

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Media massa televisi telah menjadi media siaran utama. Televisi semakin memperkuat diri sebagai media siaran yang paling banyak khalayaknya apalagi semenjak munculnya televisi satelit, televisi kabel dan televisi nirkabel (menggunakan media internet WLAN atau *Wireless Local Area Network*) yang channel dan kontennya lebih banyak dan menarik dibanding televisi analog biasa. Hal ini sangatlah wajar, karena televisi juga telah menjadi komoditas bisnis yang sangat potensial disebabkan televisi saat ini telah menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat.

Apalagi dengan kemunculan program-program menarik drama maupun non-drama seperti *talk show*, *kuis/games show*, *variety show*, *feature*, *reality show*, dll. Kemudian ditambah lagi jumlah stasiun-stasiun televisi di Indonesia yang semakin banyak, jam siarannya sehari semalam, dan tingginya frekuensi menonton di era digital ini membuat stasiun televisi lokal daerah khususnya, kini beradu untuk menyajikan informasi hingga alternatif hiburan terbaik pada channel milik mereka bagi penonton agar minat penonton siaran mereka tidak berkurang. Menurut survei, saat primetime (18.00-22.00) adalah saat terbaik sekaligus menjadikan persaingan dalam menyajikan program unggulan masing-masing stasiun televisi dan stasiun televisi di Indonesia yang merajai waktu primetime (18.00-22.00) adalah RCTI dengan rating share mencapai 39.2%, kemudian

disusul SCTV dengan 7,4% dan pada stasiun televisi lokal ADiTV berada di urutan 15 di bawah Jogja TV dengan rating share 0,2% .<sup>1</sup>

Pada umumnya, pihak perencanaan siaran mengatur jadwal penayangan satu program televisi berdasarkan perkiraan kecenderungan menonton peminat program tersebut. Misalnya, pengaturan jadwal tayang siaran berita di pagi hari disesuaikan dengan kecenderungan peminat penonton siaran berita, sedangkan untuk tayangan malam hari lebih ke tayangan siaran *talkshow* atau *variety show* yang peminatnya semua umur. Berdasarkan survey yang telah dilakukan oleh Komisi Penyiaran Indonesia, program *Talk Show* berada di peringkat keempat dengan indeks 3.48% pada kategori program siaran TV yang dinilai berkualitas, dibawah Wisata Budaya, Religi, dan Anak-anak.<sup>2</sup> Menurut Morissan (2011:222), *talk show* merupakan program yang menampilkan beberapa orang yang membahas suatu topik tertentu yang dipandu oleh seorang pembawa acara (*Host*) misalnya seperti, Kick Andy di Metro TV, Sarah Sechan di Net TV, Dokter OZ di Trans TV, dan masih banyak lagi. Tak bisa dipungkiri, acara *talk show* menjadi program acara favorit penonton karena dialog-dialog inspiratif dari orang-orang yang berpengalaman langsung dengan peristiwa atau topik yang diperbincangkan banyak menginspirasi dan memberi ilmu kepada audiens yang menontonnya.

Berbicara mengenai program acara, dalam suatu program acara pasti memiliki daya tarik untuk mendapatkan perhatian audiensnya, termasuk dalam *talk show*, kunci sukses dalam suatu acara *talk show* ialah presenter, topik

---

<sup>1</sup> Sumber: Nielsen, All 5+, Gtr Jogja (DI Yogyakarta, Sleman, Bantul), 01 – 30 Nov 2016, Share (%)

<sup>2</sup>Sumber: Survey KPI Indeks Kualitas Program Siaran Televisi Periode 5 (November-Desember) Tahun 2016

pembicaraan, kemudian tokoh atau narasumber. *Talk show* dewasa ini bertransformasi dari yang diawal kemunculannya adalah acara bincang-bincang yang membosankan, kini *talk show* lebih banyak memasukkan unsur hiburan, komedi, dan interaktif seperti penambahan diskusi dengan audiens, perdebatan dengan narasumber hingga kuis, misalnya saja *talk show* Sarah Sechan dan Ini Talk Show di NET TV, Indonesia Lawyers Club (ILC) di TV One, Mata Najwa di Metro TV, dan masih banyak lagi. Tidak ketinggalan juga topik yang diberikan kepada khalayak pun semakin beragam mulai dari pengetahuan umum, gaya hidup, politik hingga kesehatan pun bisa dijadikan topik yang menarik oleh stasiun televisi masa kini agar dapat menjadi inspirasi khalayak.

