

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Televisi adalah salah satu media elektronik dalam komunikasi massa yang berfungsi sebagai media informasi, media pendidikan, media kebudayaan, media hiburan dan media promosi yang ditujukan kepada khalayak penonton. Televisi mempunyai pengaruh yang kuat, karena selain siarannya dapat didengar, sekaligus dapat dilihat (audio-visual). Siaran televisi juga memiliki sifat langsung, simultan intim dan nyata (mulyana,1997:169)

Kehadiran televisi telah membawa dampak yang besar bagi perkembangan umat manusia. Televisi membawa berbagai kandungan informasi, pesan-pesan yang dalam kecepatan tinggi menyebar ke seluruh pelosok dunia. Televisi juga sebagai alat bagi berbagai kelompok untuk menyajikan berbagai pesan untuk berbagai kalangan masyarakat, orang dapat menyaksikan berbagai peristiwa dari belahan dunia yang lain saat itu juga melalui kotak ajaib yang berbentuk persegi.

Di Indonesia sendiri pada tahun 1952, muncul gagasan dari menteri penerangan saat itu Maladi untuk mendirikan stasiun televisi. Meski jumlah pemilik pesawat televisi masih sangat sedikit dan itupun terpusat di Jakarta, namun bangsa Indonesia dari kacamataanya sudah memerlukan televisi nasional.

Sepuluh tahun kemudian yaitu tepatnya Agustus 1962 keinginan itu akhirnya terlaksana dengan nama televisi Republik Indonesia (Erica L Panjaitan, TM. Dhani Iqbal dalam bukunya matinya rating televisi tahun 2006:01)

Selama 27 tahun penduduk Indonesia hanya bisa menyaksikan satu saluran televisi saja, tetapi seiring berjalanya waktu yaitu tepatnya pada tahun 1989 salah satu pihak swasta mengajukan pendirian stasiun televisi swasta yang diberi nama RCTI (Rajawali Citra Televisi Indonesia) untuk mengudara di Indonesia. Pemerintah akhirnya mengizinkan RCTI sebagai stasiun televisi swasta pertama di Indonesia, meskipun pada saat itu hanya penduduk yang mempunyai antena parabola saja yang dapat menyaksikan RCTI, walaupun pada akhirnya dibuka untuk masyarakat mulai tanggal 21 Maret 1992 di Bandung (www.kabar.dunia.tk/2011/01/asal-usul-stasiun-tv-indonesia.html.diposting tanggal 23 februari 2011) Saat ini di Indonesia telah mengudara 11 stasiun televisi, TVRI dan 10 stasiun swasta lainnya yaitu RCTI, SCTV, MNC, ANTV, INDOSIAR, TRANS TV, TRANS 7, TV ONE , METRO TV dan GLOBAL TV. Munculnya stasiun televisi swasta yang dilengkapi dengan paket acara yang padat dan komersial, memberikan berbagai alat *alternative* bagi pemirsa untuk memilih siaran yang disukai.

Secara logis sebagai stasiun televisi swasta, maka program siarannya cenderung diorientasikan untuk kegiatan bisnis komersial, pihak stasiun televisi berusaha mendapatkan pangsa pasar yang besar dari masyarakat, terutama dari

pihak produsen yang akan memasarkan produknya melalui iklan. Hal ini dengan sendirinya akan menimbulkan persaingan bagi pihak-pihak stasiun televisi swasta untuk menampilkan acara yang terbaik, menarik, serta memenuhi selera pemirsa dalam menghadapi dunia kompetisi. Maka stasiun televisi swasta harus bisa melakukan berbagai langkah dan strategi. Salah satu strategi yang dilakukan televisi swasta dalam menghadapi kompetisi ini yaitu melalui acara pertandingan sepak bola di televisi. Olahraga memang sudah terbisniskan, dan televisi menanggung keuntungan lewat siaran-siarannya, terutama siaran pertandingan sepak bola. Namun, begitu televisi juga berkehendak menyiarkannya dan mengetahui bahwa akan ada banyak sekali yang akan menyaksikan lewat layar televisi, maka itupun akan menjadi bisnis televisi. (Veven SP Wardhana dalam bukunya kapitalisme televisi dan strategi budaya massa 1997:123:124)

