

BERITA KRIMINAL DI TELEVISI DAN KESENJANGAN KEPUASAN

**(Studi Deskriptif Kesenjangan Kepuasan Menonton Berita Kriminal Sergap
(RCTI) dan Buser (SCTV) di Kalangan Mahasiswa Fakultas Hukum
Universitas Sebelas Maret)**



SKRIPSI

**Disusun untuk memenuhi tugas-tugas dan melengkapi syarat guna meraih
Gelar Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret**

Oleh :

Nama : ANDRIASTUTI

NIM : D 1207507

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

2009

MOTTO

Memulai segala sesuatu dengan niat yang sungguh-sungguh akan membuatnya terasa lebih mudah untuk dijalani.

(Penyusun)

Untuk menjadi orang yang bahagia tidak harus selalu memiliki semua yang terbaik, tetapi lebih pada berusaha menjadikan yang terbaik dari semua yang ada dalam hidup.

(Penyusun)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

Kedua orang tuaku

Kakak dan adikku

Belahan jiwaku

Teman-teman baikku

Semua orang yang telah baik padaku

KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah penyusun ucapkan kepada Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW. Terima kasih atas limpahan karunia, rahmad dan hidayah yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan skripsi dengan baik.

Skripsi dengan judul BERITA KRIMINAL DI TELEVISI DAN KESENJANGAN KEPUASAN (Studi Deskriptif Kesenjangan Kepuasan Menonton Berita Kriminal Sergap (RCTI) dan Buser (SCTV) di Kalangan Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret) ini disusun untuk memenuhi tugas-tugas dan melengkapi syarat guna meraih Gelar Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta. Penyusun berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membutuhkannya.

Banyak sumbangan pikiran, dorongan, semangat, dan uluran tangan yang penyusun terima selama menempuh studi di Ilmu Komunikasi Program Non Reguler Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta. Pada kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- Bapak Drs. H. Supriyadi, SU selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Ibu Dra. Prahastiwi Utari, M.Si, Ph.D dan Bapak Drs. Surisno SU., M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi dan Sekretaris Jurusan Ilmu

Komunikasi Non Reguler.

- Bapak Drs. Pawito, Ph.D dan Ibu Tanti Hermawati, S.Sos.M.Si selaku pembimbing dalam menyusun skripsi ini.
- Teman-teman di Ilmu Komunikasi Non Reguler
- Dan semua pihak yang telah membantu, yang tidak dapat penyusun sebutkan satu persatu.

Sungguh hanya doa yang mampu penulis panjatkan semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan kepada penyusun.

Tak ada gading yang tak retak, penyusun menyadari skripsi ini masih jauh dari sempurna. Akhirnya penyusun hanya bisa berharap semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi ilmu pengetahuan dan segenap pembaca yang budiman.

Penyusun

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
ABSTRAK.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	2
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Kerangka Pemikiran dan Teori.....	6
E. Hipotesis.....	14
F. Definisi Konseptual dan Operasional.....	14

1.	Definisi Konseptual.....	14
2.	Definisi Operasional.....	15
G.	Metode Penelitian.....	18
1.	Jenis Penelitian.....	18
2.	Teknik Penelitian.....	19
3.	Lokasi Penelitian.....	19
4.	Populasi dan Sampel.....	19
5.	Teknik Pengambilan Sampel.....	21
6.	Jenis Data.....	22
7.	Teknik Pengumpulan Data.....	22
8.	Teknik Analisis Data.....	23
BAB II	DESKRIPSI LOKASI.....	24
A.	Deskripsi Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret.....	24
1.	Program Studi.....	25
2.	Visi.....	26
3.	Misi.....	26
4.	Tujuan.....	27
5.	Organisasi Fakultas Hukum UNS.....	28
B.	Deskripsi RCTI (Rajawali Citra Televisi Indonesia).....	35
1.	Visi.....	36

2.	Misi.....	37
3.	Deskripsi Program Berita Kriminal Sergap di RCTI.....	38
C.	Deskripsi SCTV (Surya Citra Televisi).....	40
1.	Visi.....	42
2.	Misi.....	42
3.	Deskripsi Program Berita Buser di SCTV.....	43
BAB III	IDENTITAS RESPONDEN, DESKRIPSI VARIABEL GRATIFICATION SOUGHT, MEDIA USE, DAN GRATIFICATION OBTAINED.....	45
A.	Identitas Responden.....	45
B.	Variabel Gratification Sought (Kepuasan yang Diharapkan).....	46
C.	Variabel Media Use (Penggunaan Media).....	55
D.	Variabel Gratification Obtained (Kepuasan yang Diperoleh).....	58
BAB IV	GRATIFICATION DISCREPANCY.....	68
BABV	PENUTUP.....	78
A.	Kesimpulan.....	78
1.	Gratification Discrepancy (Kesenjangan Kepuasan).....	78
2.	Media yang Lebih Memuaskan.....	79
B.	Saran.....	79
1.	UntukSergap (RCTI).....	79

2. Untuk Buser (SCTV).....	80
3. Untuk Penelitian Selanjutnya.....	81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1	: Jumlah Mahasiswa Fakultas Hukum UNS Tahun Akademik 2008/2009.....	19
Tabel 2	: Proporsi Jumlah Sampel Masing-masing Angkatan.....	21
Tabel 3	: Karakter Responden Menurut Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4	: Proporsi Jumlah Sampel Masing-masing Angkatan.....	46
Tabel 5	: Tingkat Kepuasan yang Diharapkan (GO) Responden dari Media Secara Umum.....	49
Tabel 6	: Kebutuhan Responden untuk Memperoleh Informasi Mengenai Kasus-kasus Kriminal Aktual yang Terjadi di Masyarakat.....	49
Tabel 7	: Kebutuhan Responden untuk Dijadikan Referensi dalam Menghadapi Kehidupan Nyata.....	50
Tabel 8	: Kebutuhan Responden Untuk Dijadikan Titik Perbandingan Langsung dengan Kehidupan Nyata.....	51
Tabel 9	: Kebutuhan Responden untuk Dijadikan Pendapat dalam Berbincang dengan Orang Lain.....	52
Tabel 10	: Kebutuhan Responden untuk Melepaskan Diri dari Tekanan Rutinitas atau Bersantai.....	52
Tabel 11	: Kebutuhan Responden untuk Melupakan Persoalan yang Dihadapi..	53

Tabel 12	: Kategori Tingkat Kepuasan yang Diharapkan Responden.....	54
Tabel 13	: Frekuensi Responden Menonton Sergap di RCTI dan Buser di SCTV.....	56
Tabel 14	: Curahan Waktu Responden untuk Menonton Program Berita Kriminal Sergap di RCTI dan Buser di SCTV.....	57
Tabel 15	: Intensitas Responden Menonton Sergap di RCTI dan Buser di SCTV.....	58
Tabel 16	: Kepuasan yang didapatkan Responden dari Sergap di RCTI dan Buser di SCTV.....	61
Tabel 17	: Kepuasan yang Didapatkan Responden untuk Memperoleh Informasi Mengenai Kasus-kasus Kriminal Aktual yang Terjadi di Masyarakat Melalui Sergap di RCTI dan Buser di SCTV.....	62
Tabel 18	: Kepuasan yang Didapatkan Responden untuk Dijadikan Referensi dalam Menghadapi Kehidupan Nyata melalui Sergap di RCTI dan Buser di SCTV.....	63
Tabel 19	: Kepuasan yang Didapatkan Responden untuk Dijadikan Titik Perbandingan Langsung dengan Kehidupan Nyata melalui Sergap di RCTI dan Buser di SCTV.....	64
Tabel 20	: Kepuasan yang Didapatkan Responden untuk Dijadikan	

	Pendapat dalam Berbincang dengan Orang Lain melalui Sergap di RCTI dan Buser di SCTV.....	65
Tabel 21	: Kepuasan yang Didapatkan Responden untuk Melepaskan Diri dari Tekanan Rutinitas atau Bersantai melalui Sergap di RCTI dan Buser di SCTV.....	66
Tabel 22	: Kepuasan yang Didapatkan Responden untuk Melupakan Persoalan yang Dihadapi melalui Sergap di RCTI dan Buser di SCTV.....	67
Tabel 23	: Kesenjangan Antara GS dengan GO dari Sergap di RCTI.....	74
Tabel 24	: Kesenjangan Antara GS dengan GO dari Buser di SCTV.....	75
Tabel 25	: <i>Gratification Sought</i> (GS), <i>Media Use</i> (MU), dan <i>Gratification Obtained</i> (GO) 88 Responden Terhadap Sergap di RCTI dan Buser di SCTV.....	76

ABSTRAK

Andriastuti, D1207507, BERITA KRIMINAL DI TELEVISI DAN KESENJANGAN KEPUASAN (Studi Deskriptif Kesenjangan Kepuasan Menonton Berita Kriminal Sergap (RCTI) dan Buser (SCTV) di Kalangan Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret). Ilmu Komunikasi Program Non Reguler Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2009.

Perkembangan industri media massa beberapa tahun terakhir mengalami kemajuan yang sangat pesat. Keunggulan televisi dibandingkan media lainnya tak diragukan lagi. Semua stasiun televisi berlomba untuk memberikan yang terbaik kepada khalayak. Hal tersebut tentu saja dipengaruhi oleh berbagai kebutuhan khalayak terhadap media. Program berita kriminal menjadi salah satu respon media untuk memenuhi kebutuhan khalayak. Sergap di RCTI dan Buser di SCTV merupakan dua program berita kriminal yang banyak diminati oleh khalayak.

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Uses and Gratification* dan bertujuan untuk mengetahui kesenjangan (*Discrepancy*) antara kepuasan yang diharapkan (*Gratification Sought (GS)*) dan kepuasan yang diperoleh (*Gratification Obtained (GO)*) yang dialami responden dari penggunaan media (*Media Use*) terhadap tayangan Sergap di RCTI dan Buser di SCTV.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif yang menggunakan metode survei dimana data primer diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret angkatan tahun 2005 sampai 2007.

Berdasarkan data yang diperoleh dari keenam kebutuhan yang terdapat pada GS dan GO, terbukti adanya kesenjangan kepuasan yang dialami responden terhadap program berita kriminal Sergap (RCTI) dan Buser (SCTV). Dari perhitungan kesenjangan secara keseluruhan, Sergap (RCTI) mempunyai kesenjangan sebesar 57.96% dengan kemampuan memberikan kepuasan kepada responden sebesar 42.04%. Sedangkan untuk Buser (SCTV) memiliki angka kesenjangan sebesar 56.82% dan kemampuan memberikan kepuasan sebesar 43.18%. Besarnya angka kemampuan memberikan kepuasan yang hampir sama antara Sergap (RCTI) dan Buser (SCTV) menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan pada kemampuan masing-masing media dalam memberikan kepuasan terhadap respondennya.

ABSTRACT

Andriastuti, D1207507, BERITA KRIMINAL DI TELEVISI DAN KESENJANGAN KEPUASAN (Studi Deskriptif Kesenjangan Kepuasan Menonton Berita Kriminal Sergap (RCTI) dan Buser (SCTV) di Kalangan Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret). Ilmu Komunikasi Program Non Reguler Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2009.

The development of mass media industry has been progressing in latest years. There is no doubt about the advantage of television among the others media. Television stations compete to give the best for their audience. That's also influenced by many of audience's need. The crime news program being one of media response to fill their audiences needs. Sergap in RCTI and Buser in SCTV are two crime news program that audience loved.

This research use "*Uses and Gratifications*" theory and intend to discover the Discrepancy between Gratification Sought (GS) and Gratification Obtained (GO) of audiences experience after using the media Sergap (RCTI) and Buser (SCTV).

This research is a descriptive kuantitative research that is using survey methode which the primary data obtained by distribute questioners to the respondents. The population in this research is students of Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret year 2005 until 2007.

Based on the data, from six need in GS and GO, proved that there is gratification Discrepancy towards Sergap (RCTI) and Buser (SCTV). From the calculation of hole discrepancy, Sergap (RCTI) has discrepancy as much as 57.96% and ability to give satisfaction as much as 42.04%. Whereas Buser (SCTV) has discrepancy as much as 56.82% and ability to give satisfaction as much as 43.18. The number of ability in giving satisfaction from both media shows that ther is no differences in ability in giving satisfaction between them.

BAB I

PENDAHULUAN

A.Latar Belakang Masalah

Dalam masa sekarang ini informasi menjadi semacam kebutuhan pokok bagi manusia. Bahkan di dunia bisnis informasi mampu menjadi komoditas (mata dagang) yang sangat potensial untuk memperoleh keuntungan ideal maupun meterial. Hal itu didukung dengan berkembangnya teknologi komunikasi. Banyak penemuan-penemuan dan teknologi baru bermunculan seiring dengan berjalannya waktu. Dalam dunia komunikasi ditandai dengan munculnya media komunikasi massa, dari cetak, audio, hingga audio visual. Namun dari sekian jenis media komunikasi massa, yang dianggap paling efektif dalam menyampaikan informasi dari komunikator pada komunikan adalah media audio visual. Televisi sebagai media yang mampu menyajikan audio dan visual memberikan kelebihan tersendiri bagi penontonnya. Karena kita tidak hanya bisa mendengar suaranya, melainkan juga melihat tayangan gambar dari informasi tersebut. Informasi audio visual gerak mempunyai daya rangsang terhadap individu/kelompok jauh lebih tinggi daripada informasi tercetak atau informasi audio. Oleh karena itu, informasi audio visual gerak dapat dimanfaatkan untuk hal-hal yang positif maupun negatif, serta sangat efektif untuk pencapaian tujuan ideal maupun tujuan material.

Stasiun televisi yang pertama berdiri di Indonesia adalah TVRI (Televisi Republik Indonesia) yang merupakan milik pemerintah. Kehadirannya memberi

warna lain bagi Indonesia dalam hal sistem komunikasi. Setelah itu muncul TPI (Televisi Pendidikan Indonesia) sebagai stasiun televisi swasta pertama di Indonesia. Kehadiran dua stasiun televisi tersebut kemudian diikuti dengan bermunculannya stasiun-stasiun televisi swasta baru seperti RCTI, SCTV, Indosiar, ANTV, Global TV, Trans TV, TV One, Trans7. Bahkan kini stasiun-stasiun televisi lokal mulai banyak bermunculan. Selain sajian dari televisi lokal dan nasional, saat ini pemirsa juga sudah bisa menikmati tayangan dari manca negara melalui tv berlangganan seperti Indovision, Astro Nusantara, B-TV, IM2 Pay TV, Aora TV, M2V Mobile TV dan Telkomvision. Kesemuanya itu memudahkan pemirsa untuk memilih stasiun televisi dan program yang mereka sukai. Dengan mudahnya mereka bisa mengganti *channel* televisi untuk mendapatkan tontonan yang dikehendaki. Pilihan stasiun televisi yang begitu banyak menawarkan berbagai program acara mulai dari film, sinetron, *reality show*, musik, berita, dialog, sampai acara liputan kuliner. Para ahli komunikasi menyatakan bahwa televisi sebagai alat komunikasi massa memiliki fungsi sebagai media penerangan, pendidikan, hiburan, dan promosi.

Meskipun televisi baru muncul setelah surat kabar dan radio, namun saat ini hampir setiap rumah memiliki paling tidak satu buah pesawat televisi. Menonton televisi menjadi suatu kegiatan yang tak bisa lepas dari kehidupan sehari-hari masyarakat, meskipun aktifitas menonton televisi hanya dilakukan dalam waktu yang singkat dan atau dengan perhatian yang kurang. Kekuatan besar yang dimiliki oleh televisi mampu menyisihkan kegiatan-kegiatan

masyarakat yang lainnya. Semua itu karena televisi berusaha untuk dapat menyajikan acara-acara yang menarik yang bisa mendekatkan para pemirsa dengan realitas sekelilingnya dan dikemas sedemikian rupa untuk menarik perhatian pemirsanya. Hal ini akan menimbulkan pengaruh pada pola penggunaan media (*media use*) yang disesuaikan dengan keinginan masing-masing. Dengan begitu dapat kita lihat bahwa khalayak aktif dalam pemilihan media untuk memenuhi kebutuhannya akan informasi. Berita merupakan program yang cukup diminati oleh pemirsa sekarang ini. Mungkin ini karena semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat akan informasi. Berbagai macam program acara berita saling bersaing menyajikan berita terkini untuk menarik perhatian pemirsa.

Saat ini di dalam masyarakat muncul gejala-gejala sosial yang kurang sehat dengan makin merebaknya tindak kriminal. Tindak kriminal terjadi setiap waktu di seluruh belahan dunia termasuk Indonesia. Dari banyak kasus kriminal yang terjadi, ternyata mampu menyedot perhatian masyarakat untuk menyimak berita-berita mengenai kasus tindak kriminal. Keinginan masyarakat tersebut dapat terpenuhi dengan adanya sejumlah program berita kriminal yang di tayangkan di stasiun-stasiun televisi swasta kita, seperti Sergap (RCTI) ditayangkan setiap hari pukul 12.30 WIB, Buser (SCTV) tayang hari Senin sampai Sabtu pukul 11.30 WIB, Sidik (TPI) tayang setia hari pukul 11.30 WIB, Patroli (Indosiar) tayang setiap hari pukul 11.30 WIB, dan TKP (Trans7) tayang pukul 11.00 WIB. Selain program berita kriminal ada juga program berita lain yang menyajikan liputan peristiwa terkini yang terjadi di Indonesia maupun dunia.