Berbagai informasi tentang daerah yang tidak terekspose oleh media nasional mendasari kehadiran media televisi lokal di berbagai daerah. Kehadiran televisi lokal menambah variasi atau pilihan bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi, hiburan, dan pendidikan. PT Arah Dunia Televisi (ADiTV) ialah satu stasiun televisi lokal yangmenyuguhkan beragam progam acara dan berhasil menarik minat masyarakat di daerahnya yang berada di wilayah D.I Yogyakarta. Sebagai media lokal yang berpengaruh dalam mengangkat potensi budaya Yogyakarta, ADiTV juga tidak lepas dari peran dan fungsinya sebagai media massa itu sendiri. ADiTV juga memiliki program-program yang menarik dan informatif yang siap dihadirkan kepada seluruh pemirsanya. Sketsa seni budaya,

Mocapat Syafaat Cak Nun, Jendela Hati, Wedang Rondhe, dan Dokter Menyapa merupakan program unggulan ADiTV yang banyak ditonton pemirsa.<sup>3</sup>

ADiTV sendiri berdiri pada tanggal 9 Maret 2010. Dengan hadirnya ADiTV, diharapkan memberikan warna yang berbeda pada setiap program acaranya dengan mengedepankan hal-hal yang positif dan bermanfaat. Dalam setiap program acara di ADiTV selalu berusaha menciptakan tayangan yang menghasilkan gambar bagus, berwarna tajam dan artistik. Juga diimbangi dengan kualitas audionya yang mampu menghasilkan suara yang bening. Program-program menarik siap ditayangkan setiap hari Senin hingga Minggu untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi dan pengetahuan yang hangat disekitar DI Yogyakarta Raya.

Hampir dikeseluruhan program televisi dari ADiTV menggambarkan ekspresi jati diri, artikulasi gagasan, dan mencari titik temu antar berbagai kelompok kepentingan. Program harian, mingguan, hingga bulanan; tidak akan lepas dari akar lingkungan masyarakat yang ada di sekitarnya. Program ADiTV, secara dominan merupakan rekaman terhadap peristiwa dan situasi yang berlangsung di DIY. Kemudian mengulas dan mengkritisnya, agar terwujud situasi yang lebih baik. Program ADiTV, tidak sekadar refleksi situasi, tetapi akan menyertai masyarakat DIY agar bisa melakukan transformasi dan sintesis nilai-nilai lokal dengan norma-normal global secara kreatif.

Tayangan televisi lokal yang bermaterikan sosial, budaya, pariwisata, ekonomi dan unsur kedaerahan lainnya tentunya menjadi suatu kebutuhan bagi

---

<sup>3</sup>Sumber: Dokumen ADiTV, Nielsen, All5, Gtr Jogja (DI Yogyakarta, Sleman, Bantul), 01-30 November 2016.

seluruh lapisan masyarakat. Beragam program acara yang disajikan televisi lokal mulai dari berita, musik dan hiburan, program kesenian, kesehatan dan kebudayaan, hingga potensi ekonomi lokal memungkinkan masyarakat untuk dapat memilih program acara yang sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka. Program acara yang bernuansa lokal menjadi daya tarik tersendiri untuk menarik minat masyarakat menonton televisi lokal. Program acara yang disajikan televisi lokal ini harus bersaing dengan program-program acara lainnya di televisi swasta.

Untuk lebih bisa memenuhi kebutuhan informasi bagi masyarakat karisidenan D.I Yogyakarta, ADiTV menghadirkan program *talk show* interaktif seputar kesehatan yang berjudul Dokter Menyapa berhasil mengambil perhatian audiensnya dengan bincang-bincang luwes seputar kesehatan dan informasi teknologi terbaru dalam dunia kedokteran sekaligus mendatangkan dokter-dokter spesialis di bidangnya sehingga masyarakat tidak sungkan untuk menelfon dan bertanya seputar kesehatan atau penyakit.