Dari 10 televisi swasta di Indonesia 9 di antaranya menyiarkan siaran pertandingan sepak bola. RCTI menyiarkan pertandingan Liga Champions, piala dunia, piala Eropa dan UEFA League. MNC TV dan Global TV menyiarkan Liga Inggris. Indosiar menyiarkan Liga Italia dan LPI (Liga premier Indonesia). ANTV menyiarkan ISL (Indonesia super league) dan yang terakhir adalah TV ONE yang menyiarkan Liga Spanyol. Hanya Metro TV saja yang tidak menyiarkan acara pertandingan sepak bola, akan tetapi walaupun metro tv tidak menyiarkan langsung pertandingan sepak bola metro tv memberitakan secara khusus tentang dunia sepak bola, dimana metro TV menayangkan acara Metro

spirit dan *Metro Sport*. Ini membuktikan bahwa acara pertandingan sepak bola atau liputan tentang sepak bola sudah menjadi acara favorit bagi pihak stasiun televisi untuk menarik perhatian dari pemirsanya.

Hasil survey dari perusahaan riset *Ac Nielsen Company* mencatat program olah raga terutama sepak bola menjadi program yang paling banyak pada tahun 2010. *Managing Director Nelsen Audiens measurement* Irawa Pratiknyo mengatakan dua program khusus yakni piala dunia 2010 Afrika Selatan dan Piala Asean Football Federation (AFF CUP) 2010 memperoleh jumlah penonton terbesar, kedua program itu pula menjadi yang teratas dalam daftar tahunan. Masuknya Timnas Indonesia ke babak final piala AFF berhasil menarik perhatian banyak orang ketimbang piala dunia. Penonton memuncak pada final piala AFF putaran pertama antara Indonesia melawan Malaysia, total penonton final tersebut mencapai 12,8 juta orang atau 26% dari populasi televisi (www.tempointeraktif.com/hg/bisnis/2 diposting tanggal 22 maret 2011)

Kegemaran menjadi penonton agaknya masih mendarah daging dan sudah menjadi rahasia umum, sepak bola adalah olahraga yang memiliki jumlah penggemar besar di negeri yang dilalui garis khatulistiwa ini, bagaimana tidak, bangsa ini ternyata merupakan penggemar terbanyak kedua bagi klub kelas dunia seperti Barcelona (7 juta orang) dan MU (28 juta) orang. Penggemar terbanyak pertama tentu saja berasal dari negara asal klub tersebut Spanyol dan Inggris. Di luar dua klub itu penggemar dan tentu saja penonton klub elit eropa di negeri ini

juga mencapai jutaan. Wajar bila stasiun televisi yang pintar melihat celah pasar selalu menayangkan secara langsung pertandingan klub-klub Inggris, Spanyol, Italia, dan liga Champions. Mata penonton yang memang gemar menonton dan kemudian membual apa saja tentang sepak bola seakan terpuaskan, mereka begitu bangga saat mengenakan kostum klub atau pemain yang dijadikan idolanya, padahal menendang bola saja mereka belum tentu bisa. Mereka pun tak segan mengidolakan klub atau pemain yang dianggap paling jago dilapangan.

Inilah wajah bangsa yang menamakan diri sebagai Indonesia. Piala dunia 2010 lalu agaknya bisa mempresentasikan kondisi ini. Hasil survey AC Nielsen menunjukkan sekitar 47% penonton televisi Indonesia menyaksikan laga piala dunia. Jumlah ini tertinggi dibanding tuan rumah Afrika Selatan yang hanya 43% (www.tempointeraktif.com/hg/bisnis/1 diposting tanggal 4 maret 2011). Melihat fenomena yang terjadi diatas, sekarang ini marak diadakan acara nonton bareng pertandingan sepak bola, istilah trendnya adalah nobar. Hampir diseluruh kota di Indonesia selalu mengadakan acara nobar pertandingan sepak bola, tak terkecuali di kota Tegal, di kota ini tak kalah meriahnya di banding kota-kota besar lain saat memeriahkan acara nobar, hal itu diketahui saat final liga Champions 2011 pada tanggal 21 Mei 2011 antara Barcelona vs Manchester United.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh peneliti yaitu di tempat Futsal dan kafe yang bernama Larissa, kebetulan ditempat tersebut sering mengadakan acara nobar pertandingan sepak bola. Berbeda dengan Jakarta, Yogyakarta atau

