

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Televisi merupakan sebuah sarana informasi dan hiburan bagi masyarakat. Hampir di setiap rumah penduduk memiliki pesawat televisi. Televisi seakan menjadi kebutuhan pokok yang harus dipenuhi. Biasanya masyarakat mengisi waktu luangnya dengan menonton televisi bersama keluarga. Banyak sekali program acara televisi yang disuguhkan, dari pagi hingga malam hari. Melalui pesawat televisi kita bisa memperoleh berita informasi serta hiburan yang sesuai dengan kebutuhan. Menurut Subroto (1994:1-2) Televisi sebagai salah satu alat yang merupakan bagian dari suatu sistem yang besar, sehingga meskipun televisi merupakan kotak hitam yang ajaib, tetapi apabila gelombang *elektromagnetik* dari suatu pemancar televisi, berhubungan langsung dengan televisi tadi yang telah ditekan tombolnya, maka dengan serta merta akan berubah ke arah fungsi sebenarnya, dimana kita dapat menikmati acara yang ditayangkan dari stasiun penyiaran yang bersangkutan.

Masing-masing stasiun televisi menyuguhkan beraneka ragam program acara televisi. Mulai dari informasi berita, acara *reality show*, *variety show*, sinetron, hingga acara musik bisa kita lihat di televisi. Oleh karena itu setiap stasiun televisi menyuguhkan program acara yang menarik untuk dapat menarik hati pemirsa televisi.

Pada perkembangannya tentang penyiaran televisi, pemerintah kemudian mengatur dengan mengeluarkan UU No. 32 tahun 2002 agar arus informasi dan hiburan seimbang. Peran televisi lokal juga dibutuhkan oleh sebagian masyarakat untuk memperoleh informasi dan hiburan yang bersifat lokal. Informasi berita tentang keadaan dan perkembangan apa saja yang terjadi di Daerah akan bisa dinikmati lewat televisi lokal, begitu juga dengan hiburan yang memuat budaya lokal akan ditampilkan di televisi lokal. Setelah adanya UU tersebut, maka stasiun-stasiun televisi lokal pun bermunculan.

Stasiun Televisi lokal memuat materi program acara televisi yang bersifat lokal atau kedaerahan. Program acaranya juga menyesuaikan tentang keadaan masyarakat lokal, kebudayaan daerah, dan perkembangan yang terjadi di daerah tersebut. Salah satu televisi lokal yang ada di Jogjakarta adalah Jogja TV.

Jogja TV yang berlokasi di Jl. Wonosari Km. 9 merupakan televisi lokal pertama yang berdiri di Yogyakarta. Diresmikan oleh Sri Sultan HB X pada tanggal 17 September 2004. PT Yogyakarta Tugu Televisi juga merupakan TV yang memiliki 3 pilar utama yaitu pendidikan, budaya, dan pariwisata sehingga diharapkan mampu memberikan informasi, hiburan, dan kontrol sosial terhadap masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya (Sumber dokumentasi Jogja TV).

Program acara yang ada di Jogja TV cukup bervariasi. Terdapat berbagai macam program acara berita informasi dan hiburan. Salah satu program acara yang menarik dalam mata acara di Jogja TV adalah program acara Langenswara, dimana program ini merupakan perpaduan

antara hiburan dan informasi. Program acara Langenswara dimulai pada tahun 2008 hingga sekarang. Jadi sudah tiga tahun program acara ini berjalan.

Langenswara merupakan sebuah program acara televisi di Jogja TV yang menampilkan program musik *live* yang merupakan kombinasi pemutaran video klip campursari dan *talkshow*. Selain itu, Langenswara juga menyuguhkan *insert* berita dan informasi. Langenswara sendiri ditayangkan setiap hari Senin-Sabtu pada pukul 09.30-10.30 WIB. Menurut Andi Wicaksono, latar belakang dibuatnya program acara Langenswara adalah:

“Keinginan untuk menyuguhkan suatu hiburan kepada masyarakat. Tetapi tidak hanya hiburan semata, melainkan ada beberapa hal yang ingin disampaikan seperti tentang informasi, berbagai *sharing* pemikiran, dan *sharing* pengetahuan. Makna kata dari Langenswara adalah “Langen” berarti senang, sedangkan “Swara” berarti suara. Jadi makna dari Langenswara adalah senang dengan suara. Makanya didalam program acara Langenswara itu sendiri, muatan musiknya tidak hanya berupa campursari, melainkan ada beberapa aliran musik seperti Pop Jawa, Banyumasan dan *Congdut*. Jadi ada beragam musik yang ditampilkan di acara Langenswara” (wawancara dengan Andi Wicaksono, Penanggung Jawab acara Langenswara pada tanggal 21 Februari 2011).

Acara Langenswara merupakan perpaduan dan kombinasi antara hiburan dengan informasi berita. Hiburan yang ditampilkan merupakan sebuah musik campursari dan berbagai aliran musik lainnya yang berbau etnik. Biasanya diputar beberapa video klip dan kadang juga ada *live performance* musik. Sedangkan informasi berita yang ditampilkan mengenai perkembangan apa saja dan informasi terhangat yang terjadi di

wilayah Yogyakarta dan sekitarnya. Selain itu juga menyuguhkan berita informasi yang menarik dan mempunyai manfaat banyak bagi pemirsa. Biasanya dalam acara Langenswara juga mendatangkan narasumber. Narasumber akan berbagi cerita dan informasi kepada pemirsa televisi. Jadi perpaduan antara hiburan dan informasi merupakan ciri khas dari acara Langenswara.

Berjalannya program acara Langenswara selama tiga tahun, membuat tim produksi harus bekerja keras untuk mempertahankan program ini supaya terus ditonton pemirsa televisi. Diperlukan inovasi dan sentuhan-sentuhan baru agar pemirsa televisi tidak bosan untuk melihat acara Langenswara. Berbagai strategi kreatif dijalankan oleh tim kreatif agar acara terus berjalan dan diminati pemirsa. Diantaranya dengan menampilkan video klip yang merupakan lagu-lagu top 40 yang lagi *ngetrend*, selain itu *insert* berita yang disuguhkan beraneka ragam sehingga pemirsa Jogja TV tetap *fresh* dalam mengikuti program acara Langenswara.

