

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui suatu media dengan tujuan tertentu untuk menimbulkan efek atau hubungan timbal balik. Media massa merupakan salah satu media yang dapat digunakan oleh manusia untuk berkomunikasi atau menyampaikan pesan. Komunikasi melalui media massa jangkauan pesannya lebih luas. Seperti arti dari media massa yaitu alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, radio, dan televisi.

Tiga fungsi media yaitu : 1. Mengamati lingkungan. 2. Mengadakan korelasi antara informasi data yang diperoleh dengan kebutuhan khalayak sasaran, karena komunikator lebih menekankan pada seleksi evaluasi dan interpretasi. 3. Menyalurkan nilai-nilai budaya dari satu generasi ke generasi berikutnya. (Kuswandi, 1996:24).

Revolusi informasi dan komunikasi telah melahirkan peradaban baru, sehingga mempermudah manusia untuk saling berhubungan serta meningkatkan mobilitas sosial. Disamping itu, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi pun mampu mengatasi jarak ruang dan waktu. (Kuswandi, 1996:2).

Siaran televisi di Indonesia dimulai pada tahun 1962 saat TVRI menayangkan langsung upacara hari ulang tahun kemerdekaan Indonesia ke-17 pada tanggal 17 Agustus 1962. Siaran langsung itu masih terhitung sebagai siaran percobaan. Siaran resmi TVRI baru dimulai 24 Agustus 1962 jam 14.30 WIB yang menyiarkan secara langsung upacara pembukaan Asian Games ke-4 dari stadion utama Gelora Bung Karno. Sejak pemerintahan 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. Kemudian menjelang tahun 2000 muncul hampir secara serentak lima televisi swasta baru (Metro, Trans, TV7, 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. Sehingga setelah Undang-Undang Penyiaran disahkan pada tahun 2002, jumlah televisi baru di Indonesia diperkirakan akan terus bermunculan, khususnya di daerah, yang terbagi dalam empat kategori yaitu, televisi publik, swasta, berlangganan dan komunitas. Hingga Juli 2002, jumlah orang yang memiliki pesawat televisi di Indonesia mencapai 25 juta penduduk. (Morissan, 2011: 9).

Gelar wicara atau talkshow merupakan program yang dipandu host dan mengundang narasumber untuk membahas suatu topik. Mereka yang menjadi narasumber adalah orang-orang yang memiliki nilai berita atau mempunyai

pengalaman langsung dengan peristiwa yang sedang dibahas. Tema yang diangkat sangat beragam seperti masalah sosial, budaya, pendidikan, ekonomi, politik, olahraga dan isu-isu hangat dalam masyarakat. (Morissan, 2011:222).

Dari beberapa program acara talkshow yang ada di televisi, penulis tertarik untuk memilih program acara talkshow "*Kick Andy*". Kick Andy adalah sebuah acara televisi gelar wicara yang ditayangkan di Metro TV dan dipandu oleh Andy F. Noya. Kick Andy tayang setiap hari Minggu pukul 19:05 WIB. Tema wicara acara ini sangat beragam dan Andy F. Noya juga sering menampilkan narasumber dari tempat terpencil yang karya dan kisah hidupnya menjadi inspirasi banyak orang. Acara ini memiliki beberapa acara turunan, yaitu Kick Andy Heroes, Kick Andy Young Heroes, Kick Andy Hope, Kick Andy On Location dan Kick Andy Double Check. Alasan program acara "*Kick Andy*" dijadikan penelitian karena penghargaan yang telah diraih diantaranya Panasonic Awards 2009 kategori Program Talkshow, Anugerah Komisi Penyiaran Indonesia 2009, 2012 dan 2015 kategori Program Talkshow Terbaik, Panasonic Gobel Awards 2012 Program Talkshow Berita. Namun hal seperti ini tetap saja bisa menimbulkan persepsi penonton, penilaian penonton terhadap suatu acara mempunyai nilai yang berbeda, menarik tidaknya suatu program dapat dilihat dari persepsi penonton terhadap acara tersebut.

