**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang**

Situasi yang berkembang saat ini di masyarakat adalah sebagian dari mereka sudah dapat berpikir kritis dan haus akan informasi, hal ini dibuktikan dengan semakin maraknya media komunikasi guna memenuhi kebutuhan informasi bagi masyarakat. Kini informasi dapat dengan mudah kita dapatkan melalui alat komunikasi massa yang dikenal dengan sebutan media massa baik media cetak maupun media elektronik.

Kegiatan dalam pencarian dan penyebaran informasi tersebut dikenal dengan kegiatan jurnalistik. Jurnalistik atau jurnalisme adalah proses atau teknik mencari, mengolah, menulis, dan menyebarluaskan informasi aktual berupa berita (*news*), opini (*views*), dan laporan khas (*feature*) kepada publik melalui media massa. Orang yang melaksanakan kegiatan tersebut disebut dengan Jurnalis. Asal kata jurnalistik adalah “*de jour*” yang berarti hari, yakni kejadian hari ini yang diberitakan dalam lembaran tercetak. Karena kemajuan teknologi dan ditemukannya percetakan suratkabar dengan system silinder (rotasi), maka istilah “pers” muncul sehingga orang mengidentikkan istilah jurnalistik dan pers.

Secara konseptual, jurnalistik dapat dipahami dari tiga sudut pandang sebagai proses, teknik, dan ilmu. Sebagai proses, jurnalistik adalah “aktivitas” mencari, mengolah, menulis, dan menyebarluaskan informasi kepada publik melalui media massa. Aktivitas ini dilakukan oleh wartawan (jurnalis). Jurnalistik sebagai teknik adalah “keahlian” (*expertise*) atau “keterampilan” (*skill*) menulis karya jurnalistik (berita, artikel, *feature*) termasuk keahlian dalam pengumpulan bahan penulisan seperti peliputan peristiwa (reportase) dan wawancara. Sebagai ilmu, jurnalistik adalah”bidang kajian” mengenai pembuatan dan penyebarluasan informasi (peristiwa, opini, pemikiran, ide) melalui media massa. Jurnalistik termasuk ilmu terapan (applied science) yang dinamis dan terus berkembang sesuai dengan perkembangan teknologi informasi, komunikasi, dan dinamika masyarakat itu sendiri.

Bentuk Jurnalistik sendiri meliputi: reportase, wawancara, *editor, feature, tabloid* udara, berita, diskusi dan *talkshow*. Aktivitas jurnalistik adalah meliput dan memberitakan sebuat peristiwa melalui “5W+1H”, yakni *who* (siapa yang terlibat), *what* (apa yang terjadi), *when* (kapan terjadinya), *where* (dimana terjadinya), *why* (mengapa terjadi), dan *how* (bagaimana proses kejadiannya).

Seorang jurnalis mempertimbangkan peristiwa perlu diberitakan atau tidak dengan parameter “nilai berita” (*news value*) seperti, kepentingannya bagi publik (*significance*), dampaknya bagi masyarakat (*effect*), dan menarik tidaknya bagi publik. Dapat diartikan bahwa kegiatan penyebaran informasi dalam media massa termasuk kedalam kegiatan Jurnalistik. Media massa yang dimaksud dapat berupa suratkabar, majalah, radio, dan televisi serta internet (*media online*), merupakan alat yang dapat digunakan untuk melakukan komunikasi massa.

Komunikasi massa adalah proses penyampaian pesan (informasi, gagasan) kepada orang banyak (publik) melalui media. Media adalah segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan. Terdapat beberapa jenis media, yakni media visual, audio, dan audio visual. Media visual merupakan setiap bentuk media yang memiliki bentuk fisik nyata yang dapat dilihat, dibaca, dan diraba seperti gambar, foto, buku, majalah, dan alat peraga. Media audio merupakan media yang hanya dapat diakses melalui indera pendengaran, yaitu suara, lagu, siaran radio, dan audio CD. Media audio visual merupakan jenis media yang mencakup media audio (dapat didengar) dan media visual (dapat dilihat), seperti siaran televisi, pertunjukan drama, teater, dan film layar lebar.

