BAB III

OBYEK DAN METODE PENELITIAN

Objek penelitian adalah lokasi dari tempat media mempublikasikan berita yang akan diteliti oleh penulis untuk melakukan penelitian ini secara detail. Tempat media melakukan penelitian ini di Harian Umum Galamedia. Berikut isi objek judul penelitian yang akan diangkat.

3.1 Obyek Penelitian

3.1.1 Sejarah Harian Umum Galamedia

Berdasarkan data yang diperoleh penulis dari bagian penelitian dan pengembangan PT. Galamedia Bandung Perkasa. Penulis akan mencoba menguraikan sejarah singkat dari berdirinya PT.Galamediamedia Bandung Perkasa. PT. Galamedia Bandung Perkasa (Grup Pikiran Rakyat) yang salah satu unit usahanya adalah Harian Umum Galamedia (HU Galamedia), didirikan di Bandung pada tahun 1968. Di mana kegiatan usahanya khusus bergerak dalam bidang jurnalistik atau penerbitan surat kabar yang cakupan usahanya adalah lokal dengan kata lain daerah pemasarannya adalah Kota dan Kabupaten Bandung serta sekitarnya.HU Galamedia semula muncul dari izin terbit Majalah Sunda Tjempaka yang diterbitkan oleh CV. Tjampaka dibawah pimpinan Sukandi Andrias Wasuma.

Badan penerbit tersebut kemudian diserahkan sekitar bulan Agustus 1968 kepada Sjamsujar Adnan, yang kemudian mengubah majalah tersebut menjadi Surat Kabar Mingguan Galamedia. Direktur Pembinaan Pers Departemen Pendidikan, Anwar Luthan (Alm), mengeluarkan SIT (Surat Izin Terbit) dengan nomor 0128/SK Direktur BP/SK/tanggal 16 Oktober 1968, dengan persetujuan menteri penerangan saat itu H. Boediarjo. Surat Kabar Mingguan Galamedia terbit dan diedarkan untuk pertama kali pada hari Jumat, 20 oktober 1968 dan secara resmi terbit pada hari Minggu, 22 Oktober 1968.

Surat kabar Mingguan Galamedia pertama kali dicetak di percetakan Jakarta Pers, jalan Gunung Sahari Ancol, Jakarta. Percetakan ini dikelola oleh lima orang, tiga orang direksinya masing-masing di tempatkan di Bandung, termasuk Pemimpin Umum atau Pemimpin Redaksi. Sedangkan di Jakarta, Sofyan Lubis memegang jabatan sebagai Redaktur Pelaksana dan Chaeruddin sebagai kolektor. Selama surat kabar mingguan Galamedia di cetak di Jakarta, peredaranya melebihi 50% dari jumlah oplah cetak, yakni 20.000 eksemplar setiap terbit. Seiring dengan waktu, Surat Kabar Mingguan Galamedia kemudian berpindah cetak dari Jakarta ke Bandung. Oplah Galamedia meningkat mendekati oplah tertinggi saat diterbitkan di Jakarta.

Perkembangan ini menjadi dorongan jajaran Redaksional Galamedia untuk meningkatkan periode penerbitan menjadi dua kali seminggu. Keputusan ini segera terlaksana setelah Galamedia memperoleh Surat Ijin Terbit Harian yang baru. Pada 27 Desember 1971, Surat Kabar Mingguan Galamedia berubah menjadi Surat Kabar Harian berdasarkan surat ijin terbit Harian nomor 0113/Per- 3/SK/Dirjen PPG/71, dimana edisi pertama terbit tanggal 28 Desember 1971 sebagai nomor perkenalan atau perdana. Sejak terbit pertama kali sebagai Surat Kabar Mingguan Galamedia, CV. Tjampaka sebagai perusahaan penerbitnya menghentikan segala aktivitas penerbitnya pada tanggal 31 Desember 1971, karena sebelumnya telah berdiri sebuah perusahaan penerbit lainnya. yakni PT Galamedia.

Seiring dengan aktivitas CV. Tjampaka, PT. Galamedia mengajukan permohonan kepada Menteri Penerangan untuk memperoleh SIT penerbit Galamedia, disertai akta penghentian kegiatan CV. Tjampaka dan pengambilan SIT atas nama CV. Tjampaka tersebut.

Setelah empat tahun terbit sebagai surat kabar harian, tepatnya mulai tanggal 26 Agustus 1975 Dirjen PPG/Deppen memberi izin kepada Galamedia untuk menambah jumlah halaman. Di samping hal itu pada tahun 1978 oplah Galamedia berada pada titik terendah dibanding ketika terbit dua kali seminggu, kecuali saat musim kampanye 1979, oplah

Galamedia mencapai lebih dari 20.000 eksemplar yang kemudian turun kembali di bawah angka minimum.