Persepsi merupakan proses dimana individu memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi apa yang dibayangkan tentang dunia disekelilingnya. Jadi dengan mempersepsi setiap individu memandang dunia berkaitan dengan apa yang dia butuhkan. Apa yang dia nilai, apakah sesuai dengan keyakinan dan

budayanya. Semua kebutuhan yang ingin dipenuhi ini membuat persepsi individu menjalani suatu proses personal yang rumit, karena apa yang di persepsikan itu sangat tergantung dari sejauh mana pengaruh beragam faktor pembentuk persepsi. (Liliweri, 2011:153).

Bagi hampir semua orang, sangatlah mudah untuk melakukan perbuatan melihat, mendengar, membau, merasakan dan menyentuh, yakni proses yang sudah semestinya ada. Namun, informasi yang datang diinterpretasikan sebelum dapat dimengerti, dan proses ini dinamakan persepsi. (Sobur, 2003:448).

Sedangkan menurut Sarwono (2009:89), persepsi adalah kemampuan seseorang untuk mengorganisir suatu pengamatan. Kemampuan tersebut berupa kemampuan untuk membedakan, kemampuan untuk mengelompokkan, dan kemampuan untuk memfokuskan.

Faktor yang mempengaruhi pembentukan persepsi seseorang adalah:

1. Frame Of Reference, yaitu kerangka pengetahuan yang dimiliki serta dipengaruhi dari pendidikan, bacaan, penelitian, dll. Menurut (Sobur, 2003:461), Kerangka rujukan (Frame Of Reference) merupakan faktor fungsional yang memengaruhi persepsi. Dalam kegiatan komunikasi, kerangka rujukan memengaruhi cara orang memberi makna pada pesan yang diterimanya. Psikolog menganggap kerangka rujukan amat berguna untuk menganalisis interpretasi perceptual terhadap peristiwa yang dialami.
2. Frame Of Experience, yaitu berdasarkan pengalaman yang telah dialaminya dan tidak terlepas dari keadaan lingkungan sekitarnya.

Pendapat lain menyebutkan, faktor-faktor yang memengaruhi persepsi

seseorang dapat dikategorikan menjadi faktor fungsional, faktor struktural, faktor situasional, dan faktor personal (Sobur, 2003:460).

a. Faktor Fungsional

Faktor fungsional dihasilkan dari kebutuhan, kegembiraan (suasana hati), pelayanan, dan pengalaman masa lalu seorang individu.

b. Faktor Struktural

Faktor struktural berarti bahwa faktor-faktor tersebut timbul atau dihasilkan dari bentuk stimuli dan efek-efek netral yang ditimbulkan dari sistem saraf individu.

c. Faktor Situasional

Faktor ini banyak berkaitan dengan bahasa nonverbal. Petunjuk proksemik, petunjuk kinesik, petunjuk wajah, petunjuk paralinguistic adalah beberapa dari faktor situasional yang memengaruhi persepsi.

d. Faktor Personal

Faktor keempat yang memengaruhi persepsi adalah faktor personal yang terdiri atas pengalaman, motivasi, kepribadian.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti ingin meneliti Persepsi Pegawai Tentang Program Acara “*Kick Andy*” di Metro TV. Alasan penulis mengambil objek Pegawai di Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Losari Kabupaten Cirebon, karena penulis mengamati banyaknya peminat yang menonton program acara “*Kick Andy*” di tempat tersebut. Sehingga membuat penulis ingin meneliti dan mengetahui bagaimana Persepsi Pegawai Tentang Program Acara “*Kick Andy*” di Metro TV.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan, maka peneliti merumuskan masalah yang akan diteliti lebih lanjut yaitu: Persepsi Pegawai Tentang Program Acara “*Kick Andy*” Metro TV di Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Losari Kabupaten Cirebon.

