begitu banyak dengan kapasitas STUFVI, yang seharusnya dapat lebih merekruit peserta lebih banyak.

Dengan adanya kekurangan yang ada di STUFVI, membuat STUFVI lebih meningkatkan kualitas dan promosi sehingga dapat lebih membangun daya tarik peserta, sehingga berminat untuk mengikuti pelatihan di STUFVI, sehingga dapat di katakana bahwa daya tarik yang menimbulkan minta, sehingga apa yang membuat minat peserta ada, karena adanya daya tarik yang di berikan STUFVI ke pada peserta pelatihan.

Setelah melihat latar belakang masalah di atas, untuk melihat daya tarik apa yang membuat peserta melakukan pelatihan, peneliti mengambil rumusan masalah sebagai berikut : **Sejauhmana Daya Tarik STUFVI *(school of Film & Television)* Melalui Program Pelatihan Reporter Dan Presenter TV Terhadap Minat Peserta untuk mengikuti pelatihan tersebut ?**

1.2. IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah penulis kemukakan, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1 Sejauhmana **Kekuatan** STUFVI (*school of Film & Television*) Melalui Program Pelatihan Reporter Dan Presenter TV Terhadap **Minat** Peserta untuk mengikuti pelatihan tersebut?

2 Sejauhmana **Penampilan Komunikator** STUFVI (*school of Film & Television*) pada Program Pelatihan Reporter Dan Presenter TV Terhadap **Minat** Peserta untuk mengikuti pelatihan tersebut?

3 Sejauhmana **Pesan** yang di sampaikan STUFVI (*school of Film & Television*) pada Program Pelatihan Reporter Dan Presenter TV Terhadap **Minat** Peserta untuk mengikuti pelatihan tersebut?

4 Sejauhmana **Media** yang di gunakan STUFVI (*school of Film & Television*) pada Program Pelatihan Reporter Dan Presenter TV Terhadap **Minat** Peserta untuk mengikuti pelatihan tersebut?

5 Sejauhmana **Daya Tarik** STUFVI (*school of Film & Television*) Melalui Program Pelatihan Dan Presenter TV Terhadap **Ganjaran** Peserta untuk mengikuti pelatihan tersebut?

6 Sejauhmana **Daya Tarik** STUFVI (*school of Film & Television*) Melalui Program Pelatihan Reporter Dan Presenter TV Terhadap **Biaya** Peserta untuk mengikuti pelatihan tersebut?

7 Sejauhmana **Daya Tarik** STUFVI (*school of Film & Television*) Melalui Program Pelatihan Reporter Dan Presenter TV Terhadap **Hasil** yang diperoleh Peserta dalam mengikuti pelatihan tersebut?

8 Sejauhmana **Daya Tarik** STUFVI (*school of Film & Television*) Melalui Program Pelatihan Reporter Dan Presenter TV Terhadap **Tingkat Perbandingan** Peserta untuk mengikuti pelatihan tersebut?

9 Sejauhmana **Daya Tarik** STUFVI (*school of Film & Television*) Melalui Program Pelatihan Reporter Dan Presenter TV Terhadap **Minat** Peserta untuk mengikuti pelatihan tersebut?

1.3. MAKSUD DAN TUJUAN PENELITIAN

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan dan menjawab masalah pelelitian mengenai pengaruh daya tarik terhadap minat peserta untuk mengikuti pelatihan tesebut di STUFVI.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1 Untuk Mengetahui **Kekuatan** STUFVI (*school of Film & Television*) Melalui Program Pelatihan Reporter Dan Presenter TV Terhadap **Minat** Peserta untuk mengikuti pelatihan tersebut.

2 Untuk Mengetahui **Penampilan Komunikator** STUFVI (*school of Film & Television*) pada Program Pelatihan Reporter Dan Presenter TV Terhadap **Minat** Peserta untuk mengikuti pelatihan tersebut.

