

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metodologi Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Penulis disini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme. Digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sample sumber data dilakukan secara purposive dan snowball, teknik pengumpulan data dengan triangulasi.

Penelitian deskriptif bertujuan untuk membangun deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antara fenomena yang diselidiki. Penyelidikan deskripsi tertuju pada pemecahan masalah yang ada masa sekarang yang mencakup teknik-teknik, seperti teknik menuturkan, teknik menganalisis, mengklarifikasi dan membandingkan. Dalam pelaksanaannya tidak hanya terbatas sampai pada pengumpulan atau penyusunan data, tetapi meliputi pula evaluasi, interpretasi mengenai arti data tersebut sehingga disebut deskriptif-analitis (Surakhmad, 1990: 139). Di dalam penelitian ini, penulis hanya memparkan situasi atau peristiwa yang terjadi selama penelitian berlangsung.

3.1.2 Pendekatan Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Penulis hanya memaparkan fenomena yang dialami oleh produser dan *crew* yang terlibat didalam proses produksi program *talk show* “Sampurasun Wargi Jabar”.

Penelitian deskriptif, seperti yang sudah penulis jelaskan hanya memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Beberapa penulis memperluas penelitian deskriptif kepada segala penelitian selain penelitian historis dan eksperimental. Mereka menyebut metode yang “melulu” deskriptif sebagai penelitian survai (Isaac dan Michael, 1981 : 46)

Ciri lain metode deskriptif ialah titik berat pada observasi dan suasana alamiah (*naturalistic setting*). Peneliti bertindak sebagai pengamat. Ia hanya membuat kategori perilaku, mengamati gejala, dan mencatatnya dalam buku observasinya. Dengan suasana alamiah yang dimaksudkan bahwa peneliti terjun ke lapangan. Ia tidak berusaha untuk memanipulasikan variabel. Karena kehadirannya mungkin mempengaruhi perilaku gejala (*reactive measures*), peneliti berusaha memperkecil pengaruh ini. Penelitian sosial telah menghasilkan beberapa pengukuhan yang tidak terlalu banyak “merusak” kenormalan (*unobstrusive measures*)

Akhir-akhir ini, banyak peneliti yang kembali menekankan pentingnya peneliti deskriptif. Penelitian deskriptif tidak jarang melahirkan apa yang disebut Seltiz Wrightman, dan Cook sebagai penelitian *insightstimulating*. Peneliti terjun

ke lapangan tanpa dibebani atau diarahkan oleh teori. Ia tidak bermaksud menguji teori sehingga perspektifnya tidak tersaring. Ia bebas mengamati objeknya, menjelajah dan menemukan wawasan-wawasan baru sepanjang jalan. Penelitiannya terus-menerus mengalami reformulasi dan redireksi ketika informasi-informasi baru ditemukan. Hipotesis tidak datang sebelum penelitian. Hipotesis-hipotesis baru muncul dalam penelitian.

Pada penelitian ini, penulis berangkat dari pertanyaan “bagaimana” dan “mengapa”. Bagaimana proses produksi *talk show* itu dimulai dari mulai tahap praproduksi sampai tahap pasca produksi dan mengapa menggunakan hal itu.

3.1.3 Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian adalah segala fakta dan informasi yang dapat dijadikan *instrument* penelitian. Data primer dalam penelitian ini adalah *talk show* “Sampurasun Warga Jabar” berikut hasil wawancara dan tulisan lainnya yang berkaitan dengan masalah penelitian. Informan penelitian yang menjadi sumber data primer. Kriteria penentuan informan penelitian didasarkan pada pertimbangan kedudukan/jabatan, kompetensi dan penguasaan masalah yang relevan dengan obyek penelitian. Sedangkan Sumber data sekunder adalah berbagai teori dan informasi yang diperoleh tidak langsung dari sumbernya, yaitu berbagai buku yang berisi tentang produksi siaran televisi, teori komunikasi massa dan juga data lainnya yang relevan dengan kebutuhan dan tujuan penelitian. Untuk penjelasan secara lebih rinci sebagai berikut :

1. Wawancara

Metode ini digunakan untuk memperoleh data atau informasi secara akurat dari narasumber langsung sebagai data primer. Wawancara ini dilakukan dengan frekuensi yang tinggi secara intensif, selanjutnya dibedakan antara Informan (orang yang akan diwawancarai hanya sekali), dengan informan (orang yang ingin peneliti ketahui atau pahami dan yang akan diwawancarai beberapa kali).

