

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG MASALAH

Televisi sebagai bagian dari kebudayaan audiovisual baru merupakan medium yang paling kuat pengaruhnya dalam membentuk sikap dan kepribadian baru masyarakat secara luas. Hal ini disebabkan oleh satelit dan pesatnya perkembangan jaringan televisi yang menjangkau masyarakat hingga ke wilayah terpencil. Kultur baru yang dibawa oleh televisi dengan sendirinya mulai tumbuh di masyarakat. Apalagi sebetulnya yang *essensial* dari kultur baru ini pada hakikatnya sudah dikenal sejak lama, unsur *essensial* dari kebudayaan televisi berupa penggunaan bahasa verbal dan visual, sekaligus dalam rangka menyampaikan sesuatu, seperti pesan, informasi, pengajaran, ilmu, dan hiburan. Sebelum kebudayaan cetak dan tulis berkembang, orang sudah menggunakan bahasa verbal dan visual, misalnya wayang kulit, pengajaran dengan menggunakan tembang, dan orang tua mendongeng (bercerita) kepada anaknya yang merupakan masa kebudayaan audiovisual lama. Zaman audiovisual yang baru sekarang ini disebut kebudayaan lisan kedua.<sup>1</sup>

Kebudayaan televisi disebut kebudayaan lisan kedua. Disebut kebudayaan lisan kedua, karena televisi yang menampilkan atraksi lewat layar kaca yang dalam kenyataannya tidak mampu berinteraksi langsung terhadap

---

<sup>1</sup> Fred Wibowo, *Dasar-dasar Produksi Program Televisi*, Grasindo, 1997, hal 1

*audience* sebab apa yang ditampilkan oleh televisi sangat jauh dari penonton. Karakter lain dari keunggulan televisi yaitu dapat memanipulasi suara dan *visual*, mampu memberi penekanan secara efektif terhadap pesan atau maksud yang dituju dengan meng-*close-up* obyeknya, memberi pemusatan pandangan, memiliki banyak kemungkinan memberi ilustrasi *visual*, kaya akan tata gerak, tata warna, mampu memunculkan bermacam-macam suara dan keunggulan lainnya.

Tidak mengherankan televisi memiliki daya tarik yang luar biasa apabila sajian program dapat menyesuaikan dengan karakter televisi dan manusia yang terpengaruh oleh televisi. Manusia yang sudah terbiasa dengan televisi berarti manusia yang memiliki ekstensi (perpanjangan) dari mata dan telinganya yang ingin mendengar dan melihat lebih luas, lebih banyak variasi dan lebih cepat serta inovatif.

Televisi juga disebut sebagai media penyiaran. Media penyiaran organisasi yang menyebarkan informasi yang berupa produk budaya atau pesan yang mempengaruhi dan mencerminkan budaya dalam masyarakat. Oleh karena itu, seperti politik atau ekonomi, media massa khususnya media penyiaran merupakan suatu sistem tersendiri yang merupakan bagian dari sistem kemasyarakatan yang lebih luas. Studi komunikasi massa secara umum membahas dua hal pokok yaitu: pertama, studi komunikasi massa yang melihat peran media massa terhadap masyarakat luas beserta institusi-institusinya. Pandangan ini menggambarkan keterkaitan antara media dengan berbagai institusi lain seperti institusi politik, ekonomi, pendidikan, sosial

budaya, agama, dan sebagainya. Teori-teori yang berkenaan dengan hal ini berupaya menjelaskan posisi atau kedudukan media massa dalam masyarakat dan saling mempengaruhi antara berbagai struktur kemasyarakatan dengan media. Kedua, studi komunikasi massa yang melihat hubungan antara media dengan audiencenya, baik secara kelompok maupun individual. Teori-teori mengenai hubungan antara media audien terutama menekankan pada efek-efek individu dan kelompok sebagai hasil interaksi dengan media.

Sejak pemerintah Indonesia membuka TVRI maka selama 27 tahun penonton televisi di Indonesia hanya dapat menonton satu saluran televisi. Barulah pada tahun 1989, pemerintah memberikan izin operasi kepada kelompok usaha Bimantara untuk membuka stasiun televisi RCTI yang merupakan televisi swasta pertama di Indonesia, disusul kemudian dengan SCTV, Indosiar, ANTV dan TPI.

Gerakan reformasi pada tahun 1998 telah memicu perkembangan industri media massa khususnya televisi. Seiring dengan itu, kebutuhan masyarakat terhadap informasi juga semakin bertambah. Menjelang tahun 2000 muncul hampir secara serentak lima televisi swasta baru (Metro, Trans, TV-7, Lativi dan Global) serta beberapa televisi daerah yang saat ini jumlahnya mencapai puluhan stasiun televisi lokal. Tidak ketinggalan pula munculnya televisi berlangganan yang menyajikan berbagai program dalam dan luar negeri.

Setelah undang-undang penyiaran disahkan pada tahun 2002, jumlah televisi baru di Indonesia diperkirakan akan terus bermunculan, khususnya di

daerah, yang terbagi dalam tiga kategori yaitu televisi publik, swasta, berlangganan dan komunitas, hingga juli 2002, jumlah orang yang memiliki pesawat televisi di Indonesia mencapai 25 juta. Kini penonton televisi Indonesia benar-benar memiliki banyak pilihan untuk menikmati berbagai program televisi.<sup>2</sup>

Industri pertelevisian daerah dalam beberapa tahun terakhir ini mulai menemukan wajah sesungguhnya. Beberapa stasiun TV lokal yang berdiri sejak dua hingga tiga tahun terakhir, sebagian sudah mampu unjuk gigi dengan program-program unggulannya. Tapi tak sedikit beberapa stasiun TV lokal yang megap-megap dan sebagian lagi meredup untuk selanjutnya lenyap entah kemana. Meski demikian, lenyapnya beberapa stasiun TV lokal tersebut juga diiringi dengan hadirnya stasiun-stasiun TV lokal baru yang hadir dalam setahun ini, meski itu hanya siaran percobaan. Pepatah "*mati satu tumbuh seribu*" tampaknya cocok dialamatkan buat industri TV lokal saat ini.

Lembaga penyiaran publik termasuk kategori TV lokal yaitu lembaga penyiaran yang mempunyai visi untuk memperbaiki kualitas kehidupan publik, kualitas kehidupan suatu bangsa, dan juga kualitas hubungan antar bangsa pada umumnya; serta mempunyai misi untuk menjadi forum Diskusi, Artikulasi, dan Pelayanan Kebutuhan Publik. Lembaga penyiaran publik ini memberikan pengakuan secara signifikan terhadap peran *supervisi dan evaluasi* oleh publik dalam posisinya sebagai khalayak dan partisipan yang aktif, karena itu lembaga penyiaran publik bukanlah lembaga penyiaran

---

<sup>2</sup> Morison, M.A, Pengantar: Prof Dr. H.M. Burhan Bungin, S.Sos., M.Si., *Media Penyiaran (Strategi Mengelola Radio dan Televisi)*, 2005, hal 8

pemerintah, serta bukan pula lembaga penyiaran yang semata-mata mendasarkan dirinya pada hukum-hukum pasar. Terdapat 4 implikasi utama dari definisi penyiaran publik, yang masing-masingnya diakhiri dengan kata "*publik*" yaitu: Akses Publik, Dana Publik, Akuntabilitas Publik, dan Keterlibatan Publik.<sup>3</sup>

TV komersial lokal memiliki unsur kedekatan dengan masyarakat lokal (*locality*), namun cara mereka mengamati masalah, mengangkatnya kelayar TV, mengemasnya, memperhitungkan rating dan iklannya, mengatur jam-jam tayang utamanya (*prime time*) tetaplah sesuai dengan nafas TV komersial nasional, atau TV komersial manapun diseluruh dunia.<sup>4</sup>

Walaupun terjadi pasang surut industri stasiun TV lokal yang ada di Indonesia. Tapi keberadaan TV lokal sekarang, tumbuh lebih pesat dibanding tahun-tahun sebelumnya, selain eksistensinya telah mendapat pengakuan hukum lewat UU NO.32 tahun 2002 tentang penyiaran, peraturan ini dapat memberi payung hukum bagi eksistensi TV lokal yang muncul menemui pemirsanya. Secara kuantitas, dibanding satu atau dua tahun sebelumnya, jumlah TV lokal yang mengudara tahun ini lebih meningkat.

Selain itu, dengan disahkannya UU penyiaran bagi eksistensi TV lokal, juga dapat menjadikan para pemilik modal untuk berlomba-lomba mendirikan TV lokal. Meskipun TV lokal harus bersaing dengan stasiun TV swasta nasional yang jam tayangnya selalu dapat menarik perhatian penonton, TV lokal tetap berusaha mengeksiskan keberadaannya dalam mensosialisasikan

---

<sup>3</sup> Effendi Gazali, *Penyiaran Alternatif tapi Mutlak*, Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UI, 2002, 41

<sup>4</sup> *Ibid*, hal 81

budaya lokal yang ada diwilayahnya masing-masing. Tercatat ada sekitar 60 lebih stasiun TV lokal yang tersebar dari Papua hingga Pematang Siantar pada tahun 2004. Jumlah ini terbilang fenomenal mengingat rentang waktu kelahiran TV lokal yang singkat, sejak tahun 1997 saat reformasi bergulir.

