

Hubungan antara Tayangan Reportase Investigasi TRANS TV dengan Persepsi Penonton

Studi Korelasional Reportase Investigasi dengan Persepsi Ibu-Ibu Rumah Tangga RW 01 Cisaranten Wetan

The Relation between TRANS TV's Reportase Investigation with Audience Perception
Correlational Study Reportase Investigation Reportase with The Female Audience
Perception RW 01 Cisaranten Wetan

¹Mega Restiawati Sopiayah, ²Tresna Wiwitan

^{1,2}Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

email: [1Restia.Mega@gmail.com](mailto:Restia.Mega@gmail.com), [2Tresnawiwitan@yahoo.com](mailto:Tresnawiwitan@yahoo.com)

Abstract. Television is one of the mass media equipment with the function to provide information, education, entertainment and persuasion, whereas television may shape the mindset of its audience. Reportase Investigasi is a pioneer program in news show, a program designed to reveal the hidden crimes or violation done by culprits among the society. The topic chosen reflects the demand from the society and phenomenon experienced in their surroundings. This research attempts to seek the relationship between the exposure of Reportase Investigasi TRANS TV with audience perception. On the other hand, the purpose of this research is to identify between the intensity, message content and audience appeal of Reportase Investigasi TRANS TV with audience perception at RW 01 Cisaranten, Bandung. The theory utilized in this research refers to the cultivation theory by George Gebner. The method used in this research is correlational method, which is to research and identify the relationship between two variables (Variable X and Variable Y). Further calculation will obtain correlation coefficient to measure the level of relationship, direction of relationship and the meaning of such relationship. Correlational method in this research is used to test the relationship between intensity, message content and audience appeal to watch the show based on housewife perspective. The respondents surveyed by the researcher constitutes 72 housewives with cluster sampling technique. Research result demonstrates that the intensity of watching Reportase Investigasi show does not correlate with the housewife' perspective. The content message of Reportase Investigasi show is related to the housewife' perspective. The show also does not share any audience appeal to watch the show with the housewife' perspective.

Keywords : Mass Communication, Show Exposure, Perception

Abstrak Televisi adalah media massa yang fungsinya yaitu memberikan informasi, mendidik, menghibur serta membujuk, televisi dapat merubah pola pikir khalayaknya. Tayangan Reportase Investigasi merupakan tayangan *pioneer* dalam acara *news*, sebuah program yang mengungkap sebuah penyimpangan atau kejahatan terselubung yang dilakukan oleh oknum yang terjadi di tengah-tengah masyarakat. Topik yang dipilih adalah yang menjadi kebutuhan dari masyarakat serta fenomena yang dekat dengan masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah apakah terdapat hubungan antara Tayangan Reportase Investigasi TRANS TV dengan persepsi penonton. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara Intensitas , isi pesan dan daya tarik menonton acara Reportase Investigasi TRANS TV dengan persepsi penonton khususnya ibu-ibu rumah tangga di lingkungan RW 01 Cisaranten Kota Bandung. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori kultivasi dari *George Gebner*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasional, yaitu metode untuk meneliti dan mengetahui hubungan di antara dua variabel (Variabel X dan Variabel Y). Di dalam perhitungannya nanti akan didapat koefisien korelasi. Metode korelasional dalam penelitian ini digunakan untuk menguji apakah terdapat hubungan antara Intensitas , isi pesan dan daya tarik menonton acara dengan persepsi ibu rumah tangga. Dalam penelitian ini, responden yang dipilih peneliti adalah ibu rumah tangga sebanyak 72 orang dengan menggunakan teknik *cluster sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara intensitas menonton tayangan Reportase Investigasi dengan persepsi ibu rumah tangga. Terdapat hubungan antara isi pesan tayangan Reportase Investigasi dengan persepsi ibu rumah tangga. Tidak terdapat hubungan antara daya tarik tayangan Reportase Investigasi dengan persepsi ibu rumah tangga.

Kata kunci : Komunikasi Massa, Terpaan Acara, Persepsi

A. Pendahuluan

Dewasa ini seiring perkembangan zaman yang semakin modern dan kebutuhan ekonomi yang semakin meningkat. Menjadi salah satu faktor yang kuat untuk melatarbelakangi tindak kriminal. Kegiatan hubungan masyarakat atau public relations (PR) adalah upaya pengelola media penyiaran untuk membentuk persepsi masyarakat atas media penyiaran. Dengan demikian, kegiatan PR ditujukan kepada segala aktivitas yang ditujukan untuk membentuk persepsi yang dikehendaki. Seiring dengan kemajuan jaman, banyak stasiun televisi swasta yang membentuk format berita mengenai berita investigasi yang lebih tajam dalam memaparkan berita sesuai dengan situasi dan kondisi masyarakat guna memberikan pengetahuan kepada masyarakat. Salah satunya adalah TRANS TV

Reportase investigasi adalah sebuah program yang mengungkap sebuah penyimpangan atau kejahatan terselubung yang dilakukan oleh oknum yang terjadi di tengah-tengah masyarakat.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Adakah hubungan tayangan Reportase Investigasi TRANS TV dengan persepsi penonton?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui hubungan antara intensitas menonton tayangan Reportase Investigasi TRANS TV dengan persepsi ibu rumah tangga di RW 01 Cisaranten Wetan.
2. Untuk mengetahui hubungan antara isi pesan menonton tayangan Reportase Investigasi TRANS TV dengan persepsi ibu rumah tangga di RW 01 Cisaranten Wetan.
3. Untuk mengetahui hubungan antaradaya tarik menonton tayangan Reportase Investigasi TRANS TV dengan persepsi ibu rumah tangga di RW 01 Cisaranten Wetan.