Di SCTV ada Sigi 30 menit Liputan 6 Pagi, Liputan 6 Siang, Liputan 6 Petang, dan Liputan 6 Malam. Di RCTI ada Seputar Indonesia Pagi, Seputar Indonesia Siang, Seputar Indonesia Sore, dan Seputar Indonesia Malam. Di ANTV ada Topik Siang, Topik Petang dan Topik Malam. Di Indosiar ada Fokus Pagi, Fokus Siang, dan juga berita investigasi Jejak Kasus. Di Trans7 ada Redaksi Pagi, Redaksi Siang, Redaksi Sore, dan Redaksi Malam. Di Global Tv ada Global Pagi, Global Siang, Berita Global, dan Global Malam. Di Tv One ada Kabar Pagi, Kabar 9, Kabar Siang, Kabar petang dan Kabar Malam. Sedangkan di Trans Tv ada Reportase Pagi, Reportase Sore, dan Reportase Malam.

Dalam penelitian ini saya sebagai peneliti mencoba mengambil dua program acara yang memanfaatkan kriminalitas sebagai topik untuk menarik perhatian pemirsa. Program Sergap yang ditayangkan oleh stasiun televisi RCTI dan program Buser yang ditayangkan oleh SCTV. Kedua program berita tersebut menyajikan informasi kriminalitas teraktual dari seluruh penjuru Indonesia. Alasan peneliti memilih kedua program tersebut untuk diteliti karena kedua program tersebut tayang dalam waktu yang berdekatan, yaitu hanya selisih satu jam. Sehingga menurut peneliti kemungkinan besar responden menyaksikan kedua program berita kriminal tersebut. Menurut pengamatan peneliti, terdapat hubungan antara program berita kriminal Sergap dan Buser, dengan mahasiswa fakultas hukum yang dalam studinya mempelajari seluk beluk dunia hukum. Sebagai program berita yang mengandung pengetahuan akan hukum, juga sebagai media hiburan maupun bersantai.

Masing-masing program berita kriminal tersebut mempunyai kecenderungan untuk menyajikan berita dengan kelebihan masing-masing yang bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada penonton. Pada akhir tayangan Sergap ditampilkan sosok Bang Napi yang menggambarkan seorang narapidana bijak yang memberikan nasehat kepada pemirsa agar selalu waspada dan terhindar dari tindak kriminal, hal itu semakin diperkuat dengan seruan "Waspadalah waspadalah" yang diucapkan Bang Napi di akhir kalimatnya dan juga menayangkan informasi tentang orang hilang. Sedangkan untuk program Buser, di akhir tayangan hanya menampilkan informasi tentang orang hilang.

B. Perumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah responden mengalami kesenjangan antara kepuasan yang diharapkan (*Gratification Sought*) dan kepuasan yang diperoleh (*Gratification Obtained*) terhadap tayangan berita kriminal Sergap (RCTI) dan Buser (SCTV)?.
2. Apakah terdapat kesenjangan antara kedua media yaitu Buser (RCTI) dengan Sergap (SCTV) dalam kemampuan memberikan kepuasan terhadap responden?.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kesenjangan yang dialami responden antara kepuasan yang diharapkan (*Gratification Sought*) dan kepuasan yang diperoleh (*Gratification Obtained*) terhadap tayangan berita kriminal Sergap (RCTI) dan Buser (SCTV).
2. Untuk mengetahui kesenjangan antara kedua media yaitu Sergap (RCTI) dengan Buser (SCTV) dalam kemampuan memberikan kepuasan terhadap responden.

D. Manfaat Penelitian

Peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat untuk:

1. Memberikan informasi mengenai media mana yang lebih mampu memberikan kepuasan kepada pemirsanya, apakah Sergap (RCTI) atau Buser (SCTV).
2. Untuk memenuhi tugas-tugas dan melengkapi syarat guna meraih Gelar Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret

E. Kerangka Pemikiran dan Teori

Sebagai makhluk sosial, manusia membutuhkan orang lain dalam kehidupannya. Dengan hadirnya orang lain, maka terjadilah proses komunikasi yang memperlancar kegiatan manusia. Hal itu berarti tanpa adanya komunikasi maka kegiatan manusia akan terhenti. Hakikat dari komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan dari penyampai pesan atau komunikator kepada penerima pesan atau komunikan. Menurut Burhan Bungin (2006:57), media kadang kala

juga ikut mempengaruhi isi informasi dan penafsiran, inilah bukti bahwa komunikasi juga dipengaruhi oleh media yang digunakan. Sedangkan komunikasi massa diartikan sebagai komunikasi yang dilakukan melalui media massa. ”Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak atau elektronik, yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen” (Dedi Mulyana, 2004:75).

Dari sekian banyak media massa yang ada sekarang ini, televisi merupakan media favorit karena dianggap paling efektif dan menarik dengan menyajikan audio dan visual sekaligus. Komunikasi yang terjadi melalui media televisi adalah jenis komunikasi satu arah. Karena pemirsa tidak bisa memberikan tanggapan secara langsung terhadap apa yang disampaikan melalui media televisi.

Lima fungsi televisi menurut Ruedi Hofmann (1999:54-8) adalah sebagai berikut:

- Pengawasan situasi masyarakat dunia, televisi mengamati kejadian di dalam masyarakat dan kemudian melaporkannya sesuai dengan kenyataan yang ditemukan.
- Menghubungkan satu dengan yang lain, televisi yang menyerupai mosaik dapat saja menghubungkan hasil pengawasan satu dengan hasil pengawasan lain secara jauh lebih gampang daripada sebuah dokumen tertulis.
- Menyalurkan kebudayaan, kebudayaan rakyat sudah cukup terangkat kalau televisi berfungsi sebagai pengawas masyarakat.

- Hiburan, kalau tidak menghibur umumnya sebuah tayangan tidak akan ditonton. Sekarang ini hiburan semakin diakui sebagai kebutuhan manusia. Tentu orang yang setiap hari menghabiskan beberapa jam di depan layar televisi umumnya ingin dihibur.
- Pengerahan masyarakat untuk bertindak, televisi bukan hanya melaporkan apa yang terjadi di dalam masyarakat, melainkan juga atas desakan penguasa dan ahli-ahli yang bertanggung jawab televisi melancarkan suatu gerakan rakyat.

Wawan Kuswandi (1996:18) mengutip pernyataan J.B Wahyudi, bahwa komunikasi massa media televisi terbagi dalam beberapa bagian yaitu siaran informasi atau pemberitaan, "news bulletin" (berita harian), "news magazine" (berita berkala), wawancara televisi serta laporan investigasi terhadap suatu kasus.

Berita menurut Mitchel V. Charnley seperti yang dikutip oleh Hikmat Kusumaningrat dan Purnama Kusumaningrat (2006:39) adalah laporan aktual tentang fakta-fakta dan opini yang menarik atau penting, atau keduanya, bagi sejumlah orang. "Kriminal merupakan segala sesuatu yang bersangkutan dengan kejahatan" (Suharso dan Ana Retnoningsih, 2005:269). Berita kriminal merupakan berita/laporan mengenai kejadian atau peristiwa tindak kejahatan/kriminal yang baru terjadi.

Soewardi Idris dalam bukunya *Jurnalistik Televisi* (1987:101) menyatakan bahwa:

Banyak juga stasiun televisi yang memandang perlu menyiarkan berita kejahatan karena menurut pendapat mereka, kriminalitas merupakan musuh masyarakat. Masyarakat harus diberi tahu tentang bahaya yang sedang atau akan mengancam mereka. Kegiatan para penjahat harus di-exposed supaya mereka mendapat tekanan psikologis, dan diharapkan mereka akan jera, setidaknya-tidaknya kegiatan mereka dapat berkurang.

“Perang dan pembunuhan yang mestinya menjijikkan, menjadi sajian yang mengasyikan dan penuh *suspens*” (Fred Wibowo, 2007:109). Fred Wibowo (2007:138) juga menyatakan bahwa khalayak mengharap adanya perang atau kejadian aneh yang lain di dalam siaran berita. Berita keras yang hanya menyajikan sadisme dalam peperangan, daripada menyentuh perasaan kemanusiaan, cenderung membisaakan manusia untuk menerima perilaku sadis sebagai tindak kepahlawanan.

Kebutuhan dan kepuasan khalayak menurut McQuail, Blumer, dan Brown (John Fiske, 2004:210-14), yaitu:

1. Surveillance.
 - Media memberikan informasi yang bisa mempengaruhi khalayak.
2. Personal Identity or Individual Psychology
 - Rujukan pribadi. Mengarah pada cara pemirsa menggunakan sebuah program sebagai titik perbandingan langsung dengan dunia nyata.
 - Eksplorasi realitas. Mengarah pada cara pemirsa menggunakan sebuah program sebagai referensi untuk menghadapi kehidupan nyata
3. Personal Relationship
 - Kegunaan sosial. Media menyajikan pengalaman bersama, orang akan

lebih mudah untuk berinteraksi jika mempunyai suatu topik atau bahan pembicaraan yang sama untuk dibicarakan atau didiskusikan.

4. Diversion

- Melepaskan diri dari tekanan-tekanan rutinitas atau bersantai
- Melarikan diri dari beban masalah

“Pada setiap orang motif yang mendorong konsumsi media itu tidak sama. Menurut aliran *uses and gratifications*, perbedaan motif dalam konsumsi media menyebabkan kita berinteraksi pada media massa berbeda pula” (Jalaludin Rakhmat, 1994: 217). “Kita bisa memahami interaksi orang dengan media melalui pemanfaatan media oleh orang itu (*uses*) dan kepuasan yang diperoleh (*gratifications*). *Gratifications* yang sifatnya umum antara lain pelarian dari rasa khawatir, peredaan rasa kesepian, dukungan emosional, perolehan informasi, dan kontak sosial” (Nurudin, 2003:183).

Kebutuhan manusia sangat beragam, antara lain adalah seperti yang diusulkan oleh Katz, Gurevitch, dan Haas dan kemudian dikutip oleh Werner J. Severin dan James W. Tankard.Jr dalam buku *Communication Theories* (1988:304) sebagai berikut:

1. Kebutuhan kognitif. Ini berkaitan erat dengan kebutuhan untuk memperkuat informasi, pengetahuan, dan pemahaman seseorang akan lingkungannya. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat seseorang untuk memahami dan menguasai lingkungannya. Di samping itu kebutuhan ini juga dapat memberi kepuasan atas hasrat keingintahuan dan penyelidikan seseorang

2. Kebutuhan afektif. Kebutuhan ini dikaitkan dengan penguatan estetis, hal yang dapat menyenangkan, dan pengalaman-pengalaman emosional. Berbagai media juga dalam hal ini sering dijadikan alat untuk mengejar kesenangan dan hiburan. Misalnya orang membeli radio, televisi, juga menonton film, tiada lain karena mencari hiburan.
3. Kebutuhan integrasi personal (*personal integrative needs*). Ini dikaitkan dengan penguatan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individu. Kebutuhan-kebutuhan ini berasal dari hasrat seseorang untuk mencari harga diri.
4. Kebutuhan integrasi sosial (*sosial integrative needs*). Kebutuhan ini dikaitkan dengan penguatan hubungan keluarga, teman, dan orang lain di dunia. Kebutuhan ini didasari oleh hasrat seseorang untuk bergabung atau berkelompok dengan orang lain.
5. Kebutuhan berkhayal (*tension releset needs*). Ini dikaitkan dengan kebutuhan-kebutuhan untuk melarikan diri, melepaskan ketegangan, dan hasrat untuk mencari hiburan atau pengalihan.

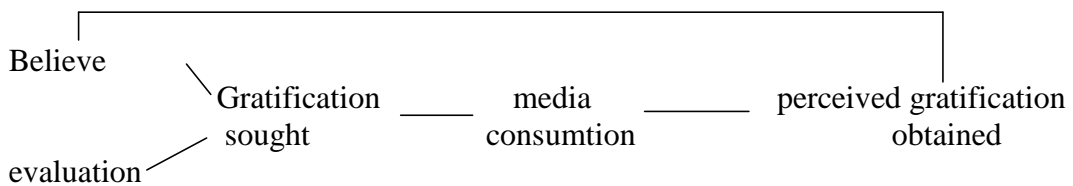
Severin dan Tankard (1988:303) mengutip pernyataan dua peneliti dari Swedia mengenai asumsi dasar dari teori *uses and gratification* sebagai berikut:

1. Bahwa audience atau masyarakat dalam komunikasi massa itu bersifat aktif dan mempunyai tujuan yang terarah
2. Dalam proses komunikasi massa, khalayak harus mempunyai inisiatif untuk menghubungkan kebutuhan untuk memenuhi kepuasan dan media yang

dipilih. Artinya, khalayak harus tahu akan kebutuhan-kebutuhannya dan bagaimana cara memenuhinya.

3. Bahwa media harus bersaing dengan media lainnya dalam hal pemenuhan kebutuhan audience-nya.

Palmgreen, Wenner, & Rosengren (Makingu Mondri, Peter Woods, dan Ahmad Rafi, 2007) telah merumuskan kembali teori *uses and gratifications* dan lebih menekankan pada perbandingan antara *gratification sought* (GS) dengan *gratification obtained* (GO) dari media. Ini merupakan sebuah usaha untuk membalas berbagai macam kritik yang menentang teori *uses and gratifications*. Pendekatan ini menggaris bawahi bahwa fakta menunjukkan akan selalu ada perbedaan antara GS dan GO.



Gambar Model teori nilai harapan dari pemanfaatan media (Littlejohn, 1999:351).

Kepercayaan dan evaluasi khalayak terhadap suatu hal menimbulkan harapan-harapan, harapan-harapan inilah yang mendorong khalayak untuk menggunakan media dengan tujuan akan mendapatkan kepuasan dengan terpenuhinya harapan-harapan yang mereka miliki. Dari penggunaan media tersebut akan didapatkan hasil apakah media mampu memuaskan kebutuhan khalayak atau tidak. Menurut Mark Levy dan Sven Windahl, penggunaan media oleh khalayak karena adanya dorongan kebutuhan dan tujuan yang ditentukan

oleh khalayak itu sendiri (Baran dan Davis, 2000:257).

Menurut peneliti, memang benar jika kepercayaan evaluasi yang dipunyai khalayak berpengaruh pada harapan yang mereka bentuk terhadap suatu media. Sebagai contoh, seorang politikus percaya bahwa berita mapu memberikan semua informasi yang dia butuhkan, maka hal itu akan membentuk harapan (*Gratification sought*) pada dirinya bahwa dengan menonton berita televisi maka kebutuhannya akan informasi akan terpenuhi. Harapan itu lah yang akan mempengaruhi politikus tersebut dalam menggunakan media (*media consumption*). Setelah penggunaan media yang dilakukannya, maka dia dapat merasakan apakah harapan yang dia miliki sebelum menggunakan media terpenuhi semuanya, hanya sebagian, atau bahkan tidak sama sekali.

Penelitian yang peneliti lakukan jika digambarkan akan menjadi seperti berikut:



Gambar Model penelitian yang akan peneliti lakukan pada penelitian ini

Kebutuhan pribadi khalayak yang menjadikan munculnya pengharapan terhadap suatu media. Harapan-harapan tersebut akan mempengaruhi penggunaan khalayak terhadap media. Setelah mengkonsumsi media yang dipilih, maka khalayak akan mendapatkan jawaban atas harapan-harapan yang telah mereka ciptakan di awal tadi. Tetapi tidak semua harapan dapat terpenuhi atau terpuaskan oleh media. Kepuasan yang didapatkan dari media yang berbeda atas harapan

yang sama bisa saja berbeda. Inilah yang menjadi fokus dari penelitian ini. Kesenjangan kepuasan yang khalayak dapatkan dari media dengan harapan yang sama pada setiap media.

Melalui pendekatan *uses and gratification*, yaitu suatu pendekatan yang mempunyai orientasi studi khalayak. Menurut Infante, Rancer, dan Womack (1990:353), teori *uses and gratification* mencoba menjelaskan mengenai penggunaan dan fungsi media bagi individu, kelompok, dan masyarakat pada umumnya.

Nurudin (2003:181) mengemukakan bahwa teori *uses and gratification* ini lebih menekankan pada pendekatan manusiawi di dalam melihat media. Artinya manusia itu punya otonomi, wewenang untuk memperlakukan media. Penulis ingin mengetahui kesenjangan kepuasan yang diperoleh pemirsa dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret (UNS) yang menonton Sergap di RCTI dan Buser di SCTV. Disini akan diperoleh gambaran mengenai kebutuhan apa saja yang ingin dipuaskan dengan penggunaan media massa, pola penggunaan media massa dan kepuasan yang diperoleh. Pada akhirnya akan diketahui adanya kesenjangan kepuasan yang muncul dan media apa yang lebih memuaskan.

F. Hipotesis

Sebagai langkah awal dari penelitian ini, maka peneliti membuat suatu hipotesis awal atau dugaan sementara. Hipotesis awal dari penelitian ini yaitu:

1. Ada kesenjangan antara kepuasan yang diharapkan dan yang diperoleh

responden terhadap tayangan program berita kriminal Sergap di RCTI dan Buser di SCTV.

2. Ada kesenjangan antara kedua media yaitu Buser (RCTI) dengan Sergap (SCTV) dalam kemampuan memberikan kepuasan terhadap responden.

G. Definisi Konseptual dan Operasional

1. Definisi Konseptual

Burhan Bungin (2006:57) menyatakan bahwa “konsep penelitian merupakan kerangka acuan peneliti di dalam mendesain instrumen penelitian. Lebih konkret, konsep adalah generalisasi dari sekelompok fenomena yang sama”. Pada penelitian ini, masing-masing variabel dapat didefinisikan dengan konsep sebagai berikut:

- a. *Gratifications Sought (GS)*, adalah harapan-harapan akan kepuasan yang akan diperoleh dari penggunaan media oleh audience.
- b. *Penggunaan Media (Media Use)*, merupakan jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai jenis isi media yang dikonsumsi dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan (Jalaludin Rakhmat 1993: 66).
- c. *Gratifications Obtained (GO)*, merupakan kepuasan-kepuasan yang diperoleh setelah mengkonsumsi media.