Selama satu tahun ini, secara kuantitas pertumbuhan Televisi lokal memang menunjukkan percepatannya. Begitu juga jika dilihat dari aspek kualitas program, harus diakui program-program yang mereka tampilkan terutama yang masuk kategori swasta, sudah lebih baik dan beragam dari tahun-tahun sebelumnya. Indikasi ini terlihat dari mulai tumbuhnya kepercayaan pemirsa dan pengiklan. Istimewanya, meski jumlahnya belum signifikan, tapi banyak para pengiklan yang mulai melirik TV lokal sebagai tempat yang cukup kompeten untuk beriklan.<sup>5</sup>

Di Jogja sendiri terdapat tiga buah stasiun TV lokal yang mengudara yaitu: Jogja TV, RBTB dan Tugu TV. Khusus untuk Jogja TV dan RBTB telah mengudara terlebih dahulu dari Tugu TV.

Jogja TV yang bernama lengkap PT. Yogyakarta Tugu Televisi dengan Logo "*Tradisi Tiada Henti*" yang berada di Jl. Wonosari Km. 9 Sendang Tirto, Berbah, Sleman, Yogyakarta. Adalah salah satu dari stasiun televisi lokal di Indonesia. Stasiun TV ini masih satu group dengan Bali TV. Jogja TV mengudara pada frekuensi 48 UHF dari pukul 16.00 WIB hingga pukul 23.00Wib.

---

<sup>5</sup> Majalah Cakram, *Edisi Khusus Televisi*, 2004, hal 26

Seiring dengan perkembangan TV lokal yang berada di daerah masing-masing, Jogja TV mampu mengeksekusi keberadaannya dan dapat berkembang dengan pesat. Walaupun ada beberapa stasiun TV lokal lainnya yang hadir di Yogyakarta seperti stasiun TVRI Yogyakarta yang mengangkat Citra lokal melalui layar televisi berskala Nasional, juga dalam format siarannya menerapkan pola Acara Terpadu dan acara *Publik Service Obligation* yang telah ditayangkan secara Nasional dan Internasional. Selain itu ada RBTv, stasiun TV lokal yang juga menayangkan format siaran bernuansa budaya lokal serta tidak ketinggalan Tugu TV yang bermaterikan budaya Jawa. Dari banyaknya TV lokal yang hadir khususnya di daerah Yogyakarta tidak menyurutkan langkah Jogja TV dalam mengembangkan sayapnya di tingkat Daerah maupun Nasional. Serta mampu mengikat konsumen lewat acara yang disiarkan oleh stasiun Jogja TV.

Deskripsi tersebut didukung dengan program siaran dan logo Jogja TV "*Tradisi Tiada Henti*" dalam mendukung citra DIY sebagai kota Pendidikan dan Budaya. Menurut GBPH.H. Prabukusumo, S.Psi Komisaris Utama Jogja TV, mengatakan bahwa Bingkai Program Jogja TV berbasis pada budaya lokal dan program yang mengacu kepada *Idealisme Kraton Yogyakarta* serta mendukung penciptaan iklim cinta budaya sendiri. Ditambahkan pula bahwa program rencana kedepan meliputi budaya, pendidikan, teknologi, perluasan dan pengembangan internal disamping akan tetap mengembangkan dan melestarikan Budaya dan Tradisi Adiluhung.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> [www.Pemda-DIY.Go.id/berita/artikel](http://www.Pemda-DIY.Go.id/berita/artikel), 06 Maret 2006

Selaku komisaris Jogja TV, beliau berkeinginan mengangkat potensi yang dimiliki kota Yogyakarta. Potensi-potensi tersebut seperti hal hal di atas yaitu pendidikan, pariwisata, budaya, dan teknologi. Untuk tujuan itu, Jogja TV pun menjalin hubungan kerjasama dengan berbagai pihak terkait termasuk dengan 4 pemda di wilayah DIY. Meski baru beberapa tahun Jogja TV siaran, namun upayanya yang cukup agresif dalam merangkul berbagai pihak dalam mendukung siarannya merupakan langkah positif. Terlebih lagi, persoalan *diversitas cultural* dan kepentingan yang terus berkembang di area ini menuntut kearifan pengelola televisi lokal dalam mengangkat realitas yang berkembang dimasyarakat pada layar kaca. Ini menunjukkan bagaimana semangat pendirian televisi daerah sarat akan nilai-nilai lokalitas. Orientasi pengelolaannya pun tidak hanya sebatas sebagai media hiburan namun juga menjadikan media informasi, edukasi, dan kebudayaan.<sup>7</sup>

Jogja TV dalam mensosialisasikan program acaranya sangat kental dengan adat budaya Jawa yang bisa kita lihat didalam acara *Macapat*, *Pawartos Ngayogyakarta*, *Klinang-klinong Campursari dsb*. Seperti program *Macapat* yang menyiarkan tembang khas lagu Jawa klasik yang diiringi oleh alat musik tradisional *Gamelan* dan ditembangkan oleh para Sinden yang lengkap dengan berpenampilan kain *Kebaya* khas Jawa. *Pawartos Ngayogyakarta* yaitu sebuah berita mengenai lingkup budaya Jawa khususnya yang ada di Yogyakarta dan daerah sekitarnya serta mengenalkan kota Yogyakarta dengan menggunakan bahasa Jawa. Wayang yang secara

---

<sup>7</sup> Nunung Prajarto, *Komunikasi, Negara dan Masyarakat*, Fisipol UGM, 2004, hal 222



tradisional adalah bentuk seni yang paling tradisional, Laurier Sears, baru-baru ini memperlihatkan unsur dinamis dalam kehidupan budaya dan politik Jawa, ia juga berkomentar bahwa “ *wayang sebagai medium teater yang berpotensi menyerap dan menafsir-ulang alegori politis*”. Dalang orang yang memainkan wayang adalah sosok orang yang paham akan falsafah dan ideologi unsur budaya Jawa kuno yang diterapkan pada wayang. Wayang dalam pementasannya sarat akan nilai-nilai budaya yang kental dari budaya lokal. Dimana sang dalang menggunakan kain *Sorjan* yang biasa digunakan dalam pementasan wayang. Selain itu, masih banyak program-program lainnya yang bernuansakan adat budaya jawa yang telah dan akan disosialisasikan oleh Jogja TV.

Disinilah keunggulan Jogja TV, karena dari program tersebut banyak masyarakat baik dari orang asli Jawa atau orang luar Jawa (baik yang bekerja maupun sekolah) dapat mengetahui tradisi dan adat budaya Jawa dari acara yang disiarkan oleh jogja TV. Jogja TV mampu mempertahankan eksistensi siaran yang berbasiskan tradisi dan budaya. Dan mempunyai karakteristik serta *image* tersendiri sebagai TV lokal yang dapat mengungguli dari TV lokal lainnya dari apa yang disiarkan dan ditayangkan oleh Jogja TV. Jogja TV juga merefleksikan sebuah identitas dari TV lokal yang berada di Yogyakarta. Disertai sebagai wahana dalam mempertahankan media Sosialisasi Adat Budaya Jawa. Untuk itu Jogja TV sebagai TV lokal dalam perkembangannya, menjadikan programnya sebagai “Media Sosialisasi Bagi

Tradisi Budaya Lokal” dalam mewariskan nilai-nilai asli budaya Jawa yang ada di Yogyakarta.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas rumusan masalah penelitian ini adalah: *“Bagaimana Pelaksanaan Fungsi Jogja TV Sebagai Media Sosialisasi Adat Budaya Jawa”?*

## **C. TUJUAN & MANFAAT PENELITIAN**

### **C.1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan fungsi Jogja TV sebagai Sarana Media Sosialisasi Adat Budaya Jawa dalam merebut khalayak.
- b. Faktor-faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat pelaksanaan fungsi Jogja TV sebagai Media Sosialisasi Adat Budaya Jawa dalam merebut khalayak.

### **C.2. Manfaat penelitian**

- a. Menjadi bahan referensi untuk penelitian dan pengembangan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan topik diatas.
- b. Memberikan tambahan pengetahuan bagi para akademisi, praktisi media dan penyiaran bahwa khalayak massa akan menilai pesan yang diberikan oleh media tersebut.
- c. Dengan melihat berbagai fungsi media, maka anggota masyarakat akan lebih mudah memahami dan mengerti sosok media ketika ditempatkan sebagai salah satu sumber informasi.

## **D. KERANGKA TEORI**

### **D.1. Media Penyiaran**

#### **1.1. TV Sebagai Media Komunikasi Massa**

Kata media berasal dari bahasa latin *medius* yang secara harfiah berarti 'tengah', 'perantara' atau 'pengantar'. Dalam bahasa arab, media adalah perantara atau pengantar pesan dari pengirim kepada penerima pesan. Gerlach & Ely (1971) mengatakan bahwa media apabila dipahami secara garis besar adalah manusia, materi, atau kejadian yang membangun kondisi yang membuat manusia mampu memperoleh pengetahuan, keterampilan, atau sikap. Dalam pengertian ini, guru, buku teks, dan lingkungan sekolah merupakan media. Secara lebih khusus, pengertian media dalam proses belajar cenderung diartikan sebagai alat-alat grafis, fotografis, atau elektronis untuk menangkap, memproses, dan menyusun kembali informasi visual atau verbal<sup>8</sup>

Menurut James W. Carey (1989), ada dua pandangan tentang Media :

#### **a) Perspektif Transmisional**

Perspektif transmisional memandang media sebagai pengirim informasi untuk tujuan kontrol; yakni, baik apakah media memiliki efek pada perilaku kita maupun tidak.