Di awal kemunculan programnya, Dokter Menyapa (DM) yang merupakan salah satu program unggulan di ADiTV sudah berhasil menjaring penonton di daerah kota Jogja, Sleman, Bantul hingga Jawa Tengah seperti Solo, Sragen dan Boyolali.<sup>4</sup> Dengan banyaknya stasiun lokal yang muncul sebelum ADiTV berdiri dan program-program saingan tidaklah menjadikan program Dokter Menyapa tenggelam. Materi seputar kesehatan yang ringan sehingga audiens bisa mengerti topik yang sedang dibahas, narasumber yang berpengalaman dan ahli dibidangnya

---

<sup>4</sup>Sumber: <http://aditya.co.id/dokter-menyapa-2/>

kemudian dipandu pembawa acara yang berwawasan luas menjadi kunci Dokter Menyapa masih diminati oleh masyarakat Yogyakarta hingga sekarang ini.

Dokter Menyapa mendapat jumlah penonton (unit) 1,848 (dengan profil index demografi rata-rata ditonton oleh ibu rumah tangga, buruh, pekerja kantoran, pengusaha, pelajar dan pensiunan) dengan rating 0.1% dan share 0.3% dimana rating Dokter Menyapa lebih tinggi dibanding program berita utama ADiTV yaitu Lensa 44 yang hanya mendapat rata-rata jumlah penonton (unit) 1,626 dengan rating 0.1% dan share 0.3%.<sup>5</sup> Sempat mencapai rata-rata penonton hingga 3,873 pada 27 November tahun lalu menunjukkan bahwa *talk show* Dokter Menyapa merupakan sebuah fenomena yang inspiratif dan menarik bagi audiens lokal dengan ciri khas islami, luwes dan interaktif.<sup>6</sup>

Hasil riset AGB Nielsen, All 5+, Gtr Jogja di tiga kota (DI Yogyakarta, Sleman, Bantul) pada November-Desember 2016 menunjukkan bahwa perolehan pemirsa televisi lokal masih kalah jauh dibanding televisi nasional. Televisi lokal hanya mencapai angka perolehan pemirsa paling tinggi 0,3% saja, sedangkan televisi nasional angka perolehan pemirsanya bisa mencapai 39.2%.

Berdasarkan hasil riset tersebut, dapat dilihat masih rendahnya minat masyarakat untuk menonton acara siaran televisi lokal. Hal ini berkaitan erat dengan pola perilaku penggunaan televisi di masyarakat. Beragam pilihan acara-acara yang ditawarkan stasiun televisi lokal memungkinkan khalayak untuk berkesempatan memilih program acara yang dapat memenuhi kebutuhannya.

---

<sup>5</sup>Sumber: Dokumen ADiTV, Nielsen, All5, Gtr Jogja (DI Yogyakarta, Sleman, Bantul), 01-30 November 2016.

<sup>6</sup>Sumber: Dokumen ADiTV, Nielsen, All5, Gtr Jogja (DI Yogyakarta, Sleman, Bantul), 01-30 November 2016.

Pendapat ini didasarkan pada asumsi bahwa keberhasilan stasiun televisi dalam merebut simpati khalayak lokal, sangatlah bergantung dari persepsi khalayak penonton.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk mengetahui lebih jauh lagi tentang bagaimana masyarakat Kampung Prayan Kulon, Dukuh Soropadan, Kelurahan Condongcatur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Provinsi DI Yogyakarta menyeleksi, menerima dan mengolah stimuli program *talk show* Dokter Menyapa. Kampung Prayan Kulon sendiri berada di wilayah kabupaten Sleman yang mana wilayah ini termasuk kedalam salah satu wilayah penikmat acara ADiTV paling banyak setelah Jogja Kota.<sup>7</sup> Warga Prayan Kulon juga sudah banyak yang memiliki televisi, itu artinya warga mengetahui kegunaan media televisi tersebut dan pasti mempunyai penilaian berbeda antar individu satu dengan yang lain tentang tayangan Dokter Menyapa ADiTV. Penilaian audiens tersebut akan diwujudkan dalam bentuk persepsi dari masing-masing individu. Persepsi dalam interaksi manusia merupakan suatu hal yang sangat penting. Karena persepsi merupakan pandangan atau penafsiran manusia terhadap suatu rangsangan tertentu dari hasil interaksi. Di jaman serba melek media tentunya persepsi masing-masing individu tentang tayangan televisi berbeda-beda, maka dari hal tersebut sebuah program acara televisi alangkah lebih baiknya dikemas secara menarik agar mendapatkan perhatian dari audiens, sehingga audiens terus ingin menonton acara tersebut dan menimbulkan penilaian atau persepsi.