- d. *Discrepancy* , merupakan kesenjangan kepuasan antara kepuasan yang diharapkan (GS) dengan kepuasan yang diperoleh (GO) responden setelah menonton Sergap di RCTI dan Buser di SCTV.

2. Definisi Operasional

a. Kepuasan yang Diharapkan (*Gratifications Sought*)

1). *Surveillance*

- Menonton tayangan berita kriminal Sergap dan Buser untuk memperoleh informasi mengenai kasus-kasus kriminal aktual yang terjadi di masyarakat

2). *Personal Identity or Individual Psychology*

- Menonton tayangan berita kriminal Sergap dan Buser untuk dijadikan titik perbandingan langsung dengan dunia nyata.
- Menonton tayangan berita kriminal Sergap dan Buser sebagai referensi untuk menghadapi kehidupan nyata

3). *Personal Relationship*

- Menonton tayangan berita kriminal Sergap dan Buser untuk dijadikan pendapat dalam berbincang dengan orang lain

4). *Diversion*

- Menonton tayangan berita kriminal Sergap dan Buser untuk melepaskan diri dari tekanan rutinitas atau bersantai
- Menonton tayangan berita kriminal Sergap dan Buser untuk

melupakan persoalan yang dihadapi

Pada masing-masing item pertanyaan mengenai kebutuhan terdapat 3 alternatif jawaban yang dapat dipilih responden yang akan menyatakan seberapa kuat keinginan responden untuk memuaskan kebutuhannya melalui tayangan berita Kriminal Sergap dan Buser.

b. Pola Penggunaan Media (*Media Use*)

Pola penggunaan media responden dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan :

1). Frekuensi, yaitu seberapa sering responden menonton program berita kriminal Sergap dan Buser dalam kurun waktu 1 minggu.

- Frekuensi menonton Sergap yang tayang 7 kali dalam seminggu
 - a. Tinggi = bila responden menonton 5-7 kali dalam 1 minggu
 - b. Sedang = bila responden menonton 3-4 kali dalam 1 minggu
 - c. Rendah = bila responden menonton 1-2 kali dalam 1 minggu

- Frekuensi menonton Buser yang tayang 6 kali dalam seminggu
 - a. Tinggi = bila responden menonton 5-6 kali dalam 1 minggu
 - b. Sedang = bila responden menonton 3-4 kali dalam 1 minggu
 - c. Rendah = bila responden menonton 1-2 kali dalam 1 minggu

2) Curahan waktu, adalah rata-rata waktu yang digunakan untuk menonton diukur dari selesai atau tidak responden setiap kali menonton berita kriminal Sergap dan Buser, dengan kategori sebagai berikut:

- a. Tinggi = jika responden selalu mengikuti sampai selesai
- b. Sedang = jika responden hanya kadang mengikuti sampai selesai
- c. Rendah = jika responden tidak pernah mengikuti sampai selesai

3) Intensitas responden dalam menonton diukur dengan ada tidaknya aktifitas lain yang dikerjakan oleh responden saat menyaksikan tayangan berita kriminal *Sergap dan Buser*, dengan kategori sebagai berikut:

Tinggi = jika tidak pernah disertai aktifitas lain

Sedang = jika kadang-kadang disertai aktifitas lain

Rendah = jika selalu disertai aktifitas lain

c. Kepuasan yang Diperoleh (*Gratifications Obtained*)

Variabel kepuasan yang diperoleh (GO) dalam penelitian ini diukur dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang sama seperti pada GS kepada responden, tetapi lebih dikhususkan lagi dengan lebih menunjuk pada media televisi yaitu RCTI dan SCTV. Hal ini untuk mengetahui besar nilai GO yang diperoleh untuk masing-masing tayangan berita kriminal *Sergap* di RCTI dan *Buser* di SCTV.

d. Kesenjangan (*Discrepancy*)

Variabel ini merupakan kesenjangan kepuasan yaitu perbedaan antara kepuasan yang dicari dengan kepuasan yang diperoleh setelah menonton

tayangan berita kriminal Sergap di RCTI dan Buser di SCTV. Perbedaan inilah yang akan menunjukkan adanya kesenjangan kepuasan antara kedua program berita kriminal tersebut, yang akan dihitung dengan menggunakan metode tabulasi silang dan akan dibuktikan dengan uji analisis *Chi Kuadrat* agar terlihat program mana yang lebih memuaskan kebutuhan responden.

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan format deskriptif. "Metode kuantitatif adalah metode dimana data dikonversi menjadi angka dan ditujukan untuk analisis statistik" (Richard West dan Lynn H.Turner, 2008:77). Menurut Rosadi Ruslan (2004:12), penelitian deskriptif menggambarkan tentang karakteristik atau ciri-ciri individu, situasi atau kelompok tertentu. Penelitian jenis ini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang suatu masyarakat atau kelompok orang tertentu atau gambaran tentang suatu gejala atau hubungan antara dua gejala atau lebih (Irawan Soehartono, 1995:35). Penelitian ini untuk mengetahui gambaran tentang kepuasan dan kesenjangan kepuasan khalayak terhadap tayangan program berita kriminal Sergap (RCTI) dan Buser (SCTV).

2. Teknik Penelitian

Penelitian ini menggunakan teknik survei. Seperti yang diungkapkan oleh Rusadi Ruslan (2004:21) yang dimaksud dengan survei adalah pengamatan atau penyelidikan secara kritis untuk mendapatkan keterangan yang tepat terhadap suatu persoalan dan objek tertentu, yang dilakukan pada daerah kelompok

komunitas atau lokasi tertentu. Penelitian tipe ini menggunakan kuesioner sebagai sumber data primer. "Kuesioner merupakan alat riset atau survei yang terdiri atas serangkaian pertanyaan tertulis, bertujuan mendapatkan tanggapan dari kelompok orang terpilih melalui wawancara pribadi atau melalui pos" (Suharso dan Ana Retnoningsih, 2005:272).

3. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti memilih Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret (UNS) sebagai lokasi penelitian dengan responden mahasiswa semester 4 sampai semester 8. Alasan peneliti memilih Fakultas Hukum UNS karena topik penelitian yang masih berhubungan dengan dunia hukum, yaitu berita kriminal. Peneliti berasumsi bahwa mahasiswa Fakultas Hukum akan lebih paham dan mengerti mengenai topik penelitian ini.

4. Populasi dan Sampel

Populasi menurut Sugiono seperti yang dikutip oleh Rusadi Ruslan (2004:133) "adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari; objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, dan kemudian ditarik suatu kesimpulannya". Sedangkan yang dimaksud dengan sampel "adalah bagian dari suatu populasi statistik yang cirinya dipelajari untuk memperoleh informasi tentang seluruhnya" (Suharso dan Ana Retnoningsih, 2005:447). Menurut West dan Turner (2008:79), sampel adalah sekelompok orang yang dipilih untuk mewakili populasi dalam suatu penelitian.

Dalam penelitian ini, populasi yang dimaksud adalah mahasiswa Fakultas

Hukum UNS semester 4 sampai semester 8, yang berarti angkatan tahun 2005 hingga 2007. Kriminal merupakan hal yang tidak bisa dipisahkan dari hukum. Atas dasar hal tersebut maka peneliti memilih mahasiswa fakultas hukum sebagai populasi. Peneliti memilih mahasiswa semester 4 sampai 8 karena mereka sudah melewati paling tidak 2 semester sehingga sudah lebih bisa memahami hukum dan mengenali kebutuhan mereka akan media khususnya yang berkaitan dengan masalah hukum. Jumlah mahasiswa Fakultas Hukum UNS tahun angkatan 2005-2007 dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 1
Jumlah Mahasiswa Fakultas Hukum UNS
Tahun Akademik 2008/2009

No	Tahun angkatan mahasiswa	Jumlah
1	Tahun angkatan 2005	241
2	Tahun angkatan 2006	228
3	Tahun angkatan 2007	230

Sumber: Bagian Mawa Fakultas Hukum UNS

5. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Stratified Random Sampling*, yaitu “Populasi dianggap heterogen menurut suatu karakteristik tertentu dan lebih dulu dikelompokkan dalam beberapa subpopulasi, sehingga tiap subpopulasi yang memiliki anggota sampel yang homogen” (Rosadi Ruslan, 2004:152). Dasar dari penentuan strata dalam populasi penelitian ini adalah tahun angkatan mahasiswa. Peneliti memilih responden yang dianggap

tahu dan dapat dipercaya untuk menjadi sumber data dan mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan berita kriminal dalam hal ini mahasiswa Fakultas Hukum UNS.

Karena populasi yang akan diambil sampelnya telah diketahui secara pasti jumlahnya, maka untuk mencari jumlah sample yang harus diambil bila kita menghadapi populasi yang jumlahnya besar (lebih dari 100), digunakan rumus Yamane (Burhan Bungin, 2006:105) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N(d^2) + 1}$$

Dimana: n = jumlah sampel yang dicari
N = jumlah populasi
d² = derajat presisi (yang umum digunakan 10%)
1 = bilangan konstan

Dari tabel 1 diatas diketahui jumlah mahasiswa Fakultas Hukum UNS angkatan 2005-2007 adalah 669, maka setelah dihitung dengan rumus Yamane akan didapatkan sample total sebanyak 88 mahasiswa. Jumlah itu kemudian digunakan untuk menghitung sample tiap angkatan, karena dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengambilan sample *Stratified Random Sampling*. Dari perhitungan kembali dengan rumus Yamane, maka akan didapatkan sampel tiap angkatan dengan rincian seperti pada tabel berikut:

Tabel 2
Proporsi Jumlah Sampel Masing-masing Angkatan

No	Tahun angkatan mahasiswa	Jumlah sampel
1	Tahun angkatan 2005	$241/669 \times 88 = 30$
2	Tahun angkatan 2006	$228/669 \times 88 = 29$
3	Tahun angkatan 2007	$230/699 \times 88 = 29$
	JUMLAH	88

Sumber: Diolah dari Tabel 1

6. Jenis Data

- a. Data Primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data.
- b. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari observasi langsung ke lokasi penelitian, studi pustaka, dan sumber internet.

7. Teknik Pengumpulan Data

Data-data untuk keperluan penelitian ini diperoleh dengan cara:

- a. Kuesioner, yaitu dengan menyebarkan angket yang berisi daftar
- b. Observasi langsung ke lokasi penelitian, terutama mencari data tentang responden
- c. Kepustakaan, yaitu mengumpulkan data-data tertulis dari buku-buku yang relevan dengan topik penelitian
- d. Internet, yaitu mengumpulkan data-data dari berbagai macam website yang sesuai dengan topik penelitian.

8. Teknik Analisis Data

Data yang berhasil dikumpulkan dari penelitian survei kemudian diteliti kembali, proses ini dinamakan editing. Editing dilakukan terhadap daftar pertanyaan yang tersusun secara terstruktur melalui kuesioner dan telah terdapat

jawaban yang telah diisi oleh responden, dan kemudian dilanjutkan dengan proses koding. “Koding adalah proses identifikasi dan klasifikasi data penelitian ke dalam skor numerik atau karakter simbol-simbol tertentu” (Rusadi Ruslan, 2004:166). Untuk menghitung besarnya kesenjangan yang terjadi pada masing-masing kebutuhan digunakan tabulasi silang, dimana item pada GS disilangkan dengan item pada GO. Dengan demikian maka akan diketahui persentase kesenjangan kepuasan penggunaan media dalam memuaskan kebutuhan responden. Semakin kecil angka kesenjangan yang diperoleh, maka berarti media tersebut semakin memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan responden. Begitu pula sebaliknya, semakin besar angka kesenjangan, berarti media tersebut semakin tidak mampu untuk memuaskan responden.

Untuk menguji hipotesa ada tidaknya kesenjangan antara kepuasan yang diharapkan (*Gratification Sought*) dan kepuasan yang diperoleh (*Gratification Obtained*) yang dialami oleh responden terhadap program berita kriminal Sergap (RCTI) dan Buser (SCTV), dan kesenjangan media dalam memberikan kepuasan kepada pemirsanya peneliti menggunakan rumus Chi Kuadrat dengan nilai $\alpha = 5\%$. Menurut Burhan Bungin (2006:192) pengujian hipotesa untuk perbedaan frekuensi dapat dilakukan dengan rumus Chi kuadrat. Rumus Chi kuadrat digunakan untuk menguji apakah frekuensi yang terdapat pada masing-masing sampel berbeda secara signifikan atau tidak. Berikut adalah rumus Chi kuadrat:

$$x^2 = \sum \left| \frac{(f_o - f_h)^2}{f_h} \right|$$

Dimana : $x^2 =$ Chi Kuadrat
 $f_o =$ Frekuensi yang diperoleh
 $f_h =$ Frekuensi yang diharapkan

BAB II

DESKRIPSI LOKASI

A. Deskripsi Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret

Universitas Sebelas Maret diresmikan pada 11 Maret 1976 dengan nama Universitas Negeri Surakarta Sebelas Maret (UNS). Pada saat kelahirannya, UNS mempunyai 9 Fakultas yaitu : Fakultas Ilmu Pendidikan, Fakultas Keguruan, Fakultas Sastra Budaya, Fakultas Sosial Politik, Fakultas Hukum, Fakultas Ekonomi, Fakultas Kedokteran, Fakultas Pertanian, dan Fakultas Teknik. Semua kegiatan, baik akademik maupun administrasi pada saat itu tersebar di beberapa tempat di wilayah. Struktur organisasinya pun belum mantap. Secara berangsur mulai tahun 1980 kantor Pusat UNS dan Fakultas mulai menempati di Kampus Ketingan Surakarta. Dalam perkembangannya Universitas Negeri Surakarta Sebelas Maret diubah menjadi Universitas Sebelas Maret, sesuai dengan Keppres nomor 55 Tahun 1982 tentang Susunan Organisasi Universitas Sebelas Maret. Sesuai dengan SK Mendikbud No. 020/O/1995, maka pada saat ini UNS mempunyai sembilan fakultas, yaitu :

- Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
- Fakultas Sastra dan Seni Rupa
- Fakultas Hukum

- Fakultas Ekonomi
- Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
- Fakultas Kedokteran
- Fakultas Pertanian

Pada awal berdirinya Fakultas Hukum UNS dibuka dengan tiga jurusan, yakni Jurusan Hukum Keperdataan, Jurusan Hukum Pidana, Jurusan Hukum Tata Negara. Saat ini Fakultas Hukum mempunyai 1 (satu) program studi yaitu Program Studi Ilmu Hukum, dan dengan SK Rektor Universitas Sebelas Maret No.162/J27/PP/1999 tentang Pengembangan Bagian, Fakultas Hukum memiliki 7 Bagian yaitu Bagian Hukum Keperdataan, Bagian Hukum dan Masyarakat, Bagian Hukum Acara, Bagian Hukum Administrasi Negara, Bagian Hukum Tata Negara, Bagian Hukum Pidana dan Bagian Hukum Internasional.

Sejak tahun akademik 1994/1995 Fakultas Hukum UNS telah membuka Program S-1 Ekstensi, yang kemudian pada tahun 2002 diubah menjadi Program Nonreguler. Dalam rangka memberdayakan potensi yang ada di Fakultas Hukum sekaligus meningkatkan kualitas sumber daya manusia, pada tahun 2002 Fakultas Hukum UNS membuka Program Pascasarjana Ilmu Hukum yang mempunyai dua konsentrasi, yaitu Hukum Bisnis dan Hukum Kebijakan Publik. Sejak tahun 1998 Fakultas Hukum UNS memperoleh akreditasi dengan nilai A.

1. Program Studi

Di Fakultas Hukum terdapat 7 bagian yang masing-masing dipimpin oleh

ketua bagian dan sekretaris bagian, bagian-bagian tersebut adalah sebagai berikut:

Bagian Hukum Perdata

Bagian Hukum Pidana

Bagian Hukum Tata Negara

Bagian Hukum Administrasi Negara

Bagian Hukum Internasional

Bagian Hukum Acara

Bagian Hukum dan Masyarakat

2. Visi

Menjadi Fakultas Hukum terkemuka yang memiliki keunggulan di bidang Hukum Bisnis dan Kebijakan Publik dengan menghasilkan lulusan yang profesional, bermoral, dan mampu bersaing tingkat internasional untuk mewujudkan supremasi hukum dan pembangunan budaya hukum masyarakat.

3. Misi

Misi dari Fakultas Hukum UNS adalah sebagai berikut:

- 1). Menyelenggarakan pendidikan tinggi hukum yang dilandasi prinsip relevansi, iklim akademik yang kondusif, berkelanjutan, efisien, dan produktifitas untuk menghasilkan lulusan yang memiliki keahlian profesi hukum yang tangguh dengan didukung kemampuan akademik yang berkualitas, bermoral, dan dapat bersaing di tingkat internasional.

- 2). Menyelenggarakan sistem pengelolaan organisasi lembaga pendidikan berdasarkan prinsip-prinsip ”*good governance*”, mandiri, dan bertanggung jawab.
- 3). Mengembangkan sikap profesionalisme daya kritis dalam rangka meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui penelitian dan pengkajian persoalan di bidang hukum dan kehidupan masyarakat pada umumnya.
- 4). Membangun dan mengembangkan budaya hukum melalui pengabdian kepada masyarakat sebagai bentuk tanggung jawab sosial untuk mewujudkan supremasi hukum dan kesejahteraan sosial.