Televisi merupakan suatu hasil kemajuan teknologi komunikasi yang masih mendominasi hingga saat ini. Menyampaikan pesan secara audio dan visual membuat televisi selalu diminati oleh masyarakat. Kelebihan yang ada dalam televisi dengan menampilkan dua cara yakni secara audio (suara) dan visual (gambar) membuat televisi tidak kehilangan eksistensi nya di masyarakat serta tidak kalah saing dengan media-media lainya yang kini semakin marak seiring perkembangan teknologi saat ini. Televisi mampu mempengaruhi pola pikir yang berkembang di masyarakat, sebagaimana fungsi komunikasi massa, televisi memiliki 3 fungsi yaitu, untuk menyampaikan informasi *(to inform),* untuk mendidik *(to educate)* dan untuk menghibur *(to entertain).*

Kata televisi merupakan gabungan dari Bahasa Yunani yaitu *Tele* (jauh) danBahasa Latin *Visio* (pengelihatan) sehingga diartikan sebagai alat komunikasi jarak jauh yang menggunakan media visual atau pengelihatan. Televisi merupakan media massa yang paling diminati hampir berbagai lapisan masyarakat baik kelas atas, menengah ataupun bawah masih menggunakan televisi sebagai sarana guna mendapatkan informasi. Baik untuk informasi pemberitaan, hiburan dan pendidikan.

Cara televisi menyampaikan informasi secara *audio visual* membuat kita dapat menerima suara dan gambar secara bersamaan, sehingga informasi yang diterima jauh lebih mudah tersampaikan. Kegiatan penyiaran melalui media televisi di Indonesia dimulai pada tanggal 24 Agustus 1962, bertepatan dengan dilangsungkannya pembukaan Pesta Olahraga Se-Asia IV atau Asean Games di Senayan. Sejak itu pula Televisi Rebuplik Indonesia yang disingkat TVRI dipergunakan sebagai panggilan stasiun hingga sekarang.

Beberapa perusahaan industri televisi terus bersaing dalam menampilkan program acara yang mereka miliki guna menarik perhatian masyarakat agar stasiun Tv mereka diminati. Strategi promosi diterapkan melalui berbagai cara, baik iklan maupun pengemasan tayangan yang berbeda serta memiliki ciri khas tersendiri agar memikat pemirsanya. Penyiaran diselenggarakan dengan tujuan untuk memperkukuh 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.

Penyiaran sebagai kegiatan komunikasi massa mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial. Dalam menjalankan fungsi sebagaimana maksud dalam ayat 1, penyiaran juga mempunyai fungsi ekonomi dan kebudayaan (Pasal 3 dan 4 UU TI No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran).

Dari sekian banyak jumlah stasiun tv nasional diantarnya adalah Kompas Tv dan Metro Tv yang menjadikan program berita sebagai tayangan unggulannya. Salah satu program berita yang selalu ditayangkan setiap harinya oleh kedua stasiun tv tersebut adalah Kompas *Update* dan Metro *Headline News* yang dapat dikategorikan sebagai tayangan *Flash News*. Dengan durasi waktu 3 sampai 7 menit per tayangan dan ditayangkan sebanyak 10 sampai 11 kali dalam sehari.

Kata program berasal dari Bahasa Inggris*”programme”* yang berarti acara atau rencana, dapat didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Dengan demikian pengertian program acara adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan *audience* nya. Program atau acara yang disajikan merupakan faktor terpenting dalam sebuah siaran televisi yang membuat *audience* tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan oleh stasiun televisi tersebut

Program acara merupakan bagian terpenting dalam suatu siaran televisi sebagai penunjuang keberhasilan stasiun televisi tersebut. Salah satu program yang selalu ada dalam siaran suatu televisi yaitu program *news* (berita), merupakan salah satu acara yang paling diminati oleh masyarakat khususnya bagi mereka yang selalu ingin mendapatkan informasi ter-*update* atau terbaru.