kota-kota besar lain yang begitu banyak tempat atau kafe yang mengadakan acara nobar, sehingga banyak pilihan bagi masyarakat yang ingin pergi nobar, sedangkan di kota Tegal hanya kafe Larissa saja yang mengadakan acara nobar, jadi tak heran jika di tempat tersebut begitu sesak di kunjungi oleh masyarakat kota Tegal saat acara nobar.

Semenjak tempat futsal dan kafe Larissa itu berdiri sekitar awal tahun 2009, di tempat tersebut di jadikan *base camp* atau tempat nongkrong bagi kaum muda-mudi khususnya kaum perempuan. Mereka bahkan rela begadang sampai menjelang subuh demi menonton pertandingan sepak bola, padahal 2 atau 3 jam lagi mereka harus bangun untuk pergi ke sekolah dan beraktifitas. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai motif para perempuan yang gemar menonton pertandingan sepak bola. Dalam penelitian ini, ada 5 informan perempuan di pilih sebagai objek penelitian karena dari hasil survai yang peneliti lakukan dengan durasi 6 kali kunjungan setiap bulan ke kafe Larissa, pengunjung kafe Larissa yang datang untuk memeriahkan acara nobar salah satunya adalah ke 5 informan tersebut.

Para perempuan tersebut menonton acara pertandingan sepak bola di televisi karena televisi diyakini sebagai media yang sangat sempurna dan sifatnya audio visual sehingga penonton merasa puas. Sepak bola yang semakin diminati menimbulkan beragam motif dalam menonton program acara yang di siarkan oleh stasiun-stasiun televisi yang menayangkan pertandingan sepak bola,

Mc Quail dalam bukunya *mass communication Theory: An Introduction* (1983:82-83) membagi motif menggunakan media massa menjadi empat : Motif gratifikasi informasi, Motif gratifikasi identitas personal, Motif gratifikasi integrasi dan interaksi serta Motif gratifikasi hiburan.

B. Rumusan masalah

Dari paparan diatas, maka peneliti merumuskan masalah, motif apa yang mendasari para perempuan yang menonton bareng acara pertandingan sepak bola di kafe larissa Tegal?

C. Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penulisan skripsi ini adalah untuk mendeskripsikan motif apa saja yang membuat para perempuan menonton bareng pertandingan sepak bola yang disiarkan televisi di cafe larissa dikota Tegal.

D. Manfaat penelitian.

1. Manfaat Teori.

Hasil Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan informasi dan kontribusi bagi kajian ilmu komunikasi terutama mengenai motif yang meneliti minat masyarakat terhadap televisi.

2. Manfaat praktik.

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi berarti kepada seluruh mahasiswa komunikasi mengenai motif penggunaan media massa terutama motif menonton yang disiarkan di televisi

E. Kerangka Teori

1. Media massa.

Media massa menurut Mc Luhan dalam buku “metode penelitian komunikasi” adalah perpanjangan alat indra kita (Metode penelitian komunikasi jallaludin Rakhmat ,1999:244). Jadi dengan melalui media massa kita dapat memperoleh informasi tentang benda, orang atau tempat yang tidak kita alami secara langsung dari tempat ruang dan waktu yang berbeda.

