**OUTLINE**

***THE LEADING NETWORK COMPANY***

**(Studi Analisis Wacana Teks Berita *The Leading Network Company* di Majalah Global Business**

* 1. **Latar Belakang Penelitian**

Istilah komunikasi berasal dari bahasa inggris *communication,* dari bahasa latin *communicates* yang mempunyai arti berbagi atau menjadi milik bersama, komunkasi diartikan sebagai proses *sharing* diantara pihak-pihak yang melakukan aktifitas komunikasi tersebut.

Ilmu komunikasi sebgai ilmu pengetahuan sosial yang bersifat multidisipliner, tidak bias menghindari prespektif dari beberapa ahli yang tertarik pada kajian komunikasi, sehingga definisi dan pengertian komunikasi menjadi semakin banyak dan beragam. Masing-masing mempunyai penekanan arti, cakupan, konteks yang berbeda satu sama lain, tetapi pada dasarnya saling melengkapi dan menyempurnakan makna komunikasi sejalan dengan perkembangan ilmu komunikasi.

Jurnalistik berasal dari kata *journ*, yang artinya catatan harian, atau catatan mengenai kejadian sehari-hari, atau berarti surat kabar.  *Journ*  berasal dari bahasa Perancis yang mempunyai arti catatan atau laporan harian. Dari perkataan itulah lahir kata jurnalis, yaitu orang yang melakukan kegiatan jurnalistik. Secara sederhana jurnalistik dapat didefinsikan sebagai kegiatan utnuk menyiapkan, mengedit, dan menulis untuk surat kabar, majalah, atau media berkala lainnya.

Sebagai proses, jurnalistik adalah aktifitas mencari, mengolah, menulis, dan menyerbarluaskan informasi kepada publik melalui media massa. Aktifivitas ini dilakukan oleh wartawan (jurnalis).

Sebagai teknik, jurnalistik adalah keahlian (*expertise)* atau keterampilan (*skill)* menulis karya jurnalistik seperti berita dan artikel, termasuk keahlian dalam pengumpulan bahan penulisan, seperti peliputan peristiwa dan wawancara yang dimuat dalam media massa.

Komunikasi massa adalah proses dimana organisasi media memproduksi dan menyampaikan pesan kepada khalayak yang luas dimana pesan media tersebut dicari, digunakan, dan konsumsi oleh khalayak.

Media massa cetak adalah bentuk media massa terpenting, dikatakan demikian karena mengingat media massa cetak memiliki berbagai karakteristik khas, yaitu pesan-pesan yang disampaikan media cetak bias dikaji ulang, dipelajari dan di simpan untuk dibaca kembali pada setiap kesempatan. Itulah sebabnya kenapa media massa cetak memiliki keunggulan daripada media massa elektronikdi mana informasi pada media massa cetak disajikan secara lebih mendalam.

Majalah adalah salah satu jenis dari media massa. Majalah terdiri dari sekumpulan kertas cetakan yang disatukan. Tulisan-tulisan di dalam majalah dibuat bukan oleh tulisan tangan, namun oleh suatu mesin cetak. Tidak ada ketentuan baku dalam penyusunan isi sebuah majalah. Majalah biasanya berisi berbagai macam topik tulisan yang sesuai dengan tujuan dan topik dari majalah yang bersangkutan. Bukan hanya terdapat tulisan, di dalam majalah juga ada gambar-gambar yang bertujuan sebagai ilustrasi dari tulisan dan juga bertujuan untuk membuat isi majalah menjadi cantik dan menarik. Gambar-gambar tersebut bisa berbentuk gambar orang, gambar benda, atau gambar kartun.

Visi dan misi sebuah majalah mempengaruhi pemilihan dan penulisan fakta dari peristiwa yang terjadi. Dari sebuah peristiwa yang sama, akan terjadi pembingkaian berita yang berbeda dari setiap majalah. Visi dan misi menjadi tolak ukur majalah di dalam menentukan apa yang akan ditulis dari sebuah peristiwa, kemudian informasi atau fakta apa yang akan ditonjolkan serta dihilangkan dari peristiwa itu untuk dimuat dalam pemberitaanya.