Setelah akhir tahun 1981, penampilan redaksional harian Galamedia dibenahi secara total mulai dari penyajian pemberitaan sampai tata letak rubrik berita (*Layout*). Berbeda dengan penampilan yang dulu, dan berbeda dengan surat kabar lainnya dalam hal penyajian berita. Terutama dalam hal sasaran pemasaran atau segmentasi pembacanya, sehingga surat Kabar Galamedia lebih mempunyai jati diri yang khas di hati para pembacanya.

Setelah terbit lebih dari 13 tahun sebagai surat kabar harian, oplah Galamedia mencapai 118.500 eksemplar di saat musim pembunuhan misterius antara tahun 1982 sampai 1983-an. Oplah Galamedia yang mampu menembus angka 100.000 eksemplar lebih ini, merupakan oplah terbesar penerbitan sebuah surat kabar daerah di Indonesia saat itu. Namun, jumlah oplah ini sebenarnya bisa ditingkatkan sampai angka 150.000 eksemplar jikalau sarana percetakan yang dimiliki saat itu lebih memadai dan menunjang.

Keberhasilan Galamedia mencapai Oplah dan pemasaran yang sangat bagus ini, bukan semata-mata karena lebih banyak menyajikan berita-berita kriminal melainkan karena hasil pembenahan penampilan

redaksional dan perwajahan yang dilakukan setelah kembali menggunakan nama Surat Kabar Galamedia.

Keberhasilan Galamedia dalam melakukan penampilan redaksional dan perwajahan yang khas ini, mampu meraih segmentasi pembaca tersendiri dan mendapat tanggapan positif dari berbagai pihak. Dengan kondisi ini, Galamedia di anggap sukses mencapai sasaran atau misinya yaitu untuk selalu menjadi surat kabar yang berorientasi pada kepentingan masyarakat dan juga tidak bersaing dengan surat kabar lainnya yang telah memiliki ciri dan atribut tersendiri.

Pada tahun 1985, pemerintah mengeluarkan peraturan yang baru melalui SK Meneteri Penerangan RI nomor 61/1984 tentang penghapusan SIT, yang mengacu kepada Undang-undang Pokok Pers nomor 21/1982. dengan izin baru SIUP tersebut jumlah halaman Galamedia secara resmi bertambah menjadi 12 halaman dan terbit di Jawa Barat, dan memperoleh SIUP pada tanggal 8 November 1985, melalui SK Menteri Penerangan Nomor 009/SK/Menpen/SIUPPA-7/85.

Mulai tanggal 10 November 1989 Harian Galamedia kembali terbit dengan penampilan baru-nya. Di mana dua halaman (Cover dan Halaman terakhir) berwarna, dan terbit 12 halaman 7 kali seminggu. Penampilan redaksional dan wajah baru ini berbeda dengan penampilan Galamedia sebelumnya, perubahan secara total dan drastis ini berkaitan dengan

keinginan jajaran Redaksi untuk mengembalikan Harian Galamedia ke format lama tanpa ada perubahan dalam susunan jajaran keredaksionalan.

Seiring dengan waktu pada tanggal 4 Oktober 1999, Harian Galamedia beralih Manajemen menjadi Harian Umum Galamedia di bawah naungan Grup pikiran Rakyat Bandung. PT. Galamedia Bandung Perkasa mempunyai satu unit usaha dalam bentuk penerbitan surat kabar.

Setelah beralih menjadi Harian Umum Galamedia, oplah surat kabar harian ini meningkat menjadi 26.000 eksemplar. Menurut data terakhir dari bagian Litbang per-Desember 2003, tiras penjualan Harian Umum Galamedia mencapai 40.000 eksemplar untuk edisi hari Senin sampai Jumat. Sedangkan untuk edisi Hari Minggu penjualannya mencapai 28.000 eksemplar.

3.1.2 Sejarah Bagian Redaksi Harian Umum Galamedia

Bagian redaksi dalam sebuah perusahaan yang bergerak di bidang penerbitan surat kabar atau yang berkaitan dengan kegiatan jurnalistik, dapat diibaratkan sebagai organ tubuh manusia yang paling vital yaitu jantung. Perusahaan penerbitan surat kabar tidak akan pernah bisa menjalankan kegiatannya tanpa adanya bagian redaksi. Bagian menjadi bagian yang menentukan kelangsungan hidup sebuah perusahaan penerbitan surat kabar.Di bagian ini pula semua kegiatan penting berjalan.