2. Observasi

Karl Weick (dikutip dari Seltiz, Wrightsman, dan Cook 1976: 253) menefinisikan observasi sebagai “pemilihan, pengubahan, pencatatan dan pengodean serangkaian perilaku dan suasana yang berkenaan dengan organisme in situ, sesuai dengan tujuan empiris. Observasi berguna untuk menjelaskan, memerikan dan merinci gejala yang terjadi.

3. Studi Kepustakaan

Teknik pengumpulan data dengan mencari data penunjang dengan mengolah buku-buku dan sumber bacaan yang lain yang memiliki kaitan dengan masalah penelitian.

3.2 Teknik Analisis Data

Pada hakikatnya analisis data adalah sebuah kegiatan untuk mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberi kode atau tanda, dan mengkategorikannya sehingga diperoleh suatu temuan berdasarkan fokus atau masalah yang ingin dijawab. Melalui serangkaian aktivitas tersebut, data kualitatif

yang biasanya berserakan dan bertumpuk-tumpuk bisa disederhanakan untuk akhirnya bisa dipahami dengan mudah. Pada bagian analisis data diuraikan proses pelacakan dan pengaturan secara sistematis transkrip-transkrip wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain agar peneliti dapat menyajikan temuannya. Analisis ini melibatkan pengerjaan, pengorganisasian, pemecahan dan sintesis data serta pencarian pola, pengungkapan hal yang penting, dan penentuan apa yang dilaporkan.

3.2.1 Subjek – Objek

Pada penelitian ini penulis melakukan penelitian dengan subjek dan objek yang sebelumnya sudah ditentukan. Penelitian ini menggunakan tiga subjek utama yang akan menjadi *key informannya* itu produser, yang bertugas di Master Control Room, dan kameramen. Yang pertama adalah produser dari program talk show “Sampurasun Wargi Jabar”. Produser disini berperan sangat penting dalam menentukan ide dan narasumber yang berkompeten di bidangnya masing-masing. Produser acara talk show “Sampurasun Wargi Jabar” juga merangkap sebagai host yang memandu acara talk show tersebut, sehingga perannya pun sangat penting untuk membawa acara talk show menjadi lebih menarik dan membuat masyarakat ingin menontonnya. peran host juga menentukan apakah acara tersebut memang menarik untuk disaksikan atau tidak, dan tidak lupa dengan host yang atraktif, bisa membawa suasana dan bias menggali pembicaraan dengan baik akan meningkatkan rating acara tersebut. Maka dari itu, disini penulis mewawancara

key informan dari acara talk show “Sampurasun Wargi Jabar” agar penulis bisa mengetahui proses produksi program ini dari praproduksi hingga pasca produksi.

Yang kedua adalah salah satu kru yang bertugas di dalam ruang MCR (Master Control Room). Kru yang berada di MCR ini bertugas untuk menstransmisikan langsung acara *live* kepada masyarakat. Karena acara “Sampurasun Wargi Jabar” ini selalu *live* pada penayangannya sehingga pembahasannya selalu fresh dan uptodate. Di dalam proses transmisi langsung ini terdapat beberapa hal yang tentunya tidak diketahui oleh penulis. Pemilihan key informan yang tepat tentu saja akan sangat membantu dalam melakukan penelitian. Acara *live* memang lebih banyak tantangan dibandingkan dengan acara *tapping*. Jika ada kesalahan yang terjadi pada saat *live* tentu saja akan sangat terlihat, dan itulah yang harus dipikirkan oleh kru agar meminimalisir kesalahan tersebut.

Lalu untuk informan yang ketiga adalah salah satu kameramen yang terlibat dalam proses produksi. Disini cameramen sebagai salah satu perwakilan informan yang melakukan proses produksi di dalam studio. Kameramen berperan penting dalam pengambilan gambar pada saat proses shooting berlangsung. Kameramen hanya bertugas untuk mengatur angle kamera di dalam studio. Untuk pemindahan kamera dari kamera satu ke kamera dua sudah ada yang mengatur di dalam Master Control Room dengan menggunakan switcher.