#### **b) Perspektif Ritual**

Perspektif ritual sebagaimana ditulis Carey, memandang media bukan sebagai sarana pentransmision "pesan didalam ruang," melainkan

---

<sup>8</sup>Arsyad Azhar, *Media Pengajaran*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 1997, hal 3

yang terpenting untuk "pemeliharaan masyarakat pada suatu kurun waktu."<sup>9</sup>

Media sebagai objek definisi sosial dan budaya memperoleh definisi dari berbagai campuran fakta, 'citra', penilaian, dan resep yang diamati. Dengan demikian, terdapat seperangkat gagasan tentang apa yang sesungguhnya dilakukan media dan apa yang seyogyanya dilakukan dengan harapan yang terarahkan dan batasan yang ditetapkan. Definisi ini telah terbentuk dalam sejarah awal *medium* tertentu dan sering merupakan pengadaptasian gagasan yang berkaitan dengan bentuk media dan komunikasi yang ada sebelumnya. Pentingnya definisi ini, terutama terletak dalam pengaruhnya atas gagasan tentang apa saja yang pantas sebagai isi media dan perilaku media dalam keadaan tertentu. Dengan demikian, definisi ini secara informal dapat mengatur dan membatasi tujuan penggunaan media. Definisi ini menolak upaya revisi dan cenderung mencegah 'penyimpangan' yang ada kalanya tergambar dalam rencana dan kebijakan penggunaan media hiburan untuk tujuan sosial dan budaya yang disetujui.<sup>10</sup>

Komunikasi massa menurut Werner I. Severin dan James W. Tankard Jr. dalam bukunya , *Communication Theories, Origins, Methods, Uses* adalah sebagai berikut :<sup>11</sup>

*"Mass communication is part skill, part art, and part science. It is a skill in the sense that it involves certain fundamental learnable technique such as*

---

<sup>9</sup> Jhon Fiske, *Cultural and Communication* (Sebuah Pengantar Paling Komperhensif), jalsutra, 1990, hal 9

<sup>10</sup> Dennis McQuail, *Teori Komunikasi Massa*, Penerbit Erlangga, 1996, hal 275

<sup>11</sup> Darwanto SS, *Televisi Sebagai Media Pendidikan*, Duta Wacana University Press, Yogyakarta, 1995, Hal. 24

*focusing a television camera, operating a tape recorder or taking notes during an interview. It is art in the sense that involves creative challenges such as writing a script for television program, developing an aesthetic layout for magazine and or coming up with a catchy lead for a new story. It is a science in the sense that there are certain principles involved in how communication works that can be verified and use to make things work better."*

(Komunikasi massa adalah sebagian keterampilan, sebagian seni, dan sebagian ilmu. Ia adalah keterampilan dalam pengertian bahwa ia meliputi teknik-teknik fundamental tertentu yang dapat dipelajari seperti memfokuskan kamera televisi, mengoperasikan tape rekorder atau mencatat ketika berwawancara. Ia adalah seni dalam pengertian bahwa ia meliputi tantangan kreatif seperti menulis skrip untuk program televisi. Mengembangkan tata letak yang estetik untuk iklan majalah, atau menampilkan teras berita yang mengikat bagi sebuah iklan berita. Ia adalah ilmu dalam pengertian bahwa ia meliputi prinsip-prinsip tertentu tentang bagaimana berlangsungnya komunikasi yang dapat dikukuhkan dan dipergunakan untuk membuat berbagai hal menjadi lebih baik.)

Kehadiran televisi dalam kaitannya sebagai mediator penyampaian pesan melampui peran media cetak dalam tiga hal yaitu :

- a. Daya jangkau publik yang teramat luas, yang dapat ditunjukkan dengan puluhan juta perangkat TV dirumah-rumah.
- b. Kemampuan televisi untuk mendikte "kebenaran".
- c. Relativisasi arti dan signifikan peristiwa-peristiwa soal lewat keragaman program.

Kebutuhan khalayak akan informasi secara umum diperoleh melalui komunikasi massa baik cetak maupun elektronik, maka media massa sebagai alat untuk menyampaikan, menyebarkan ataupun memindahkan *message* (informasi) mempunyai beberapa tujuan :

1. Mencapai masyarakat yang luas.
2. memungkinkan imitasi oleh banyak orang secara langsung.
3. mengatasi batas-batas komunikasi yang dapat ditiadakan oleh adanya batas ruangan (geografis) dan batas waktu.

Isi pesan atau pernyataan yang dimuat di media massa, menurut wahyudi memiliki ciri khas yang lebih merupakan aturan-aturan tersendiri yang harus dipatuhi dari media massa itu sendiri, yakni : mencari, mengumpulkan, mengelola, menyusun, dan menyebarluaskan kepada khalayak dengan cepat.<sup>12</sup>

Televisi merupakan konservasi dari dunia material, dunia sosial, dan dunia simbolik yang menjadi lingkungan manusia, sebagaimana dikemukakan Kuntowijoyo. Televisi mengubah dan mentransformasikan dunia manusia ini menjadi realitas media (televisi). Media menentukan suatu realitas empirik diformat. Media televisi telah mendefinisikan siapa saja dan apa saja yang hendak ditampilkan.<sup>13</sup>

Komunikasi massa dalam media televisi ialah proses komunikasi antara komunikator dengan komunikan (massa) melalui sebuah sarana, yaitu televisi. Komunikasi massa media televisi bersifat periodik. Dalam komunikasi media tersebut, lembaga penyelenggara komunikasi bukan perorangan, melainkan melibatkan banyak orang dengan organisasi yang kompleks serta pembiayaan yang besar. Karena media televisi bersifat *transitory* (hanya meneruskan) maka pesan-pesan yang disampaikan melalui komunikasi massa media

---

<sup>12</sup> J.B. Wahyudi, *Dasar-dasar Manajemen Penyiaran*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1994, hal 50

<sup>13</sup> Cassier Ernst. (1987). *Manusia dan Kebudayaan* : sebuah esai tentang manusia, terjemahan Alois A. nugroho, Jakarta: gramedia, 1987.

tersebut, hanya didengar, tetapi juga dapat dilihat dalam gambar yang bergerak (audio-visual).<sup>14</sup>

Perkembangan media teknologi elektronik khususnya televisi secara global, agaknya diikuti pula dengan pemahaman fungsi dari televisi itu sendiri. Fungsi dari media televisi ini berhubungan dengan audiens sebagai sasaran penikmat televisi dan berkaitan pula dengan peran televisi tersebut dalam mempengaruhi khalayak. Fungsi tersebut tidak terlepas dari dunia pertelevisian di Indonesia, yang masyarakatnya sendiri sebagai sasaran audiens adalah heterogen.

Fungsi pokok televisi yang dianut industri pertelevisian Indonesia pada umumnya yaitu :<sup>15</sup>

#### 1. Fungsi Penerangan

Fungsi televisi disini menjadikan televisi sebagai sarana penerangan yang mencakup pengertian langsung dari dekat (*immediacy*), yang dalam artian audiens dapat melihat dan mendengar langsung peristiwa yang disiarkan oleh stasiun televisi. Kemudian sebagai sarana penerangan televisi juga mengandung makna kenyataan (*realism*) yang berarti bahwa stasiun televisi menyiarkan informasi secara audio-visual tersebut sesuai dengan kenyataan yang ada pada saat pengambilan gambar. Dalam menjalankan fungsinya sebagai sarana penerangan ini, televisi menyiarkan informasi dalam bentuk siaran pandangan mata atau berita yang dibacakan penyiar dan dilengkapi dengan gambar-gambar

---

<sup>14</sup> Darwanto SS, *Televisi Sebagai Media Pendidikan*, Duta Wacana University Press, Yogyakarta, 1995, hal 24

<sup>15</sup> Onong Uchjana Effendy, *Televisi Siaran dan Praktek*, hal 24

yang bersifat faktual. Fungsi penerangan ini jika berkaitan dengan media massa, maka memiliki peran sebagai mediasi (penengah/penghubung) antara realitas sosial yang objektif dengan pengalaman pribadi.

## 2. Fungsi Pendidikan

Sebagai media komunikasi massa televisi, televisi merupakan sarana yang ampuh untuk menyiarkan pendidikan kepada khalayak, dengan meningkatkan pengetahuan dan penalaran masyarakat. Dalam hal ini televisi menyiarkan acara-acara pendidikan tertentu secara simultan. Selain itu televisi juga menyiarkan acara yang secara implisit mengandung pendidikan.

## 3. Fungsi Hiburan

Televisi sebagai media elektronik selain sebagai sarana informasi, juga dikenal masyarakat sebagai media hiburan. Ini ditunjukkan dari alokasi tayangan program acara stasiun televisi. Hal ini dapat dipahami mengingat televisi merupakan media yang dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat, juga merupakan sarana hiburan yang murah yang dapat dinikmati oleh seluruh khalayak.

Media penyiaran sebagai salah satu bentuk media massa memiliki ciri dan sifat yang berbeda dengan media massa lainnya. Bahkan diantara sesama media penyiaran, misalnya antara radio dan televisi, terdapat berbagai perbedaan sifat. Media massa televisi meskipun sama dengan radio dan film sebagai media massa elektronik, tetapi mempunyai ciri dan sifat yang berbeda, terlebih lagi dengan media massa cetak seperti surat kabar dan majalah. Media



cetak dapat dibaca kapan saja tetapi televisi dan radio hanya dapat dilihat sekilas dan tidak dapat diulang.