4. Tujuan

- 1). Menghasilkan lulusan yang memiliki keahlian profesi hukum yang tangguh dengan didukung kemampuan akademik tinggi agar memiliki daya saing di pasar kerja lokal, nasional, maupun internasional dan mampu mengembangkan potensi diri dengan dilandasi nilai moralitas yang tinggi.
- 2). Menghasilkan ide, gagasan, pemikiran, konsep yang bermutu dalam rangka mewujudkan kehidupan hukum dan meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat pada umumnya dengan didukung oleh sumber daya manusia yang berkualitas serta peka terhadap persoalan hukum dan masyarakat.

- 3). Melaksanakan tanggung jawab sosial untuk mewujudkan supremasi hukum dan pembangunan budaya hukum melalui interaksi yang dinamis dengan masyarakat dalam rangka mewujudkan kesejahteraan masyarakat.
- 4). Mewujudkan Fakultas Hukum UNS sebagai lembaga yang akuntabel dan profesional dalam penyelenggaraan pendidikan tinggi hukum.
5. Organisasi Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret terdiri atas :

- 1). Unsur Pimpinan : Dekan dan Pembantu Dekan

Fakultas dipimpin oleh dekan dan dibantu oleh tiga orang Pembantu Dekan, masing-masing: Pembantu Dekan I (Bidang akademik), Pembantu Dekan II (Bidang Administrasi Umum, Perlengkapan, Keuangan dan Kepegawaian), Pembantu Dekan III (Bidang Kemahasiswaan). Dekan memimpin penyelenggaraan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat, membina tenaga kependidikan, mahasiswa, tenaga administrasi, dan administrasi fakultas serta bertanggung jawab kepada rektor. Pembantu Dekan

- 2). Senat Fakultas

Senat Fakultas merupakan badan normatif dan badan perwakilan tertinggi di lingkungan fakultas yang memiliki wewenang untuk merumuskan kebijakan dan peraturan fakultas. Senat fakultas diketuai oleh Dekan, dibantu oleh seorang sekretaris dan anggota-

anggotanya terdiri dari: pimpinan fakultas, ketua bagian dan dua orang wakil dari masing-masing bagian.

Senat Fakultas mempunyai tugas pokok:

- d. Merumuskan kebijakan akademik fakultas
 - e. Merumuskan kebijakan penilaian prestasi akademik dan kecakapan serta kepribadian dosen.
 - f. Merumuskan norma dan tolok ukur pelaksanaan penyelenggaraan fakultas.
 - g. Menilai pertanggungjawaban pimpinan fakultas atas pelaksanaan kebijakan akademik yang telah ditetapkan.
 - h. Memberikan pertimbangan kepada rektor mengenai calon yang diusulkan untuk diangkat menjadi pimpinan fakultas.
- 3). Unsur Pelaksana Akademik

Unsur pelaksana akademik adalah bagian-bagian yang melaksanakan pendidikan akademik bagi pengembangan ilmu hukum. Anggota-anggota bagian terdiri atas para dosen yang mengasuh mata kuliah yang berhubungan dengan bagian yang bersangkutan. Di Fakultas Hukum terdapat 7 bagian yang masing-masing dipimpin oleh Ketua Bagian dan Sekretaris Bagian.

- 4). Pengelola Program Nonreguler

Pengelola program non reguler bertugas melakukan

pelayanan dan penyelenggaraan kegiatan akademik serta kegiatan kemahasiswaan bagi mahasiswa non reguler. Dalam menjalankan tugasnya pengelola program berkoordinasi dengan Pembantu Dekan dan bertanggung jawab kepada Dekan.

5). Unsur Pelaksana Administrasi

Unsur pelaksana administrasi menyelenggarakan pelayanan teknis dan administrasi yang meliputi administrasi akademik, administrasi keuangan dan kepegawaian, administrasi umum dan perlengkapan serta administrasi kemahasiswaan. Unsur pelaksana administrasi adalah bagian tata usaha yang merupakan unsur penunjang dalam melayani kegiatan-kegiatan pendidikan, penelitian serta pengabdian kepada masyarakat. Bagian Tata Usaha terdiri dari Subbagian Administrasi Akademik, Subbagian Umum dan Perlengkapan, Subbagian Keuangan dan Kepegawaian, Subbagian Kemahasiswaan. Unsur pelaksana administrasi dipimpin oleh Kepala Bagian Tata Usaha yang dibantu oleh 4 (empat) orang Kepala Subbagian. Masing-masing kepala Subbagian bertanggung jawab atas kelancaran administrasi di bidang yang menjadi tanggung jawab mereka.

6). Unsur Penunjang

a. Perpustakaan

Jenis koleksi yang dimiliki adalah buku, majalah ilmiah, jurnal,

skripsi, dan bahan-bahan lain yang berkaitan dengan kurikulum

b. Laboratorium Ilmu Hukum

Merupakan sarana penunjang bagi dosen maupun mahasiswa di bidang pendidikan dan pengajaran, penelitian, dan pengabdian pada masyarakat. Bagi mahasiswa merupakan sarana untuk pengenalan praktik, pemantapan pengetahuan, atau latihan praktik keterampilan di bidang hukum.

c. Badan Mediasi dan Bantuan Hukum (BMBH)

BMBH merupakan salah satu perwujudan dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yang dalam hal ini adalah dharma pengabdian kepada masyarakat. Badan ini memberikan bantuan penyelesaian hukum baik secara litigasi maupun non litigasi, konsultasi hukum dan penyuluhan hukum khususnya kepada masyarakat yang kurang mampu, serta memberikan penyuluhan hukum kepada masyarakat melalui kerja sama dengan instansi lain.

d. Majalah Yustisia

Majalah Yustisia merupakan media bagi dosen, alumni dan pemerhati bidang hukum untuk menuangkan karya-karya ilmiah.

e. Koordinator Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Fakultas (KPPMF)

Mengkoordinasikan pelaksanaan penelitian dan pengabdian

masyarakat di Fakultas Hukum UNS.

f. Pengelola Penulisan Hukum

Melaksanakan koordinasi dan inventarisasi seluruh kegiatan penyusunan skripsi/penulisan hukum di Fakultas Hukum UNS.

g. Tim Penjamin Mutu

Mengkoordinasi dalam membangun rencana kerja, monitoring dan evaluasi pelaksanaan mutu Fakultas Hukum UNS.

h. Tim Hubungan Masyarakat

Mengkoordinasi dalam membangun relasi dan citra positif Fakultas.

i. Infopakum

Merupakan media informasi intern Fakultas Hukum yang memuat dinamika dan kegiatan-kegiatan di Fakultas Hukum. Infopakum dikelola oleh Bagian Tata Usaha.

7. Unsur Kemahasiswaan

a. Dewan Mahasiswa (DEMA)

Dema berkedudukan di fakultas, merupakan organisasi nonstruktural pada fakultas. Dema mempunyai tugas pokok menetapkan garis-garis besar program, serta memberikan pendapat, usul dan saran kepada pimpinan fakultas. Dema berfungsi sebagai perwakilan

mahasiswa untuk menampung dan menyalurkan aspirasi mahasiswa melalui penetapan Garis-garis Besar Program Dema. Kepengurusan Dema terdiri atas ketua merangkap anggota, sekretaris merangkap anggota, dan anggota pengurus lainnya yang terbagi dalam komisi-komisi. Masa kerja kepengurusan satu tahun dan ketua tidak dapat dipilih kembali untuk kepengurusan berikutnya. Kepengurusan Dema disahkan oleh pimpinan fakultas yang bersangkutan. Tata kerja kepengurusan Dema ditetapkan oleh keputusan rapat anggota. Dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsinya pengurus Dema bertanggung jawab kepada pimpinan fakultas yang bersangkutan.

b. Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM)

BEM berkedudukan di fakultas dan merupakan organisasi nonstruktural pada fakultas. BEM mempunyai tugas pokok merencanakan dan melaksanakan serta mengembangkan kegiatan ekstrakurikuler terutama yang bersifat penalaran dan keilmuan sesuai dengan garis-garis besar program yang ditetapkan oleh BEM, serta memberikan pendapat, usul dan saran kepada pimpinan fakultas, terutama berkaitan dengan pelaksanaan fungsi dan pencapaian tujuan pendidikan tinggi. Keanggotaan BEM terdiri atas mahasiswa yang terdaftar dan aktif mengikuti kegiatan pendidikan di fakultas, serta dipilih melalui tata cara yang berlaku. Kepengurusan BEM terdiri atas ketua merangkap anggota, sekretaris merangkap

anggota, dan anggota pengurus lainnya. Masa kerja kepengurusan BEM adalah satu tahun dan ketua tidak dapat dipilih kembali untuk kepengurusan berikutnya. Dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsinya BEM bertanggung jawab kepada pimpinan fakultas yang bersangkutan

c. Himpunan Mahasiswa Program Non Reguler (Himanonreg)

Himanonreg merupakan organisasi nonstruktural pada tingkat program non reguler, yang mempunyai tugas dan fungsi :

b. Merencanakan, mengkoordinasikan dan melaksanakan kegiatan ekstrakurikuler di bidang keilmuan, sosial, seni budaya, olah raga, kerohanian mahasiswa program non reguler melalui wadah UKM yang ada di Fakultas Hukum atau Himanoreg.

c. Memberikan pendapat, usul, dan saran kepada pimpinan Fakultas melalui Dewan Mahasiswa Fakultas Hukum UNS (DEMA UNS) terutama berkaitan dengan penyelenggaraan fungsi dan pencapaian tujuan pendidikan tinggi.

d. Sebagai perwakilan mahasiswa untuk menampung dan menyalurkan aspirasi yang berkembang di kalangan mahasiswa non reguler melalui Dewan Mahasiswa (DEMA FH UNS) untuk ditindak lanjuti bersama.

d. Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM)

UKM yang ada di Fakultas Hukum UNS adalah sebagai berikut:

- Kelompok Studi Penelitian (KSP Principium)
- Novum (Pers Mahasiswa)
- Delik (Teater Mahasiswa)
- Gopala Valentara
- KORFAH (Komite Olah Raga Fakultas Hukum)
- Fosmi (Forum Mahasiswa Islam)
- KMK (Keluarga Mahasiswa Katolik)
- PMK (Persekutuan Mahasiswa Kristen)

e. Alumni

Alumni Fakultas Hukum UNS terhimpun dalam Keluarga Alumni Universitas Sebelas Maret (Kasemar) di tingkat universitas. Adapun di Fakultas Hukum UNS terdapat ikatan keluarga alumni Sebelas Maret (Kasemar) Komisariat Fakultas Hukum UNS.

B. Deskripsi RCTI (Rajawali Citra Televisi)

Tanggal 24 Agustus 1989, RCTI sebagai stasiun televisi swasta pertama di Indonesia mulai mengudara secara terrestrial di Jakarta. Menayangkan berbagai macam program acara hiburan, informasi dan berita yang dikemas dengan

menarik. RCTI tumbuh dengan cepat menjadi agen perubahan dan pembaharu dalam dinamika sosial masyarakat di Indonesia.

Saat ini RCTI merupakan stasiun televisi yang memiliki jaringan terluas di Indonesia. Melalui 48 stasiun relay-nya program-program RCTI disaksikan oleh sekitar 180 juta pemirsa yang tersebar di 302 kota di seluruh Nusantara, atau kira-kira 80 % dari jumlah penduduk Indonesia. Kondisi demografi ini disertai rancangan program-program menarik diikuti rating yang bagus, menarik minat pengiklan untuk menayangkan promo mereka di RCTI.

Sejak awal, cita-cita RCTI adalah menciptakan serangkaian acara unggulan dalam satu saluran, yang memungkinkan para pengiklan memilih RCTI sebagai media iklan-iklan mereka. Cita-cita itu menjadi nyata karena sejak berdiri hingga saat ini RCTI senantiasa menjadi market leader. Hingga tahun 2007, RCTI tetap mempertahankan posisi market leader dengan pangsa pemirsa mencapai 17,9 % (ABC 5+) dan 17,5% (all demo). RCTI juga berhasil mempertahankan pangsa periklanan televisi tertinggi sebesar 15,2 % seperti dilaporkan oleh AGB Nielsen Media Research.

Di RCTI, kualitas bukanlah kata tanpa makna, melainkan harmonisasi dari kreatifitas, idealisme, kesungguhan, kerja keras, kebersamaan, dan do'a. Enam (6) aspek tersebut tercermin dan mewarnai program-program RCTI yang mengusung motto "Kebanggaan Bersama Milik Bangsa" namun tampil dalam kemasan yang "oke". Kualitas Program-program RCTI pada akhirnya mengantarkan RCTI untuk

selalu menjadi yang terdepan dalam industri penyiaran TV di Indonesia.

1. VISI

Visi dari RCTI adalah hadir sebagai “Media Utama Hiburan dan Informasi: Perkataan “utama” mengandung makna lebih dari yang “pertama” karena kata “pertama” hanya mencerminkan hierarki pada dimensi tertentu. Sedangkan kata “utama” mengandung unsure kemuliaan karena melibatkan aspek kualitas, integritas dan dedikasi. Media utama hiburan dan informasi memiliki makna bahwa RCTI unggul dalam hal kualitas materi dan penyajian program hiburan dan informasi. RCTI memperhatikan keseimbangan faktor bisnis dan tanggung jawab sosial atas sajian program-programnya. RCTI menjadi pilihan yang utama dari para “stakeholder” (karyawan, pemirsa, pengiklan, pemegang saham, pemasok, pesaing, perusahaan afiliasi, mitra strategis, masyarakat, dan penyelenggara Negara)

2. MISI

Misi dari RCTI adalah “Bersama Menyediakan Layanan Prima”. Interaksi kerja di perusahaan lebih mengutamakan semangat kebersamaan sebagai sebuah tim kerja yang kuat. Hal ini memungkinkan seluruh komponen perusahaan mulai dari level teratas sampai dengan level terbawah mampu bersama-sama terstimulasi, terkoordinasi dan tersistemasi memberikan karya terbaiknya demi mewujudkan pelayanan terbaik dan utama kepada “stakeholder”.

Yang disebut Tiga Pilar Utama oleh RCTI adalah:

- Keutamaan Dalam Kebersamaan
- Bersatu Padu
- Oke

Untuk mewujudkan visi dan misi perusahaan, ada 3 (tiga) nilai sebagai pilar utama yang menjadi motivasi, inspirasi dan semangat juang insan RCTI. Proses kerja dilakukan dengan semangat kebersamaan untuk sampai pada hasil yang mendapat pengakuan dari para “stake holder” atas kualitas integritas dan dedikasi yang ditampilkan (www.rcti.tv.id).

3. Deskripsi Program Berita Kriminal Sergap Di RCTI

Sergap adalah sebuah program berita yang ditayangkan di stasiun televisi RCTI di Indonesia. Sergap menyiarkan berita-berita kriminal yang terjadi setiap hari. Program berita kriminal ini diluncurkan pada 9 Oktober 2001. Konsep acara Sergap sendiri adalah sebagai pencerahan terhadap publik bahwa dalam berita kriminal, perbuatan kriminal itu adalah kejahatan yang dilakukan oleh satu orang yang hanya akan menyebabkan kesengsaraan pada banyak orang (www.wikipedia.org). Tayangan berita Sergap berdurasi kurang lebih 30 menit.

Pada awal kemunculannya Sergap hanya tayang satu kali dalam seminggu yaitu setiap hari Jumat pukul 11.00 WIB dengan Crisanty Suwarso sebagai presenternya. Pada 6 Juni 2005 RCTI membuat program Sergap Pagi yang disampaikan oleh dua orang presenter yaitu Andy Iskandar dan Zaldy Nurzaman.

Dengan adanya Sergap Pagi yang tayang pada pukul 06.30 WIB, maka sergap yang awalnya tayang pukul 11.00 WIB diganti jam tayangnya menjadi pukul 12.30 WIB. Namun program Sergap Pagi dihentikan dua tahun berikutnya yaitu pada tahun 2007.

Pada saat diluncurkan Sergap terdiri dari 4 segmen acara yaitu:

- Ungkap. Segmen ini berisi berita kriminal dan hukum terkini.
- Bidik. Segmen ini mengupas lebih dalam tentang sebuah berita yang materinya dianggap kuat.
- Justisia. Dialog interaktif seputar masalah kriminal.
- Galeri. Fiture atau kisah petugas kepolisian. (www.wikipedia.org)

Namun saat ini Sergap telah mengalami perubahan segmen acara. Saat ini segmen acara Sergap meliputi berita kriminal dan hukum terkini, Bang Napi, dan informasi orang hilang.

Kini Sergap disiarkan 7 hari dalam seminggu, Senin sampai dengan Minggu pada pukul 12.30-13.00 WIB dan dibawakan secara langsung oleh seorang presenter yaitu Ira Syarief, Ledy Simarmata, Trini Agustini, atau Winny Arnold. Yang menjadikan Sergap berbeda dengan program berita kriminal lainnya adalah kemunculan sosok Bang Napi disetiap akhir acara. Sosok Bang Napi sendiri divisualkan sebagai seorang narapidana yang berada di balik jeruji penjara, dengan badan yang kekar bertato serta bekas luka di wajahnya. Penampilan Bang

Napi juga dilengkapi dengan topeng. Tugas Bang Napi pada program berita Sergap adalah sebagai seseorang yang memberikan pesan moral bagi pemirsa. Pesan moral yang disampaikan tiap episodenya sesuai dengan isi tayangan Buser pada saat itu dan selalu diakhiri dengan kalimat yang sangat khas yaitu “kejahatan terjadi bukan hanya karena ada niat pelaku, tapi juga karena adanya kesempatan. Waspadalah waspadalah!”. Yang menegaskan agar pemirsanya selalu waspada dimana pun mereka berada, karena mereka bisa saja menjadi korban tindak kriminal. Bang Napi diperankan oleh Arie Broto dan terkadang juga diperankan oleh Siswanto.