1.3 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana proses seleksi pemilihan program acara *Kick Andy* di Metro TV oleh Pegawai Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Losari Kabupaten Cirebon?
2. Bagaimana interpretasi Pegawai Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Losari Kabupaten Cirebon pada program acara *Kick Andy* di Metro TV?
3. Bagaimana reaksi yang terjadi pada Pegawai Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Losari Kabupaten Cirebon setelah menonton program acara *Kick Andy* di Metro TV?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui proses seleksi pemilihan program acara *Kick Andy* di Metro TV oleh Pegawai Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Losari Kabupaten Cirebon.
2. Untuk mengetahui interpretasi Pegawai Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Losari Kabupaten Cirebon pada program acara *Kick Andy* di Metro TV.
3. Untuk mengetahui reaksi yang terjadi pada Pegawai Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Losari Kabupaten Cirebon setelah menonton program acara *Kick Andy* di Metro TV.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara Teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi pengetahuan dibidang Ilmu Komunikasi yang berkaitan dengan komunikasi massa, khususnya media elektronik (Televisi) dan pengetahuan tentang program acara gelar wicara *Kick Andy* di Metro TV.
2. Secara Praktis, penelitian ini untuk menerapkan ilmu yang diterima penulis selama menjadi mahasiswa Ilmu Komunikasi sekaligus dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian serupa tentang program acara televisi di masa yang akan datang.

1.6 Kerangka Pemikiran

1.6.1 Komunikasi Massa

Dalam hal ini komunikasi massa adalah bentuk yang berbeda. Menyusun pesan yang efektif untuk ribuan orang dengan latar belakang dan kepentingan yang berbeda-beda membutuhkan keahlian yang berbeda dengan sekedar bicara dengan teman. Menyusun pesan lebih kompleks karena ia harus menggunakan sarana, misalnya percetakan, kamera atau perekam. (Vivian, 2008:450).

Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Massa dalam arti komunikasi massa lebih menunjuk pada penerima pesan yang berkaitan dengan media massa. Dengan kata lain media massa yang dalam sikap dan perilakunya berkaitan dengan peran media massa. Oleh karena itu massa disini menunjuk pada khalayak, audience, penonton, pemirsa atau pembaca. (Nurudin, 2007:2).

Komunikasi massa mempunyai efek tertentu. Menurut Liliweri (2011:39), secara umum terdapat tiga efek komunikasi massa, yaitu pertama: Efek Kognitif, dimana pesan komunikasi mengakibatkan khalayak berubah dalam hal pengetahuan, pandangan, dan pendapat terhadap sesuatu yang diperolehnya. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi. Kedua: Efek Afektif, dimana pesan komunikasi massa mengakibatkan berubahnya perasaan tertentu dari khalayak. Orang dapat lebih menjadi marah dan berkurang rasa tidak senangnya terhadap suatu akibat membaca surat kabar, mendengarkan radio atau menonton televisi. Efek ini ada hubungannya dengan emosi, sikap atau nilai. Ketiga: Efek Konatif, dimana pesan komunikasi massa

mengakibatkan orang mengambil keputusan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Efek ini merujuk pada perilaku nyata yang tidak dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan atau kebiasaan berperilaku.

1.6.2 Televisi

Televisi adalah salah satu bentuk dari media elektronik. Media ini merupakan media yang dapat mendominasi komunikasi massa, karena sifatnya yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan khalayak. Televisi mempunyai kelebihan dari media massa lainnya yaitu bersifat *audio visual* (didengar dan dilihat), dapat menggambarkan kenyataan dan langsung dapat menyajikan peristiwa yang sedang terjadi ke setiap rumah para pemirsa manapun mereka berada. (Ardiyanto dan Erdinaya, 2007:40).

Terdapat tiga macam karakteristik televisi, yaitu (Ardianto, 2007:137-139):

1. Audiovisual

Televisi memiliki kelebihan dibandingkan dengan media penyiaran lainnya, yakni dapat didengar sekaligus dilihat. Jadi apabila khalayak radio siaran hanya mendengar kata-kata, musik dan efek suara, maka khalayak televisi dapat melihat gambar yang bergerak. Maka dari itu televisi disebut sebagai media massa elektronik audiovisual. Namun demikian, tidak berarti gambar lebih penting dari kata-kata, keduanya harus ada kesesuaian secara harmonis.