B. Landasan Teori

Peneliti menggunakan teori tentang media massa, dimana penelitian ini dilandasi oleh Teori Kultivasi dari George Gerbner. Teori kultivasi atau disebut juga dengan analisis kultivasi, adalah teori mengenai terpaan media (khususnya televisi) mampu memperkuat khalayak terhadap realitas sosial. Hal ini tampak pada hipotesis dasar kultivasi, yaitu semakin banyak waktu seseorang dihabiskan untuk menonton televisi, semakin seseorang menganggap bahwa realitas sosial sama dengan yang digambarkan televisi. Serta memperkirakan dan menjelaskan pembentukan persepsi, pengertian dan kepercayaan mengenai dunia sebagai hasil dari mengonsumsi pesan media dalam jangka panjang. Pemikiran Gerbner menyatakan bahwa media massa, khususnya TV, menyebabkan munculnya kepercayaan tertentu mengenai realitas yang dimiliki bersama oleh konsumen media massa. (Ardianto 2014:110).

Terpaan atau *exposure* adalah keadaan terkena pada khalayak oleh pesan-pesan yang disebabkan oleh media massa atau keadaan terkena pada emulsi film oleh cahaya yang disorotkan padanya (Effendy, 1989:193.). terpaan media adalah suatu perilaku penggunaan media, yang menurut (Liliwari, 1992:73) meliputi 3 hal yaitu :

1. Intensitas tayangan
2. Isi pesan tayangan
3. Daya tarik tayangan

Intensitas

Faktor intensitas dalam penampilan tayangan sebagai daya tarik, karena dengan tayangan Reportase Investigasi yang ditampilkan dan juga berulang-ulang dipandang cukup bermanfaat yang memungkinkan sejumlah khalayak menyaksikan tayangan tersebut. Intensitas menonton dapat diukur melalui seberapa sering seseorang menonton tayangan “ Reportase Investigasi” atau dapat diartikan sebagai frekuensi, dan seberapa lama seseorang menonton tayangan “Reportase Investigasi” atau dapat diartikan sebagai durasi.

Isi Pesan

Isi pesan bertujuan membuat komunikasi lebih mudah mengerti dan menerima informasi yang disampaikan kepadanya. Pembuat tayangan harus memanfaatkan semaksimal mungkin kata-kata dan visualisasi, di mana setiap kata dan visualisasi yang digunakan harus mudah untuk dipahami dan tidak meragukan. Wilbur Schramm dalam Effendy (2000:41-42) menampilkan apa yang disebut “*the condition of success in communication*”, yakni kondisi yang harus dipenuhi jika kita menginginkan agar suatu pesan membangkitkan tanggapan yang kita kehendaki:

1. Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa, sehingga dapat menarik perhatian komunikasi.
2. Pesan harus menggunakan lambang-lambang tertentu kepada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikasi, sehingga sama-sama mengerti.
3. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikasi dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut.
4. Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan tadi yang layak bagi situasi kelompok di mana komunikasi berada pada saat ia digerakan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.

Daya tarik tayangan di sini termasuk daya tarik audio dan daya tarik visual, karena daya tarik audio kualitasnya cenderung sama pada setiap televisi, maka dalam penelitian ini yang akan diukur hanya daya tarik visual. Untuk mengukurnya seorang responden diharapkan mampu memberikan penilaian terhadap daya tarik *setting* tempat dan daya tarik komposisi gambar serta daya tarik narasumber karena tayangan ini berformat profil.

Persepsi

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimulus inderawi. Persepsi dan sensasi sangat berhubungan. Sensasi adalah bagian dari persepsi. Walaupun begitu, menafsirkan makna informasi inderawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekspetasi, motivasi, dan memori. (Rakhmat, 2012:51)

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berikut adalah penelitian mengenai hubungan antar tayangan Reportase Investigasi TRANS TV dengan persepsi penonton yang diuji menggunakan teknik analisis korelasi Rank Spearman. Hasil pengujian dijelaskan sebagai berikut :

Korelasi Tayangan Reportase Investigasi TRANS TV (X) Dengan Persepsi Penonton (Y)

	Persepsi Penonton	
Tayangan Reportase Investigasi TRANS TV	Correlation Coefficient	0,270
	Sig. (2-tailed)	0.022
	N	72

Koefisien korelasi tersebut bernilai positif 0,270 yang berarti terdapat hubungan yang searah antara variabel X dengan variabel Y. Artinya, semakin seseorang menonton tayangan Reportase Investigasi TRANS TV (X) maka semakin tinggi pula persepsi penonton(Y).