3 Untuk Mengetahui **Pesan** yang di sampaikan STUFVI (*school of Film & Television*) pada Program Pelatihan Reporter Dan Presenter TV Terhadap **Minat** Peserta untuk mengikuti pelatihan tersebut.

4 Untuk Mengetahui **Media** yang di gunakan STUFVI (*school of Film & Television*) pada Program Pelatihan Reporter Dan Presenter TV Terhadap **Minat** Peserta untuk mengikuti pelatihan tersebut.

5 Untuk Mengetahui **Daya Tarik** STUFVI (*school of Film & Television*) Melalui Program Pelatihan Dan Presenter TV Terhadap **Ganjaran** Peserta untuk mengikuti pelatihan tersebut.

6 Untuk Mengetahui **Daya Tarik** STUFVI (*school of Film & Television*) Melalui Program Pelatihan Reporter Dan Presenter TV Terhadap **Biaya** Peserta untuk mengikuti pelatihan tersebut.

7 Untuk Mengetahui **Daya Tarik** STUFVI (*school of Film & Television*) Melalui Program Pelatihan Reporter Dan Presenter TV Terhadap **Hasil** yang diperoleh Peserta dalam mengikuti pelatihan tersebut

8 Untuk Mengetahui **Daya Tarik** STUFVI (*school of Film & Television*) Melalui Program Pelatihan Reporter Dan Presenter TV Terhadap **Tingkat Perbandingan** Peserta untuk mengikuti pelatihan tersebut.

9 Untuk Mengetahui **Daya Tarik** STUFVI (*school of Film & Television*) Melalui Program Pelatihan Reporter Dan Presenter TV Terhadap **Minat** Peserta untuk mengikuti pelatihan tersebut.

1.4. KEGUNAAN PENELITIAN

1.4.1. Kegunaan Teoritis

Kegunaan Penelitian adalah sebagai pengembangan ilmu komunikasi secara umum dan ilmu jurnalistik secara khusus, yaitu tentang pelatihan Reporter dan Presenter TV oleh STUFVI.

1.4.2. Kegunaan Praktis

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

1 Untuk Peneliti

Penelitian ini berguna bagi peneliti sebagai Aplikasi pengetahuan baik dari segi teoritis ataupun prasktisnya, tentang ilmu komunikasi secara umum dan ilmu jurnalistik secara khusus yaitu tentang pelatihan Reporter dab Presenter TV oleh STUFVI.

2 Untuk Akademik

Penelitian ini berguna bagi mahasiswa unikom secar umum, mahasiswa ilmu komunikasi konsentrasi jurnalistik secara khusus sebagai literatur dan bahan informasi tentang Reporter dan Presenter TV, selain itu penelitian ini juga dapat digunakan oleh mahasiswa yang melakukan penelitian pada kajian yang sama.

3 Untuk STUFVI

Penelitian ini berguna bagi STUFVI sebagai referensi atau untuk evaluasi tentang Pelatihan Reporter dan Presenter TV yang di laksanakan. hasil penelitian yang dilakukan ini dapat menjadi bahan

masukan tentang program pelatihan yang dapat meningkatkan minat peserta pelatihan untuk mengikuti pelatihan di STUFVI.

1.5. KERANGKA PEMIKIRAN

1.5.1. Kerangka Teoritis

Dalam penelitian yang di lakukan terdapat dua variabel penelitian yaitu daya tarik sebagai variabel X (dependen) dan minat sebagai variabel Y (indenpenden).

Untuk mengukur variabel X maka peneliti mengangkat Defenisi dari Onong Uchjana Effendi tentang daya tarik sebagai berikut :

> “ kekuatan atau penampilan Penampilan Komunikator dalam memikat perhatian, sehingga seseorang mampuh mengungkapkan kembali pesan yang ia peroleh dari media komunikasi.” (Effendy, 2000:255).