Dalam acara Langenswara, terdapat *host* yang memandu jalannya acara. *Host* yang membawakan acara Langenswara juga dibuat bergantian supaya pemirsa televisi tidak bosan melihatnya. Pemirsa televisi juga bisa langsung telepon interaktif dan ikut berpartisipasi dalam acara Langenswara. Biasanya pemirsa televisi kirim-kirim salam untuk keluarganya, berbincang-bincang dengan *host* serta *request* lagu. Dengan

adanya telepon interaktif ini, maka diharapkan pemirsa Jogja TV untuk selalu mengikuti acara Langenswara.

Pemirsa televisi akan loyal pada sebuah program acara televisi jika acara tersebut mempunyai nilai dan manfaat bagi pemirsanya. Selain itu materi yang menarik akan membuat pemirsa setia menonton pada salah satu program acara televisi. Loyalitas pemirsa Jogja TV dalam acara Langenswara bisa dilihat dari adanya telepon interaktif yang masuk dalam setiap acara Langenswara. Beberapa penelpon interaktif yang masuk merupakan dengan orang yang sama, *host* yang membawakan acara juga sampai hafal dengan beberapa suara penelpon yang masuk karena penelpon tersebut hampir setiap harinya mengikuti dan berpartisipasi dalam acara Langenswara. Peran *host* disini juga menjadi salah satu daya tarik oleh penelpon untuk ikut berpartisipasi dalam acara Langenswara.

Acara Langenswara terbagi menjadi empat segmen, tetapi hanya tiga segmen yang diberikan untuk telepon interaktif. Setiap segmennya diberi kesempatan untuk dua sampai tiga penelpon interaktif. Jadi total penelpon interaktif yang masuk disetiap acara Langenswara sekitar Sembilan penelpon.

Setiap hari Sabtu, tampilan Langenswara berbeda dengan hari biasanya. Pada hari Sabtu, Langenswara menawarkan kepada masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya untuk ikut andil dalam acara Langenswara yaitu dengan ikut tampil atau *perform* mengisi acara Langenswara. Jadi pada khusus hari Sabtu, tampilan Langenswara *full* musik *live* dari pemirsa

yang ingin tampil. Hal ini akan menarik untuk masyarakat yang ingin tampil dalam acara Langenswara karena bisa sebagai ajang untuk mempromosikan diri.

Langenswara merupakan salah satu program andalan yang ada di Jogja TV, Hal ini terlihat dari penayangan acara Langenswara yang dihadirkan mulai hari senin sampai dengan hari sabtu. Jadi seminggu ada enam tayangan yang disuguhkan kepada pemirsa Jogja TV. Dengan demikian diharapkan acara Langenswara akan mampu mempunyai sisi manfaat dan hiburan bagi pemirsa televisi.

Persaingan program acara televisi yang sangat ketat antara stasiun televisi satu dengan stasiun televisi lainnya, membuat setiap program acaranya juga harus mempunyai kelebihan dan keunggulan untuk bisa mempertahankan pemirsa televisi agar tetap setia dan loyal pada suatu program acara. Hal yang menarik dari program acara Langenswara adalah perpaduan antara unsur hiburan serta informasi yang disuguhkan. Perpaduan hiburan dan informasi yang membedakan acara Langenswara dengan acara lainnya, oleh karena itu dari latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang bagaimana strategi kreatif yang diterapkan pada program acara Langenswara. Pemirsa televisi memerlukan sebuah acara televisi yang menarik, oleh karena itu setiap stasiun televisi melakukan berbagai strategi kreatif untuk mempertahankan program acara televisi.

### **A. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang di atas dapat ditarik suatu rumusan masalah penelitian sebagai berikut, “Bagaimana strategi kreatif program acara Langenswara di Jogja TV”?

### **B. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mendeskripsikan atau mengetahui strategi kreatif program acara Langenswara di Jogja TV.
2. Untuk mengetahui faktor penghambat dan pendukung dalam pelaksanaan strategi kreatif Jogja TV dalam program acara Langenswara.

### **C. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat untuk mahasiswa itu sendiri, instansi yang terkait, tim kreatif, masyarakat, dan pemirsa televisi antara lain:

1. Manfaat praktis penelitian
  - a. Menambah pengetahuan tentang strategi kreatif program acara Langenswara di Jogja TV.
  - b. Dapat digunakan oleh Jogja TV untuk mengevaluasi bagaimana strategi kreatif yang telah dilaksanakan oleh Tim Kreatif Langenswara untuk menjadi lebih menarik.
  - c. Memberi wawasan dan informasi bagi masyarakat umum.

2. Manfaat teoritis penelitian
  - a. Memperkaya kajian tentang teori komunikasi khususnya tentang bagaimana strategi kreatif diterapkan dalam setiap program acara televisi.
  - b. Mempelajari lebih dalam tentang strategi kreatif program acara televisi.

#### **D. Kerangka Teori**

##### **1. Strategi Kreatif Program Acara Televisi**

Strategi dan Kreativitas dalam menciptakan sebuah program acara televisi merupakan syarat utama untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat. Apabila program acara televisi ingin selalu diminati oleh pemirsa, maka diperlukan ide-ide yang kreatif untuk menunjang penciptaan sebuah program acara. kreatifitas akan membuat sebuah program acara televisi terlihat menarik dan pemirsa televisi juga akan menikmati program acara tersebut.

Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani, yang berarti “kepemimpinan” (*leadership*). Secara singkat dapat dinyatakan bahwa: “strategi adalah keseluruhan tindakan-tindakan yang ditempuh oleh sebuah organisasi untuk mencapai sasaran-sasarannya” (Winardi, 1989:46). Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk



mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Effendi, 1986:97).

JL. Thompson mendefinisikan strategi sebagai cara untuk mencapai sebuah hasil akhir: ‘hasil akhir menyangkut tujuan dan sasaran organisasi. Ada strategi yang luas untuk keseluruhan organisasi dan strategi kompetitif untuk masing-masing aktivitas. Sementara itu, strategi fungsional mendorong secara langsung strategi kompetitif’. Bennett menggambarkan strategi sebagai ‘arah yang dipilih organisasi untuk diikuti dalam mencapai misinya’. Mintzberg menawarkan lima kegunaan dari kata strategi, yaitu:

- a. Sebuah rencana – suatu arah tindakan yang diinginkan secara sadar;
- b. Sebuah cara – suatu manuver spesifik yang dimaksudkan untuk mengecoh lawan atau kompetitor;
- c. Sebuah pola – dalam suatu rangkaian tindakan;
- d. Sebuah posisi – suatu cara menempatkan organisasi dalam sebuah lingkungan;
- e. Sebuah perspektif – suatu cara yang terintegrasi dalam memandang dunia (Oliver, 2007:2).