Demikian juga dengan bagian redaksi Harian Umum Galamedia pada PT. Galamedia Bandung Perkasa. Sejarah berdirinya Bagian Redaksi Harian Umum Galamedia tak terlepas dari pertama kali berdirinya perusahaan penerbitan surat kabar ini pada tahun 1968.

Namun sejarah keberadaan bagian redaksi khususnya pada jajaran keredaksionalan Harian Umum Galamedia yang tampak seperti sekarang, dimulai ketika Harian Galamedia berganti kepemilikan atau manajemen dibawah naungan grup Pikiran Rakyat. Peralihan manajemen ini tentu saja membuat struktur keredaksionalan. Harian Umum Galamedia berubah menjadi unit usaha yang merupakan bagian dari Grup Pikiran Rakyat dengan nama Perusahaan PT.Galamedia Bandung Perkasa, dan nama surat kabar pun ikut berubah menjadi Harian Umum Galamedia.

3.1.3 Visi dan Misi Redaksi HU Galamedia

3.1.3.1 Visi Redaksi HU Galamedia

Menciptakan kinerja yang lebih baik dengan memperlihatkan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi guna untuk mencerdaskan bangsa.

3.1.3.2 Misi Redaksi HU Galamedia

1. Memberikan Informasi seakurat mungkin kepada pembaca
2. Menciptakan sarana komunikasi dan informasi bagi masyarakat umum

3. Mencari keuntungan atau laba yang sebesar-besarnya demi kesejahteraan para karyawan atau karyawati
4. Menyediakan berita yang melaporkan tentang peristiwa atau kejadian yang ada relevansinya dengan kehidupan sehari-hari
5. Meningkatkan kinerja supaya masyarakat gemar membaca untuk menambah pengetahuan bagi mereka tentang sesuatu hal atau masalah yang sedang terjadi pada keadaan yang sebenarnya
6. Mengurangi pengangguran.

3.1.4 Logo HU Galamedia

Selain motto, logo merupakan salah satu ornamen yang menguatkan identitas suatu perusahaan terlebih yang bergerak di bidang media, lebih tepatnya media massa cetak seperti logo HU Galamedia di bawah ini:

Gambar 3.1

Logo Harian Umum Galamedia



Walau demikian perusahaan ini tidak melepaskan kegiatan jurnalistiknya, bahkan di bawah manajemen yang baru ini Harian Umum Galamedia, lebih bisa menempatkan diri di hati para pembaca khususnya di hati pembaca dari kalangan masyarakat menegah ke bawah.

Harian Umum Galamedia merupakan surat kabar yang terbit setiap hari. Lebih mengkhususkan diri pada pemberitaan lokal yaitu kejadian atau peristiwa yang terjadi di sekitar Bandung Raya. Sedangkan berita-berita yang sifatnya nasional lebih bersifat untuk melengkapi.

Sedangkan sasaran pembacanya ditujukan untuk semua lapisan masyarakat, dengan lebih menekankan pada konsumen lapisan menengah ke bawah. Penekanan jenis beritanya yaitu Berita Hukum dan Kriminalitas atau berita yang bersifat suatu kasus. Semua berita yang disajikan pada Harian Umum Galamediamedia disajikan secara Etis, Tajam dan Akurat seperti halnya motto dari Harian Umum Galamedia.

3.1.5 Struktur Organisasi HU Galamedia

Setiap perusahaan memiliki struktur organisasi. Dimana struktur organisasi ini menyusun dan menjelaskan peranan atau tugas dan wewenang dari berbagai bagian atau divisi, dan juga bagaimana setiap bagian tersebut berhubungan dan bertanggung jawab atas hasil kerjanya. Demikian pula struktur organisasi PT. Galamedia Bandung Perkasa yang memiliki berbagai bagian atau divisi dan peranan masing-masing. Berikut ini adalah gambar struktur organisasi PT. Galamedia Bandung Perkasa beserta penjelasan kedudukan pada bagiannya masing-masing :

:

3.1.6 Job Description

Bagian Redaksi dipimpin oleh seorang Pemipin Redaksi bertanggung jawab kepada pemimpin perusahaan. Tugasnya ialah memimpin dan mengendalikan kegiatan keredaksian bagi terlaksananya mekanisme dan aktivitas kerja kerekdasian serta mengawasi seluruh isi Rubrik dan pemberitaan pada Harian Umum Galamedia.Dalam setiap perusahaan penerbitan atau surat kabar bagian redaksimemegang peranan yang cukup penting. Ia menjadi motor bagi bagian-bagianlainnya. Ia pula yang menjadi bagian yang menjalankan visi dan misi,serta idealisme sebuah media massa. Demikian juga pada Harian Umum Galamedia bagian redaksi menjadi salah satu bagian yang penting dalam menjalankan usahanya sebagai perusahaan surat kabar.Struktur organisasi atau tata kerja Harian Umum Galamedia tersusunsecara vertical, dimana pemimpim umum membawahi para bawahannya dengan cara tersusun kebawah.