Berita merupakan salah satu kegiatan jenis jurnalistik yang menjadi sajian utama sebagian besar media massa disamping *views* (pendapat) dan hiburan, oleh sebab itu penyajian berita dimulai dari mencari, mengolah sampai dengan menyebarluaskan melalui media. Dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi, informasi harus bersifat mendidik dan juga menghibur. Oleh arena itu, pada era ini media massa dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan informasi bagi masyarakat, karena media massa menjadi bagian yang sangat penting dan berpengaruh bagi setiap perubahan yang terjadi pada masyarkat secara umum.

Pandangan konstruksionis, media bukanlah sekedar saluran yang bebas, ia juga subjek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias, dan pemihakannya. Di sini media dipandang sebagai agen konstruksi sosial yang mengidentifikasi realitas. Lewat berbagai instrument yang dimilikinya, media ikut membentuk realitas yang tersaji dalam pemberitaan.

Salah satu jenis berita yang menarik perhatian peneliti adalah berita tentang *the leading network company*. Dimana pada majalah Global Business, ini berisi berita dan informasi mengenai perubahan perusahaan dari *postal company* yaitu dulu hanya perusahaan yang hanya sebatas jasa pengiriman dari surat hingga barang. Namun saat ini, POS menjadi *network company*.

Media massa saat ini, baik media cetak ataupun media elektronik banyak menginformasikan tentang maraknya merumuskan langkah-langkah transformasi menuju perubahan yang dipimpin langsung oleh orang nomor satu di PT Pos Indonesia adalah I ketut mardjana. Langkah awal transformsi ini disebut *fix to basic*, yaitu pembenahan hal-hal yang sangat mendasar. Antara lain dengan melakukan modernisasi infrakstruktur dan juga memberikan *empowerment*  yaitu pemberdayaan kepada pimpinan-pimpinan untuk bias mengambil keputusan yang lebih cepat dan tepat.

Rangkaian *fix to basic* juga termasuk pembenahan infrakstruktur bisnis. Mulai dari pembeharuana computer dengan menjadikan segalanya menjadi  *on line,* membangkitkan semangat kerja SDM yang semkain pesimistis, membuat sistem akutansi yang baik dan sistem operasional yang efektif.

Alasan dilakukannya perubahan *postal company* menjadi *network company* dilatarbelakangi oleh kondisi pada periode 2004-2008 PT Pos Indonesia sempat di titik nadir. Kinerja keuangan terus merugi sementara tampilan kantor Pos, mobil operasional dan infrakstruktur perusahaan ini makin kusam. Kini Pos Indonesia mampu bangkit dari keterpurukan. Transformasi yang di lakukan Pos Indonesia sejak 2009 tersebut membuahkan hasil positif terhadap kinerja perseroan yang kini mampu mencetak laba.

Selain itu, untuk menjadi *network company* dengan cara memperluas bisnis inti PT Pos Indonesia (PERSERO) jaringan-jaringan tersebut antara lain menjual fisik dan virtual.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian berusaha menganalisis tentang perubahan dari *postal company* menjadi *network company* **“Analisis Wacana *The Leading Network Company* di majalah Global Business”**

* 1. **Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, **“Bagaimana PT Pos Indonesia (PERSERO) Menyusun dan Menulis Berita *The Leading Network Company* di majalah Global Business edisi juni 2013.**

* 1. **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti mengidentifikasi masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Bagaimana penyusunan dan penulisan berita *the leading network company* di *majalah global business* ditinjau dari Struktur Makro Teks.
2. Bagaimana penyusunan dan penulisan berita *the leading network company* di *global business* ditinjau dari Superstruktur Teks.
3. Bagaimana penyusunan dan penulisan berita *the leading network company* di *majalah global business* ditinjau dari Struktur Mikro teks.
4. Apa makna di balik Struktur makro, super, mikro.
   1. **Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui maraknya pembuatan dan penulisan *the leading network company* di *majalah global business* ditinjau dari Struktur Makro Teks
2. Untuk mengetahui pembuatan dan penulisan berita *the leading network company* di *majalah global business* ditinjau dari Superstruktur Teks.
3. Untuk mengetahui pembuatan dan penulisan berita *the leading network company* di *majalah global business* ditinjau dari Struktur Mikro teks.
   * 1. **Kegunaan Teoritis**

Sebagai sumbangan pemikiran terhadap kajian ilmu komunikasi, khususnya pengguna analisi wacana dalam pemberitaan media massa atau dunia jurnalistik.