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah program acara talk show “Sampurasun Wargi Jabar” di iNews TV Bandung. “Sampurasun Wargi Jabar” ini adalah salah satu program talk show unggulan di iNews TV Bandung yang

mengangkat berbagai tema hangat seputar Jawa Barat, seperti politik dan kebudayaan Jawa Barat.

3.2.2 Wilayah Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Indonesia Musik Televisi (iNews TV) Bandung yang bertempat di Komplek Setrasari Mall, Blok C3 No. 9/35 Jln.Terusan Prof.Dr.Ir. Sutami Bandung. Tlp. 022-2001904/ 2004794 /022-70814197 fx (022) 2003995. Untuk melengkapi data peneliti, penelitian juga dilakukan di dalam studio dimana program talk show “Sampurasun Wargi Jabar” ini shooting dan MCR (Master Control Room) dimana proses transmisi langsung dilakukan. Selain itu peneliti terjun langsung dalam proses produksi program talk show “Sampurasun Wargi Jabar” sebagai PA (Produser Assistan) yang bertugas untuk membantu produser dalam proses produksi.

3.2.3 Sumber Data

Sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer berasal dari hasil wawancara dengan key informan yaitu produser, program director dan kameramen yang bertugas. Dan tidak lupa pula hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti dengan cara terjun langsung ke lokasi dimana “Sampurasun Wargi Jabar” melakukan *shooting*. Data sekunder berasal dari studi kepustakaan dan dokumen pendukung untuk menunjang data yang didapatkan.

3.3 Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik triangulasi. Disini penulis menggunakan triangulasi teknik pengumpulan data. Di dalam bukunya Sugiyono mengatakan bahwa teknik triangulasi teknik berarti peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data. Disini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data observasi partisipatif, wawancara mendalam dan dokumentasi.

Triangulasi adalah istilah yang diperkenalkan oleh **N.K.Denzin** (1978) dengan meminjam peristilahan dari dunia navigasi dan militer, yang merujuk pada penggabungan berbagai metode dalam suatu kajian tentang satu gejala tertentu. Keandalan dan kesahihan data dijamin dengan membandingkan data yang diperoleh dari satu sumber atau metode tertentu dengan data yang di dapat dari sumber atau metode lain. Konsep ini dilandasi asumsi bahwa setiap bias yang inheren dalam sumber data, peneliti, atau metode tertentu, akan dinetralkan oleh sumber data, peneliti atau metode lainnya. Istilah triangulasi yang dikemukakan oleh Denzin dikenal sebagai penggabungan antara metode kualitatif dan metode kuantitatif yang digunakan secara bersama-sama dalam suatu penelitian.

Menurut Dwidjowinoto (dalam Kriyantono, 2008: 70) ada beberapa macam triangulasi, yaitu triangulasi sumber, triangulasi waktu, triangulasi teori, triangulasi peneliti, serta triangulasi metode. Penulis disini menggunakan triangulasi sumber, yaitu membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda.

Data yang diperoleh berupa wawancara yang dilakukan lebih dari satu kali dalam periode waktu tertentu.

Dalam menguji keabsahan data pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti, peneliti menggunakan triangulasi teknik atau data. Peneliti menggunakan berbagai jenis data untuk penelitian. Sumber data penelitian ini, adalah :

1. Wawancara mendalam

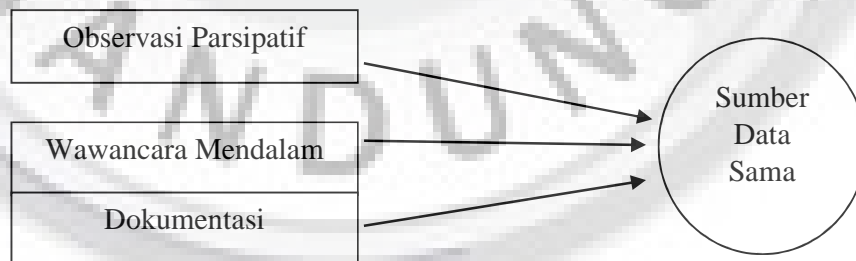
Melakukan wawancara terhadap Produser program *talk show* “Sampurasun Wargi Jabar” dan beberapa orang yang terlibat di dalam proses produksi.