Beberapa stasiun televisi mempunyai tujuan yang sama yaitu menjadi stasiun televisi terbaik. Tetapi untuk memperoleh tujuan tersebut, masing-masing stasiun televisi menggunakan cara dan

strategi yang berbeda. Sebuah program acara televisi juga mempunyai tujuan yaitu dengan *rating* dan *share* kepemirsaaan yang tinggi. Apabila semua tujuan itu ingin tercapai, maka kreatifitas dalam menentukan strategi sangat menentukan. Strategi merupakan sebuah rencana dan taktik yang dilakukan oleh organisasi untuk mendapatkan tujuan. Apabila strategi diterapkan dengan baik, hasil yang didapat juga akan memuaskan. Strategi yang baik lahir melalui proses pemikiran yang kreatif.

Menurut James C. Coleman dan Coustance L. Hammen (1974:452), berpikir kreatif adalah "*thinking which produces new methods, new concepts, new understandings, new inventions, new work art.*" Berpikir kreatif diperlukan mulai dari komunikator yang harus mendesain pesannya, insinyur yang harus merancang bangunan, ahli iklan yang harus menata pesan verbal dan pesan grafis, sampai pada pemimpin masyarakat yang harus memberikan perspektif baru dalam mengatasi masalah sosial (Rakhmat, 2005:74). Orang kreatif adalah para professional yang bertanggung jawab terhadap pekerjaan kreatif. Mereka biasa dikenal antara lain sebagai pengarah kreatif, penulis naskah, pengarah seni atau produser (Kasali, 1992:80).

Sedangkan menurut MacKinnon (1962:485), Berpikir kreatif harus memenuhi tiga syarat. Pertama, kreativitas melibatkan respons atau gagasan yang baru, atau yang secara statistik sangat jarang terjadi. Tetapi kebaruan saja tidak cukup. Anda dapat mengatasi kepadatan

penduduk di kota dengan membangun rumah-rumah dibawah tanah. Ini baru, tetapi sukar dilaksanakan. Syarat kedua kreativitas ialah dapat memecahkan persoalan secara realistik. Ketiga kreativitas merupakan usaha untuk mempertahankan *insight* yang orisinal, menilai dan mengembangkannya sebaik mungkin.

Setiap orang mempunyai sisi kreatifitas yang berbeda-beda. Masing-masing mempunyai kelebihan dalam bidang yang ditekuninya. Orang kreatif akan menghasilkan ide-ide baru. Ide tersebut juga bisa digunakan untuk mengatasi sebuah permasalahan dan mengembangkan sebuah organisasi atau perusahaan kearah yang lebih maju.

Menurut Coleman dan Hammen (dalam Rakhmat 1995:77), Ada beberapa faktor yang secara umum menandai orang-orang kreatif :

a. Kemampuan kognitif

Termasuk disini kecerdasan diatas rata-rata, kemampuan melahirkan gagasan-gagasan baru, gagasan-gagasan yang berlainan, dan fleksibilitas kognitif.

b. Sikap yang terbuka

Orang kreatif mempersiapkan dirinya menerima stimulasi internal dan eksternal, dan juga memiliki minat yang beragam dan luas.

- c. Sikap yang bebas, otonom, dan percaya pada diri sendiri.

Orang kreatif tidak senang “digiring”, dan orang dengan jenis seperti ini biasanya tidak terlalu terikat pada konvensi-konvensi sosial.

Sedangkan menurut teori Walles menyebutkan bahwa proses kreatif meliputi empat tahapan, yaitu :

- a. Persiapan

Pada tahap pertama, seseorang mempersiapkan diri untuk memecahkan masalah dengan belajar berpikir, mencari jawaban, bertanya kepada orang, dan sebagainya.

- b. Inkubasi

Pada tahap kedua, kegiatan mencari dan menghimpun data/informasi tidak dilanjutkan. Tahap inkubasi ialah tahap dimana individu seakan-akan melepaskan diri untuk sementara dari masalah tersebut, dalam arti bahwa ia tidak memikirkan masalahnya secara sadar, tetapi “mengeramnya” dalam alam pra sadar.

- c. Iluminasi

Saat timbulnya inspirasi atau gagasan baru, beserta proses-proses psikologis yang mengawali dan mengikuti munculnya inspirasi/ gagasan baru.

d. Tahap verifikasi

Ialah dimana ide atau kreasi baru tersebut harus diuji terhadap realitas. Di sini diperlukan pemikiran kritis dan konvergen. Dengan kata lain, proses divergensi (pemikiran kreatif) harus diikuti oleh proses konvergensi (pemikiran kritis) (Munandar, 1999:39).

Setelah suatu strategi kreatif ditetapkan, maka proses pun bisa dimulai. Pengerjaan kreatif mencakup pelaksanaan dan pengembangan konsep atau ide yang dapat mengemukakan strategi dasar dalam bentuk komunikasi yang efektif (Kasali, 1995:81)

Jika strategi kreatif dalam program acara televisi telah terbentuk, maka proses selanjutnya adalah melakukan produksi program acara televisi. Perencanaan dan manajemen yang baik akan memudahkan untuk melakukan proses produksi. Semuanya dipersiapkan secara matang untuk hasil yang maksimal. Selain itu, ide kreatif juga akan membuat sebuah program acara televisi terlihat menarik untuk ditonton oleh pemirsa televisi.

Kreativitas audiovisual adalah kemampuan menggunakan media untuk bercerita. Dimulai dengan kemampuan membuat skenario menuliskan kata-kata untuk diucapkan sementara efek suara, musik, dan citra visual diterima oleh khalayak (Hahn & Mangun, 1999:352).

Apabila sebuah program acara televisi ingin sukses dan diminati oleh pemirsa televisi, maka hal yang dilakukan adalah dengan menggunakan berbagai strategi kreatif. Strategi kreatif tersebut bisa dilakukan dengan berbagai cara sehingga program acara itu bisa dinikmati oleh pemirsa televisi. Berbagai program acara televisi telah dihadirkan kepada masyarakat dengan format yang hampir sama, oleh karena itu setiap stasiun televisi bersaing dalam menjangkau pemirsa televisi dengan menghasilkan sebuah tontonan acara yang berkualitas dan menarik. Program acara televisi yang mempunyai daya tarik tinggi akan menyebabkan penonton loyal terhadap acara tersebut. Hal itu bisa ditempuh dengan adanya strategi kreatif dalam penciptaan program acara televisi.