* + 1. **Kegunaan Praktis**

1. Sebagai tambahan acuan bagi peneliti mengenai bagaimana berita tentang perubahan dari *postal company* menjadi *network company* ditinjau dari struktur teks berita di majalah global businessuntuk memberikan informasi kepada masyarakat.
2. Untuk sumbangan pemikiran dan memperluas perspektif mahasiswa komunikasi dalam menyampaikan teks berita di media massa khusunya majalah global businessdalam merekronstuksi sebuah peristiwa atau realitas.
   1. **Kerangka Pemikiran**

**1.5.1 Konstruksi Sosial Atas Realitas**

Suatu realitas tidaklah hadir apa adanya langsung ditengah-tengah kita. Realitas di bangun secara sosial dan tidaklah bersifat tunggal tetapi jamak, sebab setiap individu yang satu dengan yang lain, memiliki persepsi yang berbeda dalam suatu realitas. Seperti contohnya realitas yang hadir dalam media. Realitas dalam suatu media, hasil dari konstruksi, pandangan, pemikiran subjektivitas seorang wartawan pada umumnya. Atas dasar pemikiran semacam itulah kaum konstuksionis memiliki pandangan tersendiri dalam melihat wartawan, media dan berita.

Konsep mengenai konstruksionisme ini diperkenalkan oleh **Peter L.Berger**  dan **Thomas Luckmann** melalui *“the social Construction of reality, A Treatise in the Sociological of knowledge”* :

**Teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realita terjadi secara simultn melalui tiga proses sosial yaitu eksternalisasi, objektivitas, dan internalisasi. Tiga proses ini terjadi di antara individu satu dengan individu lainnya dalam masyarakat. Eksternalisasi (penyesuain diri) dengan dunia sosiokultural sebgai produk manusia. Objektivitas, yaitu interaksi sosial yangterjadi dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi. Dan internalisasi yaitu proses di mana individu mengidentifikasi dirinya dengan lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial tempat individu menjadi anggotanya. (2008:15)**

Selanjutnya **Berger** mengemukakan :

**Substansi teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas adalah pada proses simultan yang terjadi secara alamiah melalui bahasa dalam kehidupan sehari-hari pada sebuah komunitas primer dan semi-sekunder. Substansi “teori konstruksi sosial media massa” adalah pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan cepat dan sebenarnya merata. Realitas terkonstruksi itu juga membentuk opini. (2008:193)**

Posisi konstruksi sosial atas realitas media massa adalah mengoreksi substansi kelemahan dan melengkapi konstruksi sosial atas realitas, dengan menempatkan seluruh kelebihan media massa dan efek media massa pada keunggulan konstruksi sosial media massa atas konstruksi sosial atas realita. Namun proses simultan yang digambarkan di atas tidak bekerja secara tiba-tiba tetapi melalui beberapa tahap penting.

Media dipandang bukan hanya sekedar sebagai saluran yang bebas. Melainkan juga dianggap sebagai subjek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan luas dan segala yang mengikutnya. Media dipandang sebagai agen konstruksi sosial yang mengartikan dan menggambarkan realitas.

Menurut **Van Djik** dalam bukunya **News as Discourse :**

**Bahwa media merupakan hasil dari konstruksi sosial dimana selalu melibatkan pandangan dan ideology, dan nilai-nilai wartawan atau media itu sendiri. Selain itu, teori ini juga menilai berita bersifat subjektif, misalanya sebuah pendapat tidak dapat dihilangkan karena dalam meliput, wartawan melihat dengan subjektif, misalnya sebuah pendapat tidak dapat dihilangkan karena dalam meliput, wartawan melihat dengan perspektif dan petimbangan subjektif (1998:96)**

Selanjutnya **Van Djik** mengemukakan :

**Konteks berita harus dipandang sebagai konstruksi atas realitas. Karena sangat potensial terjadi peristiwa yang sama dikonstruksi secara berbeda. Setiap wartawan mempunyai pandangan dan konsepsi yang berbeda atau suatu peristiwa. Hal ini dapat dilihat bagaimana wartawan mengkonstruksi peristiwa dalam pemberitaanya. Berita dalam pandangan konstruksi sosial bukan merupakan fakta yang nyata. Realitas sosial tidak begitu saja menjadi berita tetapi melalui proses. Diantaranya proses internalisasi di mana wartawam dilanda oleh realitas yang diamati dan diserap dalam kesadarannya. Kemudian proses selanjutnya adalah eksternalisasi. Dalam proses ini wartawan menceburkan diri dalam memaknai realitas. Hasil dari berita adalah produk dari proses interaksi dan dialektika ini. (1998:96)**