2. Observasi parsipatif

Melakukan pengamatan atau turun langsung pengamatan mulai dari praproduksi, produksi hingga pasca produksi program *talk show* “Sampurasun Wargi Jabar” secara keseluruhan.

3. Dokumentasi

Dengan cara mengumpulkan foto kegiatan, file surat dan lain-lain.



3.4 Objek Penelitian (PT. Indonesia Musik Televisi (iNews TV) dan “Sampurasun Wargi Jabar”)

3.4.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Memasuki abad 21 bangsa Indonesia dihadapkan oleh perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang melahirkan masyarakat informasi yang makin besar tuntutanannya akan hak untuk mengetahui dan hak untuk mendapatkan informasi. Di sisi lain informasi ternyata telah menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat, serta telah menjadi komoditas yang dianggap penting dalam membangun kehidupan berbangsa dan bernegara

Berakhirnya rezim Orde Baru menjadi momentum awal kebangkitan dunia pers. Terbukti dengan banyak hadirnya media pers, baik itu media cetak maupun media elektronik di tengah - tengah masyarakat Indonesia. Kondisi ini menyebabkan banyaknya pilihan bagi masyarakat Indonesia untuk dapat menikmati informasi. Seiring dengan waktu, ternyata banyak media yang gulung tikar akibat hanya bermodalkan semangat tanpa diimbangi dengan kekuatan modal.

Lahirnya Undang - Undang Republik Indonesia nomor 32 tahun 2002 tentang penyiaran, menjadi sebuah inspirasi bagi masyarakat Indonesia untuk kembali menghadirkan sebuah media yang bertujuan untuk memperkuat integrasi nasional, terbinanya watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertaqwa, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri, demokratis, adil dan

sejahtera serta menumbuhkan industri penyiaran Indonesia (Pasal 3 UU TI No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran).

Provinsi Jawa Barat terutama Kota Bandung yang menjadi mitra terdepan ibukota negara menjadi sebuah provinsi yang banyak dilirik oleh para investor dalam berbagai bidang termasuk bidang komunikasi informasi. Hal ini sangatlah wajar jika kita melihat berbagai potensi yang dimiliki oleh tatar PaSundan ini, selain sebagai mitra ibukota, tanah parahyangan menurut sensus penduduk yang dilakukan oleh BPS pada tahun 1995 dihuni oleh sekitar 46,9 juta jiwa. Potensi budaya yang eksotis yang ternyata masih sedikit digali oleh berbagai media ternyata masih menyimpan beragam keindahan bagi masyarakat. Kondisi ini akhirnya menjadi sebuah pangsa pasar yang banyak dilirik oleh berbagai kalangan, terutama dunia usaha. Salah satunya adalah lahirnya berbagai stasiun televisi lokal di provinsi ini terutama Kota Bandung yang menjadi barometer perkembangan pembangunan provinsi tatar Sunda ini.

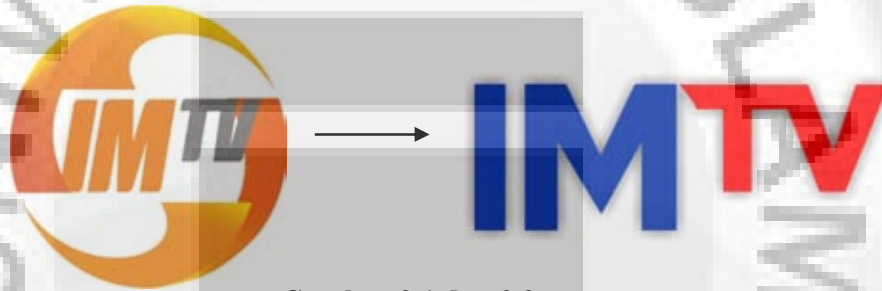
Oleh karena itu, dengan bangga, PT.Indonesia Musik Televisi ingin ikut serta dengan masyarakat Jawa Barat khususnya Kota Bandung dan sekitarnya untuk bergandengan tangan membangun daerahnya melalui kehadiran PT. Indonesia Musik Televisi, sebuah televisi lokal yang akan mencoba mengintegrasikan nilai - nilai pendidikan, hiburan dan budaya, baik nasional maupun potensial budaya daerah yang ternyata banyak yang belum digali.

