BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

3.1.1 Sejarah Harian Umum Bandung Ekspres

Harian Umum Bandung Ekspres adalah media yang berada dibawah naungan Jawa Pos Group yang berpusat di Surabaya. Jawa pos merupakan salah satu group media besar dan memiliki sejarah yang cukup panjang dalam peresurat kabaran di Indonesia, sampai saat ini sebutan lainnya adalah ‘Raja’ surat kabar di Surabaya.

Jawa Pos Group didirikan oleh The Chung Sen seorang warga Indonesia kelahiran Bangka. Saat itu Jawa pos dikenal sebagai Harian Melayu Tionghoa. Karena pada tahun 1950-an Jawa Pos telah memiliki tiga surat kabar yang berbahasa Indonesia, Tionghoa, dan Belanda. Awalnya Jawa Pos lahir dengan nama Java Pos, kemudian berubah menjadi Djawa Pos, yang akhirnya berubah kembali menjadi Jawa Pos.

Menurunnya jumlah oplah hingga 7700 eksemplar pada tahun 1980-an, pengelolaan Jawa Pos diserahkan kepada Tempo pada tanggal 1 April 1982. Hal tersebut terjadi ketika Dahlan Iskan masih menjadi kepala biro di Tempo Surabaya.Namun selepas itu, Jawa Pos kembali bersinar. Grup ini terus melakukan ekspansi bisnisnya di nusantara. Hingga kini, Jawa Pos telah memiliki lebih dari seratus usaha penerbitan dan percetakan yang tersebar di seluruh pelosok Indonesia. Menurut Penanggung Jawab Redaksi Bandung Ekspres Makali Kumar, setiap usaha

penerbitan yang ada di dalam jaringan usaha Jawa Pos Group, dikelola oleh sebuah *holding company*.

Harian Umum Bandung Ekspres berdiri pada tanggal 7 Februari 2009. Harian Umum Bandung Ekspres dikelola oleh PT Wahana Semesta Merdeka, yang merupakan salah satu cabang usaha Jawa Pos Group di Jawa Barat. PT Wahana Semesta Merdeka membawahienam media cetak, antara lain Radar Tasikmalaya, Pasundan Ekspres, Radar Cirebon, Radar Banten, Baraya Post dan Bandung Ekspres itu sendiri.

Sementara Harian Umum Bandung Ekspres bukanlah anak perusahaan Jawa Pos Group pertama di Bandung Raya karena sejak 6 tahun lalu di wilayah Bandung Raya sudah ada Radar Bandung,yang juga merupakan usaha penerbitan di bawah naungan Jawa Pos Group. Selain dikelola oleh *holding company* yang berbeda, hal lain yang membedakan antara Radar Bandung dengan Bandung Ekspres adalah segmentasi pembacanya.

“Kalau segmentasi Bandung Ekspres lebih condong menyasar kalangan bisnis dan tingkat ekonomi menengah ke atas. Jadi berbeda dengan Radar Bandung. Persaingan di antara kedua media pun berjalan sehat,” ujar Cevi.

Dalam penyajian berita, Bandung Ekspres mencoba menyajikan berita-berita secara cepat, akurat, dan faktual. Selain itu Harian Umum Bandung Ekspres mencoba untuk menjadi media cetak/koran yang ekslusif, dengan menghadirkan atau menyajikan Rubrik Olahraga yaitu

MAUNG BANDUNG. Rubrik MAUNG BANDUNG menjadi rubrik unggulan di harian Umum Bandung Ekspres karena pada rubrik MAUNG BANDUNG terdapat 8 halaman yang menjadikan Harian Umum Bandung Ekspres sebagai Harian Pagi yang paling unggul dalam rubrik olahraga dibandingkan dengan Harian Pagi lainnya. Selain rubrik olahraga, Bandung Ekspres juga menyajikan rubrik seputar remaja yaitu rubrik EKSPRESI.

3.1.2 Sejarah Divisi Redaksi Harian Umum Bandung Ekspres

Dalam sebuah perusahaan yang bergerak di bidang penerbitan struktur atau yang berkaitan dengan kegiatan jurnalistik, divisi redaksi merupakan tulang punggung bagi perusahan surat kabar tersebut. Jika di ibaratkan sebagai organ tubuh manusia yang paling penting atau vital yaitu jantung. Perusahaan penerbitan surat kabar tidak akan pernah bisa menjalankan kegiatannya tanpa adanya redaksi karena divisi redaksi menjadi bagian yang menentukan kelangsungan hidup sebuah perusahaan surat kabar.