---

<sup>7</sup>Sumber: Wawancara dengan Kepala Divisi Edukasi dan Internship Bapak Geranimo A. Wiryadimaja S.Ikom, M.PC di ADiTV pada tanggal 24 Februari 2017

Pentingnya penelitian dengan tema persepsi ini untuk peninjauan bagi pemilik media khususnya untuk mengetahui sejauh mana program-program yang mereka sajikan dapat diterima baik atau kurang baik oleh pemirsanya khususnya program Dokter Menyapa di ADiTV. ADiTV merupakan salah satu tv lokal yang sedang berkembang dan program-program televisinya masih belum banyak mendapat sorotan masyarakat dibanding dengan Jogja TV atau RBTv serta belum adanya penelitian serupa di ADiTV.<sup>8</sup> Oleh sebab itu, peneliti memilih ADiTV sebagai objek penelitian dan fokus terhadap “Persepsi Audiens Terhadap *Talk Show* Dokter Menyapa ADiTV (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Audiens Kampung Prayan Kulon, Kelurahan Condong Catur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, DIY Terhadap *Talk Show* Dokter Menyapa ADiTV)”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan judul dan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas maka rumusan masalahnya adalah, “Bagaimana persepsi audiens Kampung Prayan Kulon, Kelurahan Condongcatur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Provinsi DI Yogyakarta tentang program acara *talk show* Dokter Menyapa ADiTV?”.

## **C. Tujuan**

Adapun tujuan yang dicapai dari penelitian ini yaitu, untuk mengetahui bagaimana persepsi, respon, atau tanggapan audiens Kampung Prayan Kulon, Dukuh Soropadan, Kelurahan Condongcatur, Kecamatan Depok, Kabupaten

---

<sup>8</sup>Sumber: Dokumen ADiTV, Nielsen, All5, Gtr Jogja (DI Yogyakarta, Sleman, Bantul), 01-30 November 2016 dan wawancara dengan Kepala Divisi Edukasi dan Internship Bapak Geranimo A. Wiryadimaja S.Ikom,M.PC di ADiTV pada tanggal 30 Januari 2017.



Sleman, Provinsi DI Yogyakarta tentang program acara *talk show* kesehatan Dokter Menyapa ADiTV.

#### **D. Manfaat**

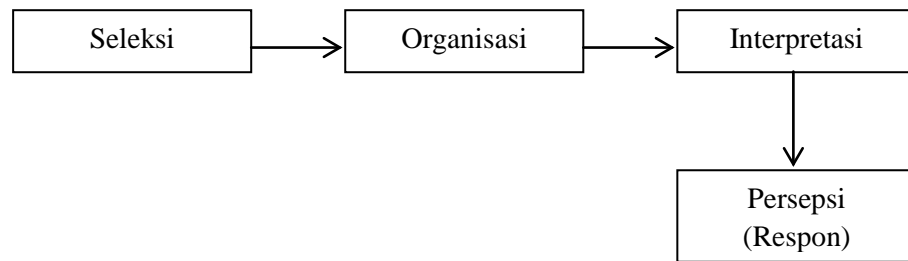
Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis, penelitian ini diharapkan mampu dijadikan sebagai bahan referensi tambahan untuk kesinambungan pengembangan kajian-kajian keilmuan mengenai persepsi masyarakat terhadap media massa.
2. Manfaat Praktis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para pelaku di bidang penyiaran untuk lebih memperhatikan bentuk siaran di televisi supaya lebih bermanfaat bagi masyarakat, dan pemirsa televisi bisa lebih selektif dalam menerima pesan-pesan yang terkandung di dalam televisi.