Di dalam buku atau literatur kita sering menjumpai istilah *mass communications* dan *mass communication*. Arti *mass communications* (pakai s) sama dengan mass media atau dalam bahasa indonesianya media massa, sedangkan yang dimaksud dengan *mass communication* (tanpa s) adalah prosesnya, yakni proses komunikasi melalui media massa. Jadi media massa dalam cakupan pengertian komunikasi massa itu adalah surat kabar, majalah, radio, televisi atau film. (ilmu komunikasi, Teori dan Praktek Effendy, 1990:20)

Secara umum media massa terdiri dari media massa tradisional dan media massa modern. Media massa tradisional, antara lain yaitu teater rakyat, juru dongeng keliling dan juru pantun, sedangkan media massa modern terdiri atas

media cetak, yaitu surat kabar, majalah dan media elektronik, seperti radio dan televisi, dimana masing-masing media tersebut mempunyai ciri-ciri dan kelebihan sendiri-sendiri.

Ciri khas dari media massa yaitu berkemampuan memikat perhatian khalayak secara serempak. Ciri khas tersebut dimiliki oleh media massa seperti, pers, radio, televisi atau film, karena keempat media itulah yang biasanya sering menimbulkan masalah dalam bidang kehidupan yang semakin lama semakin canggih akibat dari perkembangan teknologi, sehingga senantiasa memerlukan pengkajian yang seksama.

Untuk lebih jelasnya Effendy mengemukakan mengenai ciri-ciri dan kelebihan dari masing-masing media massa tersebut, yaitu :

a) Pers, memiliki ciri yang khas dibandingkan dengan media massa lainnya.

Dalam hal ini yang penting bukan hanya sifatnya yang merupakan media cetak, tetapi khalayak yang diterpanya bersifat aktif, tidak pasif seperti kalau mereka diterpa media radio, televisi atau film. Kelebihan pers dari media massa lainnya adalah bahwa media cetak ini bisa di dokumentasikan, dikaji ulang, dihimpun untuk kepentingan pengetahuan dan dijadikan bukti otentik yang bernilai tinggi.

b) Radio, dalam hal ini radio siaran. Kekhasan dari media massa ini ialah sifatnya yang audial untuk indra telinga. Oleh karena itu, khalayak ketika menerima pesan-pesan dari pesawat radio dengan tatanan mental yang pasif

bergantung pada jelas tidaknya kata-kata yang di ucapkan penyiar. Kelebihan radio siaran dari media massa lainnya adalah bahwa pesan yang disiarkan oleh komunikator dapat ditata menjadi suatu kisah yang dihiasi dengan musik sebagai ilustrasi dan efek suara sebagai unsur dramatis dan dapat dinikmati oleh khalayak dalam segala situasi, seperti sedang makan, bekerja, bahkan sedang mengemudikan kendaraan.

- c) Televisi, memiliki sifat yang khas, seperti sifatnya yang memenuhi kebutuhan dan keinginan khalayak. Kelebihan televisi dibanding media massa lainnya ialah bersifat *audio visual*, dapat dilihat dan didengar, lebih hidup dan menggambarkan kenyataan juga langsung menyajikan peristiwa yang tengah terjadi ke tiap rumah pemirsa. Film, mempunyai persamaan dengan televisi dalam hal sifat yang *audio visual*, bedanya *mekanik* atau non elektronik dalam proses komunikasinya dan *kreatif-edukatif persuasive* atau *non informativ* dalam fungsinya. Dampak film pada khalayak sangat kuat dalam menimbulkan efek afektif, karena medianya berkemampuan untuk menanamkan kesan; layanya untuk menayangkan cerita relatif besar, gambar jelas dan suaranya yang keras dalam ruang yang gelap membuat penonton tercekam (ilmu komunikasi, Teori dan Praktek Effendy, 1993:313-315)
- d) Media massa seperti surat kabar, radio, televisi atau film yang di putar di gedung bioskop memiliki ciri-ciri tertentu, antara lain ciri *massif (massive)* atau *massal*, yakni tertuju pada sejumlah orang yang relatif amat banyak.

Setiap media tersebut memiliki ciri atau sifat tertentu yang hanya efektif dan efisien untuk dipergunakan bagi penyampaian suatu pesan tertentu. Dengan demikian proses komunikasi yang terjadi adalah proses komunikasi sekunder, yaitu proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang seperti media pertama.