Terbentuknya divisi redaksi Harian Umum Bandung Ekspres berbarengan dengan berdirinya perusahaan ini yaitu pada tahun 2009. Keberadaan bagian redaksi khususnya pada jajaran redaksional Harian Umum Bandung Ekpres yang ada seperti sekarang ini, dimulai ketika Harian Umum Bandung Ekspres di miliki oleh manajemen dibawah naungan Group Jawa Pos.

Setelah berada di bawah naungan Jawa Pos, perusahaan ini bisa lebih maju dan dapat mengedepankan prinsip idealisme pers selaras terhadap upaya – upaya kearah komersil. Serta dapat menempatkan diri di hati para pembacanya khususnya di semua kalangan masyarakat.

Harian Umum Bandung Ekspres merupakan surat kabar yang terbit setiap hari, yang lebih mengkhususkan diri pada pemberitaan lokal yaitu kejadian yang terjadi di sekitar provinsi jawa barat saja. Sedangkan berita berita yang sifatnya Nasional hanya lebih bersifat untuk melengkapi. Sedangkan sasaran pembacanya ditujukan untuk semua lapisan masyarakat, dengan lebih menekankan / memfokuskan pada konsumen menengah dan bawah.

3.1.3 Profil perusahaan

3.1.3.1 Data Teknis

Nama Perusahaan : PT. Bandung Ekspres

Alamat Redaksi: Jl Soekarno HattaNo 627Bandung

Telephone : (022) 7302838/7311949

Fax : (022) 7316634

Jenis Usaha: Penerbitan dan surat kabar

Tahun Didirikan: 7 Februari 2009

Bentuk Perusahaan: Perseroan Terbatas

Penerbit : PT. Wahana Semesta Bandung Ekspres

Bahasa : Indonesia

Waktu Terbit : Pagi hari

Periode Terbit : 7x Seminggu, kecuali hari libur nasional.

Isi Berita : Lokal (75%), Nasional (20%), Internasional (5%)

Jumlah Halaman : 20 halaman

Kolom : 7 kolom, 43 mm per kolom

Bidang Cetak : 327 mm x 540 mm

Email : redaksi@bandungekspres.com

3.1.3.2 Data Sirkulasi

Peredaran Bandung Ekspres meliputi, Kota Bandung, Kab Bandung, Kota Cimahi, dan Kab. Bandung Barat. Dengan jumlah oplah sebesar 45.000 eks/harinya.

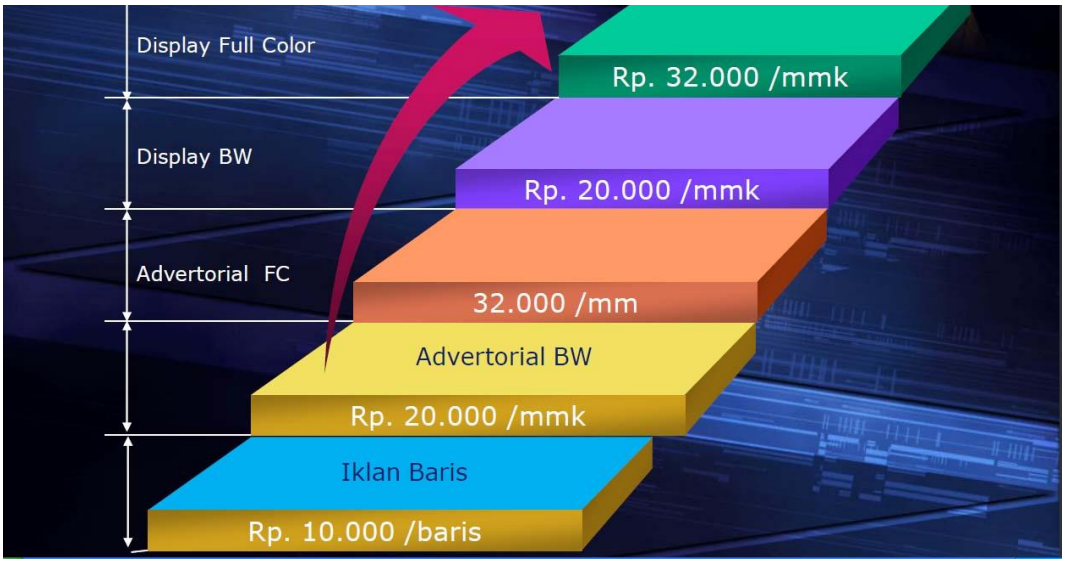
Gambar : 3.1
Distribusi koran ke wilayah



Sumber : Data Harian Umum Bandung Ekspres 2012

Gambar : 3.2

Harga Iklan Di Harian Umum Bandung Ekspres



Sumber : Data Harian Umum Bandung Ekspres 2012

3.1.3.3 Tiras

Tiras Harian Pagi Bandung Ekspres adalah 45.000 eksemplar. Jumlah itu didistribusikan di beberapa kota selain Bandung, antara lain :