1. Pemimpin Umum

Pemimpin umum bertanggung jawab atas keseluruhan jalannya penerbitan pers baik kedalam maupun keluar ia dapat melimpahkan pertanggung jawabannya terhadap hukum kepada Pemimpin Redaksi sepanjang menyangkut isi penerbitan (redaksional). Tugasnya ialahmengendalikan dan mengorganisasikan aktivitas terbit Harian Umum

Galamedia secara profesional sehingga mendukung terhadap tercapainya sasaran dan tujuan perusahaan baik idil maupun komersial.

2. Pemimpin Redaksi

Pemimpin Redaksi pada Harian Umum Galamedia bertanggung jawab kepada pemimpin umum. Tugasnya ialah memimpin dan aktivitas kerja keredaksian serta mengawasi seluruh Rubrik danpemberitaan pada Harian Umum Galamedia.

3. Dewan Redaksi

Dewan Redaksi pada Harian Umum Galamedia beranggotakan Pemimpin Umum, Pemimpin Redaksi, Redaktur Pelaksana dan orang-orang yang pandai berkompeten. Dewan Redaksi bertugas member masukan kepada jajaran redaksi dalam melaksanakan pekerjaan redaksional.

4. Redaktur Pelaksana

Redaktur Pelaksana Bertanggung Jawab kepada Pemimpin Redaksi. Tugasnya ialah mengatur pelaksanaan tugas kerekdasionalan Harian Umum Galamedia Bandung Perkasa sesuai dengan yang digaris bawahkan pemimpin redaksi dalam artian memimpin langsung aktivitas peliputan dan pembuatan pemberitaan oleh para wartawan dan editor.

5. Sekretariat Redaksi

Sekretaris Perusahaan bertanggung jawab kepada Pemimpin Umum. Tugasnya ialah menyangkut segala hal yang menyangkut

administrasi keredaksionalan dan menyelenggarakan kegiatan keseharian Harian Umum Galamedia kearah kinerja terbaik untuk mencapai target perusahaan.

6. Penelitian dan Pengembangan Redaksi

Bagian Penelitian dan Pengembangan pada bagian Redaksi Harian Umum Galamedia mempunyai tugas dalam melakukan penelitian dan pengembangan dalam kegiatan keredaksionalan sehingga mencapai kinerja keredaksionalan yang diinginkan.

7. Seksi Monitoring dan Dokumentasi

Seksi Monitoring pada Harian Umum Galamedia mempunyai tugas mengawasi perkembangan kinerja dan kegiatan redaksional sehingga tujuan redaksional mampu mencapai target yang diinginkan. Sedangkan Seksi Dokumentasi pada Harian Umum Galamedia mempunyai tugas mendokumentasikan edisi-edisi penting yang pernah diterbitkan oleh Harian Umum Galamedia dari tahun percetakan pertama.

8. Redaktur

Redaktur bertanggung jawab kepada Redaktur Pelaksana. Tugasnya ialah menerima bahan berita, baik dari wartawan, koresponden, maupun dari kantor berita atau bahkan *Press Release* dari lembaga, organisasi, instansi pemerintah atau perusahaan swasta. Selain itu

Redaktur bertanggung jawab terhadap halaman isi halaman yang akan diterbitkan pada Harian Umum Galamedia.

9. Koordinator Liputan

Koordinator Liputan pada Harian Umum Galamedia bertanggung jawab dalam mengkoordinasikan atau mengatur para wartawan Harian Umum Galamedia dan membagi tugas diantara para wartawan tersebut untuk melakukan peliputan, agar tidak terjadi kesalahan atau *overlap* di lapangan.

10. Asisten Redaktur

Asisten Redaktur pada Harian Umum Galamedia bertugas membantu Redaktur dalam melakukan editing. Assisten Redaktur juga memiliki tugas dalam memberikan tambahan data dan literatur agar sesuai dengan gaya penulisan dan penerbitannya.