Pada umumnya setiap manusia membutuhkan informasi yang mencakup segala hal. Informasi yang diharapkan adalah informasi yang kredibel atau teruji kebenarannya. Untuk menguji kredibilitas berita tersebut maka akan berkaitan dengan sumber informasinya. Penyiaran program berita di televisi cenderung lebih menarik minat perhatian masyarakat, disamping mendapatkan informasi yang lebih jelas, masyarakat juga dapat melihat tayangan langsung dari setiap berita yang ditampilkan, sehingga masyarakat mendapatkan penjelasan yang lebih mendalam. Namun, sebagian masyarakat tidak memiliki banyak waktu untuk menonton siaran berita secara rutin karena proses penayangan siaran berita relatif lama, sehingga program berita di televisi menampilkan informasi melalui tayangan “*Flash News*”.

*Flash News* yaitu program siaran berita dengan durasi dari tiga sampai tujuh menit. Dengan arti lain *Flash News* adalah berita kilat, teraktual, disampaikan apa adanya dan dipublikasikan maksimal 24 jam dari saat peliputan. Materi haruslah menarik, informatif, dan sesuai kebutuhan. *Flash News* mengandung beberapa unsur diantaranya judul yang merupakan gambaran dari isi berita biasanya judul harus terdiri dari beberapa kalimat pendek maksimal 12 kata, selanjutnya teras berita yaitu bagian pembuka dalam berita teras berita juga diharuskan mengandung unsur 5W+1H agar pemirsa dapat langsung menangkap isi berita. *Flash News* memiliki kelebihan dan kekurangan didalamnya. Kelebihanya adalah berita yang disajikan *fresh* (baru) dan masih hangat, sedangkan kekurangannya adalah karena dikejar oleh waktu reporter dituntut untuk tidak memberitakan suatu peristiwa secara terperinci dan *detail* bila sudah mengandung beberapa unsur 5W+1H maka berita tersebut sudah bisa ditayangkan.

Informasi atau berita merupakan salah satu aspek terpenting dalam ruang lingkup pendidikan mulai dari pendidikan dasar hingga tingkat atas. Lingkup pendidikan yang lebih banyak membutuhkan informasi atau berita adalah pendidikan tingkat atas atau Universitas. Setiap orang yang berkecimpung di universitas atau “dunia kampus” memerlukan informasi terkini untuk mengaplikasikan teori dalam kegiatan belajar mengajar karena baik pendidik maupun peserta didik dituntut untuk peka terhadap fenomena sosial yang terjadi di lingkungan masyarakat.

Dosen sebagai sumber informasi untuk mahasiswa mempunyai peranan penting dalam proses belajar mengajar di dunia kampus. Dosen menjadi salah satu profesi yang dituntut untuk selalu *update* akan informasi-informasi yang terjadi dilingkungan sekitar bahkan hingga yang terjadi jauh dari tempat tinggalnya sendiri.

Kota Bandung sebagai salah satu kota besar di Indonesia memiliki cukup banyak Universitas terkemuka, salah satunya adalah Universitas Pasundan (UNPAS) yang memiliki nilai historis tersendiri di Kota Bandung. Terdapat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) di UNPAS berlokasi di Jl. Lengkong Besar No. 68. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dituntut untuk mengetahui setiap arus informasi yang berkaitan dengan fenomena sosial dan politik. Dosen FISIP memiliki tanggung jawab lebih besar untuk mengetahui fenomena sosial dan politik serta dinamika yang terjadi di masyarakat sebagai bahan kajian dalam proses belajar mengajar. Salah satu cara yang dilakukan untuk mendapatkan informasi tersebut adalah dengan menonton siaran berita televisi.