Adapun pemberitahuan Konstruksi Sosial Atas Realitas antara lain:

1. Tahap Pembentukan Konstruksi Sosial Atas Realitas

Tahap ini adalah tahap di mana pemberitaan telah sampai pada pembaca dan pemirsanya yaitu terjadi pembentukan konstruksi di masyarakat melalui tiga tahap yang berlangsung secara genetic. *Pertama,* konstruksi sosial atas realitas pembenaran; *Kedua*, kesediaan dikonstruksi oleh media massa; *Ketiga*, sebagai pilihan konsumtif.

1. *Tahap pertama*  adalah konstruksi sosial atas realitas pembenaran sebagai suatu bentuk konstruksi media massa yang terbangun dimasyarakat yang cenderung membenarkan apa saja yang ada (tersaji) di media massa sebagai seluruh realitas kebenaran. Dengan kata lain, informasi media massa sebagai otoritas sikap untuk membenarkan sebuah kejadian.
2. *Tahap kedua* adalah kesediaan dikonstruksikan oleh media massa, yaitu sikap yang genetik dari tahap yang pertama. Bahwa pilihan seseorang untuk menjadi pembaca dan pemirsa media massa adalah karena pilihannya untuk bersedia pikiran-pikirannya dikonstruksikan oleh media massa.
3. *Tahap ketiga* adalah menjadikan konsumsi media massa sebagai pilihan konsumtif, di mana seseorang secara habit tergantung pada media massa. Media massa adalah bagian kebiasaan hidup yang tak bias diklepaskan. Tanpa hari tanpa menonton televise, tanpa hari tanpa membaca majalah, tanpa hari tanpa mendengar radio, dan sebagainya. Pada tingkat tertentu, seseorang merasa tak mampu beraktifitas apabila belum membaca majalah atau menonton televise pada hari itu.
4. Pembentukan Konstruksi Citra

Pembentukan konstruksi citra adalah bangunan yang diinginkan oleh tahap konstruksi. Di mana bangunan konstruksi citra yang dibangun oleh media massa ini terbentuk dalam dua model: (1) model *good news* dan (2) model *bad news.* Model *good news* adalah sebuah konstruksi yang cenderung mengkonstruksikan suatu pemberitaan sebagai pemberitaan yang baik. Pada model ini objek pemberitaan dikonstruksikan sebagai suatu yang memiliki citra baik sehingga terkesan lebih baik dari sesungguhnya kebaikan yang ada objek itu sendiri. Sedangkan model *bad news*  adalah sebuah konstruksi yang cenderung mengkonstruksikan kejelekan atau cenderung memberi citra yang buruk pada objek pemberitaan sehingga terkesan lebih jelek, lebih buruk, lebih jahat dari sesungguhnya sifat jelek, buruk, dan jahat yang ada pada objek pemberitaan itu sendiri.

Analisis wacana menurut **Eriyanto** dalam bukunya yang berjudul **Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media :**

**Analisis wacana sebagai suatu upaya pengungkapan maksud tersembunyi dari sang subjek yang mengemukakan suatu pernyataan. Wacana merupakan praktik sosial (mengkonstruksikan realitas) yang menyebabkan sebuah hubungan dialektis antara peristiwayang diwacanakan dengan konteks sosial, budaya, ideologi tertentu. Di sini bahasa dipandang sebagai factor penting untuk mempersentasikan maksud si pembuat wacana. (2008)**

**Eriyanto** menjelaskan tentang ada 3 (tiga) dalam model **Van Dijk** tentang analisis wacana yaitu :

* 1. **Dimensi teks, yang diedit adalah bagaimana struktur teks dan strategi wacana yang dipakai untuk menegaskan suatu tema tertentu.**
  2. **Kognisi sosial dipelajari proses produk teks berita yang melibatkan kognisi individu dari wartawan.**
  3. **Konteks mempelajari dalam masyarakat akan suatu masalah. (2008)**
     1. **Media Massa dan Konstruksi Sosial Atas Realitas**

Proses konstruksi realitas, bahasa adalah unsur utama. Bahasa merupakan instrument pokok untuk menceritakan realitas. Bahasa adalah konsenasionalisme dan alat narasi. Begitu pentingnya bahasa maka taka da berita, cerita, atau ilmu pengetahuan tanpa bahasa.