IMTV sendiri sekarang berubah nama menjadi iNews TV yaitu sebuah TV berita yang berasal dari MNC grup. Sebelum berubah nama menjadi iNews TV, IMTV juga sudah berubah nama menjadi Sindo TV per-Januari 2015 dikarenakan

IMTV baru mendapatkan frekuensi Sindo TV pada tahun 2015. Lalu Sindo TV pun berubah kembali menjadi iNews TV per-April 2015. iNews TV Bandung ini merupakan salah satu dari televisi berjaringan di Jawa Barat. *Crew* yang bertugas didalamnya seperti reporter, kameramen dan lainnya tidak di bawah naungan nama stasiun TV, namun semuanya dibawah naungan MNC grup.

3.4.2 Logo Perusahaan

Pada awalnya PT.Indonesia Musik Televisi bernama IMTV



Gambar 3.1 dan 3.2

Logo yang berwarna jingga merupakan logo pertama IMTV, kemudian IMTV mulai berjalan dibawah pengawasan MNC Group sehingga logo dari IMTV pun berubah seperti halnya logo yang berada dibawah naungan MNC Group seperti Global TV dan MNC TV. Per-Januari 2015 IMTV berubah nama menjadi Sindo TV dikarenakan baru mendapatkan frekuensi dari MNC Group.



Gambar 3.3

Namun perubahan nama terjadi lagi pada per-April menjadi iNews TV Bandung, karena MNC Group ingin memiliki *channel* televisi yang fokus kepada News.



Gambar 3.4

3.4.3 Latar Belakang Berdirinya PT. Indonesia Musik Televisi (iNews TV)

Beragam potensi yang dimiliki oleh Kota Bandung, menjadi alasan yang sangat kuat bagi PT. Indonesia Musik Televisi (iNews) untuk berkiprah di Kota Bandung dalam bidang jasa pertelevisian. Beragam potensi tersebut antara lain :

a. Sumber Daya Manusia

Kota Bandung yang dikenal sebagai kota dengan nuansa pendidikan, budaya sosial, ekonomi, pusat industri, teknologi dan jasa ternyata telah banyak mencetak ahli dalam berbagai bidang.

b. Perekonomian

Laju pertumbuhan ekonomi (LPE) Kota Bandung senantiasa mengalami pertumbuhan tinggi tercatat pada tahun 2002 sebesar 7, 13 % dibandingkan LPE pada tahun 1998 sebesar 19, 69 %. Hal ini ditunjang oleh struktur ekonomi Kota Bandung terlebih pada sektor jasa yang merupakan sektor yang dominan. Sektor ini antara lain sektor perdagangan, hotel dan restoran, pengangkutan dan komunikasi, lembaga keuangan, persewaan, jasa - jasa perusahaan serta jasa pemerintahan. Pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi tersebut telah berdampak pada

kesejahteraan masyarakat kota. Hal ini ditunjukkan dengan meningkatnya rata - rata pendapatan perkapita.

c. Sosial Budaya

Kota Bandung sebagai kota yang tengah membangun dan menjadi kota metropolitan, tentunya mempunyai potensi sosial budaya yang cukup signifikan dalam upaya mewujudkan Kota Bandung sebagai kota yang bermartabat. Potensi tersebut antara lain :

1. Faktor multi etnik.
2. Peran serta masyarakat yang sangat tinggi dalam mendorong pembangunan.
3. Tingginya kreatifitas dan inovasi masyarakat.

Beragam potensi tersebut, telah menggiring IMTV untuk melihat peluang keberhasilan dalam menanamkan investasinya di Kota Bandung. Peluang tersebut yakni :

- a). Terbukanya ruang kota untuk investasi.
- b). Daerah tujuan wisata.
- c). Pengembangan sister cities.
- d). Pengembangan kota konferensi.
- e). Pemanfaatan peran sebagai ibukota Provinsi Jawa Barat.
- f). Pengembangan perekonomian.
- g). Kota pendidikan.
- h). Kota agamis.
- i). Kota cendekiawan.