1. Kota Bandung 40%
2. Kab. Bandung 18%
3. Kota Cimahi 23%
4. Kab. Bandung Barat 19%

+ Harga langganan Rp 27.000/bulan

+ Harga eceran Rp 1000

3.1.3.4 Profil Pembaca

a) Jenis Kelamin

Laki-laki 70%

Perempuan 30%

b) Usia

<19 Tahun 12%

20-19 Tahun 16 %

39. Tahun 27 %

40-49 Tahun 36%

>50 Tahun 9%

c) Pendidikan

Tamatan SMP 5%

Tamatan SMA 42%

Akademi 23%

Universitas 30%

d) Pekerjaan

Wiraswasta/Swasta

Pegawai Negeri/

BUMN/Mahasiswa/ 45%

Pelajar 35%

Ibu Rumah Tangga 15%

Lain-lain 5%

3.1.4 Logo Harian Umum Bandung Ekspres

Logo merupakan salah satu cara yang memungkinkan suatu perusahaan dikenal dan dibedakan dengan perusahaan lain. Logo diciptakan melalui suatu rancangan khusus yang meliputi segala hal yang khas atau unik berkenaan dengan perusahaan bersangkutan secara fisik, sehingga dapat mengingatkan khalayak akan perusahaan tertentu. Adapun desain logo Harian Umum Bandung Ekspres dapat dilihat pada gambar berikut :

Gambar 3.3

Logo Bandung Ekspres



Sumber : **(** *Harian Umum Bandung Ekspres, 2012* **)**

3.1.5 Motto Harian Umum Bandung Ekspres

Motto dari Harian Umum Bandung Ekspres sendiri adalah sportif, dinamis dan realistis yang tertera bersamaan pada Logo Harian Umum Bandung Ekspres.

3.1.6 Visi dan Misi Harian Umum Bandung Ekspres

3.1.6.1 Visi

Menjadi surat kabar yang bisa diterima oleh masyarakat khusunya masyarakat kota bandung.

3.1.6.2 Misi

1. Menjadi bacaan alternatif masyarakat bandung dan sekitarnya
2. Membuat angle berits kritis dan menarik
3. Menjadi bacaan *comunity newspaper*
4. Membuat lahan bisnis

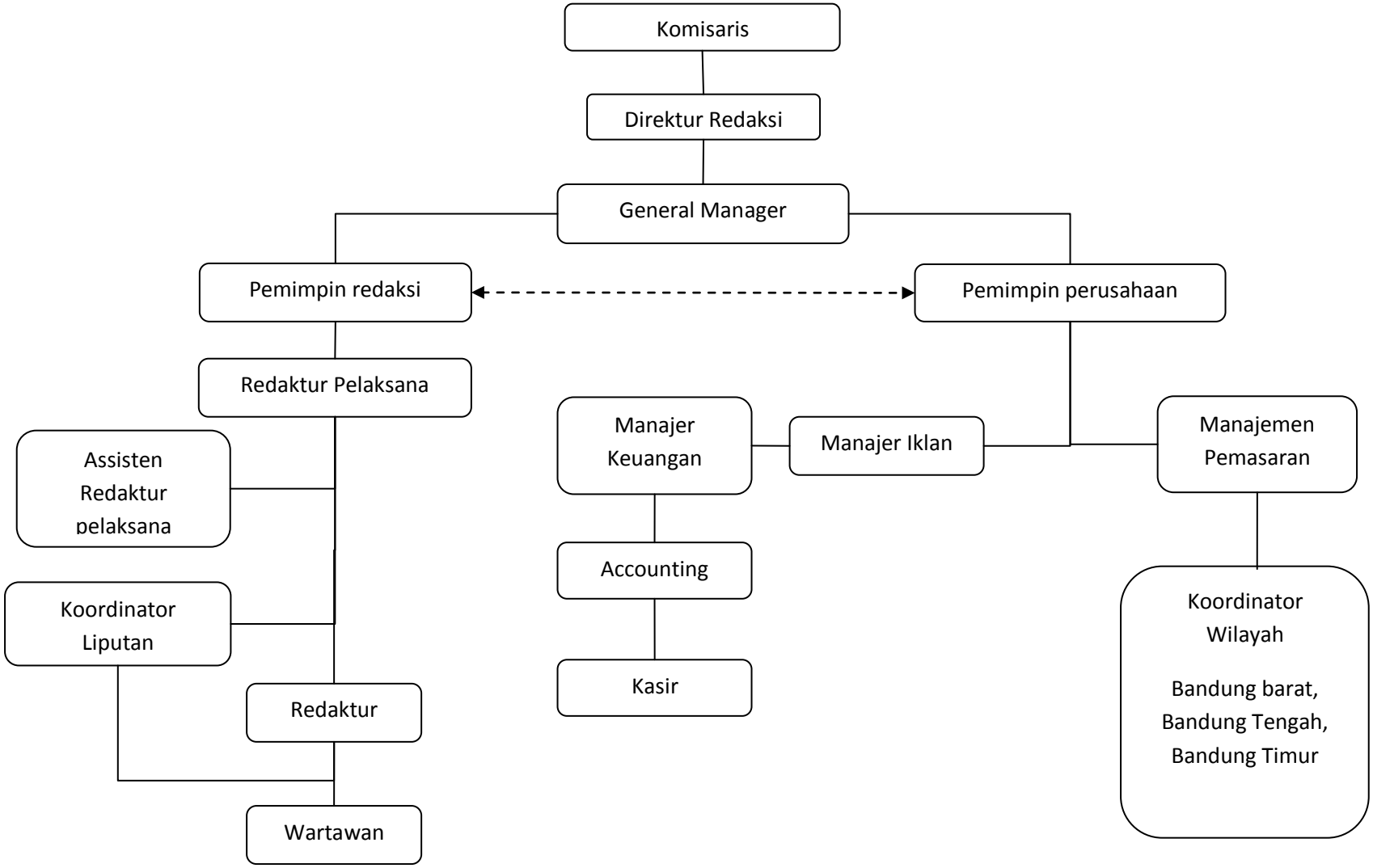
3.1.7 Struktur Organisasi Harian Umum Bandung Ekspres