Berdasarkan pengertian di atas, diangkat indikator dari daya tarik adalah sebagai berikut :

Indikator Daya Tarik :

1. Kekuatan
2. Penampilan Komunikator
3. Pesan
4. Media

Kekuatan sendiri diartikan sebagai kuat tenaga atau gaya, dalam pelatihan kekuatan dimaksudkan adalah bagaimana lembaga memberikan tindakan yang

dapat menarik perhatihan khalayak, yang pada akhirnya memutuskan untuk ikut serta dalam pelatihan tersebut.

Sedangkan Penampilan komunikator adalah orang yang menyampaikan pesan kepada komunikan, baik pesan secara verbal maupun nonverbal, dalam pelatihan komunikator bertindak sebagai Narasumber yang menyampaikan pesan kepada peserta pelatihan, pesan yang di sampaikan Narasumber sangat berperan penting terhadap daya tarik yang di perlihatkan peserta pelatihan, pesan di sampaikan dengan baik oleh Narasumber yang di padukan dengan media atau alat yang di gunakan oleh Narasumber sangat penting, karena dengan media yang lengkap dan baik, sangat membantu Narasumber menyampaikan pesan yang memiliki kekuatan besar, sehingga peserta dapat terpengaruh dan pada akhirnya tertarik untuk mengikuti pelatihan tersebut.

Jadi kekuatan, Penampilan komunikator, pesan dan media sangat penting untuk pelatihan, karena dengan kekuatan yang ada pada komunikator dan menyampaikan pesan menggunakan media, sehingga pesan yang di sampaikan memilki ketertarikan pada peserta pelatihan.

Sementara variabel Y yang dalam hal ini adalah minat, mengunakan teori pertukaran sosial yakni dimana teori ini memandang hubungan interaksi sosial sebagai suatu transaksi dagang. Orang berhubungan dengan orang lain, karena mengharap sesuatu yang memenuhi kebutuhannya. Dimana keduanya saling membutuhkan satu sama lain.

Sedangkan menurut Thibault dan Kellay, dalam buku Teori Komunikasi dalam H. Syaiful Rohim, menyimpulkan pertukaran sosial menurut mereka adalah

: “ Bahwa setiap individu secara sukarela memasuki dan tingal dalam hubungan sosial hanya selama hubungan tersebut cukup memuaskan jika ditinjau dari segi ganjaran, biaya, laba, dan tingkat perbandingan” (Rohim, 2009 : 71)

Indikator Minat :

1. Ganjaran
2. Biaya
3. Hasil.
4. Tingkat Perbandingan

Dari asumsi di atas, bahwa ganjaran di sini diartikan sebagai setiap akibat yang dinilai positif yang diperoleh seseorang dari atau hubungan. Ganjaran itu dapat berupa uang, penerimaan sosial, atas dukungan terhadap nilai yang dipegangnya. Biaya adalah akibat yang dinialai negatif yang terjadi dalam suatu hubungan. Biaya itu dapat berupa waktu, usaha, konflik, kecemasan, keruntuhan harga diri dan kondisi-kondisi lain yang dapat menghabiskan sumber-sumber kekayaan individu ataupu dapat menimbulkan efek-efek yang tidak menyenangkan. Sedang hasil atau laba adalah ganjaran di kurangi biaya. Bila seseorang merasa dalam suatu hubungan interpersonal, tidak memperoleh laba sama sekali, maka pasti ia akan mencari hubungan lain yang mendatangkan laba. Sedngakan tingkat perbandingan di katakana senagai kreiteria dan menilai hubungan individu pada waktu sekarang, ukuran baku ini berupa pengalaman hidup individu pada masah lalu batau alternative hubungan lain yang terbuka baginya

Dari teori di atas dapat di simpulkan bahwa, ganjaran, biaya dan hasil, dapat di gambarkan pada penelitian ini adalah. Ganjaran, disini di katakan sebagai apa yang di berikan oleh Lembaga melalui pelatihan presenter dan reporter Tv terhadap peserta pelatihan, sedangkan biaya, biaya yang di keluarkan setimbang tidaknya dengan apa yang di terima di pelatihan, sementara hasil atau laba hasil yang di terima peserta pelatihan apakah bermanfaat di samping cedah waktu satu bulan yang di habiskan oleh peserta untuk mengikuti pelatihan. Dan dengan apa yang di terima oleh peserta pelatihan lebih baik di banding temap pelatihan yang di ikuti sebelumnya, atau di sini ada kepuasan dari peserta pelatihan. Sehingga minat peserta muncul.