Korelasi antara Intensitas menonton Reportase Investigasi di TRANS TV dengan Persepsi Penonton

	Persepsi Penonton	
Intensitas Menonton	Correlation Coefficient	0,006
	Sig. (2-tailed)	0.959
	N	72

Koefisien korelasi tersebut bernilai positif 0,006 yang berarti tidak terdapat hubungan yang signifikan antara variabel X1 dengan variabel Y. artinya, intensitas menonton Reportase Investigasi TRANS TV (X1) tidak akan berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi penonton (Y).

Korelasi Antara Isi Pesan Dengan Persepsi Penonton

	Persepsi Penonton	
Isi Pesan	Correlation Coefficient	0,381
	Sig. (2-tailed)	0.001
	N	72

Koefisien korelasi tersebut bernilai positif 0,381 yang berarti terdapat hubungan yang searah antara variabel X2 dengan variabel Y. Artinya, semakin variabel isi pesan tayangan Reportase Investigasi (X2) maka semakin tinggi pula persepsi penonton(Y).

Korelasi Antara Daya Tarik Tayangan Dengan Persepsi Penonton

	Persepsi Penonton	
Daya Tarik Tayangan	Correlation Coefficient	0,177
	Sig. (2-tailed)	0.137
	N	72

Koefisien korelasi tersebut bernilai positif 0,177 yang berarti tidak terdapat hubungan yang signifikan antara variabel X3 dengan variabel Y. artinya, daya tarik tayangan Reportase Investigasi TRANS TV (X3) tidak akan berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi penonton(Y).

D. Kesimpulan

Setelah melalui analisis data deskriptif dan analisis data inferensial maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara intensitas menonton Reportase Investigasi TRANS TV dengan persepsi penonton. Artinya, intensitas menonton Reportase Investigasi TRANS TV tidak akan berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi penonton. Dimana, frekuensi menonton tayangan Reportase Investigasi tidak begitu berpengaruh pada persepsi ibu-ibu rumah tangga serta durasi menonton tayangan Reportase Investigasi tidak begitu berpengaruh pada persepsi ibu-ibu rumah tangga di RW 01 Cisaranten Wetan ini.
2. Terdapat hubungan yang signifikan antara variabel isi pesan tayangan Reportase Investigasi dengan persepsi penonton. Artinya, semakin variabel isi pesan tayangan Reportase Investigasi maka semakin tinggi pula persepsi penonton. Dimana, daya tarik pesan pada tayangan Reportase Investigasi berpengaruh terhadap persepsi ibu-ibu rumah tangga RW 01 Cisaranten Wetan. Kemudahan dimengerti pesan pada tayangan Reportase Investigasi juga berpengaruh terhadap persepsi ibu-ibu rumah tangga RW 01 Cisaranten Wetan. Kesesuaian pesan pada tayangan Reportase Investigasi TRANS TV memiliki pengaruh yang signifikan pada persepsi ibu-ibu rumah tangga RW 01 Cisaranten Wetan. Pesan memberikan solusi pada tayangan Reportase Investigasi TRANS TV juga memiliki pengaruh yang signifikan pada persepsi ibu-ibu rumah tangga di RW 01 Cisaranten Wetan.
3. Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara daya tarik visual tayangan Reportase Investigasi TRANS TV dengan persepsi penonton . Artinya, daya tarik tayangan Reportase Investigasi TRANS TV tidak akan berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi penonton. Dimana, setting tempat pada tayangan Reportase Investigasi TRANS TV tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada persepsi ibu-ibu rumah tangga di RW 01 Cisaranten Wetan. Serta, komposisi gambar pada tayangan Reportase Investigasi TRANS TV juga tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada persepsi ibu-ibu rumah tangga di RW 01 Cisaranten Wetan. Serta, penampilan narasumber pada tayangan Reportase Investigasi TRANS TV juga tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada persepsi ibu-ibu rumah tangga di RW 01 Cisaranten Wetan.

E. Saran

Saran Teoritis

1. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan ada penulisan yang serupa dengan menciptakan terpaan media dengan lebih kuat dengan menggunakan aspek-aspek yang lebih tepat.
2. Diharapkan hasil penelitian ini dapat mengungkapkan informasi ilmiah untuk pengembangan ilmu. Serta, penelitian ini diharapkan dapat membuka wawasan baru untuk pihak-pihak yang memiliki kepentingan dengan penerapan teori-teori komunikasi dalam memecahkan masalah-masalah komunikasi.

Saran Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan landasan ilmiah bagi TRANS TV dalam merencanakan program tayangan acara selanjutnya, sehingga lebih baik lagi dari sebelumnya, terlebih untuk program acara.
2. Bagi ibu-ibu rumah tangga sebaiknya informasi yang di dapat dari tayangan Reportase Investigasi digunakan dengan sebaik-baiknya.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro. 2012. *Komunikasi Massa*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, Elvinaro dkk., 2014. *Metode Penelitian Public Relations*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Liliweri, Alo. 1992. *Dasar-Dasar Komunikasi Periklanan*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Rakhmat, Jalaludin. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.