Driantama, produser Sergap mengungkapkan bahwa tayangan berita kriminal Sergap cukup mendapat tempat dihati pemirsanya. Ini terbukti dengan banyaknya iklan yang masuk pada saat tayangan Sergap. Pemasukan iklan Sergap mendekati program Seputar Indonesia (majalah.tempointeraktif.com)

C. Deskripsi SCTV (Surya Citra Televisi)

Bermula dari Jl. Darmo Permai, Surabaya, Agustus 1990, siaran SCTV diterima secara terbatas untuk wilayah Gerbang Kertosusila (Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Surabaya, Sidoardjo dan Lamongan) yang mengacu pada izin Departemen Penerangan No.1415/RTF/K/IX/1989 dan SK No.150/SP/DIR/TV/1990. Satu tahun kemudian, 1991, pancaran siaran SCTV meluas mencapai Pulau Dewata, Bali dan sekitarnya.

Baru pada tahun 1993, berbekal SK Menteri Penerangan No 111/1992

SCTV melakukan siaran nasional ke seluruh Indonesia. Untuk mengantisipasi perkembangan industri televisi dan juga dengan mempertimbangkan Jakarta sebagai pusat kekuasaan maupun ekonomi, secara bertahap mulai tahun 1993 sampai dengan 1998, SCTV memindahkan basis operasi siaran nasionalnya dari Surabaya ke Jakarta.

Pada tahun 1999 SCTV melakukan siarannya secara nasional dari Jakarta. Sementara itu, mengantisipasi perkembangan teknologi informasi yang kian mengarah pada konvergensi media SCTV mengembangkan potensi multimediana dengan meluncurkan situs <http://www.liputan6.com>, <http://www.liputanbola.com> Melalui ketiga situs tersebut, SCTV tidak lagi hanya bersentuhan dengan masyarakat Indonesia di wilayah Indonesia, melainkan juga menggapai seluruh dunia. Dalam perkembangan berikutnya, melalui induk perusahaan PT. Surya Citra Media Tbk (SCM), SCTV mengembangkan potensi usahanya hingga mancanegara dan menembus batasan konsep siaran tradisional menuju konsep industri media baru.

SCTV menyadari bahwa eksistensi industri televisi tidak dapat dipisahkan dari dinamika masyarakat. SCTV menangkap dan mengekspresikannya melalui berbagai program berita dan feature produksi Divisi Pemberitaan seperti Liputan 6 (Pagi, Siang, Petang dan Malam), Buser, Topik Minggu Ini, Sigi dan sebagainya. SCTV juga memberikan arahan kepada pemirsa untuk memilih tayangan yang sesuai. Untuk itu, dalam setiap tayangan SCTV di pojok kiri atas ada bimbingan untuk orangtua sesuai dengan ketentuan UU Penyiaran No: 32/2002 tentang

Penyiaran yang terdiri dari BO (Bimbingan Orangtua), D (Dewasa) dan SU (Semua Umur). Jauh sebelum ketentuan ini diberlakukan, SCTV telah secara selektif menentukan jam tayang programnya sesuai dengan karakter programnya.

Dalam kurun waktu perjalanannya yang panjang, berbagai prestasi diraih dari dalam dan luar negeri antara lain: Asian Television Awards (2004 untuk program kemanusiaan Titian Kasih (Pijar), 1996 program berita anak-anak Krucil), Majalah Far Eastern Economic Review (3 kali berturut-turut sebagai satu dari 200 perusahaan terkemuka di Asia Pasific), Panasonic Awards (untuk program berita, pembaca berita dan program current affair pilihan pemirsa) dan sebagainya. Semua itu menjadikan SCTV kian dewasa dan matang. Untuk itu, manajemen SCTV memandang perlu menegaskan kembali identitas dirinya sebagai stasiun televisi keluarga. Maka sejak Januari 2005, SCTV mengubah logo dan slogannya menjadi lebih tegas dan dinamis: **Satu Untuk Semua**. Melalui 47 stasiun transmisi, SCTV mampu menjangkau 240 kota dan menggapai sekitar lebih dari 175 juta potensial pemirsa. Dinamika ini terus mendorong SCTV untuk selalu mengembangkan profesionalisme sumber daya manusia agar dapat senantiasa menyajikan layanan terbaik bagi pemirsa dan mitra bisnisnya.

SCTV telah melakukan transisi ke platform siaran dan produksi digital, yang merupakan bagian dari kebijakan untuk secara konsisten mengadopsi kecanggihan teknologi dalam meningkatkan kinerja dan efisiensi operasional. Dalam semangat yang sama, kebijakan itu telah meletakkan penekanan yang kokoh pada pembinaan kompetensi individu di seluruh aspek untuk mempertajam

basis pengetahuan seraya memupuk talenta, kreativitas dan inisiatif. Inilah kunci untuk memperkuat posisi SCTV sebagai salah satu dari stasiun penyiaran terkemuka di Indonesia

1. VISI SCTV

Menjadi stasiun televisi unggulan yang memberikan kontribusi terhadap pembangunan dan pencerdasan kehidupan bangsa.

2. MISI SCTV

Membangun SCTV sebagai jaringan stasiun televisi swasta terkemuka di Indonesia dengan :

- b. Menyediakan beragam program yang kreatif, inovatif dan berkualitas yang membangun bangsa.
- c. Melaksanakan tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*).
- d. Memberikan nilai tambah kepada seluruh stakeholder (www.sctv.co.id).

3. Deskripsi Program Berita Kriminal Buser Di SCTV

BUSER adalah sebuah acara televisi di SCTV. Acara ini merupakan acara berita mengenai tindak kejahatan yang terjadi di JABOTABEK (JAKarta BOgor TAngerang BEkasi depoK) maupun di seluruh Nusantara. Buser pertama kali tayang pada April 2002 dengan presenter Eva Yunizar. Konsep Buser sendiri adalah acara yang dibuat setiap hari untuk memberikan informasi kepada

masyarakat bahwa ada titik-titik rawan di sekitar rumah kita, di tempat kita lewat, atau di tempat kerja (www.wikipedia.org).

Pada awal penayangannya acara ini disiarkan oleh SCTV setiap hari Senin sampai dengan Jumat pada pukul 11.30 hingga 12.00 WIB, tapi sekarang Buser hadir dari hari Senin hingga Sabtu masih pada jam yang sama. Sebagai penutup acara Buser mempunyai segmen informasi tentang orang hilang orang hilang di akhir acara.

Setiap kali tayang berita kriminal Buser dibawakan oleh seorang presenter. Saat ini yang menjadi presenter Buser adalah Joy Astro yang juga merupakan asisten produser dalam program berita kriminal Buser, David Silahooij, dan Winny Arnold.

Meskipun banyak pihak yang mengkritik tentang acara semacam Buser, tapi pada kenyataannya acara seperti itu masih banyak diminati pemirsa. Ini dibuktikan dengan banyaknya iklan yang masuk pada setiap penayangan Buser. Program Buser sendiri menjadi salah satu kebanggaan SCTV dalam hal rating (www.lkm-mediawatch.org).

BAB III

IDENTITAS RESPONDEN, DESKRIPSI VARIABEL GRATIFICATION SOUGHT, MEDIA USE, DAN GRATIFICATION OBTAINED

A. Identitas Responden

Responden dalam penelitian ini sudah jelas yaitu mahasiswa Fakultas Hukum UNS semester 4-8 yang berarti mahasiswa angkatan 2005-2007. Jumlah sampel tiap angkatan juga telah ditentukan dengan penghitungan menggunakan rumus. Dalam kuesioner, untuk identitas responden hanya mengisi nama, jenis kelamin dan tahun angkatan agar memudahkan peneliti dalam mengolah data.

1). Karakteristik responden menurut jenis kelamin

Dari data yang diperoleh dari kuesioner, maka diketahui responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 41 dengan persentase sebesar 47%, dan responden yang berjenis kelamin perempuan sejumlah 47 responden dengan persentase 53%.

Tabel 3

Karakter Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	F	%
Laki-laki	41	46.6
Perempuan	47	53.4
Jumlah	699	100%

Sumber: Kuesioner Pertanyaan No.2

2). Karakteristik responden menurut tahun angkatan

Dari 699 mahasiswa Fakultas Hukum UNS yang masih aktif kuliah, terdiri dari 3 angkatan yaitu 2005, 2006, dan 2007 diperoleh sampel sebesar 88. Karena dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel *Stratified Random Sampling*, maka jumlah sampel tiap angkatan sudah ditentukan dan sudah terpenuhi. Jumlah pastinya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4
Proporsi Jumlah Sampel Masing-masing Angkatan

No	Tahun angkatan mahasiswa	Jumlah sampel
1	Tahun angkatan 2005	$241/669 \times 88 = 30$
2	Tahun angkatan 2006	$228/669 \times 88 = 29$
3	Tahun angkatan 2007	$230/669 \times 88 = 29$
JUMLAH		88

Sumber: Kuesioner Pertanyaan No.3

B. Variabel Kepuasan yang Diharapkan (Gratification Sought)

Gratification Sought (GS) merupakan kepuasan yang dicari atau diharapkan dari sejumlah kebutuhan individu melalui penggunaan media massa. GS dalam penelitian ini merupakan kebutuhan-kebutuhan yang dicari pemuasannya melalui media massa televisi khususnya pada program berita kriminal Sergap di RCTI dan Buser di SCTV. Kebutuhan-kebutuhan tersebut adalah *Surveillance* yaitu menonton tayangan berita kriminal Sergap dan Buser untuk memperoleh informasi mengenai kasus-kasus kriminal aktual yang terjadi

di masyarakat, *Personal Identity or Individual Psychology* yaitu menonton tayangan berita kriminal Sergap dan Buser untuk dijadikan titik perbandingan langsung serta referensi untuk menghadapi kehidupan nyata, *Personal Relationship* yaitu menonton tayangan berita kriminal Sergap dan Buser untuk dijadikan pendapat dalam berbincang dengan orang lain, serta *Diversion* yaitu menonton tayangan berita kriminal Sergap dan Buser untuk melepaskan diri dari tekanan rutinitas atau bersantai dan melupakan persoalan yang dihadapi.

Pada variabel GS terdapat enam pertanyaan dan pada masing-masing item pertanyaan terdapat tiga alternatif jawaban dengan tiga skor berbeda yang dapat dipilih responden yang akan menyatakan seberapa kuat keinginan responden untuk memuaskan kebutuhannya melalui tayangan berita kriminal Sergap di RCTI dan Buser di SCTV. Ketiga skala tersebut yaitu, penting (skor 3), cukup penting (skor 2), dan tidak penting (skor 1). Penting berarti responden sangat ingin untuk mencari kepuasan atas kebutuhannya melalui tayangan berita kriminal Sergap dan Buser. Cukup penting berarti responden tidak terlalu ingin mencari kepuasan kebutuhannya melalui tayangan berita kriminal Sergap dan Buser. Dan tidak penting artinya responden tidak ingin mencari kepuasan kebutuhannya melalui tayangan berita kriminal Sergap dan Buser.

Dari ketentuan skor diatas, maka akan diperoleh nilai tertinggi $6 \times 3 = 18$ (sebagai batas atas) dan nilai terendah $6 \times 1 = 6$ (sebagai batas bawah). Dengan tiga kelas yang menyatakan tingkatan tingginya harapan responden untuk memuaskan kebutuhannya dengan berita kriminal tersebut maka diperoleh range (jarak)

interval :

$$i = \frac{\text{Batas atas} - \text{batas bawah}}{\text{Jumlah kelas}}$$

$$i = \frac{18-6}{3}$$

$$i = 4$$

Kategori ketiga kelas tingkat kepuasan yang diharapkan responden adalah sebagai berikut:

- Tinggi (15-18), artinya responden mengharapkan pemuasan kebutuhan melalui tayangan Sergap dan Buser
- Sedang (11-14), artinya responden kurang begitu mengharapkan pemuasan kebutuhan melalui tayangan Sergap dan Buser
- Rendah (6-10), artinya responden tidak mengharapkan pemuasan kebutuhan melalui tayangan Sergap dan Buser.

Dari kuesioner yang telah diisi oleh responden, maka diperoleh data yang menjelaskan bahwa kebutuhan untuk memperoleh informasi mengenai kasus-kasus kriminal aktual yang terjadi di masyarakat dianggap penting untuk dicarikan kepuasannya oleh responden dengan menonton program berita kriminal Sergap di RCTI dan Buser di SCTV. Responden juga menganggap penting kebutuhan bahwa berita kriminal untuk dijadikan referensi dalam menghadapi kehidupan nyata, untuk dijadikan titik perbandingan langsung dengan kehidupan nyata, untuk

melupakan persoalan yang dihadapi dan untuk dijadikan pendapat dalam berbincang dengan orang lain. Sedangkan kebutuhan untuk melepaskan diri dari tekanan rutinitas atau bersantai dianggap sangat penting untuk dipuaskan.

Untuk lebih jelasnya data-data tersebut diatas disajikan dalam bentuk tabel seperti berikut:

Tabel 5
Tingkat kepuasan yang diharapkan (GS) responden dari media secara umum

No	Jenis Gratification Sought	Penting		Cukup		Tidak	
		F	%	F	%	F	%
1	untuk memperoleh informasi mengenai kasus-kasus kriminal aktual yang terjadi di masyarakat	22	25	49	55.7	17	19.3
2	untuk dijadikan referensi dalam menghadapi kehidupan nyata	40	45.5	48	54.5	0	0
3	untuk dijadikan titik perbandingan langsung dengan kehidupan nyata	25	28.4	36	40.9	27	30.7
4	untuk dijadikan pendapat dalam berbincang dengan orang lain	24	27.3	48	54.5	16	18.2
5	untuk melepaskan diri dari tekanan rutinitas atau bersantai	44	50	34	38.6	10	11.4
6	untuk melupakan persoalan yang dihadapi.	32	36.4	48	54.5	8	9.1

Sumber: diolah dari jawaban kuesioner no 4-9

Berikut ini penjelasan dari masing-masing indikator dalam variabel GS:

- 1). Kebutuhan responden untuk memperoleh informasi mengenai kasus-kasus kriminal aktual yang terjadi di masyarakat

Tabel 6

Kebutuhan responden untuk memperoleh informasi mengenai kasus-kasus kriminal aktual yang terjadi di masyarakat

Kategori	F	%
Penting	22	25
Cukup penting	49	55.7
Tidak penting	17	19.3
Jumlah	88	100

Sumber: Tabel 5

Dari tabel diatas diketahui bahwa kebutuhan responden untuk memperoleh informasi mengenai kasus-kasus kriminal aktual yang terjadi di masyarakat cenderung dianggap sebagai kebutuhan yang cukup penting untuk dicarikan kepuasannya dalam menonton program berita kriminal Sergap di RCTI dan Buser di SCTV, karena hampir separuh dari keseluruhan responden dalam penelitian ini menyatakan kebutuhan tersebut ke dalam skala cukup penting.

Hal tersebut wajar karena Sergap di RCTI dan Buser di SCTV merupakan program berita kriminal yang memberikan informasi kepada masyarakat mengenai tindak kejahatan/kriminal yang actual yang terjadi di dalam masyarakat.

2). Kebutuhan responden untuk dijadikan referensi dalam menghadapi kehidupan nyata

Tabel 7

Kebutuhan responden untuk dijadikan referensi dalam menghadapi kehidupan nyata

Kategori	F	%
Penting	40	45.5

Cukup penting	48	54.5
Tidak penting	0	0
Jumlah	88	100

Sumber: Tabel 5

Dari tabel di atas diketahui bahwa sebagian besar responden merasa kebutuhan mereka untuk menjadikan berita kriminal yang ditayangkan pada Sergap di RCTI dan Buser di SCTV sebagai referensi dalam menghadapi kehidupan nyata adalah cukup penting. Karena begitu banyaknya jenis, cara, dan motif kejahatan yang ada dewasa ini, hal itu bisa dinilai wajar.

Dengan menonton Sergap dan Buser maka mereka berharap akan mendapatkan informasi yang dapat mereka jadikan sebagai referensi dalam menghadapi kehidupan nyata agar mereka lebih waspada dan bisa terhindar dari tindak kejahatan yang bisa saja terjadi di sekitar kita bahkan mungkin juga sedang mengancam kita.

- 3). Kebutuhan responden untuk dijadikan titik perbandingan langsung dengan kehidupan nyata

Tabel 8

Kebutuhan responden untuk dijadikan titik perbandingan langsung dengan kehidupan nyata

Kategori	F	%
Penting	25	28.4
Cukup penting	36	40.9
Tidak penting	27	30.7
Jumlah	88	100

Sumber: Tabel 5

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar dari responden yaitu 36 dari 88 responden menyatakan jika kebutuhan mereka untuk menjadikan berita kriminal sebagai titik perbandingan langsung dengan kehidupan nyata adalah cukup penting. Sebagian besar tindak kejahatan/kriminal terjadi di kota-kota besar dan berkembang. Namun juga tidak menutup kemungkinan bahwa di daerah pun bisa saja terjadi tindak kejahatan. Karena pada dasarnya tindak kejahatan bisa terjadi dimana saja dan kapan saja. Jadi wajar jika responden menjadikan berita kriminal yang ditayangkan dalam *Sergap* di RCTI dan *Buser* di SCTV sebagai titik perbandingan dengan kehidupan nyata yang mereka jalani sehari-hari.