2. Pengertian televisi.

Televisi berasal dari dua kata yakni : tele (bahasa Yunani) yang berarti jauh, dan visi (videre. Bahasa Latin) yang berarti penglihatan. “television” diartikan dengan “melihat jauh”, melihat jauh disini diartikan dengan gambar dan suara yang diproduksi di suatu tempat (studio televisi), dapat dilihat dari tempat lain melalui sebuah perangkat penerima (Wahyudi, 1986:49)

Televisi merupakan salah satu perkembangan teknologi komunikasi yang berlangsung dengan pesatnya, televisi mempunyai ciri-ciri sebagai berikut :

- a) Para penonton dapat melihat dan mendengar sesuatu kejadian atau peristiwa yang sedang berlangsung. Sesuatu kejadian, dengan demikian dapat dilihat secara terus menerus.
- b) Televisi merupakan komunikasi langsung dan akrab, sebab penonton televisi hanya terdiri dari beberapa orang saja. Jadi penonton seolah-olah berhadapan langsung dengan kejadian.

- c) Layar televisi adalah sedemikian kecilnya, sepertinya tidak mungkin untuk mempertunjukkan seluruh situasi seperti di dalam layar film dan karena itu di jadikan *close up*

Televisi merupakan media elektronik dalam komunikasi massa. Hal ini berarti televisi adalah bagian dari media massa yang mempunyai fungsi-fungsi tertentu. Media massa televisi pada pokoknya mempunyai fungsi, yaitu:

- **Fungsi Penerangan (*The Information Function*)**

Dalam melaksanakan fungsinya sebagai penerangan, televisi selain menyiarkan informasi dalam siaran pandangan mata atau berita yang dibacakan penyiar, dilengkapi gambar-gambar factual dan realities.

- **Fungsi Pendidikan (*The Education Functional*)**

Sebagai media komunikasi massa, televisi merupakan media yang layak untuk menyiarkan acara pendidikan pada khalayak yang jumlahnya begitu banyak secara simultan sesuai dengan makna pendidikan yakni meningkatkan pengetahuan masyarakat.

- **Fungsi Hiburan (*The Intertainment Function*)**

Di Negara yang bersifat agraris seperti Indonesia, fungsi hiburan yang terdapat di televisi siaran tampak dominan. Hal ini karena televisi dapat menampilkan gambar hidup serta suara yang tampak nyata dan dapat dinikmati bersama di rumah (Effendi,1993:24).

Munculnya media televisi dalam kehidupan manusia memang menghadirkan suatu peradapan khususnya dalam proses komunikasi dan informasi. Setiap media televisi massa melahirkan efek sosial yang bermuatan perubahan nilai-nilai social dan budaya manusia. Kemampuan televisi dalam menarik perhatian massa menunjukkan bahwa media televisi sedemikian besar sehingga pola dan kehidupan manusia setelah muncul televisi berubah total. Pengaruh dari televisi lebih kuat dibanding radio dan surat kabar. Hal ini terjadi karena kekuatan audio-visual yang menyentuh segi-segi kejiwaan pemirsa. Pada intinya media televisi telah menjadi cerminan budaya tontonan bagi pemirsa dalam era reformasi dan komunikasi yang semakin berkembang pesat.

Dari aspek teknologi, televisi memiliki beberapa keunggulan yaitu mampu menjangkau wilayah yang sangat luas dalam waktu bersamaan. Dengan demikian maka televisi akan mampu mengantarkan secara langsung suatu peristiwa di suatu tempat keberbagai tempat lain dalam jarak jauh secara bersamaan. (Effendi,1993:24).