11. Wartawan

Seperti halnya dalam setiap perusahaan Surat Kabar tugas wartawan dalam Harian Umum Galamedia adalah bertugas mencari, mengumpulkan dan mengelolah informasi menjadi berita, yang akan disebarluaskan kepada publik, disesuaikan dengan tugasnya masingmasing yang sudah sebelumnya sudah diatur oleh Redaksi.

12. Koresponden

Merupakan wartawan Harian Umum Galamedia yang bertugas didaerah atau diluar wilayah keredaksionalan. Koresponden pada Harian Umum Galamedia mepunyai tugas liputan berita yang bersifat umum.

3.1.7 Profil Perusahaan

Nama Surat Kabar : Harian Umum Galamedia

Badan Hukum : Perseroan Terbatas

Motto : Tajam, Etis dan Akurat

Alamat Redaksi : Jalan Belakang Factory No. 2B Bandung 40111.

Telp : (022) 4210063/4205347

Alamat Sirkulasi : Jalan Belakang Factory No. 2C Bandung 40111.

Telp :(022) 4210063/4205347

Percetakan : PT. Granesia (Grup Pikiran Rakyat) Jalan Soekarno-Hatta No.147, Bandung.

3.1.8 Keterangan Teknis

Jenis Surat Kabar : Harian Umum (Terbit Setiap Hari)

Waktu Terbit : Pagi Hari

Bahasa : Indonesia dan Daerah

Halaman : 12 Halaman (Rabu, 16 Halaman)

Jumlah Kolom : 9 Kolom Ukuran :

a. Halaman Kertas 42 X 58 cm

b. Lebar Halaman Tercetak 40,5 cm

c. Tinggi Halaman Tercetak 55 cm

d. Lebar Kolom Per-Halaman 9 X 4.2 cm

e. Lebar Kolom Iklan 4.2 cm

3.1.9 Motto HU Galamedia

Bagi setiap perusahaan, keberadaan motto, merupakan bentuk keseriusan dalam dunia bisnis. Karena dengan adanya motto, dapat menggambarkan identitas perusahaan secara singkat. Demikian halnya dengan Harian Umum Galamedia yang mengusung motto sebagai berikut :

"Tajam, Etis, Akurat"

- **Tajam**

Mengupas setiap realita yang terjadi tanpa pandang bulu

- **Etis**

Sesuai dengan kode etik, kaidah, dan norma yang berlaku

- **Akurat**

Meberitahukan fakta dari sumber yang jelas serta dapat dipertanggung jawabkan

3.1.10 Sarana dan Prasarana

Tabel 3.2

Sarana dan Prasarana Bagian Redaksi Harian Umum Galamedia

Bandung Jawa Barat

No	Sarana dan Prasarana	Jumlah
1	Komputer	64 Unit
2	Printer	2 Unit
3	Internet	1 Unit
4	Server (Komputer data)	1 Unit
5	Telepon	16 unit
6	Faximile	1 Unit
7	Foto Copy	1 Unit
8	Televisi	2 Unit
9	Handy Talkie	2 Unit
10	Kamera Manual dan Otomatis	4 Unit
11	Kamera Digital	3 Unit
12	Kamera Saku (poket)	12 Unit
13	Ruang Pimred	1 Ruangan
14	Ruang Asisten Redaksi	1 Ruangan
15	Ruang Litbang	1 Ruangan
16	Ruang Koordinator Liputan	1 Ruangan

17	Ruang Redaktur	1 Ruangan
18	Ruang Redaktur Foto	1 Ruangan
19	Ruang Produksi Dan Pracetak	1 Ruangan
20	Ruang Monitoring	1 Ruangan
21	Ruang Dokumentasi	1 Ruangan
22	Ruang Wartawan	1 Ruangan
23	Ruang Sekretariat	1 Ruangan
24	Ruang Gelap	1 Ruangan
25	Ruang Rapat	1 Ruangan
26	Percetakan	1 Ruangan
27	Ruang Tamu	1 Ruangan
28	Musholla	1 Ruangan
29	Halaman dan Tempat Palkir	1 Halaman
30	Toilet	4 Ruangan
31	Kendaraan Operasional	5 Unit

Sumber : Redaksi H.U Galamedia

3.2 Metode Penelitian

Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif. Kuantitatif disebut juga sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit, empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis. Kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan

pada filasafat tertentu, pengumpulan data berdasarkan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif.

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

> "Suatu metode penelitian yang berusaha melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secra factual dan cermat. Penelitian deskriptif ditujukan untuk mengumpulkan informasi aktual secara rincin yang melukiskan gejala yang ada, mengidentifikasikan masalah atau memeriksa kondisi praktek-praktek yang berlaku, membuat perbandingan atau evaluasi" (Rakhmat, 2000:25).