- 4). Kebutuhan responden untuk dijadikan pendapat dalam berbincang dengan orang lain

Tabel 9
Kebutuhan responden untuk dijadikan
pendapat dalam berbincang dengan orang lain

Kategori	F	%
Penting	24	27.3
Cukup penting	48	54.5
Tidak penting	16	18.2
Jumlah	88	100

Sumber: Tabel 5

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa responden merasa cukup penting

untuk menjadikan berita kriminal sebagai pendapat dalam pembicaraan dengan orang lain. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Hukum UNS yang memang belajar mengenai hukum yang memang berkaitan erat dengan kriminal. Kadang kala mereka juga mendapatkan tugas kuliah untuk menganalisa kasus-kasus hukum dan kriminal yang sedang terjadi dan menjadi pemberitaan di media massa. Jadi sangat wajar jika mereka menjadikan berita kriminal sebagai salah satu bahan referensi pendapat dalam topik perbincangan mereka.

- 5). Kebutuhan responden untuk melepaskan diri dari tekanan rutinitas atau bersantai

Tabel 10
Kebutuhan responden untuk melepaskan diri
dari tekanan rutinitas atau bersantai

Kategori	F	%
Penting	44	50
Cukup penting	34	38.6
Tidak penting	10	11.4
Jumlah	88	100

Sumber: Tabel 5

Tabel 10 menunjukkan bahwa 44 responden mengharapkan pemenuhan akan kebutuhan mereka untuk melepaskan diri dari rutinitas atau bersantai. Bersantai memang diperlukan setelah kita melakukan berbagai macam aktifitas yang mungkin terasa melelahkan. Menonton berita kriminal di televisi juga bisa dijadikan sarana untuk bersantai melepaskan diri dari kepenatan rutinitas. Apalagi Sergap di RCTI dan Buser di SCTV memang tayang pada jam dimana kita bisa untuk istirahat siang. Jadi tayangan ini terasa pas jika dijadikan sarana untuk

bersantai. Dengan demikian sangat wajar jika responden begitu mengharapkan pemenuhan kepuasan atas kebutuhan bersantai mereka dari Sergap dan Buser.

6). Kebutuhan responden untuk melupakan persoalan yang dihadapi.

Tabel 11
Kebutuhan responden untuk
melupakan persoalan yang dihadapi

Kategori	F	%
Penting	32	36.4
Cukup penting	48	54.5
Tidak penting	8	9.1
Jumlah	88	100

Sumber: Tabel 5

Sebanyak 48 responden menyatakan bahwa kebutuhan mereka untuk melupakan persoalan yang dihadapi berada pada skala cukup penting. Setiap orang hidup pasti lah mempunyai persoalan, baik itu masalah yang ringan hingga yang berat, dan orang mempunyai cara yang berbeda-beda untuk melupakan sejenak atau pun mengalihkan perhatiannya dari persoalan yang sedang mereka hadapi. Sebagian besar dari responden dalam penelitian ini mengharapkan mereka bisa melupakan sejenak permasalahan yang sedang mereka hadapi dengan menonton berita kriminal Sergap di RCTI dan Buser di SCTV. Dengan demikian perhatian mereka akan teralihkan meski hanya sejenak dan mereka harus menghadapi kembali masalah mereka setelahnya.

Berdasarkan uraian dari masing-masing indikator pada variabel *Gratification Sought* diatas, dari 6 indikator yang ada ternyata hanya satu

kebutuhan yang berada dalam skala penting yaitu kebutuhan untuk bersantai. Lima kebutuhan lainnya yaitu kebutuhan untuk memperoleh informasi mengenai kasus-kasus kriminal aktual yang terjadi di masyarakat, untuk dijadikan titik perbandingan langsung maupun referensi untuk menghadapi kehidupan nyata, untuk dijadikan pendapat dalam berbincang dengan orang lain, serta untuk melupakan persoalan yang dihadapi berada pada skala cukup penting.

Tabel berikutnya akan menyajikan mengenai gambaran seberapa besar tingkat kepuasan secara keseluruhan yang diharapkan oleh responden terhadap program berita kriminal *Sergap* di RCTI dan *Buser* di SCTV.

Tabel 12
Kategori tingkat kepuasan yang diharapkan responden

Kategori	Frekuensi
Tinggi (skor 15-18)	31
Sedang (skor 11-14)	45
Rendah (skor 6-10)	12

Sumber: diolah dari jawaban kuesioner no 4-9

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa responden mengharapkan agar kebutuhan-kebutuhan mereka untuk memperoleh informasi mengenai kasus-kasus kriminal aktual yang terjadi di masyarakat, untuk dijadikan referensi dalam menghadapi kehidupan nyata, untuk dijadikan titik perbandingan langsung dengan kehidupan nyata, untuk dijadikan pendapat dalam berbincang dengan orang lain, untuk melepaskan diri dari tekanan rutinitas atau bersantai, dan untuk melupakan

persoalan yang dihadapi dapat cukup terpenuhi atau terpuaskan dengan menonton program berita kriminal Sergap di RCTI dan Buser di SCTV.

C. Variabel Penggunaan Media (*Media Use*)

Pola penggunaan media dapat kita lihat sebagai suatu upaya untuk memuaskan kebutuhan dengan menonton televisi pada program berita kriminal Buser di RCTI dan Sergap di SCTV yang dilakukan secara berulang-ulang. Pola penggunaan media tersebut dapat kita lihat melalui indikator-indikator sebagai berikut:

1). Frekuensi

Yaitu seberapa sering responden menonton program berita kriminal Sergap dan Buser dalam kurun waktu 1 minggu.

Frekuensi menonton Sergap

Tinggi = bila responden menonton 5-7 kali dalam 1 minggu

Sedang = bila responden menonton 3-4 kali dalam 1 minggu

Rendah = bila responden menonton 1-2 kali dalam 1 minggu

i. Frekuensi menonton Buser

Tinggi = bila responden menonton 5-6 kali dalam 1 minggu

Sedang = bila responden menonton 3-4 kali dalam 1 minggu

Rendah = bila responden menonton 1-2 kali dalam 1 minggu

Distribusi frekuensi responden dalam menonton program berita kriminal Sergap di RCTI dan Buser di SCTV dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 13

Frekuensi responden menonton Sergap di RCTI dan Buser di SCTV

Frekuensi menonton berita	Sergap		Buser	
	F	%	F	%
Tinggi	29	32.9	21	21.4
Sedang	49	55.7	53	60.5
Rendah	10	11.4	14	16.1

Sumber: jawaban kuesioner pertanyaan no 10 dan 11

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa responden memilih skala sedang, baik untuk program Sergap di RCTI maupun Buser di SCTV. Dengan kenyataan seperti itu, maka baik Sergap maupun Buser sama-sama menyampaikan informasi terbaru yang bisa membuat rasa keingintahuan responden pada berita kriminal sehingga responden mau memberikan waktunya untuk menonton kedua program acara berita kriminal tersebut.

2). Curahan Waktu

Yaitu selesai atau tidaknya responden dalam setiap menonton program berita kriminal Sergap di RCTI dan Buser di SCTV. Curahan waktu dihitung dengan cara sebagai berikut:

Tinggi = bila selalu mengikuti sampai selesai

Sedang = bila kadang mengikuti sampai selesai

Rendah = bila tidak pernah mengikuti sampai selesai

Tabel 14
Curahan waktu responden untuk menonton

Curahan waktu menonton berita	Sergap		Buser	
	F	%	F	%
Tinggi	17	19.3	15	17.1
Sedang	57	64.8	56	63.6
Rendah	14	15.9	17	19.3

al Sergap di RCTI dan Buser di SCTV

Sumber: jawaban kuesioner

pertanyaan no 12 dan 13

Tabel diatas menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada skala sedang dalam hal curahan waktu untuk menonton Sergap di RCTI dan Buser di SCTV. Dari data tersebut dapat kita ketahui bahwa sebagian besar responden yaitu lebih dari 60% hanya kadang-kadang mengikuti Sergap di RCTI dan Buser di SCTV hingga selesai. Kurang dari 20% responden yang menonton hingga selesai, dan sisanya bahkan tidak pernah selesai dalam setiap kali menonton Sergap di RCTI dan Buser di SCTV. Hal tersebut dapat kita maklumi karena setiap orang mempunyai titik jenuh yang berbeda dalam melakukan setiap aktifitas, bila sudah jenuh terhadap suatu aktifitas maka orang akan meninggalkan aktifitas tersebut, termasuk juga dalam hal menonton berita kriminal.

3). Intensitas

Intensitas responden dalam menyaksikan program berita kriminal Sergap dan Buser, diukur dengan menggunakan indikator ada tidaknya aktifitas lain yang dikerjakan oleh responden saat menyaksikan tayangan berita kriminal Sergap di RCTI dan Buser di SCTV, dengan kategori sebagai berikut:

Tinggi = bila tidak pernah disertai aktifitas lain

Sedang = bila kadang-kadang disertai aktifitas lain

Rendah = bila selalu disertai aktifitas lain

Dari jawaban kuesioner yang telah diolah, maka dapat dilihat intensitas responden dalam menyaksikan program berita kriminal Sergap di RCTI dan Buser di SCTV seperti pada tabel berikut:

Tabel 15
Intensitas responden menonton Sergap di RCTI dan Buser di SCTV

Intensitas menonton berita	Sergap		Buser	
	F	%	F	%
Tinggi	18	20.4	15	17.1
Sedang	57	64.8	56	63.6
Rendah	13	14.8	17	19.3
jumlah	88	100	88	100

Sumber: jawaban kuesioner pertanyaan no 14 dan 15

Tabel diatas menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada skala sedang dalam hal intensitas menonton berita kriminal Sergap di RCTI dan Buser di SCTV. Selain itu dari tabel diatas juga dapat kita lihat bahwa frekuensi responden dengan intensitas tinggi dalam menonton berita kriminal Sergap di RCTI lebih tinggi angkanya dibandingkan dengan Buser di SCTV. Hal ini menunjukkan bahwa Sergap di RCTI lebih menarik responden untuk menyimak berita yang disajikan dari pada Buser di SCTV.

D. Variabel Kepuasan yang Diperoleh (*Gratifications Obtained*)

Variabel kepuasan yang diperoleh (GO) dalam penelitian ini diukur dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang sama seperti pada GS kepada responden, tetapi lebih dikhususkan lagi dengan lebih menunjuk pada media

televisi dan program acaranya yaitu *Sergap* di RCTI dan *Buser* di SCTV. Hal ini untuk mengetahui besar nilai GO yang diperoleh untuk masing-masing tayangan berita kriminal *Sergap* di RCTI dan *Buser* di SCTV.

Pada variabel GS terdapat 6 pertanyaan. Pertanyaan yang diajukan pada masing-masing program berita kriminal adalah sama dengan pertanyaan yang diberikan pada *Gratification Sought*. Hanya saja lebih mengarah pada masing-masing berita kriminal *Sergap* dan *Buser*. Pada masing-masing item pertanyaan terdapat 3 alternatif jawaban dengan 3 skor berbeda yang dapat dipilih responden yang akan menyatakan kepuasan yang mereka dapatkan akan masing-masing kebutuhan mereka melalui tayangan berita kriminal *Sergap* di RCTI dan *Buser* di SCTV. Ketiga skala tersebut yaitu, memuaskan (skor 3), cukup memuaskan (skor 2), dan tidak memuaskan (skor 1). Memuaskan berarti responden merasa kebutuhannya dapat terpenuhi melalui tayangan berita kriminal *Sergap* dan *Buser*. Cukup memuaskan berarti responden tidak terlalu puas dengan apa yang mereka peroleh melalui tayangan berita kriminal *Sergap* di RCTI dan *Buser* di SCTV untuk memuaskan kebutuhannya. Dan tidak memuaskan artinya responden merasa bahwa tayangan berita kriminal *Sergap* di RCTI dan *Buser* di SCTV tidak dapat memuaskan kebutuhan mereka.

Dari ketentuan skor diatas, maka untuk masing-masing program berita kriminal *Sergap* di RCTI dan *Buser* di SCTV akan diperoleh nilai tertinggi $3 \times 6 = 18$ (sebagai batas atas) dan nilai terendah $6 \times 1 = 6$ (sebagai batas bawah). Dengan 3 kelas yang menyatakan tingginya harapan responden untuk memuaskan

kebutuhannya dengan berita kriminal tersebut maka diperoleh range (jarak) interval :

$$i = \frac{\text{Batas atas} - \text{batas bawah}}{\text{Jumlah kelas}}$$

$$i = \frac{18-6}{3}$$

$$i = 4$$

Kategori ketiga kelas tingkat kepuasan yang diharapkan responden adalah sebagai berikut:

- Tinggi (15-18), artinya responden merasa kebutuhannya terpuaskan melalui tayangan Sergap di RCTI dan Buser di SCTV
- Sedang (11-14), artinya responden merasa kebutuhannya cukup terpuaskan melalui tayangan Sergap di RCTI dan Buser di SCTV
- Rendah (6-10), artinya responden merasa kebutuhannya tidak terpuaskan melalui tayangan Sergap di RCTI dan Buser di SCTV

Dari kuesioner yang telah diisi oleh responden, maka diperoleh data mengenai kepuasan yang didapatkan responden (GO) setelah menonton Sergap di RCTI dan Buser di SCTV. Data dari masing-masing acara dapat kita lihat dalam tabel berikut:

Tabel 16

Kepuasan yang didapatkan responden dari Sergap di RCTI dan Buser di SCTV

No	Jenis Gratification Obtained	Berita kriminal	Memuaskan		Cukup memuaskan		Tidak memuaskan	
			F	%	F	%	F	%
1	untuk memperoleh informasi mengenai kasus-kasus kriminal aktual yang terjadi di masyarakat	Sergap	43	48.9	38	43.2	7	7.9
		Buser	43	48.9	38	43.2	7	7.9
2	untuk dijadikan referensi dalam menghadapi kehidupan nyata	Sergap	29	33	42	47.7	17	19.3
		Buser	26	29.5	48	54.6	14	15.9
3	untuk dijadikan titik perbandingan langsung dengan kehidupan nyata	Sergap	22	25	52	59.1	14	15.9
		Buser	23	26.1	48	54.6	17	19.3
4	untuk dijadikan pendapat dalam berbincang dengan orang lain	Sergap	23	26.1	40	45.5	25	28.4
		Buser	22	23.9	42	48.8	24	27.3
5	untuk melepaskan diri dari tekanan rutinitas atau bersantai	Sergap	8	9.1	56	63.6	24	27.3
		Buser	6	6.8	60	68.2	22	25
	untuk melupakan	Sergap	6	6.8	57	64.8	25	28.4

6	persoalan yang dihadapi.	Buser	2	2.3	50	56.8	36	40.9
---	--------------------------	-------	---	-----	----	------	----	------

Sumber: diolah dari jawaban kuesioner no 16-21

Berikut ini penjelasan dari masing-masing variabel dalam *Gratification Obtained*:

- 1). Kebutuhan responden untuk memperoleh informasi mengenai kasus-kasus kriminal aktual yang terjadi di masyarakat

Tabel 17

Kepuasan yang didapatkan responden untuk memperoleh informasi mengenai kasus-kasus kriminal aktual yang terjadi di masyarakat melalui Sergap di RCTI dan Buser di SCTV

Tingkat kepuasan yang didapatkan	Sergap		Buser	
	F	%	F	%
Tinggi	43	48.9	43	48.9
Sedang	38	43.2	38	43.2
Rendah	7	7.9	7	7.9
jumlah	88	100	88	100

Sumber: Tabel 16

Dari tabel di atas dapat kita lihat di masing-masing berita kriminal Sergap di RCTI dan Buser di SCTV sebanyak 43 dari 88 responden merasa bahwa kedua tayangan berita tersebut mampu memuaskan keinginan responden untuk memperoleh informasi mengenai kasus-kasus kriminal aktual yang terjadi di

masyarakat. Dari tabel di atas juga terlihat bahwa baik Sergap maupun Buser memiliki kemampuan yang sama dalam memuaskan kebutuhan responden untuk memperoleh informasi mengenai kasus-kasus kriminal aktual yang terjadi di masyarakat. Hal tersebut terlihat dari distribusi frekuensi pada semua skala kepuasan untuk Sergap maupun Buser menunjukkan angka yang sama.

- 2). Kebutuhan responden untuk dijadikan referensi dalam menghadapi kehidupan nyata

Tabel 18

Kepuasan yang didapatkan responden untuk dijadikan referensi dalam menghadapi kehidupan nyata melalui Sergap di RCTI dan Buser di SCTV

Tingkat kepuasan yang didapatkan	Sergap		Buser	
	F	%	F	%
Tinggi	29	33	26	29.5
Sedang	42	47.7	48	54.6
Rendah	17	19.3	14	15.9
jumlah	88	100	88	100

Sumber: Tabel 16

Melalui berita kriminal baik Sergap di RCTI dan Buser di SCTV, responden merasa kebutuhan mereka untuk menjadikan berita kriminal yang di tayangkan sebagai referensi dalam menghadapi kehidupan nyata cukup terpuaskan. Hal tersebut dapat kita lihat melalui tabel yang menunjukkan lebih

dari 50% responden memilih skala sedang baik untuk Sergap dan Buser. Selain itu dari tabel juga bisa kita lihat bahwa ternyata responden merasa bahwa tayangan berita kriminal Buser di SCTV lebih mampu untuk dijadikan sebagai referensi dalam menghadapi kehidupan nyata dengan persentase kepuasan sebesar 54.6% dibandingkan Sergap di RCTI yang persentase kepuasannya sebesar 47.7%.