1.5.2. Kerangka Konseptual

Dengan adanya daya tarik yang lebih dari suatu program pelatihan dapat menumbukan minat peserta untuk mengikuti pelatihan tersebut, sementara minat peserta sangat perperan penting terhadap daya tarik pelatihan tersebut, karena dengan adanya minat peserta untuk mengikuti pelatihan, maka dengan sendirinya daya tarik dari pelatihan ataupun perusahaan/organisasi yang mengadakan pelatihan tersebut juga akhirnya di kenal oleh masyarakat dalam hal ini peserta yang mengikuti pelatihan.

Daya Tarik sebuah program pelatihan sangat penting untuk kelanjutan dari program tersebut, kekuatan dari program tersebut sangat penting, dalam hal ini bagaimana menarik perhatian masyarakat terhadap pelatihan tersebut, juga

penampilan komunikator yang di gunakan harus berkualitas (memperhatikan kredibilitas komunikator), pengalaman dan presetasi dari komunikator.

Pesan yang di sampaikan dalam pelatihan harus jelas, dalam hal ini bahasa yang di gunakan, intonasi yang di gunakan oleh komunikator, dan bentuk pesannya sangat mempengaruhi daya tarik pelatihan itu sendiri, dan media sebagai alat bantu dalam pelatihan tidak bisa di sepelekan karena ikut andil membantu penyampain pesan, sehingga media tersebut efektif untuk menimbulkan daya tarik peserta pelatihan tersebut, hal ini sebagai proses menimbulkan minat peserta, Menurut Pengertian Daya Tarik yang di sampaikan oleh Onong Uchjana Effendy bahwa (kekuatan, komunikator, pesan dan media), sangat berpengaruh terhadap daya tarik yang khalayak.

Proses menimbulkan minat peserta daya tarik yang di berikan, terdapat proses berpikir didalam diri komunikan, sehingga daya tarik yang di miliki oleh perusahaan/organisasi yang mengadakan pelatihan, sehingga peserta tertarik untuk mengikuti pelatihan tersebut. Menurut teori pertukaran sosial (Ganjaran, Biaya, Hasil atau laba dan Tingkat Perbandingan), terdapat beberapa unsur penting yang berperan dalam mencapai minat yang tinggi dalam diri peserta pelatihan terhadap daya tarik yang di berikan oleh oraganisasi/perusahaan yang mengadakan pelatihan tersebut.

Teori pertukaran Sosial, terlihat jelas daya tarik yang besar yang di miliki oleh STUFVI lewat program pelatihan reporter dan presenter Tv menjadi stimulant atau rangsangan terhadap minat peserta pelatihan. Sementara daya tarik yang diberikan kepada peserta untuk meningkatkan minat peserta terdapat unsur

penting di dalamnya yaitu Kekuatan, dan Penampilan Komunikator dalam memikat perhatian, sehingga peserta mampu mengungkapkan kembali pesan yang ia peroleh dari media komunikasi yang di tawarkan oleh STUFVI tersebut.

Selanjutnya jika telah melalui keseluruhan unsur tersebut maka akan terjadi respon dari peserta, yakni minat yang tinggi dalam diri peserta untuk mengikuti pelatiahan dan ini berlangsung di dalam diri peserta tersebut untuk mengikuti pelatihan reporter dan presenter tv, sedangkan minat yang timbul dalam diri peserta itu tergantung dari diri peserta itu sendiri apakah mau atau tidak.