Keberadaan bahasa di dalam media massa, tidak lagi sebagai alat semata untuk menggambarkan sebuah realitas, melainkan bias menentukan gambaran (makna cerita) mengenai suatu realitas-realitas media yang akan muncul dibenak khalayak. Dengan demikian bahasa adalah nyawa kehidupan media massa. Hanya melalui bahasa para pekerja media memanfaatkan bahasa dalam menyajikan berbagai realitas (peristiwa, keadaan, benda) kepada public.

Berorientasi pada penjabaran di atas, maka dapat diuraikan secara jelas dalam gambar 1.1 berikut ini

**Gambar 1.1**

**Bagan Kerangka Pemikiran Analisis Wacana Berita Tentang *The leading network company* di majalah Global Business**

Rumusan Masalah :  
Analisis Wacana Berita *The Leading Network Company* di majalah Global Business

Berita Tentang *The Leading Network Company*

Teori Konstruksi Sosial Atas Realitas (Peter L. Berger dan Thomas Luckmann)

Model Analisis Wacana

(Teun A. Van Dijk)

Struktur Mikro (Semantik)

Struktur Makro (Tematik)

Superstruktur (Skematik)

Retoris

Bagaimana dan dengan cara apa penekanan dilakukan dalam teks

Stilistik

Bagaimana pilihan kata yang dipakai dalam teks

Sintaksis

Bagaimana bentuk dan susunan kalimat yang dipilih dalam teks

Semantik

Makna yang ingin disampaikan dalam Teks

**Sumber : (PeterL.Berger dan Thommas Luckmann 2008: 15&193, (Van Djik 1996: 96) Modifikasi Peneliti, Pembimbing**

* 1. **Prosedur Penelitian**
     1. **Metode Penelitian**

Metodologi penelitian menurut **Mulyana** dalam bukunya yang berjudul **Metodologi Penelitian Kualitatif :**

**Metedologi adalah proses, prinsip, dan prosedur yang akan digunakan untuk mendekati problem dan mencari jawaban. Dengan kata lain, metedologi adalah suatu pendekatan umum untuk mengkaji topic penelitian. Metedologi dipengaruhi atau berdasarkan perspektif teoritis yang kita gunakan untuk melakukan penelitian, sementara perspektif teoritis sedndiri itu adalah suatu kerangka penjelasan atau interpretasi yang memungkinkan peneliti memahami data dan menghubungkan data yang rumit dengan peristiwa dan situasi lain. (2002:145)**

Peneliti menggunakan paradigm penelitian kualitatif. Metode penelitian ini muncul karena terjadi perubahan paradigm dalam memandang suatu realitas/ fenomena/ gejala. Dalam paradigm ini realitas sosial dipandang sebagai sesuatu yang holistic atau utuh, kompleks, dinamis, dan penuh makna.

Analisis wacan dalam perspektif komunikasi, digunakan untuk membedah cara-cara atau ideology sebuah media saat mengkonstrusikan fakta. Analisis ini juga secara ringkas dan sederhana, melalui teori wacana menjelaskan terjadinya sebuah peristiwa seperti terbentuknya sebuah kalimat atau pernyataan seperti yang diungkapkan **Sobur** dalam bukunya **Analisis Teks Media** : Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing.

**Wacana adalah rekaman kebahasan yang utuh tentang peristiwa komunikasi, biasanya terdiri atas seperangkat kalimat yang mempunyai hubungan pengertian yang satu dengan yang lain. Komunikasi itu dapat menggunakan bahasa lisan, dan dapat pula menggunakan bahsa tulisan. (2002:9)**

Mengingat pentingnya hubungan dialektis antara peristiwa yang diwacanakan dengan konteks sosial, budaya dan ideology tertentu. Disini bahasa yang dirangkai dalam sebuah kata dan kalimat dipandang sebagai factor penting untuk merepresentasikan maksud sipembuat wacana. Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Van Djik sering di sebut sebagai “kognisi sosial”.