- 3). Kebutuhan responden untuk dijadikan titik perbandingan langsung dengan kehidupan nyata

Tabel 19

Kepuasan yang didapatkan responden untuk dijadikan titik perbandingan langsung dengan kehidupan nyata melalui Sergap di RCTI dan Buser di SCTV

Tingkat kepuasan yang didapatkan	Sergap		Buser	
	F	%	F	%
Tinggi	22	25	23	26.1
Sedang	52	59.1	48	54.6
Rendah	14	15.9	17	19.3
jumlah	88	100	88	100

Sumber: Tabel 16

Sebanyak 52 dan 48 responden menyatakan bahwa kebutuhan mereka akan berita kriminal untuk dijadikan titik perbandingan langsung dengan

kehidupan nyata cukup terpenuhi untuk masing-masing berita Sergap di RCTI dan Buser di SCTV. Untuk Sergap, 22 responden menyatakan puas dan 14 responden menyatakan tidak puas. Sedangkan untuk Buser, 23 responden menyatakan puas dan 17 responden menyatakan tidak puas. Tabel diatas menyajikan kenyataan bahwa untuk skala memuaskan, Buser lebih unggul dari Sergap, tapi untuk skala sedang dan rendah, Sergap lebih unggul dari Buser.

- 4). Kebutuhan responden untuk dijadikan pendapat dalam berbincang dengan orang lain

Tabel 20

Kepuasan yang didapatkan responden untuk dijadikan pendapat dalam berbincang dengan orang lain melalui Sergap di RCTI dan Buser di SCTV

Tingkat kepuasan yang didapatkan	Sergap		Buser	
	F	%	F	%
Tinggi	23	26.1	22	25
Sedang	40	45.5	42	47.7
Rendah	25	28.4	24	27.3
jumlah	88	100	88	100

Sumber: Tabel 16

Dari tabel diatas terlihat sebagian besar responden menyatakan bahwa kebutuhan mereka akan berita kriminal untuk dijadikan sebagai pendapat dalam berbincang dengan orang lain cukup terpuaskan baik oleh Sergap di RCTI maupun Buser di SCTV. Tetapi tayangan Buser di SCTV mendapatkan angka yang lebih tinggi yaitu 47.7 persen. Hal tersebut berarti bahwa sebagian besar responden menganggap Buser lebih memuaskan untuk dijadikan pendapat dalam berbincang dengan orang lain.

- 5). Kebutuhan responden untuk melepaskan diri dari tekanan rutinitas atau bersantai

Tabel 21
Kepuasan yang didapatkan responden untuk melepaskan diri
dari tekanan rutinitas atau bersantai melalui
Sergap di RCTI dan Buser di SCTV

Tingkat kepuasan yang didapatkan	Sergap		Buser	
	F	%	F	%
Tinggi	8	9.1	6	6.8
Sedang	56	63.6	60	68.2

Rendah	24	27.3	22	25
jumlah	88	100	88	100

Sumber: Tabel 16

Dari tabel diatas terlihat bahwa tayangan berita kriminal Buser di SCTV lebih mampu memuaskan responden dalam memenuhi kebutuhan untuk melepaskan diri dari rutinitas atau bersantai. Hal tersebut ditunjukkan dengan 60 responden menyatakan bahwa Buser cukup memuaskan. Sedangkan untuk tayangan berita kriminal Sergap di RCTI, hanya 56 responden yang menyatakan cukup terpuaskan.

Responden yang menyatakan bahwa kebutuhan untuk bersantai mereka terpuaskan melalui kedua berita kriminal tersebut lebih sedikit jika dibandingkan dengan responden yang menyakan ketidakpuasan mereka terhadap program berita Sergap dan Buser.

6). Kebutuhan responden untuk melupakan persoalan yang dihadapi.

Tabel 22

Kepuasan yang didapatkan responden untuk melupakan persoalan yang dihadapi melalui Sergap di RCTI dan Buser di SCTV

Tingkat kepuasan yang didapatkan	Sergap		Buser	
	F	%	F	%
Tinggi	6	6.8	2	2.3

Sedang	57	64.8	50	56.8
Rendah	25	28.4	36	40.9
jumlah	88	100	88	100

Sumber: Tabel 16

Sebagian besar responden menyatakan bahwa tayangan berita kriminal Sergap di RCTI dan Buser di SCTV cukup mampu untuk memuaskan kebutuhan mereka untuk melupakan persoalan yang dihadapi. Untuk Sergap sebanyak 57 responden merasa cukup terpuaskan, sedangkan 6 responden merasa puas dan 25 lainnya menyatakan tidak puas. Untuk Buser sebanyak 50 responden menyatakan cukup puas, 2 responden menyatakan puas, dan 36 sisanya menyatakan tidak puas. Dari data diatas dapat kita lihat bahwa tayangan Sergap dirasa lebih mampu untuk memuaskan responden dalam memenuhi kebutuhan mereka untuk melupakan persoalan yang sedang mereka hadapi.

BAB IV

DISCREPANCY

Discrepancy adalah kesenjangan kepuasan yaitu perbedaan antara kepuasan yang dicari dengan kepuasan yang diperoleh dari penggunaan suatu media. Dalam penelitian ini, kesenjangan kepuasan yang dimaksud adalah perbedaan kepuasan yang diharapkan dengan yang diperoleh setelah menonton tayangan berita kriminal Sergap di RCTI dan Buser di SCTV. Perbedaan inilah yang akan menunjukkan adanya kesenjangan kepuasan antara kedua program berita kriminal tersebut.

Seperti yang telah dijelaskan pada bab pendahuluan, untuk menghitung kesenjangan kepuasan digunakan *rumus Chi Kuadrat* sebagai berikut:

$$x^2 = \sum \left| \frac{(fo - fh)^2}{fh} \right|$$

Dimana : x^2 = Chi Kuadrat
 fo = Frekuensi yang diperoleh
 fh = Frekuensi yang diharapkan
 Σ = Sigma

Untuk menghitung kesenjangan kepuasan (*Discrepancy*) digunakan perhitungan tabulasi silang, dimana item-item pada *Gratification Sought* (GS) disilangkan dengan item-item pada *Gratification Obtained* (GO). Dengan begitu maka akan dapat diketahui persentase tingkat kesenjangan kepuasan yang diharapkan dan yang diperoleh responden dari media yang digunakan.

Pada kolom GS, tingkat harapan responden untuk mendapatkan kepuasan atas kebutuhan mereka melalui media dibagi ke dalam tiga skala (Perhitungan pembagian skala dapat dilihat pada halaman 48 untuk variabel GS dan halaman 59 untuk variabel GO). Skala tinggi jika responden menyatakan kebutuhan mereka penting untuk dipenuhi pemuasannya, skala sedang jika responden menyatakan cukup penting, dan skala rendah jika responden menyatakan kebutuhan tersebut tidak penting untuk dicarikan kepuasannya melalui media. Pada kolom GO juga terdapat tiga skala yang menyatakan kepuasan yang di dapatkan responden dari media. Skala tinggi jika responden merasa kebutuhan mereka terpuaskan, sedang untuk menyatakan cukup terpuaskan, dan rendah jika responden merasa tidak terpuaskan oleh media.

Kepuasan yang diperoleh responden tidak semuanya sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Ada yang benar-benar terpenuhi sesuai dengan harapan, tetapi ada juga yang mendapatkan kepuasan lebih rendah atau bahkan lebih tinggi dari yang mereka harapkan. Ketidaksesuaian antara kepuasan yang diharapkan dan yang diperoleh itu lah yang dihitung sebagai kesenjangan kepuasan.

Besar kecilnya tingkat kesenjangan menunjukkan kemampuan media dalam memberikan kepuasan kepada responden. Jika tingkat kesenjangan semakin besar maka kemampuan media dalam memberikan kepuasan adalah rendah. Begitu pula sebaliknya, jika kesenjangan semakin kecil berarti kemampuan media untuk memberikan kepuasan kepada respondennya semakin besar.

Selanjutnya untuk mengetahui besarnya kepuasan yang mampu diberikan

oleh masing-masing media kepada responden sesuai dengan kepuasan yang diharapkan, ditetapkan angka kepuasan maksimal sebesar 100% dan minimal 0%. dengan jumlah kelas yang telah ditentukan untuk semua variabel sebanyak 3 kelas, maka akan diperoleh jarak (interval) :

$$i = \frac{\text{Batas atas} - \text{batas bawah}}{\text{Jumlah kelas}}$$

$$i = \frac{100\% - 0\%}{3}$$

$$i = 33.33, \text{ untuk mempermudah perhitungan kemudian dibulatkan menjadi } 33$$

Kategori ketiga kelas tingkat kesenjangan kepuasan yang diharapkan responden adalah sebagai berikut:

- Tinggi (0% - 33%), artinya responden mendapatkan kepuasan tinggi
- Sedang (34% - 66%), artinya responden kurang merasa puas
- Rendah (67% -100%), artinya responden merasa tidak puas

Semakin besar angka kesenjangan, berarti semakin kecil kemampuan media dalam memberikan kepuasan kepada responden. Begitu pula sebaliknya, jika angka kesenjangan kepuasan semakin kecil, maka kemampuan media untuk memberikan kepuasan kepada responden semakin besar.

Berikut adalah perhitungan kesenjangan kepuasan yang diperoleh responden atas kebutuhan mereka dari masing-masing media, tabulasi silang perhitungan kesenjangan untuk masing-masing kebutuhan terlampir.

- 1) Kesenjangan kepuasan responden untuk memperoleh informasi mengenai kasus-kasus kriminal aktual yang terjadi di masyarakat

a. Sergap di RCTI

Kesenjangan kepuasan antara GS dengan GO:

$$\begin{aligned} &= \frac{12 + 2 + 28 + 5 + 9 + 8}{88} \times 100\% \\ &= 72.73 \% \end{aligned}$$

Kemampuan memberikan kepuasan:

$$100\% - 72.73\% = 27.27\%$$

b. Buser di SCTV

Kesenjangan kepuasan antara GS dengan GO:

$$\begin{aligned} &= \frac{12 + 2 + 26 + 5 + 9 + 8}{88} \times 100\% \\ &= 70.45 \% \end{aligned}$$

Kemampuan memberikan kepuasan:

$$100\% - 70.45\% = 29.55\%$$

- 2). Kebutuhan responden untuk dijadikan referensi dalam menghadapi kehidupan nyata

Sergap di RCTI

Kesenjangan kepuasan antara GS dengan GO:

$$\begin{aligned} &= \frac{22 + 7 + 18 + 10}{88} \times 100\% \\ &= 64.77\% \end{aligned}$$

Kemampuan memberikan kepuasan:

$$100\% - 64.77\% = 35.23\%$$

Buser di SCTV

Kesenjangan kepuasan antara GS dengan GO:

$$\begin{aligned} &= \frac{23 + 6 + 15 + 8 + 0 + 0}{88} \times 100\% \\ &= 59.09\% \end{aligned}$$

Kemampuan memberikan kepuasan:

$$100\% - 59.09\% = 40.91\%$$

- 3) Kebutuhan responden untuk dijadikan titik perbandingan langsung dengan kehidupan nyata

- Sergap di RCTI

Kesenjangan kepuasan antara GS dengan GO:

$$\begin{aligned} &= \frac{17 + 2 + 4 + 6 + 12 + 9}{88} \times 100\% \\ &= 56.81\% \end{aligned}$$

Kemampuan memberikan kepuasan:

$$100\% - 56.81\% = 43.19\%$$

- Buser di SCTV

Kesenjangan kepuasan antara GS dengan GO:

$$\begin{aligned} &= \frac{16 + 3 + 5 + 8 + 12 + 9}{88} \times 100\% \end{aligned}$$

$$= 60.23\%$$

Kemampuan memberikan kepuasan:

$$100\% - 60.23\% = 39.77\%$$

- 4) Kebutuhan responden untuk dijadikan pendapat dalam berbincang dengan orang lain

- a. Sergap di RCTI

Kesenjangan kepuasan antara GS dengan GO:

$$\begin{aligned} &= \frac{15 + 3 + 14 + 15 + 3 + 7}{88} \times 100\% \\ &= 64.77\% \end{aligned}$$

Kemampuan memberikan kepuasan:

$$100\% - 64.77\% = 35.23\%$$

- b. Buser di SCTV

Kesenjangan kepuasan antara GS dengan GO:

$$\begin{aligned} &= \frac{16 + 2 + 13 + 15 + 3 + 6}{88} \times 100\% \\ &= 62.5\% \end{aligned}$$

Kemampuan memberikan kepuasan:

$$100\% - 62.5\% = 37.5\%$$

- 5) Kebutuhan responden untuk melepaskan diri dari tekanan rutinitas atau bersantai

- o Sergap di RCTI

Kesenjangan kepuasan antara GS dengan GO:

$$= \frac{30 + 10 + 4 + 10 + 0 + 6}{88} \times 100\%$$

$$= 68.18\%$$

Kemampuan memberikan kepuasan:

$$100\% - 68.18\% = 31.82\%$$

- o Buser di SCTV

Kesenjangan kepuasan antara GS dengan GO:

$$= \frac{32 + 10 + 4 + 8 + 0 + 6}{88} \times 100\%$$

$$= 68.18\%$$

Kemampuan memberikan kepuasan:

$$100\% - 38.18\% = 31.82\%$$

- 6) Kebutuhan responden untuk melupakan persoalan yang dihadapi

- a. Sergap di RCTI

Kesenjangan kepuasan antara GS dengan GO:

$$= \frac{24 + 6 + 4 + 17 + 4}{88} \times 100\%$$

$$= 62.5\%$$

Kemampuan memberikan kepuasan:

$$100\% - 62.5\% = 37.5\%$$

- b. Buser di SCTV

Kesenjangan kepuasan antara GS dengan GO:

$$= \frac{21 + 9 + 0 + 23 + 0 + 4}{88} \times 100\%$$

88

= 64.77%

Kemampuan memberikan kepuasan:

$100\% - 64.77\% = 35.23\%$

Tabel 25

Gratification Sought (GS), Media Use (MU), dan Gratification Obtained (GO)

88 responden terhadap Sergap di RCTI dan Buser di SCTV

Tingkat kepuasan	GS	MU		GO	
		Sergap	Buser	Sergap	Buser
Tinggi	31	33	32	20	18
Sedang	45	41	43	43	45
Rendah	12	4	13	25	25
Jumlah	88	88	88	88	88

Data pada tabel diatas terlihat jika *Gratification Sought* berpengaruh pada *Media Use* dan *Media Use* mempengaruhi *Gratification Obtained*. Perbedaan antara *Gratification Sought* dengan *Gratification Obtained* menunjukkan adanya kesenjangan kepuasan yang dialami oleh responden.

Tabel berikut menunjukkan tingkat kesenjangan secara keseluruhan antara kepuasan yang diharapkan dan yang diperoleh responden dari masing-masing program berita kriminal Sergap di RCTI dan Buser di SCTV.

e. Sergap di RCTI

Tabel 23

Kesenjangan antara GS dengan GO dari Sergap di RCTI

GO \ GS	Tinggi	Sedang	Rendah	Jumlah
Tinggi	9	15	7	31
Sedang	7	24	14	45
Rendah	4	4	4	12
Jumlah	20	43	25	88

Sumber: diolah dari tabel 5 dan 16

Kesenjangan kepuasan antara GS dengan GO:

$$\begin{aligned}
 &= \frac{15 + 7 + 7 + 14 + 4 + 4}{88} \times 100\% \\
 &= 57.96\%
 \end{aligned}$$

Kemampuan memberikan kepuasan:

$$100\% - 57.96\% = 42.04\%$$

Ketidaksesuaian antara kepuasan yang diharapkan dan yang diperoleh responden melalui tayangan berita kriminal Sergap di RCTI tersebut diatas dihitung sebagai kesenjangan kepuasan. Dari angka kesenjangan yaitu sebesar 57.96%, sebanyak 40.9% atau 36 responden yang mendapatkan kepuasan melebihi dari yang mereka harapkan, sedangkan 17.05% atau 15 responden mendapatkan kepuasan lebih rendah dari yang mereka harapkan. Dan responden yang mendapatkan kepuasan sesuai dengan harapan mereka sebesar 42.05% atau 37 responden. Dengan demikian Sergap di RCTI berada dalam skala sedang yaitu 34% - 66% dalam kemampuan memenuhi kebutuhan responden sesuai dengan harapan mereka.

f. Buser di SCTV

Tabel 24

Kesenjangan antara GS dengan GO dari Buser di SCTV

GS \ GO	Tinggi	Sedang	Rendah	Jumlah
Tinggi	8	15	8	31
Sedang	6	26	13	45
Rendah	4	4	4	12
Jumlah	18	45	25	88

Sumber: diolah dari tabel 5 dan 16

Kesenjangan kepuasan antara GS dengan GO:

$$= \frac{15 + 8 + 6 + 13 + 4 + 4}{88} \times 100\%$$

$$= 56.82\%$$

Kemampuan memberikan kepuasan:

$$100\% - 56.82\% = 43.18\%$$

Hasil perhitungan di atas menunjukkan kesenjangan kepuasan yang diperoleh responden dari Buser di SCTV bagi kebutuhan mereka untuk memperoleh informasi mengenai kasus-kasus kriminal aktual yang terjadi di masyarakat adalah sebesar 56.82%. Hal tersebut berarti sebesar 43.18% responden mendapatkan kepuasan sesuai dengan harapan mereka. Angka tersebut berada pada skala sedang yaitu 34% - 66%. Sebanyak 36 responden atau 40.9% mendapatkan kepuasan lebih tinggi dari yang mereka harapkan, sedangkan 14

responden atau 15.9% mendapatkan kepuasan lebih rendah dari yang mereka harapkan.

Berikut adalah perhitungan kesenjangan kepuasan yang dialami responden pada masing-masing program berita kriminal Sergap di RCTI dan Buser di SCTV, serta kesenjangan keduanya dalam memberikan kepuasan kepada para responden.