3.4.4 Visi – Misi Perusahaan

3.4.4.1 Visi

- A. Sebagai barometer TV musik nasional dan kota yang berwawasan seni dan budaya.
- B. Sebagai media yang memberikan informasi yang benar, seimbang dan bertanggung jawab dalam rangka ikut serta mencerdaskan kehidupan bangsa.

3.4.4.2 Misi

- A. Mengangkat musik Indonesia sebagai issue utama dalam setiap usaha perusahaan.
- B. Membangun pusat pengembangan musik Indonesia.
- C. Membangun kerjasama dengan pihak lain yang kompeten dalam mewujudkan visi perusahaan.
- D. Senantiasa meningkatkan perkembangan usaha dan pendapatan perusahaan demi kesejahteraan seluruh sumber daya manusia di dalamnya dalam upaya mewujudkan visi perusahaan.
- E. Senantiasa melakukan inovasi untuk membangun trendsetter musik Indonesia

3.4.5 Struktur Organisasi

Struktur manajemen PT.Indonesia Musik Televisi tercantum dalam struktur organisasi. Struktur organisasi yang berlaku sekarang berdasarkan

keputusan direksi. Selain itu, di dalam keputusan direksi tercantum pula job description masing - masing divisi.

Struktur organisasi perusahaan merupakan suatu gambaran yang menunjukkan suatu pekerjaan yang harus dilakukan oleh setiap bagian atau anggota. Struktur organisasi PT.Indonesia Musik Televisi merupakan organisasi garis fungsional dan staf jenjang manajemen, meliputi unsur pemilik saham, unsur pimpinan, unsur pembantu dan unsur pelaksana.

- Gambar Terlampir

3.4.6 Job desk masing - masing bagian dalam iNews Bandung.

Adapun Job Desk dalam iNews TV Bandung sebagai berikut :

- 1. Direktur**
- 2. Keuangan / Finance**
- 3. General Affair**
- 4. Departemen Personalia**
- 5. Departemen Marketing**
 - 1) Manager Marketing Departemen
 - 2) Sales
 - 3) Marketing Eksekutif & Off Air
- 6. Departemen Program**
 - 1) Manager Program
 - 2) Master Control
 - 3) Host / Presenter
 - 4) Departemen Produksi
 - 5) Manajer Produksi

- 6) Supervisor Post Produksi
- 7) Supervisor Produksi
- 8) Editor (Penyunting Gambar)
- 9) Motion Graphic
- 10) Cameraman
- 11) Pengarah Acara

3.4.7 Program “Sampurasun Wargi Jabar”

“Sampurasun Wargi Jabar” merupakan acara *talk show* yang membahas permasalahan yang terjadi di Jawa Barat. Dengan suasana yang santai tetapi serius membuat acara ini menjadi program unggulan. Ditambah dengan narasumber yang berkompeten dibidangnya dan penayangannya yang *live* membuat acara ini lebih *fresh* dan terkini. “Sampurasun Wargi Jabar” tetap mengedepankan nilai budaya Jawa Barat walaupun sudah banyak *talk show* yang lebih modern. Program yang terbagi dalam enam segmen ini akan membuka line telepon, sehingga komunikasi dua arah antara narasumber dengan masyarakat akan terjalin.

Selain itu, “Sampurasun Wargi Jabar” merupakan satu-satunya *talk show* yang diproduksi oleh iNews TV Bandung dalam ruang lingkup televisi lokal. Walaupun sudah banyak acara *talk show* yang menarik di televisi swasta, “Sampurasun Wargi Jabar” pun tak kalah menarik dengan membahas seputar permasalahan di Jawa Barat. Dengan suasana yang berbeda “Sampurasun Wargi Jabar” memberikan informasi yang akurat dan terpercaya. Suasana yang berbeda pun kerap kali dilakukan agar penonton tidak merasa bosan, “Sampurasun Wargi Jabar” pernah melakukan wawancara secara besar-besaran dengan beberapa tokoh

yang berpengaruh di Jawa Barat. Hal tersebut akan menarik minat masyarakat, karena terdapat sesi debat di dalamnya.

Logo “Sampurasun Warga Jabar”



Gambar 3.5