#### **E. Kerangka Teori**

##### **1. Persepsi**

Persepsi adalah berawal dari proses internal yang memungkinkan kita memilih (seleksi), mengorganisasikan (organisasi), dan menafsirkan (interpretasi) rangsangan dari lingkungan kita, dan proses tersebut mempengaruhi perilaku kita (Mulyana, 2003:167). Persepsi disebut juga dengan inti komunikasi, karena jika persepsi kita tidak akurat, tidak mungkin kita berkomunikasi dengan efektif. Persepsilah yang menentukan kita untuk memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lain.



Bagan 1.1. Tahapan proses persepsi

Sumber: Mulyana, 2003:169

a. Seleksi

Seleksi menurut Wood (2008:32) yaitu, fokus seseorang terhadap sesuatu hal yang menarik dan menjadi perhatiannya dan akan mengabaikan jika dianggap tidak penting. Kemudian Onong Uchjana dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek, yang dimaksud dengan seleksi sebenarnya mencakup *sensasi* dan *atensi* yang dimana merupakan tahap awal dalam proses persepsi.

b. Organisasi

Setelah individu tersebut melalui proses seleksi, dikutip dari Wood (2008:33) bahwa rangsangan-rangsangan yang diterima oleh individu akan dipadukan menjadi satu kesatuan yang bermakna, yang disebut juga tahapan organisasi.

c. Interpretasi

Masih menurut Wood (2008:39) setelah melewati dua tahapan awal yaitu seleksi dan organisasi, tahap yang terakhir adalah proses

subjektif dalam menciptakan penjelasan atas apa yang telah kita amati dan alami. Interpretasi merupakan tahaan yang terakhir dalam mempersepsikan sesuatu dimana individu menafsirkan informasi-informasi yang telah terorganisasi.

d. Respon

Menurut Effendy (2002:18) yang dimaksud respon disini adalah efek, reaksi, tanggapan, jawaban, pengaruh atau akibat yang ditimbulkan setelah individu memproses stimuli. Stimulus mana yang akan dipersepsi atau mendapatkan respon tergantung perhatian individu yang bersangkutan.

## **2. Persepsi Audiens terhadap Isi Media**

Mengetahui secara persis apa kebutuhan audiens merupakan hal yang penting, tidak sekedar menghadirkan acara dengan materi atau kemasan yang baru tetapi isinya tetap yang lama. Pengelola program juga membutuhkan pendapat dari khalayak. Dalam buku Ardianto, dkk (2009:40) Marshall McLuhan mengatakan bahwa media massa berperan penting dalam menyampaikan informasi kepada khalayak. Karena pada dasarnya fungsi dari media massa adalah menyebarkan informasi kepada khalayak luas. Khalayak menjadi sasaran dari media massa dimana setiap individu menerima informasi dan mempersepsikannya sesuai dengan pengalaman dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Informasi ini dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang masuk dan menciptakan sensasi terhadap seseorang, dapat berupa produk, kemasan, merek, dan iklan.

Individu berperan sebagai khalayak aktif dalam terciptanya persepsi audiens terhadap *talk show*. Di dalam persepsi individu tersebut terdapat pula faktor-faktor yang berperan dalam menimbulkan persepsi yang diantaranya:

a. Faktor Obyek

Menurut Imron (1996:17), obyek menimbulkan stimulus yang langsung diterima oleh alat indera. Stimulus bisa datang dari luar individu yang mempersepsi akan tetapi juga dapat datang dari dalam individu yang bersangkutan. Artinya, individu yang berbeda akan mempersepsi secara berbeda pula meskipun dengan objek yang sama dikarenakan cara pandang dan pengalaman tiap audiens yang berbeda.

b. Faktor Struktural

Faktor struktural ini berasal dari stimuli fisik dan efek-efek syaraf yang ditimbulkannya pada sistem syaraf individu. Manusia selalu memandang stimuli dalam konteksnya, dalam strukturnya, maka individu tersebut akan mencoba mencari struktur pada rangkaian stimuli. Struktur ini diperoleh berdasarkan kedekatan dan persamaan. Prinsip kedekatan menyatakan bahwa stimuli yang berdekatan satu sama lain akan dianggap dalam satu kelompok.

c. Perhatian (*Attention*)

Perhatian merupakan langkah pertama sebagai suatu persiapan dalam mengadakan persepsi. Perhatian merupakan pemusatan atau

konsentrasi dari seluruh aktifitas individu yang ditunjukkan kepada sekumpulan obyek (Imron, 1996:17).