Menurut Kuswandi (1996:125) Dalam menghadapi persaingan ini, setiap stasiun televisi akan melakukan langkah-langkah baru untuk menarik pemirsa agar menonton paket acara yang disajikan, diantaranya adalah:

- a. Memberikan peristiwa-peristiwa aktual yang terjadi dalam masyarakat.
- b. Menyajikan berita atau informasi dengan fakta-fakta yang lengkap.
- c. Melakukan investigasi pemberitahuan yang komprehensif.
- d. Menyajikan paket-paket hiburan yang berkualitas dari segi isi pesan maupun penggarapannya (film, musik, sinetron).

Persoalan lain yang tak kalah pentingnya dalam persaingan media televisi, yaitu pengaturan jadwal waktu acara yang akan disajikan kepada pemirsa. Pengaturan waktu menjadi penting, karena ada waktu-waktu tertentu, pemirsa akan menonton televisi secara khusus (prime time) (Kuswandi, 1996:126).

Dalam jam penayangannya, Langenswara disiarkan pada pukul 09.30-10.30 WIB. Target utama *audiens* dari Langenswara adalah ibu-ibu rumah tangga. Jadi diharapkan pada jam-jam tersebut para ibu rumah tangga dapat menikmati acara Langen Swara. Selain itu juga para bapak-bapak pensiunan juga bisa menikmati acara Langenswara. Jam penayangan dari Langenswara merupakan hasil dari penyesuaian target *audiens* yang dituju.

Perencanaan program siaran harus mengacu pada selera, keinginan serta kebutuhan khalayak, dan tentu saja teknik penyajian atau lazimnya disebut dengan teknik produksi, harus terus diupayakan sebaik mungkin, dengan berlandaskan kaidah-kaidah pertelevisian serta memanfaatkan kemampuan elektronik secara tepat, seperti penggunaan video efek, chroma key, teknik animasi, sebab hal tersebut kiranya tidak dapat diungkiri lagi akan membuat daya tarik tersendiri bagi khalayak, demikian pula harus selalu mengacu pada masalah karya jurnalistik serta karya artistik (Subroto, 1994:14-15).

Selera pemirsa televisi akan mempengaruhi materi yang dimuat dalam program acara televisi. Selera pemirsa diketahui melalui *riset*

atau membaca berita yang lagi *ngetrend*. Tim kreatif akan menyumbangkan ide-idenya kepada produser tentang materi apa yang unik dan menarik untuk ditampilkan dalam acara sesuai dengan selera pemirsa televisi.

Ada tiga variable strategi yang perlu diperhatikan dalam membuat sebuah program acara televisi, diantaranya adalah:

- a. Memotivasi dan merangsang kesadaran sasaran program;
- b. Mengarahkan kesadaran tersebut kearah garis pengembangan keseluruhan;
- c. Mengendalikan pengembangan untuk menyesuaikan dengan kondisi objektif (Sutisno, 1993:10).

Penyiaran suatu program tentu mempunyai strata sasarannya, termasuk adat dan kebiasaannya. Kategorinya ialah sasaran umum dan sasaran strategis. Semua program siaran sifatnya terbuka karena memang tak mungkin memproduksi program yang dapat memuaskan semua orang. Untuk itu, kepada sasaran program ini diharapkan ada kelompok inti yang kemudian menyebarkan informasi yang diperoleh dari program (Sutisno, 1993:11).

Produksi program televisi memiliki berbagai macam format dan materi, beberapa format program kadang-kadang memiliki prosedur atau tata laksana kerja yang berbeda. Namun, beberapa format sama. Demikian halnya dengan materi program. Setiap materi program perlu memperoleh perlakuan khusus berdasarkan karakteristik dan spesifikasinya. (Wibowo, 1997:25).



Dari penjelasan diatas, sebuah program acara mempunyai karakteristik yang khusus. Sebuah program acara televisi tidak bisa menjangkau seluruh pemirsa dari segala usia. Oleh karena itu perlu penanganan khusus dari masing-masing program acara untuk sasaran pemirsanya. Selain itu juga dengan adanya strategi kreatif yang dijalankan, maka program acara yang dibuat pasti memiliki karakteristik dan nilai keunggulan tersendiri. Adanya ide-ide baru yang kreatif dalam program acara televisi juga akan menarik loyalitas pemirsa televisi untuk setia menyaksikan suatu program acara televisi.

## **2. Produksi Program Acara Televisi**

Setelah membahas tentang strategi kreatif program acara televisi, selanjutnya adalah tentang produksi program acara televisi. Dalam proses produksi program acara televisi harus dilakukan secara profesional, karena menyangkut banyak hal yang bersifat dengan teknis dan *budget* yang dikeluarkan dari setiap produksi program acara. Dari proses pra produksi, produksi, sampai paska produksi perlu mendapatkan perencanaan yang matang. Hasil dari sebuah produksi acara televisi juga harus bisa membawa hal yang positif dan berguna bagi pemirsa televisi, tidak hanya hiburan semata, tetapi juga mempunyai pesan yang bernilai.

Menurut Ardianto & Erdiana, karakteristik televisi ada tiga bagian, yaitu (Ardianto & Erdiana, 2004:128-130) :

a. Audio Visual

Televisi memiliki kelebihan, yakni dapat didengar sekaligus dapat dilihat (*audio visual*). Jadi, apabila khalayak radio siaran hanya mendengarkan kata-kata, musik, dan efek suara, maka khalayak televisi dapat melihat gambar yang bergerak. Namun demikian, tidak berarti gambar lebih penting dari pada kata-kata, keduanya harus ada kesesuaian secara harmonis.

b. Berpikir Dalam Gambar

Pihak yang bertanggung jawab atas kelancaran acara televisi adalah pengarah acara. Bila ia membuat naskah acara atau membaca naskah acara, ia harus berpikir dalam gambar (*think in picture*).

c. Pengoperasian Lebih Komplek

Dibandingkan dengan radio siaran, pengoperasian televisi siaran lebih kompleks dan lebih banyak melibatkan orang. Untuk menayangkan acara siaran berita yang dibawakan oleh dua orang pembaca berita saja dapat melibatkan 10 orang.