Struktur tata kerja Harian Umum BandungEkspres tersusun secara vertikal, Yaitu Komisaris Utama membawahi Direktur Redaksi,General Managerdan masing-masing membawahi bidang-bidang lainnya

Berikut adalah bagan struktur dari Harian Pagi Bandung Ekspres :

Gambar 3.4

Struktur Organisasi



(Sumber : Data Harian Pagi Bandung Ekspres)

Keterangan Gambar / Struktur Perusahaan Harian Umum Bandung Ekspres adalah sebagai berikut :

Pelaksana Direksi	: H. Abdul Muis Masduki
Penanggung Jawab Redaksi	: Makali Kumar
Penasehat ahli	: H.Dahlan Iskan
Komisaris Utama	: H.Alwi Hamu
Komisaris	: Dwi Nurmawan
General Manager	: Eko Suprihatmoko
Direktur Utama	:H.Suparno
Direktur	: Yanto S Utomo.Priyo Susilo
Pimpinan Perusahaan	: Eko Suprihatmoko
Pimpinan Redaksi	: Gia Gusniar
Redaktur Pelaksana	:Nanang Sungkawa
	Handri Susan Budiman
Asisten Redaktur Pelaksana	: Daddy Mulyanto
Redaktur	: Nurholis Sutady
	Suryana
	Hanhan Husna Firmansyah
Reporter	: Arief Indra Dwisetyadi
	Oris Riswan Budiana
	Eriek Taopik
	Hendrik
	Dede Suherlan

	Adi Ginanjar Maulana
	Kiki Nurjaman
	Igun
	Idris Kusnandar
	Doni Ramdhani
	Hendrianto Atan
Pracetak	: Evi Herminati(koordinator)
	Jajang Gunawan
	Tian Rustiana
	Sunandar
	Ahmad Sulaeman
	Harry Santosa
Iklan	: Sofyan
Account Executive	: Muhammad Rohim
	Iman Firmansyah
	Aris
	Rizky Trimulya
	Firman
Manager Pemasaran	:Edi Sutiyo
Pemasaran	:Sofiyan Soemantri

Ismail Fikri

Dudi Kusmayudi

Ana Wiguna

Manager Event & Promosi : Rahmat Kartolo

3.1.8 *Job Description*

Job description harian Bandung Ekspres bertujuan untuk mengembangkan dan membina hubungan kerja secara rutin dengan sesama jurnalisdi lapangan, dimana seorang jurnalis dituntut untuk membaur dan tidak pandang bulu, kemudian memperbanyak relasi agar mendapat pengetahuan yang lebih berguna, baik dengan Pemimpin Redaksi maupun dengan General Redaksi.

Direktur utama bertanggung jawab atas perusahaan agar dapat tercapainya sasaran dan tujuan perusahaan. Selain itu juga berperan untuk mengawasi Direksi perusahaan dalam mencapai kinerja dalam *business plan* dan memberikan nasehat kepada Direksi mengenai penyimpangan pengelolaan usaha yang tidak sesuai dengan arah yang ingin dituju.