3. Motif.

Menurut Gerungan motif merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu (Gerungan 2002:140). Sementara, menurut Effendy (1989) dalam ma'rifah (2004) istilah motif berasal dari perkataan *motion*

yang bersumber pada perkataan bahasa latin *movere* yang berarti bergerak. Jadi motif adalah daya gerak yang mencakup dorongan alasan dan kemauan yang timbul dari dalam diri seseorang yang menyebabkan seseorang tersebut berbuat sesuatu. Setiap tindakan yang dilakukan oleh manusia pasti didorong oleh suatu motif jika dalam hal ini yang dikhususkan adalah penggunaan media televisi, maka perlu diteliti lebih dalam motif apa saja yang mendorong khalayak untuk menggunakan media televise. Tiap kebutuhan menimbulkan motif yang mendasari tiap khalayak termasuk menonton televisi, apakah sekedar mencari hiburan atau mencari teman baru maupun kebutuhan-kebutuhan lainnya. Dalam penelitian ini, kriteria motif dalam menggunakan media atau kepuasan yang di cari khalayak dalam menggunakan media adalah kriteria yang di berikan oleh Dennis Mc. Quail dalam bukunya *mass communication Theory: An Introduction* (1983:82-83)yaitu :

a. Motif Informasi

Suatu motif yang berkaitan dengan dorongan individu untuk mencari informasi disekitarnya. Dorongan untuk berpengetahuan, memperkuat pendapat, sikap yang sudah ada, belajar mendapatkan perasaan aman karena mengetahui berbagai informasi, Motif gratifikasi informasi meliputi dorongan untuk mencari kepuasan akan kebutuhan keingintahuan tentang peristiwa-peristiwa di sekitar khalayak.

b. Motif Identitas Personal

Motif yang berhubungan dengan dorongan individu untuk memperkuat nilai-nilai pribadi. Termasuk adalah dorongan untuk memperkuat kredibilitas, kepercayaan, status, dan stabilitas, dorongan untuk mencari model perilaku, dorongan untuk mencari identifikasi nilai-nilai dalam diri khlayak dengan nilai-nilai yang di tampilkan melalui media dan dorongan untuk memperluas wawasan pribadi.

c. Motif Integritas dan Interaksi Sosial

Motif yang berhubungan dengan interaksi dengan orang lain termasuk untuk berempati, mempertahankan norma-norma sosial, ingin sama dengan lingkungannya.

d. Motif Diversion atau Hiburan

Suatu motif berkaitan dengan mencari hiburan, melepas kejenuhan, kebosanan, dan mengisi waktu luang.

Motif gratifikasi adalah dorongan yang muncul dalam diri khalayak untuk mencari pemuasan akan kebutuhannya sehingga menimbulkan perilaku. Disamping itu faktor lain yang menentukan terpaan khalayak terhadap suatu media yaitu tingkat perhatian (terpaan) terhadap sumber komunikasi lain atau media massa lain. Pendapat demikian telah banyak dibuktikan dalam berbagai penelitian, seperti di katakan Mc Quail, yaitu : “ *audience studies support the*

view that media uses is overlapping and the more the exposure to on communication source, the higher, the probable exposure to others” (Dennis Mc Quail 1972:40)

Kesimpulan Mc Quail di atas menunjukkan bahwa penggunaan media adalah bersama waktu (*overlapping*) dan semakin tinggi terpaan khalayak terhadap suatu media atau sumber lain, maka semakin tinggi pula terpaan mereka terhadap media lain, itu menunjukkan bahwa khalayak tidak hanya mencari informasi dari majalah atau koran saja, tetapi khalayak juga mencari informasi lewat televisi. Program acara yang ada di televisi tidak hanya bisa di nikmati oleh kaum pria saja, tetapi sekarang ini kaum wanita juga menikmati program – program acara yang ada di televisi. Sehingga tidak ada perbedaan *gender* antara kaum laki-laki dan kaum perempuan.

Kata *gender* dalam bahasa indonesia di pinjam dari bahasa inggris. Kalau dilihat dalam kamus, tidak secara jelas di bedakan pengertian kata *sex* dan *gender*. Untuk memahami konsep *gender* harus di bedakan kata *gender* dengan kata *sex* (jenis kelamin).