Analisis isi adalah sebuah metode persuasif yang menghasilkan fakta-fakta terpercaya dan dapat direplikasi atau diulang. Analisis isi juga dapat digunakan untuk menganalisis semua bentuk komunikasi diantaranya surat kabar, buku, puisi, lagu, cerita, foto dan lain sebagainya.

Analisis isi bersifat fleksibel, kreatif, dan mudah dilaksanakan seorang peneliti semula, analisis isi pada umumnya hanya dapat digunakan untuk membedah muatan teks komunikasi yang bersifat *manifest* (nyata), teks dapat berupa kata-kata, makna gambar, simbol, gagasan, tema dan bermacam bentuk pesan yang dapat dikomunikasikan. Analisis Isi berusaha memahami data bukan sebagai kumpulan peristiwa fisik, tetapi sebagai gejala simbolik untuk mengungkap makna yang terkadang dalam sebuah teks, dan memperoleh pemahaman terhadap pesan yang

direpresentasikan dalam analisis isi kuantitatif, yang dipentingkan adalah objektifan, validitas, dan reliabilitas.[1]

Begitu pula apa yang diharapkan dalam penelitian ini, yaitu isi berita di Galamedia benar-benar memenuhui kesesuaian dengan nilai berita yang ada, karena nilai berita memegang peranan penting dalam penentuan kelayakan penyampaian berita kepada khalayak, sehingga isi berita dapat sampai kepada khalayak secara jelas dan kondusif.

3.2.1 Desain Penelitian

Fokus penelitian ini adalah Analisis Rubrik Gala Persib di Tinjau Dari Nilai Berita, dari sini dapat terlihat bagaimana nilai berita yang ada pada rubrik Gala Persib.

Agar penelitian ini lebih objektif dan akurat, peneliti mungumpulkan sumber dari beberapa rubrik yang ada di Rubrik Gala Persib sebagai sampel yang akan di ambil, ada 13 isi rubrik Gala Persib yang akan diteliti dalam penelitian pada Bulan Mei 2012.

Untuk tahap analisis, yang dilakukan oleh peneliti adalah wawancara, pengumpulan data, dan analisis data yang dilakukan sendiri oleh peneliti.

Untuk dapat mengetahui bagaimana Isi Rubrik Gala Persib di Tinjau Dari Nilai Berita peneliti melakukan wawancara berdasarkan

[1] http://www.google.co.id/Analisis_Isi_Jurnal_Itenas_No2Vol10_Agustus_2006

indikator nilai aktual, nilai faktual, nilai penting dan nilai menarik kepada narasumber.

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam Mengumpulkan data, peneliti menggunakan beberapa teknik, yaitu :

3.2.2.1 Studi Pustaka

1. Studi Pustaka

Teknik ini dilakukan untuk mendapatkan informasi dengan cara mempelajari buku-buku, membaca media-media cetak yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

Dengan teknik kepustakaan ini diharapkan mendapatkan dukungan teori dalam pembahasan masalah, yaitu dengan mengutip pendapat-pendapat para ahli, hal ini diharapkan akan memperjelas dan memperkuat yang akan di uraikan.

2. *Internet Searching*

Teknik yang dilakukan untuk mendapatkan informasi dengan melalui media internet. Dimana didalamnya terdapat berbagai referensi yang mendukung penelitian ini.

3.2.2.2 Studi Lapangan

1. Lembar Koding

Cara mengumpulkan data, informasi, dan teknik analisis isi. Analisis isi pada dasarnya merupakan suatu tata cara menyandi (koding) pernyataan atau tulisan agar diperoleh ciri-ciri/sifat-sifat tertentu melalui penyusunan konstruksi kategori untuk kemudian menelaah dan memaparkan.

Untuk pengkodingan dilakukan oleh orang yang bertindak sebagai koder dari penelitian analisis isi Rubrik Gala Persib di Harian Umum Galamedia ditinjau dari Nilai Berita. Adapun yang menjadi pengkoder dalam penelitian ini terdiri dari :

1. Ati (Redaktur Galamedia)
2. Wahyu (Wartawan Galamedia)
3. Andhika Januar (Mahasiswa Unikom)

Pemilihan koder berdasarkan berbagai pertimbangan, salah satunya yaitu pengalaman dan kemampuan dalam menganalisis sebuah kelayakan berita. Peneliti menjadi koder karena peneliti juga berperan sebagai pengamat dan menganalisis.