2. Berpikir dalam gambar

Ada dua tahap yang dilakukan proses berpikir dalam gambar. Pertama adalah visualisasi (*visualization*) yakni menerjemahkan kata-kata yang

mengandung gagasan yang menjadi gambar secara individual. Kedua, penggambaran (picturization) yakni kegiatan merangkai gambar-gambar individual sedemikian rupa sehingga kontinuitasnya mengandung makna tertentu.

3. Pengoperasian lebih kompleks

Dibandingkan dengan radio siaran, pengoperasian televisi siaran lebih kompleks dan melibatkan banyak orang. Televisi di Indonesia, umumnya lebih banyak memberikan informasi berbentuk hiburan terhadap khalayak. Selain memiliki kelebihan ternyata televisi juga memiliki kekurangan, diantaranya yakni: biaya produksi yang mahal, pesan yang disampaikan hanya selintas dan dapat disimpan oleh khalayak, dan juga tidak dapat melakukan kritik sosial dan pengawasan sosial secara langsung seperti media cetak.

Ada empat kekuatan televisi menurut Syahputra (2006:70), yaitu:

- a. Menguasai jarak dan waktu, karena teknologi televisi menggunakan elektromagnetik, kabel-kabel dan fiber yang dipancarkan transmisi melalui satelit.
- b. Sasaran yang dicapai untuk menjangkau massa cukup besar, nilai aktualitas terhadap suatu liputan atau pemberitaan cukup cepat.
- c. Daya rangsang terhadap media televisi cukup tinggi. Hal ini disebabkan oleh kekuatan suara dan gambarnya yang bergerak.
- d. Informasi atau berita-berita yang disampaikan lebih singkat, jelas dan sistematis.

Sedangkan kelemahan televisi menurut Syahputra (2006:70), yaitu:

- a. Media televisi terikat waktu tontonan.

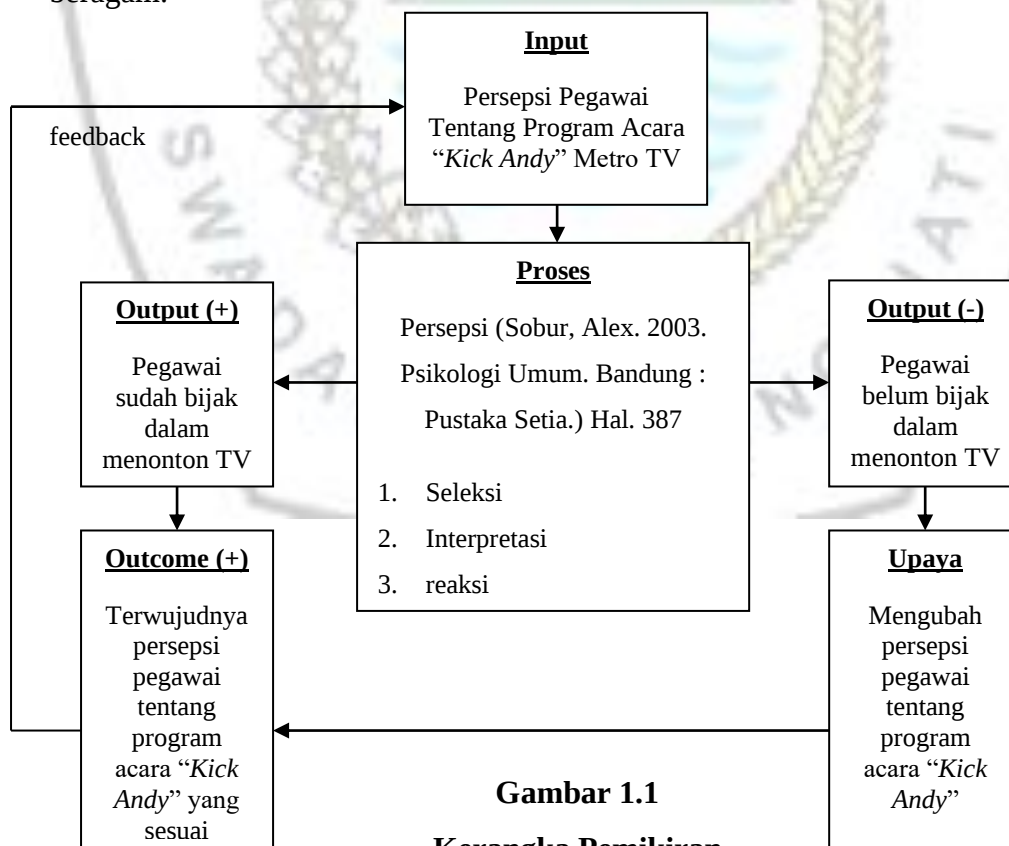
- b. Televisi tidak bisa melakukan kritik sosial dan pengawasan sosial secara langsung dan vulgar.
- c. Pengaruh televisi lebih cenderung menyentuh aspek psikologis massa. Bersifat “*transitory*”, karena sifat ini membuat isi pesannya tidak dapat di memory oleh pemirsanya. Lain halnya dengan media cetak, informasi dapat disimpan dalam bentuk kliping.