Hasil perhitungan dikatakan signifikan jika x^2 hasil perhitungan lebih besar dari x^2 tabel.

a. x^2 hitung $>$ x^2 tabel = hasil perhitungan signifikan

b. x^2 hitung $<$ x^2 tabel = hasil perhitungan tidak signifikan

a. Kesenjangan kepuasan pada Sergap di RCTI

Hipotesis dalam perhitungan ini adalah:

Ho = Tidak ada perbedaan yang signifikan antara *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO) pada program berita kriminal Sergap (RCTI)

Hi = Ada perbedaan yang signifikan antara *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO) pada program berita kriminal Sergap (RCTI)

Tingkat kepuasan	GS	GO	Total
Tinggi	31	20	51
Sedang	45	43	88
Rendah	12	25	37
Total	88	88	176

$$fh1 = \frac{51 \times 88}{176} = 22.5$$

$$fh4 = \frac{88 \times 88}{176} = 44$$

$$fh2 = \frac{51 \times 88}{176} = 22.5$$

$$fh5 = \frac{37 \times 88}{176} = 18.5$$

$$fh3 = \frac{88 \times 88}{176} = 44$$

$$fh6 = \frac{37 \times 88}{176} = 18.5$$

$$x^2 = \frac{(31-25.5)^2}{25.5} + \frac{(20-25.5)^2}{52.5} + \frac{(45-44)^2}{44} + \frac{(46-44)^2}{44} + \frac{(12-18.5)^2}{18.5} + \frac{(25-18.5)^2}{18.5}$$

$$x^2 = 1.19 + 1.19 + 0.02 + 0.02 + 2.28 + 2.28$$

$$x^2 = 6.98$$

$$df = (2-1)(3-1)$$

$$= 2$$

$$x^2 \text{ tabel} = 5.991$$

Dengan nilai x^2 hitung yang diketahui lebih besar dari x^2 tabel, maka H_1 diterima yang berarti terdapat perbedaan yang signifikan antara GS dengan GO untuk program berita kriminal Sergap di RCTI.

b. Kesenjangan kepuasan pada Buser di SCTV

Hipotesis dalam perhitungan ini adalah:

H_0 = Tidak ada perbedaan yang signifikan antara *Gratification Sought* (GS) dan

Gratification Obtained (GO) pada program berita kriminal Buser (SCTV)

H_1 = Ada perbedaan yang signifikan antara *Gratification Sought* (GS) dan

Gratification Obtained (GO) pada program berita kriminal Buser (SCTV)

Tingkat kepuasan	GS	GO	Total
Tinggi	31	18	49
Sedang	45	45	90

Rendah	12	25	37
Total	88	88	176

$$fh1 = \frac{49 \times 88}{176} = 24.5$$

$$fh4 = \frac{90 \times 88}{176} = 45$$

$$fh2 = \frac{49 \times 88}{176} = 24.5$$

$$fh5 = \frac{37 \times 88}{176} = 18.5$$

$$fh3 = \frac{90 \times 88}{176} = 45$$

$$fh6 = \frac{37 \times 88}{176} = 18.5$$

$$x^2 = \frac{(31-24.5)^2}{24.5} + \frac{(18-24.5)^2}{24.5} + \frac{(45-45)^2}{45} + \frac{(45-45)^2}{45} + \frac{(12-18.5)^2}{18.5} + \frac{(25-18.5)^2}{18.5}$$

$$x^2 = 1.72 + 1.72 + 0 + 0 + 2.28 + 2.28$$

$$x^2 = 8$$

$$df = (2-1)(3-1)$$

$$= 2$$

$$x^2 \text{ tabel} = 5.991$$

Dengan nilai x^2 hitung sebesar 8, maka x^2 hitung diketahui lebih besar dari x^2 tabel. Dengan begitu H_1 diterima yang berarti terdapat perbedaan yang signifikan antara GS dengan GO untuk program berita kriminal Buser di SCTV.

2. Kesenjangan kemampuan Sergap (RCTI) dan Buser (SCTV) dalam memberikan kepuasan kepada responden.

Hipotesis dalam perhitungan ini adalah:

H_0 = Tidak adanya perbedaan yang signifikan antara Sergap (RCTI) dan Buser (SCTV) dalam kemampuan memberikan kepuasan kepada responden

Hi = Adanya perbedaan yang signifikan antara Sergap (RCTI) dan Buser (SCTV) dalam kemampuan memberikan kepuasan kepada responden

Tingkat kepuasan	Sergap	Buser	Total
Tinggi	20	18	38
Sedang	43	45	88
Rendah	25	25	50
Total	88	88	176

$$fh1 = \frac{38 \times 88}{176} = 19$$

$$fh4 = \frac{88 \times 88}{176} = 44$$

$$fh2 = \frac{38 \times 88}{176} = 19$$

$$fh5 = \frac{50 \times 88}{176} = 25$$

$$fh3 = \frac{88 \times 88}{176} = 44$$

$$fh6 = \frac{50 \times 88}{176} = 25$$

$$x^2 = \frac{(20-19)^2}{19} + \frac{(18-19)^2}{19} + \frac{(43-44)^2}{44} + \frac{(45-44)^2}{45} + \frac{(25-25)^2}{25} + \frac{(25-25)^2}{25}$$

$$x^2 = 0.05 + 0.05 + 0.02 + 0.02 + 0 + 0$$

$$x = 0.14$$

$$df = (2-1)(3-1)$$

$$= 2$$

$$x^2 \text{ tabel} = 5.991$$

Karena nilai x^2 hitung lebih kecil dari x^2 hitung, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak yang berarti tidak ada perbedaan yang signifikan pada kemampuan Sergap dan Buser dalam memberikan kepuasan kepada responden.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data, maka peneliti menyampaikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Kesenjangan (*Discrepancy*)

Pada analisa kesenjangan kepuasan diperoleh kenyataan bahwa responden mengalami kesenjangan antara kepuasan yang diharapkan (*Gratification Sought*) dan kepuasan yang diperoleh (*Gratification Obtained*) dalam menonton program berita kriminal Sergap di RCTI dan Buser di SCTV. Hal tersebut ditunjukkan dengan besarnya angka kesenjangan kepuasan pada tiap kebutuhan yang lebih dari 50% dan angka kemampuan media dalam memberikan kepuasan yang berkisar antara 27% sampai 43%. Dengan begitu, berarti tidak ada kebutuhan yang mendapatkan kepuasan dalam skala tinggi yang angka kepuasannya antara 67% sampai 100%.

Dari perhitungan kesenjangan secara keseluruhan, Sergap (RCTI) mempunyai kesenjangan sebesar 57.96% dengan kemampuan memberikan kepuasan kepada responden sebesar 42.04%. sedangkan untuk Buser (SCTV) memiliki angka kesenjangan sebesar 56.82% dan kemampuan memberikan kepuasan sebesar 43.18%.

2. Media yang Lebih Memuaskan

Secara keseluruhan, kemampuan masing-masing media dalam memberikan kepuasan terhadap kebutuhan-kebutuhan responden berada pada skala sedang dengan kemampuan memberikan kepuasan antara 34% sampai 66%. Sedangkan secara keseluruhan kemampuan masing-masing Sergap (RCTI) dan Buser (SCTV) dalam memberikan kepuasan kepada responden adalah sebesar 42.04% dan 43.18%. Hal tersebut berarti kedua jenis program berita kriminal baik Sergap maupun Buser tidak mampu memuaskan kebutuhan responden dalam menonton acara tersebut.

Berdasarkan analisis data yang telah peneliti lakukan, diketahui bahwa tidak terdapat perbedaan dalam kemampuan masing-masing media yaitu Sergap di RCTI dan Buser di SCTV dalam memberikan kepuasan terhadap respondennya.

Jadi secara menyeluruh dari penelitian ini diperoleh kenyataan bahwa responden merasa kebutuhan mereka akan media, yaitu kebutuhan untuk memperoleh informasi mengenai berita-berita kriminal teraktual yang terjadi di masyarakat, untuk dijadikan titik perbandingan langsung dengan dunia nyata, untuk dijadikan sebagai referensi dalam menghadapi kehidupan nyata, untuk dijadikan pendapat dalam berbincang dengan orang lain, untuk melepaskan diri dari tekanan rutinitas atau bersantai, dan untuk melupakan persoalan yang dihadapi tidak terpuaskan dengan menonton tayangan berita kriminal Sergap di RCTI dan Buser di SCTV.

B. Saran

1. Untuk RCTI dan SCTV

Karena kemampuan *Sergap* di RCTI dan *Buser* di SCTV dalam memberikan kepuasan kepada responden tidak berbeda, maka saran yang peneliti berikan adalah sama untuk keduanya:

- a. Perlu adanya usaha untuk mengemas acara menjadi lebih menarik agar bisa mendapatkan perhatian dari pemirsa. Meskipun keduanya merupakan program berita kriminal, tetapi tidak menutup kemungkinan jika dikemas menjadi acara yang lebih santai dan tidak menegangkan untuk pemirsa saat menontonnya, akan lebih banyak lagi pemirsa yang tertarik dan merasa puas. Karena pemirsa menonton berita selain untuk mendapatkan informasi juga untuk bersantai.
- b. Selain itu informasi yang disampaikan melalui narasi sebaiknya lebih lengkap dan jelas sehingga pemirsa bisa mengetahui dengan jelas peristiwa yang tengah diberitakan.
- c. Mungkin akan lebih baik jika narasi yang digunakan tidak terlalu didramatisir sehingga terkesan seram atau menakutkan. Kesan seram atau menakutkan bisa membuat pemirsa merasa kurang nyaman yang bisa berakibat pada tidak terpenuhkannya kebutuhan mereka. Tidak menutup kemungkinan juga bahwa pemirsa akan berpaling pada program lain yang ditayangkan oleh stasiun televisi lainnya.

2. Penelitian Berikutnya

Perkembangan media massa diikuti dengan semakin besarnya tuntutan khalayak terhadap media sebagai pemuas berbagai kebutuhan mereka. Hal tersebut menjadi tugas peneliti berikutnya untuk dapat melihat secara lebih mendalam berbagai aspek yang mempengaruhi kebutuhan khalayak terhadap media seperti aspek psikologis, geografis, sosial ekonomi dan lain sebagainya agar hasil dari penelitian bisa melengkapi penelitian-penelitian yang sudah ada sebelumnya dan lebih bermanfaat bagi masyarakat sebagai pengguna media, juga bagi media untuk perkembangannya.

Dalam penelitian ini peneliti menyadari masih banyak terdapat kekurangan, semoga bisa menjadi acuan bagi peneliti berikutnya untuk mempelajari lebih dalam mengenai berbagai penelitian yang berhubungan dengan media massa.

Akhirnya, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Baran, Stanley J., Dennis K. Davis. *Mass Communication Theory: Foundation, Ferment, and Future. 2nd ed.* Canada: Wadsworth, 2000.
- Bungin, Burhan. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group, 2006
- _____, _____. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana, 2006.
- DeFleur, Melvin L., Sandra Ball Rokeach. *Theories of Mass Communication*. NY: Longman, 1989.
- Fiske, John. *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta dan Bandung: Jalasutra. 2006.
- Hofmann, Ruedi. *Dasar-dasar Apresiasi Program Televisi*. Jakarta: Gramedia Widiasarana, 1999.
- Idris, Wahyudi. *Jurnalistik Televisi*. Bandung: Remaja Karya, 1987.
- Infante, Dominic A., Andrew S. Rancer., Deanna F. Womack. *Building Communication Theory*. USA: Waveland Press, Inc, 1990.
- Kusmandi, Wawan. *Komunikasi Massa: Sebuah Analisis Isi Media Televisi*. Jakarta: Rineka Cipta, 1996.
- Kusumaningrat, Hikmat., Purnama Kusumaningrat. *Jurnalistik Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006.
- Littlejohn, Stephen W. *Theories of Human Communication. 6th ed.* Belmont: Wadsworth, 1999.
- Nurudin. *Komunikasi Massa*. Malang: Cespur, 2003.
- Rakhmat, Jalaludin. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 1994.
- Ruslan, Rosadi. *Metode Penelitian: Public Relation dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004.
- Severin, Werner J., James W. Tankard, Jr. *Communication Theories. 2nd Ed.* New York & London: Longman, 1988.
- Siegel, Sidney. *Statistik Nonparametrik untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: PT.

Gramedia Pustaka, 1997.

Suharso., Ana Retnoningsih. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Semarang: Widya Karya, 2005.

Soehartono, Irawan. *Metode Penelitian Sosial: Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 1995.

Wibowo, Fred. *Teknik Produksi Program Televisi*. Yogyakarta: Pinus Book Publisher, 2007.

West, Richard., Lynn H. Turner. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi. Edisi 6*. Jakarta: Salemba Humanika, 2008.

Sumber Internet

www.setv.co.id (diakses 29 Maret 2009)

www.rcti.tv.id (diakses 29 Maret 2009)

www.umum07.blogspot.com/2007/10/terorberitakriminal (diakses 16 Mei 2009)

www.fakultashukum.uns.ac.id (diakses 29 Maret 2009)

<http://groups.yahoo.com/group/smaljbr88/message/1179> (diakses 29 Maret 2009)

<http://www.lkm-mediawatch/index.phps> (diakses 15 April 2009)

[http://id.wikipedia.org/wiki/buser\(acara_televisi\)](http://id.wikipedia.org/wiki/buser(acara_televisi)) (diakses 15 April 2009)

[Mondi, Mangu., Peter Woods., Ahmad Rafi. "Students' 'Uses and Gratification Expectancy' Conceptual Framework."](#)

<http://springerlink.com/index/LV708473> (diakses 10 Juni 2009)

[Weissmann, Andrew. "Publiztik:Communication research in the past half century." <http://find.gategroup.com/itx/retrieve.do?contentSet=IAC>](#) (diakses 10 Juni 2009)

KUESIONER

Nomor Responden: (Diisi petugas)

- j. Nama :
- k. Jenis kelamin :
- l. Angkatan :

I. Gratification Sought

Berikut adalah pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan kebutuhan Anda terhadap penggunaan media massa. Berilah tanda silang (x) pada kolom alternatif jawaban pilihan anda.

Keterangan: SP : Sangat Penting

P : Penting

TP : Tidak Penting

Surveillance

No	Jenis kebutuhan	SP	P	TP
4	Untuk memperoleh informasi mengenai kasus-kasus kriminal aktual yang terjadi di masyarakat			

Personal Identity or Individual Psychology

No	Jenis kebutuhan	SP	P	TP
5	Untuk dijadikan titik perbandingan langsung dengan dunia nyata.			
6	Untuk dijadikan referensi untuk menghadapi kehidupan nyata			

Personal Relationship

No	Jenis kebutuhan	SP	P	TP
7	Untuk dijadikan pendapat dalam berbincang dengan			

	orang lain			
--	------------	--	--	--

Diversion

No	Jenis kebutuhan	SP	P	TP
8	Untuk melepaskan diri dari tekanan rutinitas/bersantai			
9	Untuk melupakan persoalan yang dihadapi			

II. Penggunaan Media

Berikut adalah pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan pola penggunaan media Anda. Berilah tanda silang (x) pada kolom alternatif jawaban pilihan anda.

10. Berapa kali rata-rata Anda menonton program berita kriminal Sergap (RCTI) dalam 1 minggu? (Tayang 7 kali dalam 1 minggu).

5-7 kali dalam 1 minggu

3-4 kali dalam 1 minggu

1-2 kali dalam 1 minggu

11. Berapa kali rata-rata Anda menonton program berita kriminal Buser (SCTV) dalam 1 minggu? (Tayang 6 kali dalam 1 minggu).

- 5-6 kali dalam 1 minggu

- 3-4 kali dalam 1 minggu

- 1-2 kali dalam 1 minggu

No	Paket acara	Selesai tidaknya dalam mengikuti tayangan berita		
		Selalu selesai	Kadang selesai	Tidak pernah selesai
12	Sergap (RCTI)			
13	Buser (SCTV)			

No	Paket acara	Ada tidaknya aktifitas lain saat mengikuti tayangan berita
----	-------------	--

		Selalu ada	Kadang ada	Tidak pernah ada
14	Sergap (RCTI)			
15	Buser (SCTV)			

III. Gratification Obtained

Berikut ini akan Anda temui beberapa pertanyaan yang sama dengan pertanyaan-pertanyaan di bagian I. Berilah tanda silang (x) pada kolom alternatif jawaban pilihan anda untuk masing-masing program berita criminal Sergap (RCTI) dan Buser (SCTV).

Keterangan:

Memuaskan (M) : bila Anda merasa kebutuhan Anda terpuaskan dengan tayangan tersebut

Cukup memuaskan (CM) : bila Anda merasa kebutuhan Anda cukup terpuaskan dengan tayangan tersebut

Tidak memuaskan (TM) : bila Anda merasa kebutuhan Anda tidak terpuaskan dengan tayangan tersebut

No	Jenis kebutuhan	M	CM	TM
16	Untuk memperoleh informasi mengenai kasus-kasus kriminal aktual yang terjadi di masyarakat Sergap (RCTI) Buser (SCTV)			
17	Untuk dijadikan referensi untuk menghadapi kehidupan nyata Sergap (RCTI) Buser (SCTV)			
18	Untuk dijadikan titik perbandingan langsung dengan dunia nyata. Sergap (RCTI)			

	Buser (SCTV)			
19	Untuk dijadikan topik perbincangan dengan orang lain Sergap (RCTI) Buser (SCTV)			
20	Untuk melepaskan diri dari tekanan rutinitas/bersantai. Sergap (RCTI) Buser (SCTV)			
21	Untuk melupakan persoalan yang dihadapi Sergap (RCTI) Buser (SCTV)			

**** *terima kasih* ****

Logo Sergap



Logo Buser