Selanjutnya **Eriyanto** mengungkapkan tentang model **Van Dijk** adalah :

**Penelitian atas wacana tidak cukup hanya didasarkan pada analisis teks semata, karena teks hanya hasil dari suatu produksi yang harus juga diamati. Di sini harus dilihat juga bagaimana suatu teks diproduksi, sehingga kita memperoleh suatu pengetahuan kenapa teks bias semacam itu. (2008)**

Begitu juga menurut  **Sobur** bahwa analisi wacana menekankan bahwa :

**Wacana adalah bentuk interaksi. Menurut Van dijk, sebuah wacana dapat berfungsi sebagai suatu pernyataan (assertion), pertanyaan (question), tuduhan (accusation), atau ancaman (threat). Wacana juga dapat digunakan untuk mendiskriminasikan atau mempersuasi orang lain untuk melakukan diskriminasi. (2002:11)**

Penelitian atas wacana tidak cukup hanya didasarkan pada analisis teks semata, karena teks hanya hasil dari suatu praktik produksi yang harus juga diamati. Tetapi juga bagaimana pesan itu disampaikan. Dan dalam analisis wacana unsur penting dalam analisis adalah penafsiran. Tanda dan elemen yang ada dalam teks dapat ditafsirkan secara mendalam. Analisis Van Djik menghubungkan analisis teksual yang memusatkan perhatian pada teks ke arah analisis yang komprehensif bagaiamana teks berita di produksi, baik dalam hubungannya dengan individu wartawan maupun dari masyarakat.

Van Dijk melihat suatu teks terdiri atas beberapa struktur atau tingkatan yang masing-masing bagian saling mendukung. **Van Dijk** membaginya ke dalam tiga tingkatan yaitu :

1. **Struktur makro merupakan makna global atau umum dari suatu teks yang dapat diamati dengan melihat topic atau tema yang dikedepankan dalam suatu berita**
2. **Superstruktur merupakan struktur wacana yang berhubungan dengan kerangka suatu teks, bagaimana bagian-bagian teks tersusun ke dalam berita secara utuh.**
3. **Struktur miko adalah makna wacana yang dapat diamati dari bagian kecil dari suatu tekss yakni, kata, kalimat, proposi, anak kalimat, paraphrase, dan gambar. (2008)**

**Eriyanto** dalam bukunya **Analisis Wacana** menggunakan struktur teks sebagai berikut :

**Tabel 1.1**

**Struktur Teks**

**Struktur Makro**

Makna global dari suatu teks yang dapat diamati dari

topik/tema yang diangkat oleh suatu teks.

**Superstruktur**

Kerangka suatu teks, seperti bagian pendahuluan, isi,

penutup, dan kesimpulan.

**Struktur Mikro**

Makna Lokal dari suatu teks yang dapat diamati dari pilihan kata, kalimat dan gaya yang dipakai oleh suatu teks.

**Sumber : Eriyanto, Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media, Yogyakarta : 2008**

* + 1. **Subjek Peneliti**

Dalam bukunya Suharsimi Arikunto (Manajemen Penelitian)

**Subjek penelitian adalah subjek yang dituju untuk diteliti oleh peneliti. Jika kita bicara tentang subjek penelitian sebetulnya kita berbicara tentang unit analisis, yaitu subjek yang menjadi pusat atau sasaran peneliti**

Peneliti memilih sebuah subjek penelitian yaitu *The leading network company* di majalah Global business Hal ini berarti menitikberatkan permasalahan pada perubahannya *Postal company* menjadi *Network Company.*

* + 1. **Informan**

Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar. **“Dalam Kamus Besar Indonesia dijelaskan informan adalah 1. Orang yang memberikan informasi 2. Orang yang menjadi sumber data dalam penelitian ; narasumber.”**

Peneliti menggali informasi dari narasumber-narasumber yang berkaitan dengan wacana berita *The leading Network Company* di Majalah Global Business. Adapun narasumber atau informan tersebut yaitu Moch Rizal z.a reporter dari wartawan PT Pos Indonesia, Bapak Bambang Purwono sebagai fungsional perusahaan, Rian hardiana sebagai fungsional perusahaan internal, serta bapak abu sofian sebagai manager *public relation,* jadi total semua informan adalah 4 orang pegawai PT Pos Indonesia*.*

* + 1. **Teknik Pengumpulan Data**

Beradasarkan masalah, tujuan, dan sifat objek yang akan diteliti, penelitian ini mengumpulkan data-data dengan :

1. **Studi kepustakaan**

Studi Kepustakaan, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dengan menelaah teori, pendapat serta pokok pikiran yang terdapat dalam media cetak, dokumen-dokumen cetak seperti buku, artikel, naskah, berita, kode etik, dan sebagainya yang dianggap mampu menunjang dan relevan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian, baik yang terdapat di perpustakaan atau lembaga-lembaga penelitian lainnya

1. **Pengamat berperan serta *(participant observer)***

Yaitu periset terjun langsung dan bergabung dalam kelompok dan berpartisipasi dalam kegiatan kelompok tersebut sambil melakukan pengamatan.