Sementara Gabungan kedua variabel menjadikan kedua variabel adalah saling mendukung atau berkaitan satu sama lain, karena tanpa daya tarik yang tinggi dari STUFVI maka peserta tidak akan berminat, dan dengan daya tarik yang tinggi maka minat peserta juga akn tinggi untuk mengikuti pelatihan tersebut. Sedangkan minat peserta sangat penting karena dengan minat peserta yang tinggi untuk mengikuti pelatihan maka daya tarik pelatihan semakin tinggi. Karena pelatihan tanpa peserta,maka pelatihan ti dak akan berjalan, juga peserta tanpa adanya pelatihan maka peserta tidak akan bisa mengembangkan keahlian dalam dirinya, hal inilah yang membuat kedua variabel sangat berkaitan satu sama lain.

1.6. OPERASIONALISASI VARIABEL

Operasionalisasi Variabel adalah mengukur konsep abstrak menjadi besaran yang dapat diukur sedangkan variable adalah konstruk yang sifat-sifatnya sudah diberi nilai (Jalaludin Rhamat, 2001 : 12)

Setiap penelitian dibutuhkan adanya penjabaran variable-variabel yang masih berbentuk konsep-konsep atau abstrak. Maka dari itu dilakukanlah proses operasionalisasi variable, untuk mendapatkan bukti yang lebih nyata. Adapun operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat dilihat dalam table F.1 berikut ini:

Tabel 1.1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Alat Ukur	Item pertanyaan
1.	**Daya Tarik** (Variabel X)	Kekuatan	• Berkualitas • Adanya Kejelasan • Terkenal	1 1 1
		Penampilan Komunikator	• Keahlian atau Prestasi yang di miliki oleh Narasumber • Pengalaman yang di miliki oleh Narasumber	1 1
		Pesan	• Kejelasan isi pesan • Bahasa yang digunakan • Intonasi yang digunakan • Bentuk pesan	1 1 1 1

No.	Variabel	Indikator	Alat Ukur	Item pertanyaan
		Media	• Alat bantu yang digunakan untuk menyampaikan pesan. • Apakah media yang digunakan efektif. • Media Elektronik Dan Non Elektronik	1 1 1
2.	**Minat** (Variabel Y)	Ganjaran	• Penerimaan sosial • Ada dukungan terhadap nilai yang dipegangnya. • Hal yang menjanjikan.	1 1 1
		Biaya	• Kelayakan • Fasilitas • Kepuasan	1 1 1
		Hasil	• Keuntungan yang didapatkan • Pengetahuan • Pengalaman	1 1 1
		Tingkat Pebandingan	• Tawaran yang lebih terbuka • link • motivasi yang tinggi • alternative lain • waktu	1 1 1 1 1
Jumlah item pertanyaan				26

1.7. POPULASI DAN SAMPEL

1.7.1. Populasi

Menurut Sugiyono dalam buku " Statistika Untuk Penelitian" populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari ; objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, dan kemudian ditarik suatu kesimpulannya. (Sugiyono, 2002:55)

Dari permasalahan penelitian, maka populasi dari penelitian yang akan dilakukan adalah Peserta Pelatihan Reporter dan Presenter TV yang aktif berjumlah 21 orang, sedangkan pelatihan akan berlangsung dari tanggal 11 Mei – 10 Juli 2010 bertempat di Jl. Singaperbangsa 1, Bandung, yaitu :

Tabel 1.2
Populasi Penelitian
N= 21

No.	Populasi	Keterangan
1	Imelda Retna W	Diploma IV
2	Niken Dwi Wahyu	S2
3	Sri Sulastri	S1
4	Aneu Kuraesin RS	S1
5	Pranesta Dwi K	Mahasiswa
6	Adnan Muhammad Fajar	Mahasiswa
7	Riza Habil S	Mahasiswa
8	Afdhal Zickri	Mahasiswa
9	M Irfan Hilmi	Mahasiswa
10	Epson Syamsi H	Mahasiswa