Upaya menyampaikan informasi melalui media cetak, audio dan audiovisual, masing-masing memiliki kelebihan tetapi juga ada kelemahan, penyebabnya adalah sifat fisik masing-masing jenis media. Televisi dan radio dapat dikelompokkan sebagai media yang menguasai ruang tapi tidak menguasai waktu, sedangkan media cetak menguasai waktu tapi tidak menguasai ruang. Artinya, siaran dari suatu media televisi atau radio dapat diterima dimana saja dalam jangkauan pancarannya (menguasai ruang) tetapi siarannya tidak dapat dilihat kembali (menguasai ruang waktu). Media cetak untuk sampai kepada pembacanya memerlukan waktu (tidak menguasai ruang) tetapi dapat dibaca kapan saja dan dapat diulang-ulang.<sup>16</sup>

## 1.2. Fungsi & Efek Media TV

Media massa dalam cakupan komunikasi adalah produk teknologi modern seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, atau film yang dijadikan alat penyampai pesan kepada komunikan.

Media massa merupakan sumber kekuatan alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> Burhan Bungin, *Erotica Media Massa*, Muhammadiyah University Press, 2001, hal 1

<sup>17</sup> Dennis McQuail, *op.cit*, hal 1

Media massa juga merupakan nilai manfaat sebagai alat transformasi, namun juga sering tidak menjadi media informasi yang ampuh untuk menabur nilai-nilai baru yang tidak diharapkan masyarakat itu sendiri.<sup>18</sup>

Media massa mempunyai empat unsur utama yaitu: Teknologi, Situasi Politik, Sosial dan Ekonomi Masyarakat, fungsi atau kebutuhan. Semua itu berinteraksi dalam cara yang berbeda dengan keunggulannya masing-masing dalam media yang berbeda pula. Seringkali salah satu diantaranya tampak berperan sebagai faktor penunjang atau pendorong yang paling kuat, seringkali pula justru yang paling lemah.

Pada dasarnya media dapat dijangkau oleh segenap anggota masyarakat bebas, sukarela, umum, dan murah karena disini media massa menyelenggarakan kegiatannya dalam lingkungan publik yang memiliki fungsi pengantar (pembawa) bagi segenap macam pengetahuan.

Fungsi utama media massa bagi masyarakat menurut Lasswell (1948) yaitu: pengawasan lingkungan; pertalian (korelasi) bagian-bagian masyarakat dalam memberikan respons terhadap lingkungannya; transmisi warisan budaya. Semua itu secara berurutan bertalian dengan: pemberian informasi, pemberian komentar atau interpretasi yang membantu pemahaman makna penggalan informasi, dan juga pembentukan kesepakatan (*konsensus*), ekspresi nilai-nilai dan simbol budaya yang diperlukan untuk melestarikan identitas dan kesinambungan masyarakat. Berikut serangkaian ide dasar mengenai fungsi media massa pada masyarakat yaitu:

---

<sup>18</sup> Burhan Bungin, op.cit, hal 1

a. Informasi

1. Menyediakan informasi tentang peristiwa dan kondisi dalam masyarakat dan dunia.
2. Menunjukkan hubungan kekuasaan.
3. Memudahkan *inovasi*, adaptasi, dan kemajuan.

b. Korelasi

1. Menjelaskan, menafsirkan, mengomentari makna peristiwa dan informasi.
2. Menunjang otoritas dan norma-norma yang mapan.
3. Melakukan sosialisasi.
4. Mengkoordinasi beberapa kegiatan.
5. Membentuk kesepakatan.
6. Menentukan urutan prioritas dan memberikan status relatif.

c. Kesenambungan

1. Mengekspresikan budaya dominan dan mengakui keberadaan kebudayaan khusus (*subkulture*) serta perkembangan budaya baru.
2. Meningkatkan dan melestarikan nilai-nilai.

d. Hiburan

1. Menyediakan hiburan, pengalihan perhatian, dan sarana relaksasi.
2. Meredakan ketegangan sosial.

e. Mobilisasi

1. Mengkampanyekan tujuan masyarakat dalam bidang politik, perang, pembangunan ekonomi, pekerjaan, dan kadang kala juga dalam bidang agama.

Wilburm Schramm menyatakan, komunikasi massa berfungsi sebagai *decoder*, *interpreter* dan *encoder*. Komunikasi massa mempunyai kemampuan memperluas pandangan, pendengaran dalam jarak yang hampir tidak terbatas, dan dapat melipatgandakan suara dan kata-kata secara luas. Pendapat Schramm pada dasarnya tidak berbeda dengan pendapat Harold D. Laswell yang menyebutkan fungsi-fungsi komunikasi massa sebagai berikut:

a) *Surveillance of the environment*

Fungsinya sebagai pengamatan lingkungan, yang oleh schramm disebut *decoder* yang menjalankan fungsi *The Watcher*.

b) *Correlation of the parts of society in responding to the environment*

Fungsinya menghubungkan bagian-bagian dari masyarakat agar sesuai dengan lingkungan. Schramm menamakan fungsi ini sebagai *interpreter* yang melakukan fungsi *The Forum*.

c) *Transmission of the social heritage from one generation to the next*

Fungsinya penerusan atau pewarisan sosial dari satu generasi kegenerasi selanjutnya. Schramm menamakan fungsi ini sebagai *encoder* yang menjalankan fungsi *The Teacher*.

Sejalan dengan apa yang dikatakan Schramm, Wright menunjukkan, fungsi *surveillance* berkaitan dengan *handling of news*. Berita-berita media

berfungsi selaku mata yang mengawasi lingkungan, memberitahukan kepada masyarakat mengenai kejadian-kejadian dan orang-orang. Namun berita-berita media juga membawakan fungsi-fungsi lain, disengaja atau tidak, yaitu memberikan semacam forum bagi *handling of news*, seperti "Surat Kepada Redaksi", kolumnis, wawancara dengan orang-orang terkemuka atau orang-orang yang kontroversial.<sup>19</sup>

Penelitian media seringkali memberikan sumbangsih terhadap formulasi efek media sebagai suatu perwujudan kontrol informal atau pembentukan konsensus. Penelitian media itu sendiri seringkali dituntun oleh efek media. Penelitian tentang institusi dan organisasi media, isi media, khalayak, dan efek. Studi tentang institusi media menunjang pandangan yang menyatakan bahwa banyak sekali alat dan kekuatan yang berperan dalam mengarahkan media besar agar dapat berfungsi sesuai dengan kepentingan "nasional" atau "masyarakat umum," atau setidaknya agar dapat memainkan peran dalam batas-batas tertentu, yakni batas-batas yang secara umum dapat diterima, terutama dalam segi penyampaian kritik terhadap pemerintah, dan masyarakat, serta hal yang berkenaan dengan moral perilaku publik.<sup>20</sup>

Teori komunikasi menunjukkan adanya efek-efek media terhadap individu, kelompok maupun terhadap kehidupan social secara umum. Sehubungan dengan itu, maka teori tentang efek media yang dikemukakan oleh Dennis McQuail dapat menjelaskan bagaimana efek tersebut mempengaruhi kehidupan manusia.

---

<sup>19</sup> Wiryanto, Teori Komunikasi Massa, Grasindo, 2000, Hal 10

<sup>20</sup> Dennis McQuail, Op.cit bab 3

Sebuah proses efek media terhadap kehidupan sosial seseorang dapat dilihat dari dua sisi. Pertama dilihat dari sisi waktu efek itu berpengaruh dan yang kedua dilihat dari bagaimana bentuk kesengajaan efek itu ada dimasyarakat. Pengaruh efek media juga dapat dapat mengubah kognitif, afektif, dan perilaku individu. Pengaruh ini juga berakibat pada sistem sosial, budaya struktur dan dinamika-dinamika konsensus, kontrol, adaptasi, konflik, dan perubahan. Yang dimaksud dengan efek kognitif:

- a. Informasi yang diberikan oleh media massa kadang bersifat *ambigu* (mendua). Informasi kadang simpang siur, hal ini menyebabkan masyarakat sulit mempercayai kebenaran informasi media.
- b. Sebagaimana diketahui bahwa pengetahuan seseorang dapat membentuk sikap masyarakat.
- c. Efek Kognitif dapat menggandakan sekian banyak permasalahan di suatu tempat. Efek ini akan membentuk sikap terhadap pemilihan lokasi berdasarkan pada permasalahan yang ada.
- d. Efek Kognitif dapat pula memperbesar permasalahan yang diberitakan. Melalui isu yang disebarakan.
- e. Efek Kognitif juga akan berpengaruh pada nilai-nilai yang ada dimasyarakat. Efek kognitif dapat mengubah nilai-nilai yang saat ini ada dan telah terpelihara oleh masyarakat karena nilai itu terbentuk berdasarkan pula pada pengetahuan masyarakat sebelumnya mengenai objek nilai itu sendiri.

Proses Efek Afektif lebih banyak berhubungan dengan ketidak pekaan, ketakutan dan kegelisahan, moral dan *aliansi* yang dialami oleh individu. Proses afektif seseorang berhubungan dengan emosi dan perasaan.

Efek Perilaku Hubungan adalah hasil perluasan dari efek kognitif dan afektif. Dua hal yang penting dalam efek perilaku adalah bagaimana efek media menggairahkan perilaku individu karena efek media dapat menggairahkan perilaku seseorang. Sebaliknya, efek media juga mampu menghentikan perilaku seseorang untuk mengerjakan sesuatu.