Pengertian jenis kelamin merupakan pensifatan atau pembagian dua jenis kelamin manusia yang ditentukan secara biologis yang melekat pada jenis kelamin tertentu. Misalnya, bahwa manusia jenis laki-laki adalah manusia yang memiliki penis dan memproduksi sperma. Sedangkan perempuan memiliki alat reproduksi seperti rahim, dan saluran untuk melahirkan, memproduksi telur,

memiliki vagina dan mempunyai alat menyusui. Alat-alat tersebut secara biologis melekat pada manusia jenis perempuan dan laki-laki selamanya . Artinya secara biologis alat-alat tersebut tidak bisa ditukarkan antara alat biologis yang melekat pada manusia laki-laki dan perempuan.

F. Metodologi Penelitian.

1 Jenis Penelitian.

Penulis menggunakan metode deskriptif. Pengertian ringkasnya adalah penelitian ini terbatas pada usaha mengungkapkan suatu masalah atau keadaan atau peristiwa sebagaimana adanya sehingga bersifat sekedar mengungkapkan fakta(*fact finding*)

Hasil penelitian ini ditekankan pada memberikan gambaran secara obyektif tentang keadaan yang sebenarnya dari obyek yang diselidiki (Nawawi,1987:31). Menurut Moh. Nazir, metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu obyek, suatu set kondisi, pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. (Moh Nazir, dalam buku metode penelitian, Ghalia Indonesia, Jakarta 1988 hal 63)

Penelitian deskriptif bertujuan untuk membuat deskriptif, gambaran atau tulisan secara sistematis, faktual serta akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki dengan ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Berusaha untuk mengembangkan konsep dan menghimpun fakta dengan cara menggambarkan atau melukiskan keadaan obyek atau subyek penelitian.
- b. Data yang dikumpulkan, disusun, dianalisis, dan digambarkan dalam bentuk tulisan.

Menurut Nazir dalam buku metode penelitian, Ghalia Indonesia, Jakarta 1988 hal 64 melaksanakan penelitian deskriptif, maka langkah-langkah umum yang sering diikuti adalah sebagai berikut:

- a. Memilih dan merumuskan masalah yang menghendaki konsepsi ada kegunaan masalah tersebut serta dapat diselidiki dengan sumber yang ada.
- b. Menentukan tujuan dari penelitian yang akan dikerjakan. Tujuan dari penelitian harus konsisten dengan rumusan dan definisi dari masalah.
- c. Memberikan limitasi dari area atau *scope* atau sejauh mana penelitian deskriptif tersebut akan dilaksanakan. Termasuk didalamnya daerah geografis dimana penelitian akan dilakukan, batasan-batasan kronologis, ukuran tentang dalam dangkal serta seberapa utuh daerah penelitian tersebut akan dijangkau.
- d. Pada bidang ilmu yang telah mempunyai teori-teori yang kuat, maka perlu dirumuskan kerangka teori atau kerangka konseptual yang kemudian diturunkan dalam bentuk hipotesa-hipotesa untuk diverifikasikan. Bagi ilmu sosial yang telah berkembang dengan baik, maka kerangka analisis dapat dijabarkan dalam bentuk-bentuk model matematika.

- e. Menelusuri sumber-sumber kepustakaan yang ada hubungannya dengan masalah yang ingin dipecahkan.
- f. Melakukan kerja lapangan untuk mengumpulkan data, gunakan teknik pengumpulan data yang cocok dengan penelitian.
- g. Memberikan interpretasi dari hasil dalam hubungannya dengan kondensi sosial yang ingin diselidiki serta dari data yang diperoleh serta referensi khas terhadap masalah yang ingin dipecahkan.
- h. Membuat laporan penelitian dengan cara ilmiah.

Oleh karena itu dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan tipe deskriptif agar mendapatkan gambaran nyata mengenai motif menonton acara pertandingan sepak bola pada penonton perempuan di cafe Larissa Tegal

2. Obyek penelitian.

Obyek penelitian ditujukan pada 5 informan perempuan yang datang ke cafe Larissa untuk menonton bareng (nobar) pertandingan sepak bola yang disiarkan televisi

3. Lokasi penelitian.

Penelitian ini berlokasi di cafe & tempat futsal Larissa. Alasan pemilihan lokasi karena tempat tersebut dijadikan *base camp* dan tempat menonton bareng acara pertandingan sepak bola yang disiarkan ditv oleh pihak penyelenggara cafe.