### **3. *Individual Differences Theory* (Teori Perbedaan Individu)**

Menurut Melvin DeFleur (1970) dalam Bungin (2009:282) mengatakan telah melakukan modifikasi terhadap teori stimulus-respons dengan teorinya yang dikenal sebagai perbedaan individu dalam komunikasi massa (*individual differences*). Di sini diasumsikan, bahwa pesan pesan media berisi stimulus tertentu yang berinteraksi secara berbeda-beda dengan karakteristik pribadi dari para anggota audiens. Menurut McQuail (1987:211), dalam audiens tertentu, hampir selamanya terdapat perbedaan minat, perhatian, persepsi, dan dampak yang dikaitkan dengan perbedaan sosial. Dengan demikian, perilaku kelompok audiens tertentu hampir selamanya terpola oleh faktor-faktor yang umumnya lebih membentuk perilaku sosial.

Selanjutnya, masih menurut Melvin D. Defleur dalam Komala (2009:189) bahwa teori ini menelaah perbedaan-perbedaan diantara individu-individu sebagai sasaran ketika mereka diterpa oleh media massa, sehingga menimbulkan efek tertentu. Setiap individu sebagai sasaran media massa tersebut secara selektif menaruh perhatian kepada pesan-pesan terutama jika berkaitan dengan kepentingannya, konsisten dengan sikap-sikapnya, sesuai dengan kepercayaannya yang didukung oleh nilai-nilainya. Tanggapannya terhadap pesan-pesan tersebut diubah oleh tatanan psikologisnya. Jadi efek media massa pada khalayak massa itu tidak

seragam, melainkan beragam disebabkan secara individual berbeda satu sama lain dalam struktur kejiwaannya.

Teori ini lebih menekankan pada isi dan pilihan aktif atas isi dari pada perbedaan 'ketersediaan' penerimaan individu atau audiens terhadap media. Dasar lain dari perbedaan individu juga bergantung pada tiga hal: jumlah waktu luang, tingkat pendidikan; dan ekonomi. Pola umum penggunaan media seperti halnya antara berbagai kategori sosial, dapat dipandang sebagai hasil yang rumit dari masing-masing faktor tersebut. Dengan demikian, wanita, anak-anak, dan orang tua cenderung memiliki waktu yang lebih banyak dan kurang dalam ekonomi, sehingga relatif lebih memanfaatkan media yang paling terjangkau seperti radio atau televisi dan menyita banyak waktu. Kaitan yang sederhana itu menggolong-golongkan audiens berdasarkan perbedaan penghasilan, umur dan pendidikan, akan memunculkan kesenjangan opini, kritik atau persepsi mereka terhadap media.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Berdasarkan judul dan rumusan masalah, penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif dapat dikonstruksi sebagai satu strategi penelitian yang biasanya menekankan kata-kata daripada kuantifikasi dalam pengumpulan dan analisis data, menekankan pendekatan induktif untuk hubungan antara teori. Oleh karena itu, penelitian

didefinisikan sebagai suatu proses penyelidikan untuk memahami masalah sosial berdasarkan pada penciptaan gambaran holistik yang lengkap yang dibentuk dengan kata-kata, melaporkan pandangan informan secara terperinci, dan disusun dalam sebuah latar alamiah (Silalahi, 2009 : 77).

Dalam pemahaman penelitian kualitatif suatu realitas atau suatu kejadian yang nyata selalu dikonstruksikan secara sosial, yakni berdasarkan kesepakatan bersama. Hasil konstruksi tersebut dipengaruhi oleh sifat hubungan antara peneliti dan yang meneliti serta kendala-kendala situasional yang ada diantara keduanya (Mulyana, 2013:4). Penelitian kualitatif juga dapat dikatakan sebagai penelitian deskriptif yaitu penelitian yang akan dituliskan sesuai dengan data yang diperoleh dilapangan.