Program acara televisi merupakan produk yang dihasilkan oleh sebuah stasiun televisi. Setiap stasiun televisi harus mempunyai program acara yang jelas. Program acara televisi disiarkan melalui

stasiun televisi dan pemirsa dirumah bisa langsung melihat serta menikmati program acara yang disuguhkan melalui pesawat televisi. Masing-masing stasiun televisi akan bekerja keras untuk menghasilkan sebuah program acara yang menarik bagi pemirsa televisi.

Program televisi ialah bahan yang telah disusun dalam suatu format sajian dengan unsur video yang ditunjang unsur audio yang secara teknis memenuhi persyaratan laik siar serta telah memenuhi standar estetik dan artistik yang berlaku. Setiap program televisi punya sasaran yang jelas dan tujuan yang akan dicapai (Sutisno, 1993 : 9).

Dalam proses pembuatan program acara televisi, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan. Pertama adalah tujuan dari program acara tersebut, karena sebuah program acara televisi dibuat berdasarkan tujuan yang jelas. Kedua adalah materi siaran yang kreatif dan unik akan merangsang pemirsa televisi untuk menonton acara tersebut . ketiga adalah mengenal target *audience* yang dituju oleh program acara tersebut, karena *audience* merupakan konsumen dari produk yang dipasarkan.

Terdapat lima parameter yang harus diperhitungkan dalam penyusunan program siaran televisi, yaitu:

- a. Landasan filosofis yang mendasari tujuan semua program;
- b. Strategi penyusunan program sebagai pola umum tujuan program;
- c. Sasaran program;

- d. Pola produksi yang menyangkut garis besar isi program;
- e. Karakter institusi dan manajemen sumber program untuk mencapai usaha yang optimum (Sutisno, 1993:9-10).

Menurut Ardianto & Erdiyana, ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam produksi acara televisi, diantaranya adalah :

a. Pemirsa

Sesungguhnya dalam setiap bentuk komunikasi dengan menggunakan media apapun, komunikator akan menyesuaikan pesan dengan latar belakang komunikannya. Namun untuk komunikasi melalui media elektronik, khususnya televisi, faktor pemirsa perlu mendapat perhatian lebih. Dalam hal ini komunikator harus memahami kebiasaan dan minat pemirsa baik yang termasuk kategori anak-anak, remaja, dewasa, maupun orang-orang. Atau kebiasaan wanita bekerja dengan wanita sebagai ibu rumah tangga yang lebih banyak tinggal dirumah. Hal ini perlu, karena berkaitan dengan materi pesan dan jam penayangan.

b. Waktu

Setelah komunikator mengetahui minat dan kebiasaan tiap kategori pemirsa, langkah selanjutnya adalah menyesuaikan waktu penayangan dengan minat dan kebiasaan pemirsa. Faktor waktu menjadi bahan pertimbangan, agar setiap acara yang ditayangkan

secara proporsional dan dapat diterima oleh khalayak sasaran atau khalayak yang dituju.

c. Durasi

Durasi berkaitan dengan waktu, yakni jumlah menit dalam setiap penayangan acara. Durasi masing-masing acara disesuaikan dengan jenis acara dan tuntutan skrip atau naskah. Yang paling penting bahwa dengan durasi tertentu, tujuan acara tercapai. Suatu acara tidak akan mencapai sasaran karena durasi terlalu singkat atau terlalu lama.

d. Metode penyajian

Telah diketahui bahwa fungsi utama televisi menurut khalayak pada umumnya adalah menghibur, selanjutnya adalah informasi. Tetapi tidak berarti fungsi yang mendidik dan membujuk dapat diabaikan. Fungsi non hiburan dan non informasi harus tetap ada karena sama pentingnya bagi keperluan kedua pihak, komunikator dan komunikan. Masalahnya sekarang adalah bagaimana caranya agar fungsi mendidik dan membujuk tetap ada, namun tetap diminati pemirsa. Caranya adalah dengan mengemas pesan sedemikian rupa, yakni menggunakan metode penyajian tertentu dimana pesan non hiburan dapat mengundang unsur hiburan (Ardianto & Erdinaya, 2004:131-133).

Dalam proses produksi program acara televisi, terdapat beberapa divisi atau bagian dalam pengerjaannya, diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Kepala bagian produksi adalah manajer/eksekutif yang bertanggung jawab atas keseluruhan fungsi produksi program siaran televisi, mulai dari perencanaan produksi sampai tersedianya program televisi yang siap siar. Dua orang wakil merupakan asisten manajer.
- b. Produser (*producer*) program adalah penanggung jawab atau pengasuh suatu jenis program siaran televisi. Seorang produser bertanggung jawab atas ide/gagasan, penelitian, penyediaan naskah, pembiayaan, publikasi, kontak luar, dan perjalanan. Sesuai dengan struktur organisasi, bila diperlukan seorang produser dapat diangkat sebagai ketua yang mengkoordinasikan para sutradara program.
- c. *Director* biasanya disebut pula pengarah produksi, yaitu penanggung jawab terlaksananya kegiatan produksi sehingga menghasilkan program siaran televisi yang siap siar. Maksudnya, sebuah program siaran televisi yang dari sudut teknis sudah dinilai baik (*standard quality*), bagus segi artistiknya, serta sudah benar bila ditinjau dari segi estetika dan moral (Sutisno, 1993:21).

Sementara itu, Subroto membagi Kelompok kerja produksi menjadi 4 satuan kerja yang terdiri dari (Subroto, 1994:50-52):

a. Satuan kerja produksi/ siaran

Setiap anggota satuan kerja produksi/ siaran, disamping bertugas dalam ruang lingkup tanggungjawab yang berbeda, namun wajib membantu mengembangkan ide-ide yang ada dan agar dapat divisualisasikan dengan baik dan jelas, sesuai dengan tuntutan perencanaannya. Untuk masing-masing stasiun penyiaran anggota dari satuan kerja produksi sangat beragam, tetapi secara umum terdiri dari:

- 1) Kepala siaran
- 2) Perencana acara siaran/Produser
- 3) Pengarah acara
- 4) Penulis naskah
- 5) Pembaca berita
- 6) Pewawancara
- 7) Penyiar kesinambungan

b. Fasilitas produksi

Tugas utama satuan kerja fasilitas produksi ini mendukung terlaksananya produksi sesuai perencanaan, dengan jalan membantu menyediakan segala fasilitas produksi agar proses produksi dapat berjalan lancar. Anggota satuan kerja fasilitas produksi terdiri dari:

- 1) Perakasa dekorasi
- 2) Perakayasa grafik

- 3) Penata rias dan busana
- 4) Propertyman
- 5) Tukang kayu
- 6) Pelukis

c. Satuan kerja operator teknik

Setelah ide dari produser mendapatkan dukungan dari satuan kerja produksi/siaran, baik dalam bentuk naskah, dekorasi, tata busana, tata rias dan sebagainya, maka tahap akhir adalah merubah naskah yang telah disiapkan menjadi gambar dan suara, karena itu kerabat kerja operasional teknik menyiapkan segala peralatan yang diperlukan, satuan kerja ini terdiri dari:

- 1) Technical Director
- 2) Penata lampu
- 3) Kameraman
- 4) Penata suara
- 5) Vision mixer

d. Satuan kerja teknisi (*engineering*)

Yang dimaksud teknisi adalah mereka yang tidak terlihat langsung dengan pelaksanaan produksi, misalnya:

- 1) Pemelihara dan perbaikan
- 2) Instalator alat komunikasi
- 3) Telecine
- 4) Video tape recorder



## 5) pemancar

Dalam pembuatan produksi program acara televisi, ada beberapa bagian yang harus dilaksanakan dan dipersiapkan secara matang. Persiapan yang matang akan memudahkan pada proses produksi pembuatan program acara televisi. Selain itu kinerja akan efektif dan maksimal dalam menghasilkan program acara televisi.

Menurut Wibowo, terdapat lima bagian dalam memproduksi program acara televisi dan diantaranya adalah (Wibowo, 1997:8-24) :

### a. Materi produksi

Kepekaan kreatif dalam melihat materi produksi ini, dimungkinkan oleh pengalaman, pendidikan dan sikap kritis. Selain itu, visi akan banyak menentukan kesanggupan menjadikan materi produksi itu berkualitas. Visi sangat menentukan pilihan materi produksi. Seorang produser yang tidak memiliki visi akan memilih materi produksi sembarangan saja. Namun, seorang produser yang bervisi akan memilih materi produksi sangat selektif dan kritis.

### b. Sarana produksi

Ada tiga unit pokok peralatan yang diperlukan sebagai alat produksi, yaitu unit peralatan perekam gambar, unit peralatan perekam suara dan unit peralatan pencahayaan. Sebaiknya setiap unit memiliki daftar peralatan (equipment list) sendiri-sendiri.

Daftar itu setiap kali dapat dipakai untuk mengecek kelengkapan peralatan.

c. Biaya produksi

Perencanaan *budget* atau biaya produksi dapat didasarkan pada dua kemungkinan, yaitu:

1) *Financial Oriented*

Perencanaan biaya produksi yang didasarkan pada kemungkinan keuangan yang ada. Kalau keuangan terbatas berarti tuntutan-tuntutan tertentu untuk kebutuhan produksi harus pula dibatasi.

2) *Quality Oriented*

Perencanaan biaya produksi yang didasarkan atas tuntutan kualitas hasil produksi yang maksimal. Dalam hal ini, tidak ada masalah keuangan. Produksi dengan orientasi *budget* semacam ini biasanya produksi *prestige*. Produksi yang diharapkan mendatangkan keuntungan besar, baik dari segi nama maupun finansial.

d. Organisasi pelaksanaan produksi

Suatu produksi program TV melibatkan banyak orang, misalnya para artis, crew, dan fungsionaris lembaga penyelenggara, polisi, aparat setempat di mana lokasi shooting dilaksanakan dan pejabat yang bersangkutan-paut dengan masalah perizinan. Supaya pelaksanaan shooting dapat berjalan lancar,

produser harus memikirkan juga penyusunan organisasi pelaksana produksi yang serapi-rapinya.

e. Tahap pelaksanaan produksi

Tahapan produksi terdiri dari tiga bagian di televisi yang lazim disebut *standard operation procedur* (SOP) , seperti berikut:

1) Pra Produksi (perencanaan dan persiapan)

Tahap ini sangat penting sebab jika tahap ini dilaksanakan dengan rinci dan baik, sebagian pekerjaan dari produksi yang direncanakan sudah beres. Tahap pra-produksi meliputi tiga bagian seperti berikut ini.

a. Penemuan ide

Tahap ini dimulai ketika seorang produser menemukan idea tau gagasan, membuat riset dan menuliskan naskah atau meminta penulis naskah mengembangkan gagasan menjadi naskah sesudah riset.

b. Perencanaan

Tahap ini meliputi penetapan jangka waktu kerja (*time schedule*), penyempurnaan naskah, pemilihan artis, lokasi dan crew. Selain estimasi biaya, penyediaan biaya dan rencana alokasi merupakan bagian dari perencanaan yang perlu dibuat secara hati-hati dan teliti.

c. Persiapan

Tahap ini meliputi pemberesan semua kontrak, perizinan dan surat-menyurat. Latihan para artis dan pembuatan setting, meneliti dan melengkapi peralatan yang diperlukan semua persiapan ini paling baik diselesaikan menurut jangka waktu kerja (*time schedule*) yang sudah ditetapkan.

2) Produksi

Baru sesudah perencanaan dan persiapan selesai betul, pelaksanaan produksi dimulai. Sutradara bekerja sama dengan para artis dan crew mencoba mewujudkan apa yang direncanakan dalam kertas dan tulisan (*shooting script*) menjadi gambar, susunan gambar yang dapat bercerita.

3) Pasca-Produksi

Pasca produksi memiliki tiga langkah utama, yaitu *editing off line*, *editing on line*, dan *mixing*.

a. *Editing off line*

Setelah shooting selesai, *script boy/girl* membuat logging, yaitu mencatat kembali semua hasil shooting berdasarkan catatan shooting dan gambar. Didalam *logging time code* (nomor kode yang dibuat dan muncul dalam gambar) dan hasil pengambilan setiap shot dicatat.

*b. Editing on line*

Berdasarkan naskah editing, editor mengedit hasil shooting asli. Sambungan-sambungan setiap shot dan adegan (*scene*) dibuat tepat berdasarkan catatan kode waktu dalam naskah editing. Setelah editing on line ini siap, proses berlanjut *mixing*.