Di bawah ini adalah *job description*Harian Umum Bandung Ekspres, diantaranya :

a) Redaksi

Redaksi adalah pemimpin tertinggi perusahaan dimana Redaksi berperan penting dalam memegang kebijakan perusahaan.

b) General Manager

General Manager adalah penanggung jawab yang menangani langsung operasional perusahaan, dimana General Manager bertanggung jawab kepada Direksi dan mempunyai tugas sebagai pelaksana harian dan bertanggung jawab atas apa yang terjadi pada setiap harinya dan mengontrol serta mengorganisasi mengenai staf keseluruhan perusahaan dan mengatur, membina, mengawasi pelaksanaan kinerja harian ke arah kinerja terbaik untuk mencapai target perusahaan.

c) PemimpinRedaksi

Sebagai pemimpin tertinggi pada divisi redaksi, peran pemimpin Redaksi bertanggung jawab terhadap segala macam kebijakan, manajemen, sertakegiatan Redaksi. Pemimpin Redaksi bertanggung jawab penuh atas keluarnya satu produk atau berita untuk naik cetak menjadi sebuah surat kabar. Menjalankan kebijakan redaksional sebagai institusi sosial dan bisnis yaitu menyebarluaska ninformasi secara jujur, melakukan control sosial, menyalurkan aspirasi masyarakat dan berperan sebagai media

komunikasi yang mempunyai nilai jual sesuai dengan dasar dan Anggaran Rumah Tangga Perusahaan (ARTP).

d) Redaktur Pelaksana

Adapun tugas dari Redaktur Pelaksana adalah mengkondisikan reporter dan memperhatikan isi dan pewajahan halaman, bertanggung jawab pada halaman yang dipegangnya,membantu Pemimpin Redaksi menjalankan kebijakan redaksional dan merumuskan program perusahaan yang berkaitan dengan bidang redaksi serta melaksanakannya dengan penuh tanggung jawab.

e) Asisten Redaktur

Bertugas membantu Redaktur mengkondisikan reporter dan memperhatikan isi dan pewajahan halaman. Bertanggung jawab pada halaman yang dipegangnya.Membantu Pemimpin Redaksi menjalankan kebijakan redaksional dan merumuskan program perusahaan yang berkaitan dengan bidang redaksi serta melaksanakannya dengan penuh tanggung jawa.

f) Wartawan

Bertugas meliput berita, membuat tulisan sekaligus foto. Bertanggung jawab pada Redaktur halaman masing-masing. Wartawan juga bertugas untuk mencari sebuah kebenaran berita yang telah ditentukan oleh koordinator liputan tanpa terkecuali mendapatkan berita yang diluar perintah koordinator liputan.

g) Komisaris

Tugas Komisaris ialah bertanggung jawab atas perusaahaan terhadap tercapainya sasaran dan tujuan perusahaan. Selain itu juga berperan untuk mengawasi Direksi perusahaan dalam mencapai kinerja dalam business plan dan memberikan nasehat kepada Direksi mengenai penyimpangan pengelolaan usaha yang tidak sesuai dengan arah yang ingin dituju oleh perusahaan. Juga memantau penerapan dan Korlip (Koordinator liputan) bertugas mengontrol dan memberikan informasi kepada para wartawan untuk setiap peliputannya.

h) Pemimpin Perusahaan

Bertanggung jawab kepada General Manager. Tugasnya ialah membuat perencanaan bidang usaha harian Surat Kabar Bandung Ekspres sesuai dengan rencana umum perusahaan. serta mengatur, membina, mengawasi pelaksanaannya ke arah kinerja terbaik untuk mencapai target perusahaan.

i) Manager Keuangan

Bertanggung jawab mengurus data-data tentang keuangan dari hasil pemasaran Harian Umum Bandung Ekspres.

j) AE (*Account Executive*)

Menjual sebanyak – banyaknya jasa pemasangan iklan di Harian Umum Bandung Ekspres kepada perusahaan, instansi

pemerintah, swasta dan masyarakat luas sesuai kinerja terbaik untuk mencapai target yang di tetapkan perusahaan.

k) Kasir

Bertanggung jawab untuk menerima, menyimpan dan mengeluarkan uang perusahaan berdasarkan prosedur dan dokumen yang sah.

l) Manajer Iklan

Bertanggung jawab dalam mengurus periklanan, yaitu mengadakan Order Transaksi Iklan (OTI), Booking space, Dummy Iklan, Forum Disposisi Diskon, Pengiriman Bukti iklan, Manajer Iklan juga bertugas dan bertanggung jawab terhadap persetujuan periklanan yang akan dimuat.