2. Wawancara

Wawancara adalah sebuah cara untuk memperoleh keterangan, mencari informasi yang lebih lengkap dengan teknik wawancara.

Pedoman wawancara berisi tentang uraian penelitian yang biasanya dituangkan dalam bentuk daftar pertanyaan agar proses wawancara dapat berjalan dengan baik ataupun wawancara secara langsung tanpa sebelumnya menyiapkan daftar pertanyaan tetapi sesuai dengan permasalahan yang diambil. Pada penelitian ini peneliti melakukan wawancara untuk mengetahui latar belakang rubrik gala persib di Harian Umum Galamedia, serta menambah data lain yang diperlukan untuk melengkapi penelitian ini. Adapun yang menjadi narasumber wawancara adalah Hj. Ati Suprihatin sebagai redaktur HU Galamedia.

3.2.3 Populasi dan Teknik Penarikan Sampel

3.2.3.1 Populasi

Populasi adalah kumpulan objek penelitian dapat berupa orang, organisasi, kelompok, lembaga, surat kabar dan lain-lain. (Rakhmat, 2000:78)

Populasi adalah sekumpulan unsur atau elemen yang menjadi objek penelitian. (Rakhmat, 2000:30)

Dalam penelitian ini, peneliti menjadikan rubrik *Gala Persib* sebagai populasinya, populasi yang diambil adalah tulisan di rubrik *Gala Persib* yang telah dikumpulkan pada Bulan Mei 2012 yang diperoleh sebanyak 13 tulisan berita di Harian Umum Galamedia untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari tabel 3.4 berikut :

Tabel 3.4

Populasi Rubrik Gala Persib Bulan Mei 2012

No	Hari dan Tanggal Terbit	Judul Berita
1	Senin, 20 Mei 2012	Waspadai Waktu Krusial
2	Selasa, 20 Mei 2012	Ryan Gantikan WIldansyah
3	Rabu, 21 Mei 2012	Umuh Yakin Tembus Lima Besar
4	Kamis, 22 Mei 2012	Robby, "Jangan Anggap Enteng Lawan"
5	Kamis, 22 Mei 2012	Umuh mengaku menyesal lepas Hlton
6	Kamis, 22 Mei 2012	Jangan Anggap enteng PSPS
7	Jumat, 23 Mei 2012	Indra Thohir Beri Pengaruh Besar
8	Sabtu, 24 Mei 2012	Persib Tampil Full Tim
9	Minggu, 25 Mei 2012	Persib Harus Berbenah Hadapi Persija
10	Minggu, 25 Mei 2012	Tahan Emosi Marcio
11	Rabu, 28 Mei 2012	Pesan Perdamaian
12	Jumat, 30 Mei 2012	Benahi Manajemen Persib
13	Jumat, 30 Mei 2012	Pemain Pakai Pita Hitam

Sumber : HU Galamedia 2012 (www.klik-Galamedia.com)

3.2.3.2 Sampel

Menurut Jalaludin Rakhmat sampel adalah bagian yang di minati atau diteliti (Rakhmat, 2000:78). Yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah Analisis isi Rubrik Gala Persib di Harian Umum Galamedia

ditinjau dari nilai berita, sementara itu dalam sampel diambil yaitu keseluruhan populasi dengan jumlah rubrik sebanyak 8 edisi.

3.2.4 Operasional Variabel

Berikut adalah kontruksi kategori yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui analisis isi rubrik *Gala Persib* di Harian Umum Galamedia Bandung di tinjau dari nilai berita, sebagai berikut :

Tabel 3.5

Kontruksi Kategori

NO	Variabel	Indikator	Alat Ukur
1	Analisis Isi Rubrik "*Gala Persib"* di Harian Umum Galamedia Ditinjau dari Nilai Berita	Aktual	Sedang Terjadi
			Baru Terjadi
		Faktual	Paparan Fakta
			Pendapat
			Pernyataan
		Penting	Adanya Tokoh Penting
			Dampak di Masyarakat
		Menarik	Muncul Rasa Ingin Tahu
			Muncul Minat Baca

3.2.5 Teknik Analisis Data

Ada 4 tahapan metodologi yang digunakan dalam tehnik analisis isi :

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 mendefinisikan lambang-lambang yang relevan dengan memperhatikan:
   - Katagori khusus berkaitan dengan tujuan penelitian
   - Katagori harus bersifat fungsional
   - Sistem katagori harus dipakai
3. Penarikan sampel adalah memastikan bahwa sampel mewakili populasi yang dimaksudkan.
4. Realibitas koding yaitu realibitas berarti kosistensi klasifikasi sehingga dapat diartikan bahwa rehabilitas koding yaitu bagaimana mencari kesepakatan antara koding terhadap katagori yang ditentukan terlebih dahulu agar tidak terjadi kekeliruan dalamp enelitian.