Dari latar belakang masalah diatas maka peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut : **“Efektivitas *Flash News* Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi pada Dosen Fisip Unpas Bandung”**.

**1.2. Identifikasi dan Pernyataan Masalah**

 Dalam rumusan masalah, maka peneliti mengidentifikasi masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Bagaimana efektivitas *Flash News* dalam memenuhi kebutuhan informasi dilihat dari pembawa acara, menarik minat penonton, dan cara penyampaian informasi.
2. Efektivitas *Flash News* terhadap Proses Penerimaan Informasi dilihat dari waktu tayangan
3. Hambatan – hambatan apa saja yang dihadapi oleh dosen FISIP Unpas mengingat durasi yang singkat dan waktu mereka yang jarang melihat televisi.

**1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

**1.3.1. Tujuan Penelitian**

1. Tujuan dari penelitian ini untuk melihat bagaimana efektivitas *Flash News* terhadap proses penerimaan informasi di kalangan Dosen Fisip Universitas Pasundan.
2. Untuk mengetahui apakah tayangan *Flash News* sudah efektif untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka.

**1.3.2. Kegunaan Penelitian**

**Kegunaan Teoritis**

1. Kegunaan teoritis dari penelitian ini selain sebagai pengembangan Ilmu Komunikasi, juga dapat dijadikan rujukan bagi peneliti-peneliti dimasa mendatang.
2. Untuk bahan referensi bagi pihak- pihak yang tertarik dengan program- program *news* di televisi nasional.
3. Penelitian ini diharapkan mampu menilai sejauh mana efektifitas *Flash News* terhadap penyampaian informasinya.

**Kegunaan Praktis**

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang Ilmu Komunikasi khusunya jurusan Jurnalistik tentang efektivitas program acara *Flash News*.
2. Memberikan manfaat dan pengetahuan baru mengenai efektivitas *Flash News* dalam menyampaikan informasi cepat.

**1.4. Kerangka Pemikiran**

**a. Kerangka Teoritis**

Penelitian ini menggunakan model ***Uses and Gratifications***, konsep dasar model ini diringkas oleh para penemunya **Kattz, Bunler** dan **Gurevitch**. Yang dikutip oleh **Rakhmat** dalam bukunya **Metode Penelitian Komunikasi**, menjelaskan bahwa:

**Sumber sosial dan psikologis dari kebutuhan, yang melahirkan harapan-harapan dari media massa atau sumber-sumber yang lain, yang menyebabkan perbedaan pola terapan media, dan menghasilkan pemenuh kebutuhan dan akibat-akibat lain, bahkan seringkali akibat-akibat yang tidak dikehendaki. (2002:65)**

Model ini digambarkan sebagai *a dramatic break with effects tradition of the past,* suatu loncatan dramatis dari model jarum hipodermik. Peneliti menggunakan model*Uses and Gratifications* karena model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada orang lain tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan orang pada media. Anggota khalayak aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhanya.

**Gambar 1.1**

**MODEL *USES AND GRATIFICATIONS***

|  |
| --- |
| **Anteseden Motif Penggunaan Media Efek**  |
| * Variabel - Personal - Hubungan - Kepuasan

Individu* Individu - Diversi - Macam Isi - Pengetahuan

Pengetahuan Lingkungan - Personal - Hubungan dengan Isi - Kepuasan Identity |

***Sumber : Rakhmat, Metode Penelitian Komunikasi, 2002:66***

Variabel - variabel dalam Model *Uses and Gratificati*ons seperti yang terlihat dari gambar diatas, dapat dijelaskan :