Metode penelitian kualitatif dipilih dengan alasan kemandapan peneliti berdasarkan kemandapan penelitiannya, yang artinya peneliti dapat menuangkan semua data yang didapatkan saat penelitian dalam bentuk deskriptif. Selain itu, penelitian kualitatif juga dapat didapatkan dengan menggunakan wawancara, dokumentasi, analisis, catatan lapangan yang mana semua itu dapat disusun langsung dilokasi penelitian menurut Strauss dan Corbin (2003:5). Dengan demikian metode kualitatif ini dapat disimpulkan bahwa suatu penelitian adalah suatu penelitian untuk meneliti kejadian yang sedang terjadi dengan teknik wawancara secara mendalam melalui observasi langsung, wawancara serta studi kepustakaan.

## **2. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek penelitian adalah subjek yang dituju untuk diteliti oleh peneliti. Sedangkan objek penelitian adalah objek yang dijadikan penelitian atau yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian (informan primer dan sekunder) berjumlah 6 (enam) orang dari latar belakang yang berbeda yaitu, ibu-ibu rumah tangga, pengusaha dan karyawan dengan perkiraan usia 25 - 70 tahun semuanya adalah warga RW 37 Kampung Prayan Kulon, dan 1 (satu) orang informan sekunder dari pihak ADiTV. Keenam subjek audiens RW 37 Kampung Prayan Kulon tersebut dipilih karena peneliti beranggapan bahwa mereka lebih efektif menjangkau objek yang sedang diteliti disebabkan waktu luangnya menonton televisi lebih banyak.<sup>9</sup> Kemudian, yang menjadi objek penelitian yaitu tayangan *talk show* Dokter Menyapa dari stasiun televisi lokal ADiTV Yogyakarta.

## **3. Fokus Penelitian**

Demi menghindari ruang lingkup penelitian yang terlalu luas yang dapat mengaburkan penelitian, maka perlu dibuat batasan-batasan masalah yang akan diteliti secara spesifik. Adapun fokus masalah dalam penelitian ini adalah persepsi audiens *talk show* Dokter Menyapa tentang keseluruhan topik pembicaraan dalam *talk show* Dokter Menyapa. Peneliti menggunakan fokus penelitian tersebut dikarenakan peneliti lebih tertarik untuk menggali

---

<sup>9</sup>Sumber: Dokumen ADiTV, Nielsen, All5, Gtr Jogja (DI Yogyakarta, Sleman, Bantul), 01-30 November 2016.



secara mendalam persepsi audiens berdasarkan dengan topik pembicaraan yang berkonsep kesehatan, gaya hidup, inspiratif, teknologi dan menghadirkan narasumber yang ahli dan berpengalaman kepada audiens Dokter Menyapa. Tema *talk show* Dokter Menyapa yang seperti apa yang diinginkan oleh audiens yang merupakan inti dari tayangan Dokter Menyapa. Tidak lupa penelitian terhadap persepsi audiens ini dibatasi pada perhatian, penilaian, motif dan kebutuhan masyarakat itu sendiri.

#### **4. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian dilaksanakan di beberapa rumah warga RW 37 Kampung Prayan Kulon, Dukuh Soropadan, Kelurahan Condongcatur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Provinsi DI Yogyakarta. Lokasi ini dipilih karena warga prayan kulon yang sebagian besar adalah masyarakat biasa (ibu rumah tangga, wirausaha, pensiunan) yang pada umumnya memiliki akses terhadap media televisi lebih banyak dibanding mahasiswa atau remaja, kemudian karena lokasi kampung prayan kulon berada di daerah Sleman yang menurut data ADiTV, daerah Sleman merupakan salah satu daerah dengan penonton terbanyak yang menyaksikan program-program mereka.<sup>10</sup> Kemudian sebagai data pendukung lokasi penelitian juga diadakan di stasiun televisi ADiTV. Lokasi ini dipilih karena ADiTV salah satu media lokal yang berpengaruh dalam mengangkat potensi budaya

---

<sup>10</sup>Wawancara dengan Kepala Divisi Edukasi dan Internship Bapak Geranimo A. Wiryadimaja S.Ikom,;M.PC di ADiTV pada tanggal 30 Januari 2017

Yogyakarta dan program-programnya yang mengedukasi namun belum banyak penelitian tentang audiens ADiTV selama ini.