No.	Populasi	Keterangan
11	Ramadhan Muawad	Mahasiswa
12	Nia Ariani	Mahasiswa
13	Yulanda Niagara	Mahasiswa
14	Vietia Sari	Mahasiswa
15	Dinda Rakhmavianty	Mahasiswa
16	Maya Maulidza W	Mahasiswa
17	Puti Kemala	Mahasiswa
18	Shenny Anggraeni	Mahasiswa
19	Nur Suci Puspa	Mahasiswa
20	Enni Sartika S	Mahasiswa
21	Nickmah Tricayanti	Mahasiswa
Total		21 orang

Sumber : Data HRD STUFVI (2010)

1.7.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut Indriantoro dan Supomo, penelitian dengan menggunakan sampel yang representative dapat memberikan hasil untuk dapat digeneralisir, dan criteria sampel yang representative tersebut tergantung pada aspek akurasi dan presisi (ketelitian) yang tinggi dari sampelnya.(Supomo, 2002:17),

Berdasarkan hasil diatas pengambilan sampel akan dilakukan dengan cara *Total sampling* (keseluruhan sampel) karena dalam penelitian ini jumalah sampel

penelitian hanya 21 orang dan kurang dari 100 orang, sehingga teknik yang di gunakan pada penelitian ini adalah Total sampling.

Hal ini sesuai dengan pendapat Dr. Suharsini Arikunto, bahwa bila subjek kurang dari 100 orang lebih baik diambil dari semua. Sehingga metode penelitian menggunakan metode sensus. Pengambilan sampel yang dimaksud dengan sensus adalah mengambil semua populasi untuk dijadikan sampel (Singarimbun, 1995:114).

1.8. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Metode survey yaitu suatu cara melakukan pengamatan dimana indikator mengenai variabel adalah jawaban – jawaban terhadap pertanyaan yang diberikan kepada responden baik secara lisan maupun tulisan.

penelitian survey adalah penelitian pengamatan yang berskala besar pada kelompok – kelompok manusia. Yang dimaksud pengamatan disini, tidak terbatas pada pengamatan penglihatan, tetapi data yang dikumpulkan secara tidak sengaja ditimbulkan oleh peneliti seperti dilakukan dalam suatu eksperimen tertentu. Jadi bahan – bahan yang dikumpulkan dalam survey adalah data yang terdapat dalam kehidupan sehari – hari berjalan secara wajar. (Soehartono, 2002:54),

1.9. HIPOTESIS

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Ha : Ada hubungan antara Daya Tarik STUFVI (school of Film & Television) Melalui Program Pelatihan Reporter Dan Presenter TV Terhadap Minat Peserta untuk mengikuti pelatihan tersebut.

Ho : Tidak ada hubungan antara Daya Tarik STUFVI (school of Film & Television) Melalui Program Pelatihan Reporter Dan Presenter TV Terhadap Minat Peserta untuk mengikuti pelatihan tersebut.

1.10. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Angket

   Adalah alat pengumpulan data yang juga disebut angket, dan sumber datanya berupa organisasi atau dikenal dengan istilah responden. Pada metode ini, pertanyaan diajukan secara tertulis dan disebarkan kepada para responden untuk dijawab, setelah pertanyaan dijawab, dikembalikan lagi ke pihak peneliti. Responden dalam penelitian ini adalah Peserta Pelatihan Reporter dan Presenter TV di STUFVI.

2. Wawancara

   Adalah salah satu teknik pengumpulan data yang melalui daftar pertanyaan yang diajukan secara lisan terhadap responden (subjek). Biasanya data yang dikumpulkan bersifat kompleks. Teknik wawancara dapat dilakukan

dengan tatap muka (*face to face interviews*) dan melalui saluran telepon (*telephone interviews*). Subjek wawancara dalam penelitian ini adalah Narasumber Pelatihan Reporter dan Presenter TV, Peserta Pelatihan dan Alumni.