1. **Anteseden :**
2. **Variabel Individu**
3. **Usia**
4. **Jenis Kelamin**

**b. Variabel Lingkungan**

**1. Organiasi**

**2. Sistem Sosial**

**3. Struktur Sosial**

1. **Motif :**
2. **Identitas Personal (yakni menggunakan isi media untuk memperkuat sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khalayak sendiri)**
3. **Diversi (kebutuhan akan pelepasan dari tekanan dan kebutuhan akan hiburan)**
4. **Orientasi Kognitif (kebutuhan bukan informasi)**
5. **Penggunaan Bukan Media :**
6. **Macam Media**
7. **Macam Isi**
8. **Efek:**
9. **Kepuasan**
10. **Pengetahuan**

**(Sumber Rakhmat, Metode Penelitian Komunikasi, 2002:66)**

Melalui penggunaan model ini, peneliti berusaha menemukan hubungan diantara variabel - variabel yang diukur. Seringkali ia hanya meneliti sebagian dari komponen - komponen dalam gambar di atas. Efek media dapat dioperasikan sebagai evaluasi kemampuan media untuk memberikan kepuasan sebagai pengetahuan.

**b. Kerangka Konseptual**

Model *Uses and Gratifications* mempertimbangkan apa yang dilakukan orang pada media, yaitu menggunakan media untuk pemuas kebutuhanya. Penganut teori ini meyakini bahwa individu sebagai makhluk supra-rasional dan sangat selektif. *Uses and Gratifications* meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain yang membawa pada pola terapan media yang berlainan (atau keterlibatan pada kegiatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain. Judul dari penelitian ini yaitu **“Efektivitas *Flash News* Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi pada Dosen Fisip Unpas Bandung”**.

Berdasarkan judul tersebut ada dua konsep yang dijabarkan,yaitu :

1. **Variabel Bebas (X) : Program acara**

**Pengertian Program Berita**

Media televisi sebagai salah satu media massa elektronik yang paling digemari masyarakat karena memiliki daya tarik program audio visual nya. Pengertian program dalam penyiaran sangat identik dengan jasa siaran yang menjadi ujung tombak utama. Program yang disajikan stasiun penyiaran televisi adalah faktor yang membuat penonton tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkannya. Suatu program dapat disamakan dengan produk atau barang yang dapat dijual.

Sukses atau tidaknya perusahaan jasa penyiaran televisi ada pada bagian program. Program yang praktikan laksanakan termasuk jenis program non-komersial yang artinya isi program tersebut banyak memberikan informasi akan pendidikan informal, wawasan sosial budaya, kesehatan, ilmu pengetahuan dan semua yang berhubungan dengan peningkatan harkat hidup masyarakat.

Menurut **Badjuri**, dalam buku **Jurnalistik** **Televisi** menjelaskan :

**Berita adalah informasi hangat dan aktual yang disajikan kepada umum mengenai apa yang sedang terjadi tentang apa yang harus dipikirkan dan bagaimana bertindak. (2010:73)**

Menurut **Badjuri** dalam buku **Jurnalistik Televisi** menjelaskan indikator-indikator program berita adalah berikut:

1. **Pembawa Acara**
2. **Menarik Minat Penonton**
3. **Penyampaian Informasi (2010:97-167)**

Program berita yang ditayangkan stasiun televisi haruslah menarik minat dan perhatian khalayak dan bisa menayangkan informasi yang bernilai berita. Setiap program berita yang ditayangkan harus memiliki nilai jual dan tentu saja dapat memenuhi kebutuhan informasi bagi masyarakat.

**2. Variabel Terkait (Y) : Kebutuhan Informasi**

Informasi menurut **Alo Liliweri** dalam buku **Komunikasi Massa** menjelaskan bahwa :

**Merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara masal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh (terpencar) sangat heterogen dan menimbulkan efek tertentu.**

Pengertian di atas mengandung arti, bahwa manusia tidak bisa terlepas dari proses komunikasi karena manusia termasuk makhluk sosial yang dalam memenuhi kebutuhanya dilakukan dengan cara berinteraksi melalui proses komunikasi untuk mendapatkan informasi-informasi yang diinginkan.