Efek Kognitif, Afektif, maupun Perilaku mempengaruhi perubahan fungsi-fungsi informasi di masyarakat, sekaligus juga dapat mempengaruhi kadar perubahan stabilitas struktur masyarakat. Semua perubahan itu akhirnya juga dirasakan oleh individu sebagai audiensi pengguna media itu sendiri serta dapat mempengaruhi derajat perubahan kebebasan informasi. Secara keseluruhan, efek media memiliki sebuah model yang integratif. Artinya bahwa masyarakat, media massa, dan informasi adalah sebuah sistem yang terintegrasi .

Efek Media sering menembus sistem sosial, budaya dan mempengaruhi dinamika masyarakat serta mempengaruhi struktur yang ada. Media yang dibutuhkan oleh masyarakat itu memiliki berbagai tujuan, sumber dan memiliki organisasi dan strukturnya yang bebas. Hal ini mempengaruhi bagaimana bentuk penyampaian informasi, kebijakan operasionalnya, serta menentukan pula informasi apa yang disalurkan media itu. Akhirnya efek media mampu mempengaruhi individu khususnya pada kognitif, afektif, dan

perilaku, namun efek-efek ini akhirnya juga dirasakan dan atau dapat mempengaruhi masyarakat keseluruhan, termasuk mempengaruhi media massa maupun informasi atau berita itu sendiri.<sup>21</sup>

### 1.3. Karakteristik Media TV&TV Lokal

Diagram penggolongan lembaga penyiaran berdasar karakter, dalam beberapa aspek (dengan secara khusus memperlihatkan arah skala supervisi dan evaluasi publik)<sup>22</sup>

Aspek	Lembaga Penyiaran Komersil	Lembaga Penyiaran Publik	Lembaga penyiaran komunitas
<i>Definisi</i>	Lembaga penyiaran yang menyelenggarakan penyiaran radio atau televisi atau berlangganan, yang mendasarkan operasinya atas prinsip-prinsip pencapaian keuntungan ekonomi (komersial).	Lembaga penyiaran yang menyelenggarakan penyiaran radio atau televisi atau penyiaran berlangganan, yang memberikan pengakuan secara signifikan terhadap peran supervisi dan evaluasi oleh public melalui sebuah lembaga supervisi yang khusus didirikan untuk tujuan tersebut.	Lembaga penyiaran yang menyelenggarakan penyiaran radio atau televisi atau penyiaran berlangganan, yang memberikan pengakuan secara signifikan terhadap peran supervisi dan evaluasi oleh anggota komunitasnya melalui sebuah lembaga supervisi yang khusus didirikan untuk tujuan tersebut.
<i>Khalayak</i>	Umum, terbuka lebar.	Umum, lebih dari satu komunitas	Suatu komunitas saja
<i>Visi</i>	Dapat dinyatakan dalam berbagai pernyataan yang ideal (biasanya memberikan hiburan, informasi, dan pendidikan), namun semua visi ini	Meningkatkan kualitas hidup public. Secara khusus meningkatkan apresiasi terhadap keanekaragaman yang ada ditengah masyarakat, dengan	Meningkatkan kualitas hidup anggota komunitasnya. Secara khusus, menjadi penyiaran yang bersifat "dari, oleh, dan untuk

<sup>21</sup> Burhan Bungin, *Erotika Media Massa*, Muhammadiyah University Press, 2001, hal 20

<sup>22</sup> Effendi Gazali, *Penyiaran Alternatif tapi mutlak*, *Jurusan Ilmu Komunikasi Fisip UI*, 2002, hal xiii



pada implementasinya, khususnya untuk produksi dan pemasaran, tetap diperhitungkan berdasar prinsip-prinsip pencapaian keuntungan ekonomi (komersial).

#### *Jangkauan area siaran*

Umumnya luas atau lebih dari 1 propinsi, namun memiliki batasan tertentu, misal tidak lebih dari "X" persen pemirsa nasional (ambil contoh 40 persen), dihitung dari jumlah rumah tangga (*household*) yang dapat menerima siarannya; tidak diperkenankan adanya stasiun komersial dengan cakupan nasional. Dasar pertimbangannya adalah untuk *mendorong keberagaman kepemilikan dan keberagaman isi siaran.*

Diatas "X" persen tersebut, suatu stasiun dapat mengembangkan sistem afiliasi berdasar formula kepemilikan & operasi tertentu dengan stasiun lokal/setempat.

#### *Ukuran Kesuksesan*

Rating untuk masing-masing program dan pemasukan iklan (karena rating program yang tinggi pada gilirannya menarik para pemasang iklan di berbagai program tersebut.

harapan menciptakan kehidupan yang harmonis diantara berbagai komunitas yang berbeda (*living in colors*).

Lembaga Penyiaran Publik milik negara, umumnya 1 televisi dan 1 radio (TVRI dan RRI) boleh memiliki daerah jangkauan yang bersifat nasional, karena ia akan mengemban misi meningkatkan apresiasi terhadap identitas dan integrasi nasional. Namun stasiun-stasiun daerah TVRI dan RRI tetap didorong untuk mengembangkan program lokal, bahkan sampai pada komposisi (lokal, nasional)=70:30.

Lembaga Penyiaran Publik yang didirikan oleh swasta (non-negara atau non-pemerintah) paling luas daerah jangkauannya 1 propinsi.

Kepuasan publik karena publik merasa lembaga penyiaran tersebut dapat mengetahui dengan pas dan terus berusaha memenuhi kebutuhan publik menurut porsi yang memadai.

komunitas.

Terbatas. Umumnya hanya sekitar radius 6 Km. karena itu sering juga disebut *Low Power Broadcasting* (penyiaran berdaya pancar rendah). Missal, menggunakan daya pancar maksimal (ERP) 100 watt untuk radio; maksimal 3 kilowatt untuk TV pada kanal UHF; dan maksimal 150 kilowatt pada kanal UHF; seluruhnya dengan antenna omnidireksional.

Jika anggota komunitasnya tersebar lebih jauh dari daerah jangkauan maka dianjurkan menggunakan sistem jaringan.

Umumnya didirikan oleh Yayasan atau LSM bersama-sama dengan kesadaran yang tumbuh didalam komunitas itu sendiri tentang kebutuhan akan sebuah Lembaga Penyiaran Komunitas.

*Pemilik/  
pendiri*

Umumnya berbentuk Perseroan Terbatas (PT) sebagian dapat menjadi terbuka (Tbk) dan menawarkan sahamnya di bursa saham.

Dapat dimiliki Negara atau pemerintah atau non-pemerintah (swasta), umumnya oleh Perguruan Tinggi, Yayasan, LSM, bahkan dapat pula didirikan oleh perseroan terbatas (PT) tertentu, atau juga oleh pemerintah daerah (pemda), sebagai bagian dari pelayanan publiknya; namun tetap harus membentuk Lembaga Supervisi yang independen.

Umumnya didirikan oleh Yayasan atau LSM bersama-sama dengan kesadaran yang tumbuh didalam komunitas itu sendiri tentang kebutuhan akan sebuah Lembaga Penyiaran Komunitas. *Masalah legitimasi dari anggota komunitas merupakan hal amat penting*

Televisi sebagai salah satu media komunikasi massa yang termasuk dalam rumpun media massa elektronik memiliki peranan yang kuat dalam menggugah daya penetrasi audiensnya. Memang tidak dapat disangkal bahwa media massa yang meliputi; surat kabar, majalah, radio, film, dan televisi memiliki kemampuan tersendiri dalam menyampaikan pesannya kepada khalayak yang luas dan heterogen. Adapun peran media itu sendiri yaitu :<sup>23</sup>

- a. Jendela pengalaman yang meluaskan pandangan kita dan memungkinkan kita mampu memahami apa yang terjadi di sekitar diri kita, tanpa campur tangan pihak lain atau sikap memihak.
- b. Juru bahas yang menjelaskan dan memberi makna terhadap peristiwa atau hal-hal yang terpisah dan kurang jelas.
- c. Jaringan interaktif yang menghubungkan pengirim dengan penerima melalui pelbagai macam umpan balik.

---

<sup>23</sup> Dennis McQuail, Teori Komunikasi Suatu Pengantar, edisi Kedua, Erlangga, Jakarta, 1996, hal 52-53.

- d. Pembawa dan penghantar informasi dan pendapat.
- e. Papan penunjuk jalan yang secara aktif menunjukkan arah, memberikan bimbingan atau instruksi.