3. Studi Pustaka

   Teknik pengumpulan data dengan membaca literatur seperti Kamus Besar Bahasa Indonesia, buku standar, karya ilmiah, dll

4. Internet Searching

   Teknik pengumpulan data dengan melakukan pencarian data melalui media internet.

1.11. TEKNIK ANALISIS DATA

Pengolahan data adalah suatu proses dalam memperoleh data ringkasan dengan menggunakan ciri-ciri atau rumus-rumus tertentu (Hasan, 2002:89). Setelah mendapatkan hasil dari responden melalui pengumpulan data maka pengolahan data pun dilakukan. Adapun kegiatan-kegiatan pengolahan data adalah sebagai berikut :

a. Uji Validitas, merupakan pengujian yang dilakukan dengan melihat apakah kuesioner yang akan digunakan banyak atau tidak. Hanya item yang memiliki nilai korlasi lebih tinggi dari 0,317 diikutsertakan dalam pengujian (Sugiyono, 2004). Pengujian menggunakan *Pearson Product Moment.*

b. Uji Realiabilitas, menggunakan teknik belah dua (*split half*) dengan membagi item-item pertanyaan responden menjadi belahan genap dan ganjil.
c. Editing adalah pengecekan atau pengkoreksian data yang dikumpulkan karena kemungkinan data yang masuk itu tidak logis dan meragukan (Hasan, 2002:89).
d. Coding adalah pemberian atau pembuatan kode-kode pada tiap-tiap data yang termasuk dalam kategori yang sama. Sedangkan, kode adalah isyarat yang dibuat dalam bentuk angka-angka atau huruf-huruf yang memberikan petunjuk, atau identitas pada suatu informasi atau data yang akan dianalisis (Hasan, 2002:90).
e. Tabulasi adalah membuat tabel-tabel yang berisikan data yang telah diberi kode, sesuai dengan analisis yang dibutuhkan (Hasan, 2002:91).

Untuk mengolah data, peneliti menggunakan program SPSS (stastitical Product and Service Solution) yang merupakan program komputer. untuk menganalisa hubungan variabel X dan Variabel Y digunakan Teknik analsisa Korelasi Rank Spearman

Rumus :

$$rs = 1\text{-}6 \frac{\sum di2}{n\,(n\text{-}1)}$$

Dimana : $\sum di^2 - \sum [r(xi) - r(yi)]^2$

Keterangan :

Rs : korelasi Rank pearman

di : Selisih antara dua ranking

n : Jumlah sampel

X : Daya Tarik STUFVI

Y : Minat Peserta

r(Xi) : Rank pada X pada data ke-i

r(Yi) : Rank pada Y pada data ke-i

Adapun untuk mengukur presentase dari pengaruh kedua variabel tersebut adalah dengan memakai rumus koefisien determinasi, yakni :

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

Keterangan :

KD : koefisien determinasi

r : hasil korelasi rank spearmant

Dan untuk menguji hipotesa, terdapat criteria dalam uji hipotesa, yakni :