1.6.3 Persepsi

Dari segi psikologi dikatakan bahwa tingkah laku seseorang merupakan fungsi dari cara ia memandang. Oleh karena itu, untuk mengubah tingkah laku seseorang, harus dimulai dari mengubah persepsinya. Dalam proses persepsi, terdapat tiga komponen utama berikut:

1. Seleksi adalah proses penyaringan oleh indra terhadap rangsangan dari luar, intensitas dan jenisnya dapat banyak atau sedikit.
2. Interpretasi, yaitu proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang. Interpretasi dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengalaman masa lalu, sistem nilai yang dianut, motivasi, kepribadian, dan kecerdasan. Interpretasi juga bergantung pada kemampuan seseorang untuk mengadakan pengategorian informasi yang diterimanya, yaitu proses mereduksi informasi yang kompleks menjadi sederhana.
3. Reaksi, yaitu tingkah laku setelah berlangsung proses seleksi dan interpretasi. Interpretasi dan persepsi kemudian diterjemahkan dalam bentuk tingkah laku sebagai reaksi. (Sobur, 2003:387).

Jadi, proses persepsi adalah melakukan seleksi, interpretasi dan pembulatan terhadap informasi yang sampai serta melakukan reaksi atas informasi tersebut. Berdasarkan pengertian yang diuraikan oleh para pakar, dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah sesuatu proses pengorganisasian dan penafsiran rangsangan yang menyangkut hubungan manusia dengan lingkungannya yang diperoleh dengan penginderaan, sehingga memunculkan interpretasi dari stimulus yang mengenainya, sehingga memunculkan makna tentang objek tersebut. Pada intinya persepsi dimulai dari stimuli dan kemudian diinterpretasikan. Input sensorik yang diterima oleh manusia merupakan data awal (mentah) yang kemudian di proses dan diolah kemudian diinterpretasikan menjadi persepsi. Sebuah tayangan di televisi mengandung stimulus yang beragam.



Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran

Tabel 1.1
Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

No	Judul/ Tahun>Nama	Persamaan	Perbedaan
1.	Persepsi Penonton Studio Program Acara “Kick Andy” di Metro TV Tahun 2017 Nurdian Trianggoro Mukti dan Febriansyah Nataly	Metode penelitian deskriptif kualitatif Teknik pengumpulan data wawancara mendalam	Teori Perbedaan Individu dan Model SR Sumber data primer (produser dan penonton studio) serta sekunder (tulisan, artikel, buku, internet)
2.	Analisis Program Acara Kick Andy di Metro TV Tahun 2011 Agus Isnaen	Metode penelitian kualitatif deskriptif	Subjek penelitian para crew yang terlibat dan objek penelitian proses produksi
3.	Persepsi Masyarakat Terhadap Program Acara Ini Talkshow di NET TV Tahun 2017 Nurul Hasanah	Teori komunikasi, komunikasi massa, televisi, dan persepsi	Metode penelitian deskriptif pendekatan kuantitatif Populasi masyarakat Teknik pengumpulan data kuisioner

1.7 Definisi dan Operasionalisasi Konsep Penelitian

1.7.1 Definisi Konsep Penelitian

1. Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Massa dalam arti komunikasi massa lebih menunjuk pada penerima pesan yang berkaitan dengan media massa. Dengan kata lain media massa yang dalam sikap dan perilakunya berkaitan dengan peran media massa. Oleh karena itu massa disini menunjuk pada khalayak, audience, penonton, pemirsa atau pembaca.
2. Televisi adalah salah satu bentuk dari media elektronik. Media ini merupakan media yang dapat mendominasi komunikasi massa, karena

sifatnya yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan khalayak. Televisi mempunyai kelebihan dari media massa lainnya yaitu bersifat *audio visual* (didengar dan dilihat), dapat menggambarkan kenyataan dan langsung dapat menyajikan peristiwa yang sedang terjadi ke setiap rumah para pemirsa dimanapun mereka berada.

3. Persepsi, Persepsi dapat didefinisikan sebagai cara organisme memberi makna. Persepsi meliputi semua sinyal dalam system saraf, yang merupakan hasil dari stimulasi fisik atau kimia dari organ pengindra. Seperti misalnya penglihatan yang merupakan cahaya yang mengenai retina pada mata, pencium yang memakai suara. Persepsi bukanlah penerimaan isyarat secara pasif, tetapi dibentuk oleh pembelajaran, ingatan, harapan, dan perhatian. Persepsi bergantung pada fungsi kompleks system saraf, tetapi tampak tidak ada karena terjadi diluar kesadaran.

1.7.2 Operasionalisasi Konsep Penelitian

Tabel 1.2
Operasionalisasi Konsep Penelitian

Konsep Penelitian	Dimensi	Parameter
Persepsi (Sobur, 2003:387.)	1. Seleksi	a. Stimulasi alat indra (mata dan telinga) b. Hari dan jam tayang
	2. Interpretasi	a. Setting acara b. Pembawa acara c. Konten acara (tema atau materi) d. Bintang tamu atau narasumber
	3. Reaksi	a. Pesan atau amanat b. Tingkah laku

1.8 Metodologi Penelitian

1.8.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Sebagaimana dikemukakan oleh Erickson (1968) dalam buku Metode Penelitian Kualitatif oleh Albi Anggito & Johan Setiawan, “metode penelitian kualitatif berusaha untuk menemukan dan menggambarkan secara naratif kegiatan yang dilakukan dan dampak dari tindakan yang dilakukan terhadap kehidupan mereka. Secara umum, pengertian metode kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi, dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci pengambilan sampel sumber data dilakukan

secara *purposive*, dan *snowball*, teknik pengumpulan data dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

1.8.2 Informan dan Teknik Pemilihan Informan

Dalam buku Metode penelitian sosial oleh Ismail Nurudin dan Sri Hartati, Informan adalah orang yang memberikan informasi. Dengan pengertian ini, maka informan dapat dikatakan sama dengan responden, apabila pemberian keterangannya karena dipancing oleh pihak peneliti. Istilah “informan” banyak digunakan dalam penelitian kualitatif. Artinya orang yang dapat memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian kepada peneliti.

Adapun informan tersebut adalah Pegawai di Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Losari Kabupaten Cirebon. Karena pegawai tersebut menonton Program Acara “*Kick Andy*” di Metro TV, maka peneliti tertarik untuk meneliti sebanyak empat orang informan kunci dan satu orang informan pendukung.