## D.2. Sosialisasi

### 2.1. Fungsi Sosialisasi Media

Sosialisasi berasal dari kata sosiologi yaitu suatu ilmu mengenai "*das sein*" dan bukan "*das sollen*". Sosialisasi adalah proses ketika individu mendapatkan kelompoknya dan menginternalisasikan (sampai tingkat tertentu) norma-norma sosialnya, sehingga membimbing orang itu untuk memperhitungkan harapan-harapan orang lain. Penting untuk ditegaskan bahwa sosialisasitidak pernah 'total' dan merupakan proses yang terus berlangsung – bergerak sejak masa kanak-kanak sampai usia tua. Beberapa norma, seperti peraturan dasar mengenai makanan dan minum, disampaikan kepada individu sewaktu ia masih kanak-kanak, dan juga beberap norma-norma lainnya.<sup>24</sup>

Sosialisasi adalah satu konsep umum yang bisa dimaknakan sebagai sebuah proses di mana kita belajar melalui interaksi dengan orang lain, tentang cara berpikir, merasakan, dan bertindak, di mana kesemuanya itu merupakan hal-hal yang sangat penting dalam menghasilkan partisipasi sosial yang efektif. Sosialisasi merupakan proses yang terus terjadi selama hidup kita.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> Charles R. Wright, Pengantar Drs. Jalaluddin Rakhmat, *Sosiologi Komunikasi Massa*, Remajda Karya CV, 1986, hal 182

<sup>25</sup> [www. Google.com](http://www.Google.com), Hasan Mustafa, *Media Sosialisasi*, 8 April 2006

Sosialisasi menurut Laswell yaitu penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif yang menyebabkan ia sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif di dalam masyarakat.<sup>26</sup>

Sedangkan Afan Gafar mendefenisikan sosialisasi adalah proses pendidikan dalam sebuah masyarakat<sup>27</sup> dengan sosialisasi menurut afan setiap individu dalam negara ataupun dalam masyarakat akan menerima norma, sistem, dan nilai-nilai dari generasi sebelumnya yang dilakukan melalui tahapan dan dilakukan oleh bermacam-macam agen seperti keluarga, saudara, teman bermain, sekolah, lingkungan pekerjaan dan tentu saja media massa.

Sosialisasi di tahap awal melibatkan serangkaian tahapan. Setiap tahap akan memunculkan bentuk perilaku tertentu dan setiap manusia perilakunya berkembang melalui tahapan yang sama. Misalnya, tahap perkembangan yang dikemukakan oleh Erik Ericson (1950), ada delapan tahapan. Tahap pertama pengembangan rasa percaya pada lingkungan, tahap kedua pengembangan kemandirian, tahap ketiga pengembangan inisiatif, tahap keempat pengembangan kemampuan psikis dan pisik, tahap kelima pengembangan identitas diri. Kelima tahapan tersebut terjadi pada saat sosialisasi di masa kanak-kanak. Tahap perkembangan setelah itu adalah tahap keenam merupakan pengembangan hubungan dengan orang lain secara intim, tahap

---

<sup>26</sup> Ononeng Uchyana Effendy, PROF. Drs. MA. Ilmu Komunikasi, (*teori dan Praktek*), Penerbit PT Remadja Rosdakarya, 1992, Hal 27

<sup>27</sup> Afan Gafar, Politik Indonesia, Pustaka Pelajar, 1999, hal 118.

ketujuh pengembangan pembinaan keluarga/keturunan, dan tahap kedelapan pengembangan penerimaan kehidupan.<sup>28</sup>

Interaksi dengan manusia lain dalam proses sosialisasi merupakan satu keharusan. Interaksi senantiasa mengandalkan proses komunikasi, dan salah satu alat komunikasi adalah bahasa. Kapasitas seseorang berbahasa dipengaruhi oleh akar biologis yang sangat dalam, namun pelaksanaan kapasitas tersebut sangat ditentukan oleh lingkungan budaya di mana kita dibesarkan.

Proses sosialisasi dilakukan oleh media massa baik secara sengaja maupun tak disadari, tetapi yang paling penting untuk diingat bahwa komunikasi massa hanyalah salah satu sumber sosialisasi yang dimainkan oleh media massa untuk masyarakat. Ada beberapa gambaran tentang peranan media massa dalam proses sosialisasi yaitu.<sup>29</sup>

- a. Adanya data tentang perilaku komunikasi orang-orang dari berbagai tingkat usia.
- b. Adanya bukti yang lebih banyak untuk keperluan tentang penggunaan media (baik secara sengaja maupun secara tidak disadari) sebagai sumber-sumber normative.
- c. Adanya informasi yang lebih banyak tentang sampai sejauh mana orang-orang menyerap norma-norma sosial dari media massa secara sadar maupun tidak, langsung maupun tidak langsung dari

---

<sup>28</sup> www. Google.com. *Mengkritisi Peran Indonesia Menangis*. 4 April 2006

<sup>29</sup> Charles R. Wright, Pengantar Drs. Jalaluddin Rakhmat, Op.cit, hal 184

orang-orang lain yang telah memperoleh norma-norma dari media.

- d. Media massa sebagai sumber normatif diantara agen-agen sosialisasi lainnya seperti keluarga, sekolah, dan kawan permainan

fungsi sosialisasi adalah mengalihkan segala macam informasi yang ada dalam masyarakat tersebut kepada anggota-anggota barunya agar mereka dapat segera dapat berpartisipasi di dalamnya.

Pada dasarnya, sosialisasi memberikan dua kontribusi fundamental bagi kehidupan kita. *Pertama*, memberikan dasar atau fondasi kepada individu bagi terciptanya partisipasi yang efektif dalam masyarakat, dan *kedua* memungkinkan lestarnya suatu masyarakat – karena tanpa sosialisasi akan hanya ada satu generasi saja sehingga kelestarian masyarakat akan sangat terganggu..Contohnya, masyarakat Sunda, Jawa, Batak, dsb. akan lenyap manakala satu generasi tertentu tidak mensosialisasikan nilai-nilai kesundaan, kejawaan, kebatakan kepada generasi berikutnya. Agar dua hal tersebut dapat berlangsung maka ada beberapa kondisi yang harus ada agar proses sosialisasi terjadi. Pertama adanya warisan *biologikal*, dan kedua adalah adanya warisan sosial.

- a. Warisan dan Kematangan *Biologikal*.

Dibandingkan dengan binatang, manusia secara biologis merupakan makhluk atau spesies yang lemah karena tidak dilengkapi oleh banyak instink. Kelebihan manusia adalah adanya potensi untuk belajar dari pengalaman-

pengalaman hidupnya. Warisan biologis yang merupakan kekuatan manusia, memungkinkan dia melakukan adaptasi pada berbagai macam bentuk lingkungan. Hal inilah yang menyebabkan manusia bisa memahami masyarakat yang senantiasa berubah, sehingga dia mampu berfungsi di dalamnya, menilainya, serta memodifikasikannya

Proses sosialisasi juga dipengaruhi oleh kematangan biologis (*biological maturation*), yang umumnya berkembang seiring dengan usia biologis manusia itu sendiri. warisan dan kematangan *biologis* merupakan syarat pertama yang perlu diperhatikan dalam proses sosialisasi.

b. Lingkungan yang menunjang.

Sosialisasi juga menuntut adanya lingkungan yang baik yang menunjang proses dalam bersosialisasi. Sosialisasi membantu individu melalui belajar dan menyesuaikan diri, bagaimana cara hidup dan bagaimana cara berpikir dengan kelompoknya, supaya dapat berperan dan berfungsi dalam kelompoknya

## **2.2. Sosialisasi Budaya**

Satu pola interaksi sebagai satu bentuk dari budaya. Budaya atau kebudayaan adalah keseluruhan hal yang yang diciptakan oleh unit-unit sosial di mana setiap anggota unit sosial tersebut memberikan makna yang relatif sama pada hal-hal tadi; keyakinannya, nilai, norma, pengetahuan, bahasa, pola interaksi, dan juga hal-hal yang berkaitan dengan sarana fisik, seperti bangunan, mobil, baju, buku.

Didalam proses akulturasi dan asimilasi budaya masyarakat tidak kemudian melakukan perubahan budaya secara *koheren* akan tetapi disesuaikan dengan kaidah-kaidah kebudayaan yang terdapat pada masyarakat tersebut dengan kata lain perubahan budaya disesuaikan dengan kebutuhan dan menggantikan nilai-nilai budaya yang dianggap tidak relevan lagi untuk dipertahankan dalam kehidupan masyarakat. Dan yang dimaksud dengan ketahanan budaya secara definitif adalah:

“Suatu masyarakat mempertahankan kebudayaan dimana norma-norma serta kaidah-kaidah yang dipertahankan masih berlaku pada masyarakat sekalipun telah mengalami fase dinamisasi kebudayaan yang dilahirkan dari akulturasi dan asimilasi kebudayaan”<sup>30</sup>

Ada tiga komponen utama didalam proses sosial budaya yaitu:

- a. Nilai adalah prinsip-prinsip etika yang dipegang dengan kuat oleh individu atau kelompok sehingga mengikatnya dan lalu sangat berpengaruh pada perilakunya. Nilai berkaitan dengan gagasan tentang baik dan buruk, yang dikehendaki dan yang tak dikehendaki. Nilai membentuk norma, yaitu aturan-aturan baku tentang perilaku yang harus dipatuhi oleh setiap anggota suatu unit sosial sehingga ada sanksi negatif dan positif. Norma sendiri ada berbagai tingkatan, yaitu adat istiadat (*folkways*) – cara makan, dan cara berpakaian.
- b. Institusi. Institusi adalah satu bentuk unit sosial yang memfokuskan pada pemenuhan satu bentuk kebutuhan masyarakat. Misalnya sekolah, keluarga, agama. *Mass-media* : koran, majalah, televisi, radio. Individu

---

<sup>30</sup> Peter Beilharz, *Teori-Teori Sosial*, Penerbit Pustaka Pelajar, thn 2002, Hal 351



dan kelompok – kakak, adik, ayah, ibu, teman, guru, kelompok hobi, korpri, dharmawanita, dsb.