## 5. Teknik Pengumpulan Data

### a. *Stratified Random Sampling dan Purposive Sampling*

Menurut Suyanto (2011 : 54-55), melalui cara *stratified random sampling* ini, populasi akan dipilah-pilah terlebih dahulu ke dalam stratum-stratum yang relevan baru kemudian sampel ditarik secara random dari masing-masing stratum yang ada. Dimana kemudian dalam memilih sampel, dibedakan atas jenis kelamin, umur, pekerjaan dan sebagainya. Kemudian, dari masing-masing sampel ini diambil beberapa informan secara *purposive* yaitu dengan syarat bahwa informan dianggap mengetahui dan mampu menjelaskan tentang topik pembicaraan dan narasumber yang berkaitan dengan penelitian ini. Teknik pemilihan informan pada penelitian kualitatif ini bersifat *purposive* karena dipandang lebih mampu menangkap kelengkapan dan kedalaman data dalam menghadapi realita yang tidak tunggal.

Menurut Sugiyono (2013 : 218-219), yang dimaksud dari *purposive sampling* ini adalah sampel yang mengerti dan dianggap paling tahu tentang apa yang peneliti harapkan atau mungkin sampel

adalah orang yang paling berkuasa (pemimpin) sehingga peneliti dapat dengan mudah menjelajahi objek/situasi sosial yang diteliti.

#### **b. Wawancara**

Penulis menggunakan metode pengumpulan data dengan wawancara yang digunakan untuk mengumpulkan data atau keterangan lisan dari seseorang yang disebut responden melalui suatu percakapan yang berlangsung secara sistematis dan terorganisasi, hasil percakapan tersebut dicatat atau direkam oleh pewawancara. Wawancara dimaksudkan untuk mendapatkan informasi dari narasumber seperti pendirian, pandangan, persepsi, sikap, atau perilaku yang berkaitan dengan masalah atau isu yang diangkat.

Menurut Bungin (2010:108), wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara untuk tujuan penelitian.

Dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara bertahap, menurut Bungin (2010:110) wawancara terarah dilaksanakan secara bebas dan juga mendalam, tetapi kebebasan ini tetap tidak terlepas dari pokok permasalahan yang akan ditanyakan kepada responden dan telah dipersiapkan sebelumnya oleh pewawancara. Bentuk wawancara

ini sedikit lebih formal dan sistematis bila dibandingkan dengan wawancara mendalam (*in-depth*).<sup>11</sup>

### **c. Observasi**

Penelitian ini dilakukan dengan observasi langsung terhadap kegiatan masyarakat atau keadaan yang terjadi pada lapangan. Pengertian observasi merupakan suatu aktivitas penelitian dalam rangka mengumpulkan data yang berkaitan dengan masalah penelitian melalui proses pengamatan langsung di lapangan. Dalam hal ini pengamatan dilakukan dalam lingkungan kegiatan ilmiah. Observasi yang dilakukan oleh peneliti dengan meninjau langsung keadaan lokasi.

Menurut Bungin (2010:115), observasi merupakan kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra mata serta dibantu dengan pancaindra lainnya. Dari pemahaman ini, sesungguhnya yang dimaksud dengan metode observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan.

### **d. Analisis Data**

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang berasal dari berbagai sumber, yaitu wawancara, observasi, data sekunder dan dokumentasi-dokumentasi yang ada (Sugiyono,

---

<sup>11</sup> Sumber: *Metode Evaluasi Kualitatif*, The Asia Foundation, 1982, hlm 12. dalam buku *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya*, Burhan Bungin, 2010, hlm 110.

2007:89). Data-data penelitian yang diperoleh pada penelitian ini akan diolah dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif.

Menurut Ulber (2009:285), analisis data kualitatif merupakan serangkaian data hasil observasi di mana setiap observasi yang terdapat dalam sampel (atau populasi) tergolong pada salah satu dari kategori. Kemudian dalam Bungin (2010:146) dikatakan kuasi kualitatif, juga karena sifatnya yang tidak terlalu mengutamakan makna, sebaliknya, penekanannya pada deskriptif menyebabkan format deskriptif kualitatif lebih banyak menganalisis permukaan data, hanya memerhatikan proses-proses kejadian suatu fenomena, bukan kedalaman data ataupun makna data.