**Alo Liliweri** dalam buku **Komunikasi Massa** menyatakan bahwa :

1. **Kebutuhan Kognitif**

**Kebutuhan kognitif adalah kebutuhan-kebutuhan yang berkaitan dengan usaha-usaha untuk memperkuat informasi, pengetahuan serta pengertian tentang lingkungan kita. Kebutuhan ini didasarkan pada keinginan untuk mengerti dan menguasai lingkungan. Kebutuhan kognitif juga dapat terpenuhi oleh adanya dorongan-dorongan seperti keingintahuan *(coriousity)* dan penjelajahan *(explanatory)* pada diri kita.**

**2. Kebutuhan Afektif**

**Kebutuhan afektif adalah kebutuhan yang berhubungan dengan usaha-usaha untuk memperkuat pengalaman yang bersifat keindahan, kesenangan dan emosional. Mencari kesenangan dan hiburan merupakan motivasi yang pada umumnya dapat dipenuhi oleh media.**

**3. Kebutuhan Intergratif Personal**

**Kebutuhan intergratif personal adalah kebutuhan-kebutuhan yang berhubungan dengan usaha-usaha yang memperkuat kepercayaan, kesetiaan, status pribadi. Kebutuhan seperti ini dapat diperoleh dari adanya keinginan setiap individu untuk meningkatkan harga diri. (1991:135-138).**

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa banyak hal yang didapatkan manusia dalam memenuhi kebutuhannya. Kebutuhan dalam memperoleh informasi dan pengetahuan. Sumber-sumber yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhannya dapat bersumber dari media massa dan non media massa.

**Tabel 1.1**

**Jadwal Kegiatan Penelitian**

**Tahun 2016/2017**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Kegiatan** | **Des** | **Jan** | **Feb**  | **Maret** | **April** |
| **Tahap Pessiapan** |  |  |  |  |  |
| a. Pengajuan Judul |  |  |  |  |  |
| b. Bimbingan |  |  |  |  |  |
| c. Studi Pustaka |  |  |  |  |  |
| d. Seminar Outline |  |  |  |  |  |
| **Tahap Pelaksanaan** |  |  |  |  |  |
| a. Obesrvasi |  |  |  |  |  |
| b. Wawancara |  |  |  |  |  |
| c. Angket |  |  |  |   |  |
| **Tahap Laporan** |  |  |  |  |  |
| a. Pengolahan Data |  |  |  |  |  |
| b. Bimbingan |  |  |  |  |  |
| c. Sidang Skripsi |  |  |  |  |  |

**Kerangka Pemikiran**

**Efektivitas *Flash News* (*Headline News*, dan Kompas *Update*)**

**Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi pada Dosen FISIP UNPAS Bandung**

**Teori *Uses and Gratification***

 Anteseden Motif Penggunaan Media Efek

 **Variabel X Variabel Y**

 **Program Acara Kebutuhan Informasi**

 Sub Variabel : Sub Variabel :

* Pembawa Acara - Kebutuhan Kognitif
* Menarik Minat Penonton - Kebutuhan Afektif
* Penyampaian Informasi - Kebutuhan Integratif Personal

Indikator : Indikator :

1. **Pembawa Acara 1. Kebutuhan Kognitif**
2. Berkarakter Positif a. Memperkuat Informasi
3. Menguasai Materi b. Menambah Pengetahuan
4. Artikulatif c. Menimbulkan Keingintahuan
5. **Menarik Minat Penonton 2. Kebutuhan Afektif**
6. Relevan a. Menimbulkan Kesenangan
7. Penting b. Menimbulkan Emosional
8. Faktual c. Mendapatkan Hiburan
9. **Penyampaian Informasi 3. Kebutuhan Integratif Personal**
10. Variasi Materi a. Memperkuat Kepercayaan
11. Gaya Bahasa b. Memperkuat Kesetiaan
12. Ketajaman Pembahasan

 **(Badjuri 2010 : 97-167) (Liliweri 1991 : 135-138)**