- c. Peran. Peran atau peranan adalah seperangkat harapan atau tuntutan kepada seseorang untuk menampilkan perilaku tertentu karena orang tersebut menduduki suatu status sosial tertentu.<sup>31</sup>

### D.3. Budaya dan Tradisi

#### 3.1. Pengertian Budaya

Menurut kamus *oxford dictionary* budaya atau yang disebut Kultural berasal dari kata *cultural* yang dalam bahasa inggris berarti *having to do with culture* (berkaitan dengan budaya). Ilmuwan Amerika “spesialis” Jawa, Clifford Geertz, merumuskan kebudayaan sebagai pola nilai dalam bentuk simbol-simbol yang diwariskan secara *historis*, suatu acuan wawasan yang dinyatakan dalam bentuk perlambang lewat mana masyarakat berkomunikasi, meneruskan, dan mengembangkan pengetahuan mereka tentang kehidupan dan sikap mereka atas kehidupan.<sup>32</sup>

Budaya dalam arti luas menurut Geert Hofstede dalam *Culture's Consequences* yaitu “*collective programming of the mind*”, atau *collective mental program*. Mental programming terdapat pada tiga level :

- a. *Universal level of mental programming* yaitu system biologikal operasional manusia termasuk perilakunya yang bersifat universal, seperti senyum dan tangisan.
- b. *Collective level of mental programming*, misalnya bahasa.

---

<sup>31</sup> <http://www.Google.Com>, Hasan Mustafa, Op.Cit.

<sup>32</sup> Ashadi siregar. *Etika Siaran Televisi*, yogyakarta, 1993, hal 2

c. *Individual level of mental programming*, misalnya kepentingan individual.<sup>33</sup>

Fungsi budaya pada umumnya sukar dibedakan dengan fungsi budaya kelompok atau budaya organisasi, karena budaya merupakan gejala sosial. Ada beberapa fungsi budaya yaitu:

1. Sebagai identitas dan citra suatu masyarakat. Identitas ini terbentuk oleh berbagai faktor sejarah, kondisi dan sisi geografis, sistem-sistem sosial, politik dan ekonomi, dan perubahan nilai-nilai di dalam masyarakat.
2. Sebagai pengikat suatu masyarakat. Kebersamaan (*sharing*) adalah faktor pengikat yang kuat seluruh anggota masyarakat.
3. Sebagai sumber. Budaya merupakan sumber inspirasi, kebanggaan, dan sumberdaya. Budaya dapat menjadi komoditi ekonomi, misalnya wisata budaya.
4. Sebagai pola perilaku. Budaya berisi norma tingkah laku dan menggariskan batas-batas toleransi sosial.
5. Sebagai warisan. Budaya disosialisasikan dan diajarkan kepada generasi berikutnya
6. Sebagai mekanisme adaptasi terhadap perubahan.
7. Sebagai kekuatan penggerak. Karena (jika) budaya terbentuk melalui proses belajar-mengajar (*Learning Process*) maka budaya itu dinamis, resilient, tidak statis, tidak kaku.<sup>34</sup>

---

<sup>33</sup> Taliziduhu Ndraha. *Budaya Organisasi*, Penerbit Rineka Cipta, 1997, Hal 43

Kebudayaan juga merupakan pandangan hidup, perilaku, kepercayaan, nilai, dan simbol-simbol yang mereka terima tanpa sadar/tanpa dipikirkan, yang semuanya diwariskan melalui proses komunikasi dan peniruan dari satu generasi kepada generasi berikutnya.<sup>35</sup>

Media (yaitu budaya) merupakan pembentuk utama masyarakat dan juga cerminannya. Ada lima macam fungsi dari media (budaya) yaitu:

1. Perubahan nilai individu yaitu media mendorong dan membantu menyebarluaskan sistem nilai pribadi yang menguntungkan bagi inovasi, mobilitas, pencapaian, dan konsumsi.
2. Media sebagai “motor perubahan” yaitu memandang bahwa media paling baik digunakan secara terencana untuk menimbulkan perubahan dengan menerapkannya dalam program pembangunan berskala besar tokoh utamanya adalah Everett Rogers (1962; 1973;1976).
3. Determinasi Teknologi (*medium*) dalam bentuk ini, biasanya telah memperoleh arti dan bentuk budaya sebelum ia dapat dipandang sebagai pengaruh mandiri.
4. Teori Perkembangan (*cultivation Theory*) istilah ini berasal dari pendekatan tertentu dalam studi dampak media yang dikembangkan oleh Garbner, (dan Gross, 1976) ia berpendapat bahwa arti dan makna ini tidak berasal dari pembentukan “*massa*” tetapi dari “*penciptaan cara penyeleksian dan pengamatan sebagai peristiwa,*” dengan

---

<sup>34</sup> *Ibid*, Hal 45

<sup>35</sup> Alo, Liliweri Dr. M.S., Makna Budaya dalam Komunikasi Antar Budaya, LKIS Yogyakarta, 2002, Hal 9-10

menyampaikan “sistem pesan yang dihasilkan dan ditengahi secara teknologi.

5. Imperialisme Budaya suatu gagasan yang mendasari tesis imperialisme “budaya” atau “media” yang sederhana sekaligus rumit. Gagasan ini berasal dari teori dan bukti awal tentang peran media dalam pembangunan nasional. Korelasi pandangan bahwa media dapat membantu “modernisasi” dengan memperkenalkan nilai-nilai “barat dilakukan dengan mengorbankan nilai-nilai tradisional dan hilangnya “keaslian” budaya lokal.<sup>36</sup>

Produksi budaya televisi adalah *simbol*. Televisi memproduksi dan menyiarkan realitas sosial, dalam bentuk simbol-simbol. Dalam kehidupan sosial, manusia juga hidup dalam lingkungan simbolik. Tetapi pada televisi, simbol adalah utama. Dalam konsep Fiske, televisi berfungsi sebagai “*a bare of meaning and pleasures*”. Televisi sebagai budaya merupakan bagian krusial dari dinamika sosial yang memelihara struktur sosial dalam suatu proses produksi dan reproduksi yang konstan : melalui makna, berupa *populer pleasures*.<sup>37</sup>

Televisi tidak menentukan “*what to think*”, tetapi mempengaruhi “*what to think about*”. Menurut pakar komunikasi Unhas Drs Muliadi, MSi di Makassar, televisi adalah media yang paling berperan dalam peran filantropi, yakni peran untuk menggerakkan empati dan menggugah partisipasi masyarakat untuk turut. Besarnya empati masyarakat saat ini disebabkan

---

<sup>36</sup> Dennis McQuail, Op. cit, hal 96

<sup>37</sup> [www. Google.com/artikel/budaya televisi dan determinisme simbolik](http://www.Google.com/artikel/budaya_televisi_dan_determinisme_simbolik), 29 Maret 2006

karena televisi telah menghadirkan bencana itu secara sangat dekat dan nyata bagi pemirsa.

### 3.2. Budaya Jawa

Budaya Jawa berpengaruh sangat kuat dalam budaya Indonesia. Budaya Jawa merupakan suatu budaya yang unik yang Prof. Dannels Lombard dengan bukunya "Nusa Jawa Silang Budaya" menyimpulkan bahwa walaupun Budaya Jawa adalah merupakan budaya yang terbuka terhadap pengaruh dari luar, tapi didalamnya tersembunyi suatu '*resistensi*' yang sangat kuat terhadap perubahan nilai-nilai 'asli jawa' yang berumur sangat tua.

Budaya Jawa mempunyai kekenyalan dalam menyerap budaya dari luar dengan tetap menunjukkan ciri ke-jawa-annya yang berbeda dengan budaya asal dari pihak yang mempengaruhi dan semua penyerapan ini secara natural tanpa suatu pemaksaan.<sup>38</sup>

Kebudayaan Jawa mengutamakan keseimbangan, keselarasan, dan keserasian. Jadi di setiap unsur (hidup dan mati, alam dan mahluk hidup harus mempunyai keharmonisan, keselarasan dan saling berdampingan. Pionir dan titik dari kesenian serta budaya masyarakat (Jawa khususnya di Jogjakarta) adalah kesultanan, beragam beragam kesenian jawa klasik, seperti: seni tari, tembang macapat, wayang, geguritan, gamelan, seni lukis, sastra, serta ukir-ukiran, berkembang dari dalam keraton kemudian menjadi kesenian rakyat. Dari sisi budaya sosok sultan/raja diyakini sebagai pembawa rezeki.<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup> [Http//www. Indo-news.com](http://www.Indo-news.com), *pengertian budaya jawa*, 18 Maret 2006

<sup>39</sup> Kompas, Profile daerah, hal 261

Lahir dan berkembangnya kesenian tradisional Jawa tidak dapat dilepaskan dari proses perkembangan kebudayaan Jawa. Yang mana sebenarnya tidak saja berlangsung secara harmoni tetapi penuh pula dengan berbagai konflik. Secara historis akar konflik kebudayaan Jawa berupa pertentangan budaya antara (1) budaya pedalaman dengan budaya pesisiran, (2) budaya keraton (Mentaraman) dengan budaya rakyat, dan (3) budaya santri dengan budaya abangan. Ketiga konflik ini terjadi bersama-sama, saling terkait, dan saling mempengaruhi.

Dasar kepercayaan Jawa atau *Javanisme* adalah keyakinan bahwa segala sesuatu yang ada didunia ini pada hakekatnya adalah satu atau merupakan kesatuan hidup. Javanisme memandang kehidupan manusia selalu terpaut erat dalam *kosmos* alam raya. Dengan demikian kehidupan manusia merupakan suatu perjalanan yang penuh dengan pengalaman-pengalaman yang religius.