*c. Mixing*

Sesudah proses mixing ini boleh dikatakan bagian yang penting dalam *post production* sudah selesai. Secara menyeluruh produksi juga sudah selesai. Setelah produksi selesai biasanya diadakan *preview*. Dalam *preview* tak ada lagi yang harus diperbaiki. Apabila semua sudah siap, maka program ini siap juga untuk ditayangkan.

Dari penjelasan di atas mengenai produksi program acara televisi, terdapat banyak bagian-bagian yang harus diperhatikan. Mulai dari proses penemuan ide sampai program acara televisi selesai diproduksi, semuanya direncanakan sematang mungkin agar pada proses produksi berjalan dengan lancar. Produser bertanggung jawab atas sebuah program acara televisi, jadi disini peran produser sangat besar dalam menentukan berhasil atau tidaknya suatu program acara televisi.

Dalam sistem produksi acara televisi dibagi menjadi dua macam, dan diantaranya adalah:

Terdapat dua sistem produksi yang disebut *sistem produksi ad lib* dan *sistem produksi blocking*. Sistem produksi ad lib adalah sistem produksi yang naskahnya tidak mungkin ditulis secara lengkap. System ad lib ini biasanya juga dipakai dalam program musik. . .Dalam system blocking naskah ditulis secara lengkap. Tanda-tanda instruksi kamera, sudut pengambilan sampai dengan blocking kamera dan pemain ditulis secara lengkap. Sistem blocking ini biasanya dipergunakan dalam program studio drama dan fragmen. Dalam arti tertentu shooting untuk sinetron menggunakan sistem blocking (Wibowo, 1997:25).

Sementara itu, Berdasarkan lokasi produksi acara televisi, Subroto membagi tiga Karakter produksi menurut lokasinya, diantaranya adalah:

- a. Produksi yang diselenggarakan sepenuhnya di dalam studio.
- b. Produksi yang sepenuhnya diselenggarakan di luar studio.
- c. Produksinya merupakan gabungan di dalam dan diluar studio

(Subroto, 1994:159).

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam teknik audio visual. Bagaimana untuk menghasilkan gambar yang baik dan enak untuk ditonton, perlu adanya beberapa teknik. Tuntutan seni juga diperhatikan agar gambar terlihat indah. Tuntutan seni dan teknik audio visual dibagi menjadi empat bagian, yaitu:

- a. Teknik menyambung

Karena karakter produksi program siaran televisi pada dasarnya ada dua jenis, yaitu yang disiarkan secara langsung dan direkam lebih dahulu, maka tugas seorang editor bagi produksi yang disiarkan secara langsung ditangani oleh seorang pemandu gambar atau *Switcher*. Dimana switcher ini bekerjanya didasarkan atas skenario yang disusun

dari hasil latihan-latihan dan selalu bekerjasama dengan pengarah acara.

b. Gerakan

Yang dimaksud dengan gerakan di sini adalah teknik penempatan kamera, gerakan kamera serta perubahan-perubahan ukuran gambar, sebab masalah gerakan ini erat kaitannya dengan hasil dari teknik visual yang telah direncanakan oleh pengarah acara. Di samping itu gerakan kamera erat kaitannya dengan gerakan subyek.

c. Komposisi

Di dalam komposisi ada dua aspek yang perlu difahami, yaitu aspek sudut (*angle*) dan bingkai (*framing*). Sudut berkenaan dengan arah mana kamera dibikan ke subyeknya, sedang framing berkenaan dengan subyek yang menjadi sasaran kamera dan penempatannya di dalam bingkai tadi, di mana hal ini dapat terlihat jelas pada *viewfinder* kameranya.

d. Pencahayaan

Pencahayaan menjadi tanggungjawab penata cahaya, tetapi bekerjanya selalu berkonsultasi dengan kamerawan, penata cahaya bukan hanya sebagai ahli teknik dalam hal penataan lampu, tetapi ia juga sebagai seorang seniman, sebab ia bukan hanya sekedar menata lampu dengan perbandingan cahaya yang dihasilkan, tetapi ia harus dapat merasakan cahaya yang dihasilkan tadi apa sudah dapat

memenuhi penekanan dramatik yang diinginkan oleh pengarah acara, karena itu harus bekerjasama dengan kamerawan, agar hasilnya segera dapat dikontrol melalui monitor (Subroto, 1994:298-304).

## **E. Metodologi Penelitian**

### **1. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Menurut Mulyana (2002:201) Studi kasus adalah uraian dan penjelasan komprehensif mengenai berbagai aspek seorang individu, suatu kelompok, suatu organisasi (komunitas), suatu program, atau suatu situasi sosial. Peneliti studi kasus berupaya menelaah sebanyak mungkin data mengenai subjek yang diteliti. Mereka sering menggunakan berbagai metode: wawancara (riwayat hidup), pengamatan, penelaahan dokumen, (hasil) survey, dan data apa pun untuk menguraikan suatu kasus secara terinci. Jadi alih-alih menelaah sejumlah kecil variable dan memilih suatu sampel besar yang mewakili populasi, peneliti secara seksama dan dengan berbagai cara mengkaji sejumlah besar variable mengenai suatu kasus khusus. Dengan mempelajari semaksimal mungkin seorang individu, suatu kelompok, atau suatu kejadian, peneliti bertujuan memberikan pandangan yang lengkap dan mendalam mengenai subyek yang diteliti.

Studi kasus akan memberikan informasi yang lengkap mengenai keputusan yang diambil dan hasil dari keputusan tersebut. Kasus dalam



penelitian ini adalah bagaimana strategi kreatif Jogja TV dalam melaksanakan program acara Langenswara untuk mempertahankan loyalitas pemirsa Jogja TV yang fokus pada pelaksanaan kreatifitas oleh tim kreatif Jogja TV.

## **2. Jenis Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah jenis penelitian dengan menggunakan jenis deskriptif. Menurut Zuriyah (2006:47) Penelitian deskriptif adalah penelitian yang diarahkan untuk memberikan gejala-gejala, fakta-fakta, atau kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat, mengenai sifat-sifat populasi atau daerah tertentu. Dalam penelitian deskriptif cenderung tidak perlu mencari atau menerangkan saling hubungan dan menguji hipotesis.

Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut mungkin berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, videotape, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya. Pada penulisan laporan demikian, peneliti menganalisis data yang sangat kaya tersebut dan sejauh mungkin dalam bentuk aslinya. Hal itu hendaknya dilakukan seperti orang merajut sehingga setiap bagian ditelaah satu demi satu (Moleong, 2002:6). Dalam kaitannya dengan penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang

digunakan akan mendeskripsikan atau menerangkan strategi kreatif dari Jogja TV dalam melaksanakan program acara Langenswara untuk mempertahankan loyalitas pemirsa televisi.

### **3. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian dilakukan di Jogja TV yang beralamat di Jalan Wonosari KM. 9, Sendang Tirto, Berbah, Sleman, Yogyakarta.

### **4. Obyek Penelitian**

Dalam penelitian ini yang menjadi obyek penelitian adalah Langen Swara di Jogja TV sebagai program acara televisi Jogja TV.

### **5. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan menggunakan data primer, data sekunder, dan melakukan ;

#### **a. Wawancara**

Wawancara adalah suatu kegiatan komunikasi verbal dengan tujuan mendapatkan informasi. Disamping akan mendapatkan gambaran yang menyeluruh, juga akan mendapatkan informasi yang penting (Black, 1999:306).

Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari

seseorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu. Wawancara secara garis besar dibagi menjadi dua, yakni wawancara tak terstruktur dan wawancara terstruktur. Wawancara tak terstruktur sering juga disebut wawancara mendalam, wawancara intensif, wawancara kualitatif, dan wawancara terbuka (*openended interview*), wawancara etnografis; sedangkan wawancara terstruktur sering juga disebut wawancara baku (*standardized interview*), yang susunan pertanyaan sudah ditetapkan sebelumnya (biasa tertulis) dengan pilihan-pilihan jawaban yang sudah disediakan (Mulyana, 2002:180).

Peneliti akan melakukan wawancara untuk mendapatkan sebuah informasi yang lengkap dan mendalam. Dalam proses wawancara akan menggunakan interview guide supaya pertanyaan yang diajukan dalam wawancara tidak melenceng dengan masalah yang diangkat. Nara sumber yang dipilih oleh peneliti adalah orang-orang yang penting dan stretegis untuk diwawancarai guna memperoleh data, diantaranya adalah Public Relations Jogja TV, Produser Langenswara, Tim Kreatif Langenswara, dan Penanggung Jawab Langenswara.

b. Observasi

Secara luas, observasi atau pengamatan berarti setiap kegiatan untuk melakukan pengukuran. Akan tetapi, observasi atau

pengamatan di sini diartikan lebih sempit, yaitu pengamatan dengan menggunakan indera penglihatan yang tidak berarti tidak mengajukan pertanyaan-pertanyaan (Soehartono, 2000:69). Peneliti melakukan observasi secara langsung di lapangan, yaitu dengan melihat seluruh kegiatan yang dilakukan oleh tim produksi Langenswara. Observasi dimulai dari pra produksi, produksi sampai pasca produksi pembuatan program acara Langenswara.

c. Dokumentasi

Dokumen dapat berupa buku harian, surat pribadi, laporan, notulen rapat, catatan kasus (*case record*) dalam pekerjaan sosial, dan dokumen lainnya. Akan tetapi, perlu diingat bahwa dokumen-dokumen ini ditulis tidak untuk tujuan penelitian sehingga penggunaannya memerlukan kecermatan (Soehartono, 2000:71). Dokumentasi akan digunakan oleh peneliti dengan mengambil gambar acara Langenswara, internet, dan dokumen lainnya yang berhubungan dengan acara langenswara.

## **6. Teknik Analisis Data**

Analisis data dalam penelitian kualitatif adalah proses pelacakan dan pengaturan secara sistematis transkrip wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain yang dikumpulkan untuk meningkatkan pemahaman terhadap bahan-bahan tersebut agar dapat

diinterpretasikan temuannya kepada orang lain (Bod Gan & Biklen, 1982 dalam Imron Arifin, 1994).

Langkah-langkah yang diambil penulis dalam penelitian adalah sebagai berikut, (Miles & Huberman, 1992:16-19) membagi teknik analisis data menjadi 3 bagian yaitu reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan sebagai berikut:

a. Reduksi data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis dilapangan sebagaimana kita ketahui, reduksi data berlangsung terus menerus selama proyek yang berorientasi kualitatif secara langsung.

Reduksi data bukanlah suatu hal yang terpisah dari analisis. Ia merupakan bagian dari analisis. Pilihan-pilihan peneliti tentang bagaimana dan mana yang dikode, mana yang dibuang. Pola-pola mana yang meringkas sejumlah bagian yang tersebar, cerita-cerita apa yang sedang berkembang, semuanya itu merupakan pilihan-pilihan analitis. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan-kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi.

b. Penyajian data

Alur penting yang kedua dari kegiatan analisis adalah penyajian data. Kami membatasi suatu “penyajian” sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Beraneka penyajian kita temukan dalam kehidupan sehari-hari mulai dari alat pengukur bensin, surat kabar, sampai layar computer. Dengan melihat penyajian-penyajian kita akan dapat memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan lebih jauh menganalisiskah atukah mengambil tindakan berdasarkan atas pemahaman yang didapat dari penyajian-penyajian tersebut.

c. Menarik kesimpulan

Kegiatan analisis ketiga yang penting adalah menarik kesimpulan dan verifikasi. Dari permulaan pengumpulan data, seorang penganalisis kualitatif mulai mencari arti benda-benda mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposisi. Penelitian yang berkompeten akan menangani kesimpulan-kesimpulan itu dengan longgar, tetap terbuka dan skeptis.

## 7. Uji Validitas data

Dalam penelitian ini validitas data dapat diukur dari hasil wawancara dengan nara sumber, dimana dari hasil wawancara akan memperoleh data yang diuji kebenarannya. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan metode triangulasi.

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya (Moleong, 2002:178).

Sedangkan jenis triangulasi yang digunakan adalah dengan menggunakan triangulasi sumber. Menurut Patton (dalam Moleong, 2002:178) triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. Hal itu dapat dicapai dengan jalan:

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.
- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.

- d. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan.
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

Dengan demikian data yang diperoleh dari satu sumber dapat dibandingkan dengan sumber lainnya yang masih terkait untuk menguji kebenaran data tersebut. Selain itu juga untuk memperlengkap data jika sumber pertama masih ada kekurangan. Triangulasi akan memperkuat validitas data agar data yang diperoleh dapat dipercaya kebenarannya.