m) Manajer Pemasaran

Manajer Pemasaran Merencanakan, mengatur, mengkoordinasikan, mengendalikan serta mengambil keputusan dalam pelaksanaan tugas dan tanggung jawab pada departemen pemasaran ke arah kinerja terbaik untuk mencapai target yang ditetapkan perusahaan. Mengelola departemen pemasaran secara professional sehingga dapat memberikan kontribusi pada tercapainya sasaran-sasaran perusahaan dengan mempertahankan dan meningkatkan volume penjualan hasil produksi, sesuai dengan AD/ART perusahaan. Bertanggung jawab ataspemasaran Harian Umum Bandung Ekspres.

n) Koordinator Wilayah Pemasaran

Bertanggung jawab dalam mengurus pemasaran Harian Umum Bandung Ekspres ditiap wilayah yaitu wilayah Kabupaten Bandung Barat, Bandung Timur, Bandung Tengah dan kota Cimahi. yang kemudian hasil penjualan HarianUmum Bandung Ekspres dilaporkan pada manajer pemasaran.

o) Pracetak

Aktivitas yang berhubungan dengan persiapan pekerjaan mencetak. Menyiapkan layout sebelum berita dicetak agar berita tersebut bisa dicetak dengan tampilan yang baik.

3.2 Metode Penelitian

Agar penelitian dapat dilaksanakan sesuai dengan sistematika penulisan akademis yang sesuai maka penulis menjelaskan bagaimana bentuk dan cara penulis melakukan penelitian. Ini ditujukan agar susunan karya ini lebih mudah dipahami. Untuk itu berikut adalah penjelasannya mulai dari desain penelitian sampai cara menarik kesimpulannya.

3.2.1 Desain Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara strategi menyeluruh untuk menemukan atau memperoleh data yang diperlukan (Soehartono, 2004:9). Prosedur ini dilakukan dalam upaya mendapatkan data ataupun informasi untuk memperoleh jawaban atas permasalahan

penelitian. Penentuan tahapan, berikut teknik yang digunakan harus mencerminkan relevansi dengan fenomena penelitian.

> "Riset kualitatif mengandung pengertian adanya upaya penggalian dan pemahaman pemaknaan terhadap apa yang terjadi pada berbagai individu atau kelompok, yang berasal dari persoalan sosial atau kemanusiaan" Sedangkan menurut Martini (1994:174). Penelitian kualitatif adalah penelitian yang memiliki karakteristik, penelitian yang sewajarnya atau sebagaimana adanya *(naturalistic setting)*, dengan tidak mengubah data dalam bentuk simbol atau bilangan. Dari penjelasan defenisi kualitatif diatas maka penulis menggunakan metode *kualitatif* pada penelitian ini.

Penelitian ini termasuk dalam penelitian studi ekonomi-politik media. Ekonomi-politik sendiri sebagai disiplin ilmu berkembang sejak abad 18 terutama sebagai respon terhadap akselerasi kapitalisme. Ekonomi-politik kritis adalah varian studi-ekonomi yang mencoba bersikap kritis terhadap proses-proses liberalisasi, dengan mengedepankan aspek-aspek moral dan etika sosial (Sudibyo, 2004:6). Dalam studi media, determinasi ekonomi mewujud dalam perspektif yang melihat media semata-mata sebagai *capitalist venture*. Fungsi-fungsi ideologi dibalik beroperasinya sebuah media hanya dilihat sebagai faktor sekunder (Oscar H. Gandy Jr:87-106 dalam Sudibyo, 2004:6). Pendekatan studi ekonomi-politik media yang digunakan dalam penelitian

sesuai dengan karakteristik yang dirumuskan Vincent Mosco yaitu; perubahan sosial dan sejarah (*social change and history*), kehidupan sosial secara holistik (*social totality*), filsafat moral (*moral philosophy*), dan praksis (*praxis*). Pendekatan ini digunakan agar dapat melihat secara komprehensif permasalahan yang sedang diteliti dan mampu menyediakan data secara lebih terperinci.

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah sebagai berikut :

a. Wawancara Mendalam

Wawancara adalah tanya jawab atau percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu, untuk mencari, mengumpulkan data, informasi, opini persepsi, wawancara dilakukan kepada wartawan Harian Umum Bandung Ekspres.

b. Studi Pustaka

Pengumpulan data sekunder pengamatan melalui studi pada bahan-bahan kajian tertulis. Peneliti melakukan studi kepustakaan dengan cara mempelajari dan mengumpulkan data berupa informasi yang terdapat pada buku-buku teks, catatan kuliah, ataupun skripsi dengan tema yang berkaitan dengan judul penelitian ini.

c. Internet Searching atau Penelusuran Data Online

Untuk menghasilkan data yang lebih maskimal, peneliti juga memanfatkan dunia maya (internet) dalam mengumpulkan data-data yang diperlukan untuk penelitian ini.