Alam pikiran orang Jawa merumuskan kehidupan manusia berada dalam dua kosmos (alam) yaitu *makrokosmos* dan *mikrokosmos*. Makrokosmos dalam pikiran orang Jawa adalah sikap dan pandangan hidup terhadap alam semesta yang mengandung kekuatan supranatural dan penuh dengan hal-hal yang bersifat misterius. Sedangkan mikrokosmos dalam pikiran orang Jawa adalah sikap dan pandangan hidup terhadap dunia nyata. Tujuan utama dalam hidup adalah mencari serta menciptakan keselarasan atau keseimbangan antara kehidupan makrokosmos dan mikrokosmos.<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup> www.Jawapalace.Org. 15 april 2006

Ada beberapa tradisi Jawa yang terkenal khususnya di daerah Yogyakarta seperti, *sekaten* (pesta rakyat yang diadakan 1 tahun sekali yang diselenggarakan oleh pihak keraton dalam rangka menyambut Maulud Nabi), *grebek* (yaitu sebuah perayaan yang mengarak gulungan makanan pada Maulud Nabi yang dipercayai oleh masyarakat akan membawa keberkahan dilakukan pada akhir sekaten), *sungkeman* (berupa tradisi memaafkan yang biasa dilakukan pada hari raya Idul Fitri yang berupa sujud kepada orang yang lebih tua), *mitoni* (sebuah upacara memperingati tujuh bulan anak didalam kandungan), *rassulan/upacara bersih dusun* (yaitu sebuah ritual atau upacara di Gunung Kidul dalam rangka syukuran atas keberhasilan panen padi), *larungan/labuan* (yaitu sebuah ritual atau upacara berupa pelepasan kain bekas dan kuku beserta umbo rampe dan sesajen yang dilarung di laut selatan), *malam 1 suro* ada banyak kegiatan tradisi yang dilakukan oleh masyarakat Jawa di Yogyakarta seperti *siraman keris dan mubeng benteng* yang diyakini akan membawa keselamatan bagi rakyat dan masih banyak tradisi-tradisi adat Jawa lainnya baik yang ada di Yogyakarta maupun di luar daerah. Selain itu terdapat kesenian-kesenian rakyat yang berupa wayang, ketoprak, macapat, dagelan, tari, tembang, parikan, sengkalan, nirathaprakreta, dan kesenian-kesenian budaya Jawa lainnya yang hingga sekarang masih terdapat di daerah-daerah walaupun telah terkikis oleh zaman.

## f. METODE PENELITIAN

### 1. Jenis Penelitian.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif. Secara harfiah, Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk membuat perencanaan mengenai situasi-situasi/kejadian-kejadian.<sup>41</sup>

Penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan apa saja yang saat ini berlaku dengan cara mengungkapkan, mencatat, menganalisis dan menginterpretasikan kondisi-kondisi yang terjadi sekarang ini.

Dalam penelitian deskriptif juga dapat diuraikan tentang prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau menuliskan keadaan subyek atau objek penelitian suatu lembaga, masyarakat dan lain-lain. Sifat metode deskriptif adalah<sup>42</sup> :

- Memusatkan pada masalah yang ada pada masa sekarang, pada masalah-masalah aktual.
- Data yang dikumpulkan mula-mula disusun, dijelaskan dan dianalisa (karena itu metode ini sering disebut analitik).

Jadi dalam penelitian ini mencoba untuk memberikan gambaran keadaan dan kegiatan media massa dalam mensosialisasikan, mengembangkan, dan melestarikan adat budaya Jawa di Jogja TV.

---

<sup>41</sup> Suryabrata Sumadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta Rajawali 1983) hal 18-20

<sup>42</sup> Surahmad Winarno, *Dasar dan Teknik Research; Pengantar Metodologi Ilmiah*, Bandung, 1992, hal 139



## 2. Lokasi dan Waktu Penelitian.

Penelitian dilakukan di studio Jogja TV Jl. Wonosari Km. 9 Sendangtirto, Berbah, Sleman, Yogyakarta 55822, Indonesia. Pelaksanaan penelitian dilakukan pada bulan april 2006 hingga selesai.

## 3. Obyek Penelitian

Obyek Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu program acara Budaya Jawa yang disiarkan oleh stasiun Jogja TV, serta proses sosialisasi Jogja TV dalam merebut khalayak.

## 4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini digunakan beberapa teknik untuk mengumpulkan data dimana masing- masing teknik tersebut saling melengkapi satu sama lain. Adapun teknik-teknik yang digunakan sebagai berikut :

### a. *Interview (wawancara)*

Metode ini merupakan suatu proses interaksi sosial dan komunikasi untuk mendapatkan informasi yang lebih jelas dan mendalam tentang berbagai aspek yang berhubungan dengan permasalahan penelitian. Dalam mengumpulkan data pihak pencari informasi melakukan interview berupa serangkaian tanya-jawab kepada informan (nara sumber). Antara lain *Public Relation*, penanggung jawab, dan sebagainya.

### b. *Observasi (pengamatan langsung)*

Observasi langsung dilakukan terhadap keadaan dan proses kegiatan yang relevan dengan permasalahan penelitian, teknik ini menuntut adanya pengamatan dari si perisetnya, misalnya dalam

melakukan penelitian. Instrument yang dipakai dapat berupa lembar pengamatan, panduan pengamatan, dan lain-lain. Dan yang di observasi disini adalah siaran program yang berbudaya jawa yang disiarkan oleh Jogja TV.

c. *Dokumentasi*

Dokumentasi adalah kegiatan mengumpulkan data dengan memanfaatkan semua dokumen-dokumen penting yang menyangkut perusahaan secara umum, misalnya *company profile*, *web site* perusahaan, media internal dan lain-lain.

Dengan metode ini, kita dapat memperoleh data dengan mendokumentasikan yang ada hubungan dengan obyek yang akan dikaji. Metode ini juga merupakan sebagai pelengkap dari pencarian data.

d. *Studi Pustaka*

Studi pustaka dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai media komunikasi, media massa, sosial budaya, komunikasi eksternal perusahaan. Adapun yang dapat digunakan sebagai sumber pustaka adalah : buku referensi, situs, internet, ataupun berita disurat kabar.

5. *Informan*

Informan adalah responden yang dapat menjelaskan pendapatnya sendiri terhadap peristiwa tertentu dan bias menggunakan proposisi tersebut sebagai dasar penelitian. Informan dalam penelitian ini ialah individu yang dapat menjawab dan menjelaskan pertanyaan yang diajukan penelitian dan

informan sesuai dengan variabel penelitian yakni media sosialisasi adat budaya Jawa. Dalam penelitian ini yang menjadi informan antara lain yaitu : Public Relation Jogja TV, dan Penanggung Jawab pemberitaan dan Program di Jogja TV.

#### 6. *Teknik Pengambilan Informan*

Yaitu metode pengambilan informan dengan menggunakan teknik purposive atau nonprobabilitas yaitu penelitian acak terhadap sesuatu yang akan diteliti oleh peneliti.<sup>43</sup> Pada penelitian komunikasi ini, peneliti mencoba meneliti program budaya yang disiarkan oleh Jogja TV sehingga peneliti disini mampu untuk bertindak dan berpikir dalam meneliti siaran program yang menyangkan adat budaya Jawa dan juga peneliti dapat menemukan aspek baru dalam fenomena yang diteliti.

#### 7. *Validitas Data*

Validitas data yaitu keabsahan data yang menggunakan teknik Trianggulasi Data yaitu penggabungan beberapa teknik pengumpulan data dalam mencari informasi. Ada dua macam dari Trianggulasi Data yaitu

- Trianggulasi sumber data yaitu penggunaan teknik yang sama pada sumber yang berbeda.
- Trianggulasi teknik yaitu penggunaan teknik yang berbeda pada sumber yang sama.

---

<sup>43</sup> DR. Deddy Mulyana, M.A. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Rosda, Hal182

Pada skripsi ini menggunakan Trianggulasi teknik dan sumber yaitu penggunaan teknik yang berbeda pada sumber yang sama yakni wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka.<sup>44</sup>

#### 8. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya kedalam suatu pola kategori dan suatu uraian dasar. Analisis data sebagai proses yang rinci usaha secara formal untuk menemukan, dan merumuskan *hipotesa* (ide) seperti yang disarankan oleh data dan sebagai usaha untuk memberikan bantuan pada tema dan hipotesis.<sup>45</sup>

Dalam penelitian ini, data yang akan diperoleh akan dianalisa dengan teknik analisa data kualitatif. Analisis data kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.<sup>46</sup>

Data yang dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan langkah-langkah analisis data sebagai berikut:

##### a. Pengelompokan

Data-data yang telah diperoleh dari hasil penelitian dikelompokkan kedalam data primer atau data sekunder dan dicari mana yang relevan dengan penelitian.

##### b. Penyajian

Yaitu dengan menggambarkan fenomena atau keadaan sesuai dengan data yang telah dikelompokkan.

---

<sup>44</sup> Prof.Dr.Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, AlfaBeta, Hal28

<sup>45</sup> Lexy Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Remaja Rosda karya, Bandung 1996 hal 103

<sup>46</sup> *Ibid*, hal 3

*c. Analisis*

Analisis data dalam penelitian kualitatif dimulai sejak merumuskan dan menjelaskan permasalahan, sebelum kelapangan dan berlangsung hingga penulisan hasil penelitian.

*d. Reduksi Data*

Yaitu proses pemilahan-pemilahan data dengan memusatkan pada data yang relevan dengan pokok masalah penelitian