Analisis isi pada dasarnya merupakan suatu cara koding pernyataan atau tulisan agar diperoleh ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu melalui oprasional variabel.

Dalam menyajikan berita seorang wartwan harus memahami sebuah peristiwa yang akan ditulisnya agar dapat dipahami dan dapat dimengerti oleh pembacanya. Untuk mengetahui seperti apa penyajian isi berita rubric Gala Persib Di Harian Umum Galamedia. Maka, peneliti menggunakan uji reliabilitas yang bertujuan agar penelitian ini menjadi objektif dan sistematis.

3.2.5.1 Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor jawaban responden dari setiap item pernyataan dengan jumlah total jawaban responden atas seluruh pernyataan. Koefisien korelasi tiap item akan dibandingkan dengan 0,3 (df). Jika nilai korelasi suatu item atau pernyataan lebih kecil atau sama dengan 0.3, maka pernyataan tersebut tidak valid dan harus dikeluarkan dari pengujian yang dilakukan. Hanya item yang memiliki nilai korelasi lebih tinggi dari 0.3 diikut sertakan dalam pengujian (Sugiyono, 2009:124).

3.2.5.1 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten atau stabil dari waktu ke waktu apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula, kualitas data yang

diperoleh dari penggunaan instrumen penelitian dapat dievaluasi dengan menggunakan uji reliabilitas.

3.2.5.3 Uji Statistik

Dalam uji statistika, Peneliti menggunakan tekhnik total sampling karena ingin mengetahui apakah penelitian pada Isi Berita Rubrik Gala Persib di Harian Umum Galamedia telah benar-benar sesuai pada nilai berita, yang menjadi tolak ukur layak tidaknya sebuah peristiwa diliput dan dilaporkan.

Dan peneliti menggunakan uji reliabilitas koding yang bertujuan agar penelitian ini menjadi objektif dan sistematis. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan perhitungan dengan korelasi person, yang digunkan untuk mengkategorikan data nominal. Korelasi Person ini disimbolkan "C". Dengan rumus sebagai berikut : (Hassan, 2003:241).

Pearson's (C).

a) Koefisien korelasi pearson's (C) yang digunakan untuk mengukur tingkat

kesepakatan koding atau relibilitas koding

$$\text{Pearson's C} = \sqrt{\frac{x^2}{x^2 + n}}$$

Keterangan :

x^2 = Nilai Chi Kuadrat menghitung setiap variabel

n = Ukuran sampel dalam table

(1 – C) x 100% = Mengukur tingkat kesepakatan koding

b) Untuk Chi-kuadrat (x^2) dihitung dengan rumus:

$$x^2 = \frac{\sum(fo - fh)^2}{fh}$$

Untuk mengetahui tinggi rendahnya kesepakatan yang terjadi diantara pengkoding, maka penelitian ini menggunakan penafsiran koefisien yaitu:

0 % - 20 % Korelasi yang rendah sekali

20 % - 40 % Korelasi yang rendah tapi ada

40 % - 70 % Korelasi yang sedang

70 % - 90 % Korelasi yang tinggi

90 % - 100 % Korelasi yang tinggi sekali (Surakhmad, 2004:302)

3.2.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Harian umum Galamedia Jl. Belakang Factory No. 2C Banceuy. Bandung, Jawa Barat. Telepon (022) 4210063/4205347.

3.2.6.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini berlangsung dan dilaksanakan oleh peneliti dengan menggunakan kurun waktu penelitian selama 6 (enam) bulan

terhitung mulai bulan Februari 2012 sampai Juli 2012, dengan *time schedule* waktu penelitian sebagai berikut :

Tabel 3.6
Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Bulan																							
		Februari				**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**	**2**	**3**	**4**
1.	**Pengajuan Judul**																								
2.	**Penulisan Bab I**																								
	Bimbingan																								
3.	**Penulisan Bab II**																								
	Bimbingan																								
4.	**Pengumpulan Data Lapan-gan**																								
5.	**Penulisan Bab III**																								
	Bimbingan																								
6.	**Seminar UP**																								
7	**Wawancara Penelitian**																								
8.	**Penulisan Bab IV**																								
	Bimbingan																								
9.	**Penulisan Bab V**																								
	Bimbingan																								
9.	**Penyusunan Keseluruhan Draft**																								
10.	**Sidang Skripsi**																								