4. Teknik pengumpulan data.

Dalam usaha pengumpulan data yang diperlukan dan penelitian akan menggunakan teknik-teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Observasi.

Observasi ialah metode atau cara-cara yang menganalisis dan mengadakan pencatatan secara sistematis mengenai tingkah laku dengan melihat atau mengamati individu atau kelompok secara langsung. (Moh Nazir, dalam buku metode penelitian, Ghalia Indonesia, Jakarta 1988 hal 64).

Dalam penelitian ini peneliti mengobservasi/ mengamati sebuah cafe dan tempat futsal yang bernama Larissa, dimana di cafe dan tempat futsal tersebut selalu mengadakan acara nonton bola bareng yang sengaja diadakan oleh pihak pengelola cafe guna menarik pengunjung untuk datang dan menyaksikan acara tersebut.

b. Interview atau wawancara.

Wawancara adalah suatu proses percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interview*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. (Lincoln dan Guba 1985 : 266) menurut Soetrisno Hadi, wawancara yaitu pengumpulan data dengan cara tanya jawab dengan responden yang telah ditentukan untuk memperoleh

informasi yang dibutuhkan dalam penelitian (Soetrisno Hadi, 1997 : 224). Dalam penelitian ini, teknik wawancara yang digunakan adalah teknik wawancara mendalam (*in – depth*) menurut Masri Singarimbun dan Soffyan Effendi wawancara mendalam adalah percakapan yang dilakukan oleh pewawancara dengan cara menyampaikan pertanyaan kepada responden, merangsang reponden untuk menjawabnya, menggali jawaban lebih jauh bila dikehendaki dan mencatatnya. Untuk itu dibutuhkan ketrampilan mewawancarai, motivasi yang tinggi, dan rasa aman, artinya tidak ragu dan tidak takut menyampaikan pertanyaan (Singarimbun dan Effendi, (1989 : 192)

c. Studi kepustakaan.

Peneliti mencari data yang dibutuhkan dengan membaca buku-buku untuk mencari informasi-informasi penting sebagai bahan tambahan referensi bagi penulis agar data-data yang diperoleh dapat disesuaikan dengan teori-teori yang ada.

5. Jenis data.

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari obyek penelitian melalui melihat, mencatat, menganalisa, dan mengambil kesimpulan terhadap obyek penelitian. data tersebut didapatkan dengan cara observasi dan wawancara terhadap perempuan yang menonton bareng acara pertandingan sepak bola di cafe larissa.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber-sumber lain dokumentasi obyek penelitian yang didapat dari sumber tertulis seperti arsip dan sebagainya yang mendukung analisa penelitian, buku-buku teori komunikasi massa, dan teori motif.

6. Teknik Analisis data.

Tujuan dari analisis data pada dasarnya adalah menyederhanakan data dalam bentuk yang mudah dibaca dan dipahami. Analisa data adalah proses perumusan data agar dapat diklasifikasikan kerja keras, daya kreatif serta intelektual yang tinggi.

Penelitian ini menggunakan model analisa kualitatif, yaitu berupa uraian atau penjelasan dimana dalam uraian tersebut tidak diperlukan data yang berwujud angka. Analisis kualitatif ini dimaksudkan untuk menggambarkan keadaan dan hasil dari masalah yang diteliti. Dalam analisis ini data diperoleh dengan menggunakan analisis data kualitatif, dengan mengambil kesimpulan atas fenomena kebenaran pada suatu peristiwa atau data tertentu yang berciri sama dengan fenomena yang ada dan kemudian mengorganisasikan fakta-fakta atau hasil pengamatan yang terpisah-pisah menjadi suatu rangkaian hubungan terkait dalam hubungannya dengan penelitian ini. (Aswar Saifudin 1997 : 40)