Metode penelusuran data online adalah tata cara melakukan penelusuran data melalui media online seperti internet atau media jaringan lainnya yang menyediakan fasilitas online, sehingga memungkinkan peneliti dapat memanfaatkan data-informasi online yang berupa data maupun informasi teori, secepat atau semudah mungkin, dan dapat dipertanggung jawabkan secara akademis. (Bungin, 2005:148)

d. Observasi reaserch

Dalam konteks ilmu komunikasi, penelitian dengan metode pengamatan atau observasi (observation reaserch) biasanya dilakukan untuk melacak sistematis dan langsung gejala-gejala komunikasi terkait dengan persoalan-persoalan sosial, politis, dan kultur masyarakat. (Pawito, 2007:111). Ada dua macam teknik Observasi menurut Pawito (2007:114-116) yaitu a) observasi dengan ikut terlibat (participant observation) dan b) observasi dengan tidak ikut terlibat (nonparticipant observation). Pada penelitian ini penulis menggunakan nonparticipant observation. Penulis memilih teknik observasi ini karena penulis tetap ingin

berada pada posisi peneliti untuk dapat memberi batasan antara objek penelitian dengan penulis.

3.2.3 Teknik Penentuan Informan

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah dengan menggunakan purposif sampling dalam memilih sampel. Purposif sampling adalah teknik tertentu mewakili statistik, tingkat signifikansi, dan prosedur penguji hipotesis, tidak berlaku bagi rancangan sampling non probabilitas. (Rakhmat, 2005 : 81).

Maka dari itu Jumlah informan tidak di tetapkan dari awal, dan pencarian informan dihentikan ketika data yang di dapat bias. Sampel yang diambil dalam penelitian ini disesuaikan dengan kebutuhan peneliti yaitu berjumlah 4 orang dengan alasan keempat karyawan yang dijadikan informan sudah lama bekerja di Harian Umum Bandung Ekspres dan merupakan Karyawan senior dari Harian Umum Bandung Ekspres.

Tabel 3.1 Data informan

No	Nama	Jabatan	Lama Bekerja
1	Gia gusniar	Pemimpin Redaksi	8
2	Muhammad Rohim	Account Executive	1
4	Hendrik	Wartawan dan Redaktur	3
5	Iman Firmansyah	Account Executive	7

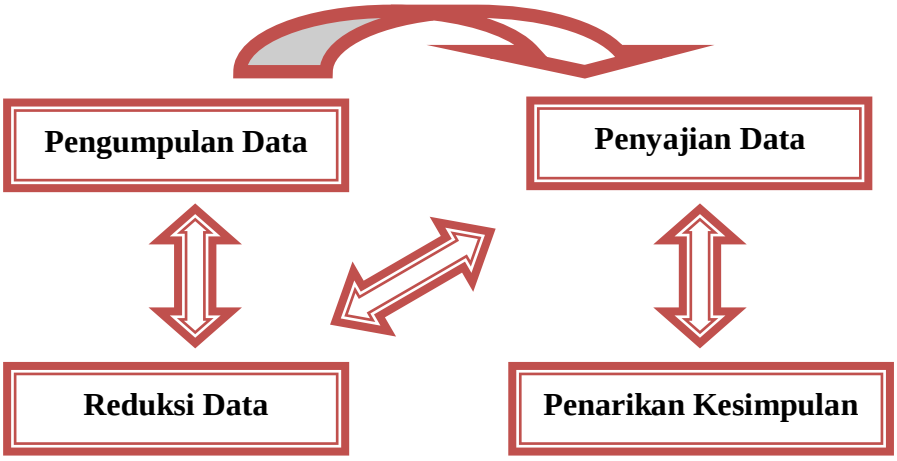
Sumber : Data Harian Umum Bandung Ekspres 2012

3.2.4 Teknik analisa Data

Analisis data menurut Patton (dalam Moleong, 2002:130) merupakan proses mengatur urutan data, kemudian mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan urutan dasar. Sedangkan, dalam suatu penelitian kualitatif, analisis data dilakukan sepanjang penelitian berlangsung, yang dilakukan melalui deskripsi data penelitian, penelaahan tema-tema yang ada, serta penonjolan-penonjolan pada tema-tema tertentu.

Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik analisa data dari Miles dan Huberman yaitu *interactive mode.* Pada teknik analisa data ini terdiri tiga komponen yaitu reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan serta pengujian kesimpulan (*drawing and verifying conclusions*) (Punch, 1998:202-204 dalam Pawito, 2007:104).