1.8.3 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2009:224–225) ada dua macam data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diambil langsung dari sumbernya, sementara data sekunder adalah data yang diambil dari hasil pengumpulan orang lain atau lewat dokumen. Sumber data primer yang akan digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah hasil

wawancara dengan informan. Selanjutnya data sekunder diperoleh yang berkaitan dengan permasalahan yang diangkat.

Metode yang digunakan dalam metode penelitian sebagai berikut:

1. Observasi / survei yaitu penulis melakukan pengamatan langsung untuk mengadakan pengamatan terhadap suatu kegiatan yang sedang berjalan sehingga didapat data yang akurat.
2. Wawancara (*interview*) yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan secara lisan, biasanya dilakukan jika ingin diketahui hal-hal yang lebih mendalam dari responden. Data yang dihasilkan adalah data kualitatif.
3. Teknik dokumentasi yaitu penelusuran dokumentasi untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Biasanya berupa foto, tulisan gambar, karya dan sebagainya.
4. Riset Kepustakaan (Library research) Riset kepustakaan menurut Supranto, yaitu untuk mengumpulkan data-data dan teori dalam penelitian ini maka peneliti mencari data atau informasi riset melalui membaca jurnal ilmiah, buku-buku referensi dan bahan-bahan publikasi yang tersedia di perpustakaan. (Ruslan, 2008:31).
5. Teknik Pengujian Keabsahan Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Triangulasi. Menurut Moleong (2013:330) dalam bukunya yang berjudul Metodologi Penelitian Kualitatif mengatakan bahwa “Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain.

Diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu”. Triangulasi diperlukan karena setiap teknik memiliki kelemahan serta keunggulannya sendiri. Dengan demikian, triangulasi memungkinkan tangkapan realitas secara lebih *valid*.

1.8.4 Teknik Pengujian Keabsahan Data

Menurut *Patton* (dalam Moleong, 2013:331), metode kualitatif triangulasi sumber data dilakukan dengan cara, sebagai berikut:

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara.
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
- c. Membandingkan tentang apa yang dikatakan orang – orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.
- d. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada dan orang pemerintahan.
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan. Hasil dari perbandingan yang diharapkan adalah berupa kesamaan atau alasan – alasan terjadinya perbedaan.

1.8.5 Teknik Analisis Data

Menurut Bogdan dalam buku metode penelitian kuantitatif dan kualitatif oleh Prof. Dr. Sugiyono, mengatakan bahwa analisis data adalah proses mencari

dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.

Terdapat tiga jalur analisis kualitatif, yaitu reduksi data, penyajian data, dan verifikasi (Moleong, 2013:325).

- a) Reduksi data diartikan proses pemilihan, pemusatan, perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar muncul dari catatan-catatan yang tertulis lapangan. Reduksi data dilakukan berawal dari data observasi yang diperoleh sehingga selanjutnya dapat memperoleh data sesuai dengan yang dibutuhkan.
- b) Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Sebagaimana halnya dengan reduksi data, penciptaan dan penggunaan penyajian dan tidak terpisah dari kegiatan analisis.
- c) Verifikasi adalah menarik kesimpulan-kesimpulan peneliti dengan melihat hasil reduksi data tetap mengacu pada perumusan masalah serta tujuan yang hendak dicapai. Data yang telah tersusun tersebut dihubungkan, dibandingkan antara satu dengan yang lainnya, sehingga mudah ditarik kesimpulan sebagai jawaban dari setiap permasalahan yang ada.

1.9 Lokasi dan Jadwal Penelitian

1.9.1 Lokasi Penelitian

Lokasi yang di ambil dalam penelitian dengan judul : Persepsi Pegawai Tentang Program Acara “*Kick Andy*” Metro TV di Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Losari Kabupaten Cirebon, terletak di Jalan Soekarno Hatta No. 77 Kabupaten Cirebon, Jawa Barat.

1.9.2 Jadwal Penelitian

Tabel 1.3
Kalender Perencanaan

[illegible]