**3. Wawancara mendalam *(in-depth interview)***

Wawancara yaitu cara pengumpulan data dan informasi dengan cara mewawancarai para informan yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti guna memperoleh informasi dan keterangan mengenai masalah yang diteliti. Wawancara mendalam merupakan suatu cara pengumpulan data atau informasi dengan maksud mendapatkan gambaran lengkap tentang topic yang diteliti. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan keterangan yang lebih jelas dan lengkap terhadap suatu masalah. Wawancara mendalam disni dilakukan kepada pihak redaksi *PT. Pos Indonesia* maupun wartawan yang meliputi berita tentang *The leading Network company.*

* + 1. **Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan hasilnya dapat diinformasikan kepada orang lain.

Penelitian kualitatiif dalam pencarian data, diperoleh dari berbagai sumber dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi), dilakukan secara terus menerus sampai datanya jenuh. Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggambungkan berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada.

Teknik triangulasi dapat dilakukan dengan menguji pemahaman peneliti dengan pemahaman informan tentang hal-hal yang diinformasikan kepada peneliti. Hal ini perlu dilakukan mengingat dalam penelitian kualitatif, persoalan pemahaman makna suatu hal yang bias berbeda antara orang satu dan lainnya. (Bungin, 2003:4)

Peneliti menggunakan analisis data menurut **Model Miles dan Huberman** yaitu analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode waktu tertentu. Dalam hal ini, peneliti melakukan wawancara mendalam dan kemudian menganalisis hasil wawancara tersebut. Setelah hasil wawancara tersebut dianalisis dan dianggap belum memuaskan, maka peneliti dapat melakukan wawancara lagi, sampai data yang dibutuhkan lengkap.

Menurut **Miles and Huberman** yang dikutip oleh **Sugiyono** dalam buku **Memahami Penelitian Kualitatif** menyatakan :

**Aktifitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara teus menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh. Aktifitas dalam analisis data, yaitu data *reduction, data display, dandata conclusion drawing/verification.* (2008)**

Adapun aktifitas dalam analisis pengumpulan data menurut  **Miles and Humberman** antara lain :

* + 1. **Reduksi data *(data reduction)***

mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok memfokuskan pada hal-hal yang dianggap penting dari hasil penelitian yang dilakukan selama di lapangan. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

**2. Penyajian Data *(data display)***

Penyajian data dalam penelitian kualitatif adalahdengan teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplay data, maka akan memudahkan peneliti dalam memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

**3. Verification *(Conslusion Drawing)***

Penarikan kesimpulan dan verifikasi, jika kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Kesimpulannya dalam penelitian kualitatif dapat berupa gambaranatau suatu ibjek yang sebelumnya masih samar dan setelah diteliti menjadi jelas.

Berorientasi pada penjabaran di atas, maka dapat diuraikan secara jelas dalam berikut ini :

**Gambar 1.2**

**Komponen dalam analisis data *(flow model)***

Periode Pengumpulan Data

Reduksi data

Antisipasi Selama Setelah

Display data ANALISIS

Selama Setelah

Kesimpulan/verifikasi

Selama Setelah

**Sumber : Sugiyono, Memahami Penelitian Kualitatif, Bandung: CV. Alfabeta : 2008**

* 1. **Pembatasan Masalah**

Masalah yang diteliti dibatasi pada berita *the leading network company* pada edisi Juni 2013 di majalah Global Business.

* 1. **Lokasi**

Lokasi penelitian ini dilakukan di kantor majalah Global Business jl. Balai Rakyat II no.1A Utan Kayu, Jakarta Timur, No telepon : (021) 33010100 Fax (021) 85913820 email : redaksi@majalahglobal.com. Dan kantor *public relation* PT Pos Indonesia jln. Anggrek no. 59, bandung telepon : 022-7207519 fax : 022-7271957 email : anggrek59@yahoo.com.