Gambar 3.5
Komponen-Komponen Analisis data : Model Interaktif



Sumber : Milles dan Huberman (1992 : 20)

Data yang diperoleh dari lapangan dilakukan analisis melalui tahap-tahap sebagai berikut:

1. Reduksi Data (*Data reduction)* :

Kategorisasi dan mereduksi data, yaitu melakukan pengumpulan terhadap informasi penting yang terkait dengan masalah penelitian, selanjutnya data dikelompokkan sesuai topik masalah.

2. Pengumpulan Data (*Data collection)*:

Data yang dikelompokkan selanjutnya disusun dalam bentuk narasi-narasi, sehingga berbentuk rangkaian informasi yang bermakna sesuai dengan masalah penelitian.

3. Penyajian Data (*Data Display*):

Melakukan interpretasi data yaitu menginterpretasikan apa yang telah diinterpretasikan informan terhadap masalah yang diteliti.

4. Penarikan Simpulan (*Conclusion Drawing/verification*):

Pengambilan kesimpulan berdasarkan susunan narasi yang telah disusun pada tahap ketiga, sehingga dapat memberi jawaban atas masalah penelitian.

5. Evaluasi (*Evaluation* **)**:

Melakukan verifikasi hasil analisis data dengan informan, yang didasarkan pada kesimpulan tahap keempat. Tahap ini dimaksudkan untuk menghindari kesalahan interpretasi dari hasil wawancara dengan sejumlah informan yang dapat mengaburkan makna persoalan sebenarnya dari fokus penelitian.

Tahapan-tahapan dalam analisis data di atas merupakan bagaian yang tidak saling terpisahkan, sehingga saling berhubungan anatara tahapan yang satu dengan tahapan yang lainnya. Analisis dilakukan secara bertahap (kontinyu) dari awal sampai akhir penelitian.

3.2.5 Uji Keabsahan Data

3.2.5.1 Triangulasi

Triangulation is qualitative cross-validation. It assesses the sufficiency of the data according to the convergence of multiple data sources or mutltiple data collection procedures (William Wiersma, 1986 dalam Sugiyono, 2007:125). Triangulasi dalam pengujian

kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu.

1. Triangulasi Sumber

   Triangulasi Sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara engecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Kemudian dideskripsikan, dikategorisasikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan mana yang spesifik. Data yang telah dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan (*member check)* dengan sumber data tersebut.

2. Triangulasi teknik

   Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Apabila menghasilkan data yang berbeda-beda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain, untuk memastikan data mana yang dianggap benar. Atau mungkin semuanya benar, karena sudut pandangnya berbedabeda.

3. Triangulasi Waktu

   Waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat sumber masih segar, belum banyak masalah, akan memberikan data

yang valid sehingga lebih kredibel. Untuk itu bisa dilakukan pengecekan ulang dengan waktu yang berbeda sehingga sampai ditemukan kepastian datanya.

3.2.5.2 Member Chek

Member Check adalah, proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data. Tujuan *member check* adalah mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi data. Apabila data yang ditemukan disepakati oleh para pemberi data berarti datanya tersebut valid, sehingga semakin kredibel/dipercaya, tetapi apabila data yang ditemukan peneliti dengan berbagai penafsirannya tidak disepakati oleh pemberi data, maka peneliti perlu melakukan diskusi dengan pemberi data, dan apabila perbedaannya tajam, maka peneliti harus merubah temuannya, dan harus menyesuaikan dengan apa yang diberikan oleh pemberi data. Jadi tujuan *member check* adalah agar informasi yang diperoleh dan akan digunakan dalam penulisan laporan sesuai dengan apa yang dimaksud sumber data atau informan (Sugiyono, 2007:129).

3.2.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakssanakan di Gedung Harian Umum Bandung Ekspres. Jl. Soekarno Hatta No.627 Bandung.

3.2.6.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini berlangsung dan dilaksanakan oleh peneliti dengan menggunakan kurun waktu penelitian 6 (enam) bulan terhitung mulai bulan September 2012 sampai Februari 2013, dengan waktu penelitian sebagai berikut :

Tabel 3.2

Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Bulan																							
		September				Oktober				November				Desmber				Januari				Februari			
		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 Lapangan																								
5.	Penulisan Bab III																								
	Bimbingan																								
6.	Seminar UP																								
7.	Penulisan Bab IV																								
	Bimbingan																								
8.	Penulisan Bab V																								
	Bimbingan																								
9.	Penyusunan Keseluruhan Draft																								
10.	Sidang Skripsi																								