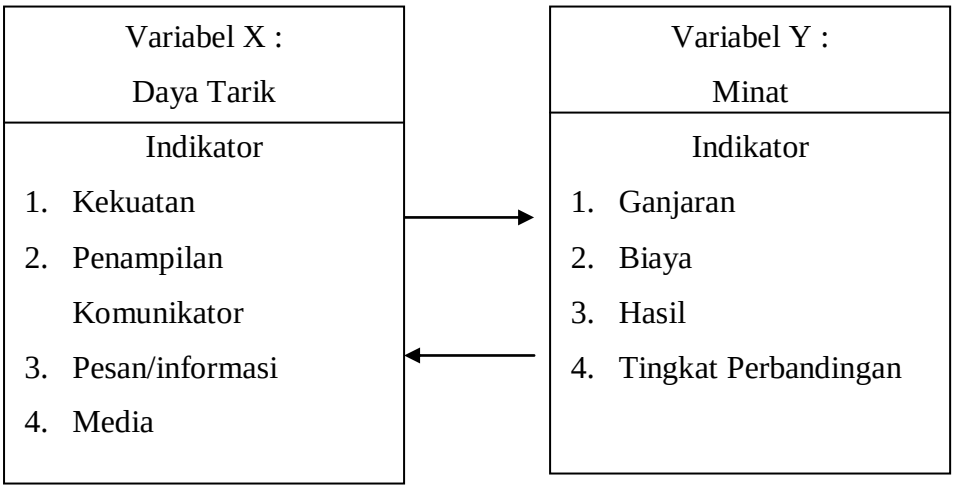
- jika probabilitas < 0,05, maka Ho ditolak, Ha diterima.
- jika probabilitas > 0,05, maka Ho diterima, Ha ditolak.

1.12. MODEL PENELITIAN

Dalam melakukan suatu penelitian, tentunya diperlukan suatu gambaran dalam menghubungkan antara variabel yang ada dengan masalah penelitian. Maka dari itu, model penelitian dibuat dengan maksud mempermudah peneliti dalam menjelaskan hubungan variabel yang ada.

Jika peneliti melihat variabel yang ada, antara variabel X Daya Tarik STUFVI melalui program pelatihan Reporter dan Presenter TV, dengan indikatornya yaitu Kekuatan, komunikator, Pesan/informasi, dan Media yang digunakan Dan, variavel Y yaitu Minat pesertanya dengan indikatornya yaitu Ganjaran, Biaya, hasil dan tingkat perbandingan. Maka dari itu, peneliti mencantumkan gambaran mengenai penelitian dapat dilihat dalam gambar L.1 berikut ini:

Gambar 1.1
Aplikasi Kedua Variabel



(Sumber : Peneliti, 2010)

1.13. LOKASI DAN WAKTU PENELITIAN

1.13.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di STUFVI (*shool of Film & Tele**visi***), yang bertempat di Jl, singaperbangsa 1 Bandung, Telp. 081394017994.

1.13.2. Waktu Penelitian

Penelitian ini direncanakan berlangsung selama 6 bulan terhitung dari bulan Februari hingga Juli 2010.

1.14. SISTEMATIKA PENELITIAN

Penulisan skripsi ini terbagi atas lima bab dan disusun dengan sistematis sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Mencakup tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, maksud dan tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka penelitian (meliputi, kerangka teoritis, kerangka konseptual), operasionalisasi variabel, metode penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, populasi an sampel, lokasi dan waktu penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi tinjauan tentang Ilmu Komunikasi (meliputi definisi komunikasi, bentuk komunikasi, fungsi komunikasi, dan sebagainya), tinjauan tentang Komunikasi Antar Persona (meliputi definisi komunikasi Antar Persona, fungsi komunikasi Antar Persona, jenis komunikasi Antar Persona, model komunikasi Antar Persona, dan sebagainya), tinjauan tentang Jurnalistik (meliputi definisi jurnalistik, karya jurnalistik, dan sebagainya), serta tinjauan tentang Profesi Reporter dan presenter tv (definisi Reporter dan presenter tv, kode etik jurnalistik, dan sebagainya).

BAB III OBJEK PENELITIAN

Mencakup tentang sejarah STUFVI, visi dan misi STUFVI, struktur organisasi STUFVI, *job description* STUVFI, saranan dan prasarana STUFVI.

BAB IV PEMBAHASAN

Berisi tentang deskripsi identitas responden, deskripsi hasil uji validitas dan reliabilitas angket, deskripsi hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dari keseluruhan bab dan saran untuk instansi, yakni STUFVI (*shool of Film & Televisi*).