

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kehadiran sejumlah bentuk media komunikasi dan juga informasi memang telah menjadi salah satu ciri yang menarik dari zaman yang sekarang disebut dengan “era informasi.” Sekaligus menjadi konsumsi penting bagi masyarakat. ini dapat kita lihat, yaitu pada pertumbuhan dan perkembangan media massa, baik dalam kualitas ataupun kuantitas. (Asep Saeful Muhtadi, 2013:67)

Perkembangan teknologi yang sangat pesat memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap konsumennya, yaitu masyarakat sebagai penerima dan sekaligus pengguna media massa. Banyak dari masyarakat yang memasuki ruang media massa tanpa ada kemampuan yang mendasar untuk terjun dalam lingkup tersebut.

Media massa merupakan sarana yang menyajikan informasi mengenai banyak hal yang dibutuhkan setiap individu dalam memenuhi kebutuhan informasinya. Dalam hal ini media massa sebagai penyedia informasi juga ikut andil dalam mempengaruhi individu, meskipun terdapat pengaruh lain baik itu factor individu itu sendiri maupun social lain.

Hal tersebut diperkuat oleh pendapat dari Joseph T. Klapper (dalam Novianti, 2019:119) dalam teori mengenai media massa, bahwasannya ia mengatakan media massa memiliki pengaruh yang sangat terbatas dalam mempengaruhi seorang individu dalam mengambil sebuah keputusan. Hal ini dikarenakan terdapat fakto-faktor lain yang juga menjadi penguat dalam

mempengaruhi individu dalam menentukan kepercayaan terhadap informasi yang disampaikan media massa, yang ia sebut dengan *meditating factors*.

Walaupun internet saat ini merajai dalam lapisan informasi, media massa televisi pun tidak surut akan penyebaran-penyebaran programnya, dari mulai bentuk hiburan, informasi, gosip, bahkan tempat pembelajaran, itu semua masih tetap berjalan.

Dari penelitian yang pernah dilakukan oleh masyarakat Amerika, ditemukan bahwa hampir setiap benua itu menghabiskan waktunya sekitar 6-7 jam per minggu untuk menonton televisi. Di Australia anak-anak rata-rata terlambat bangun pagi untuk berangkat sekolah karena banyak menonton tv di malam hari. Sementara itu di Indonesia pemakaian televisi pada kalangan anak-anak melebihi 8 jam per harinya. (Cangara, 2012: 156).

Media massa memiliki daya tariknya masing-masing, pada media massa televisi memiliki daya tarik dimana didalamnya menghasilkan visual yang menarik. Dengan adanya visual gambar dan juga suara tersebut, apapun yang ditayangkan dari televisi terlihat sangat hidup dan nampak nyata, memiliki ragam variasi acara dan menjangkau ruang yang sangat luas. Serta tidak menuntut para pengguna televisi agar berkemampuan membaca selayaknya pada media cetak (Mastoni dan Sumarto Prayitno 1994:75).

Salah satu tayangan informasi yang dikemas secara ringan dan juga dibawakan dengan santai biasa disebut dengan *infotainment*. Kata *infotainment* merupakan neologisme, atau penggabungan dari *information* (informasi) dan *infotainment* (hiburan). Artinya *infotainment* adalah sebuah informasi yang disajikan

secara santai dan juga menghibur, supaya masyarakat bisa memahami isinya tersebut. Tetapi sering kali hiburan disini diartikan dengan sebuah gossip yang menghibur, akibatnya banyak informasi yang disampaikan kepada masyarakat bukan informasi yang dibutuhkan melainkan informasi yang dapat menghibur (Iswandi, 2006:66).

Infotainment juga termasuk dalam golongan softnews atau soft journalism yang menyajikan informasi personal. Nilai didalam *infotainment* memberikan realitas yang baru. Yaitu *human interest* memberikan sedikit gambaran kehidupan/cerita seseorang/celebritis. Hal ini berkaitan dengan kondisi psikologi pada masyarakat yang dimana saat menerima pemberitaan tentang politik, contohnya korupsi oleh para pejabat dan juga pemberitaan ekonomi yang membuat kehidupan masyarakat dikhawatirkan, seperti pada kenaikan BBM dan kebutuhan-kebutuhan pokok. Situasi yang seperti itulah menjadikan peran *infotainment* sebagai penghibur masyarakat, yang dianggap bisa mengobati rasa teror dari berita-berita yang bersifat berat untuk kehidupan. Selain itu juga *infotainment* mengandung unsur hiburan karena menjadikan celebritis sebagai tokoh utama dalam sebuah informasi, yang akan menimbulkan sebuah emosi dan juga memberikan sensasi untuk para penonton.

Tayangan *infotainment* pun semakin beragam dengan berbagai format acara yang berbeda, seperti menghadirkan *staylist fashion* pada saat program *infotainment* berlangsung, adapula yang menghadirkan narasumbernya langsung, dan juga format-format acara *infotainment* lainnya. *Infotainment* di televisi pun bukan tanpa masalah, televisi merupakan media dengan segmentasi luas seringkali

menimbulkan masalah. Ketika pesan yang disebarkan membahas isu yang tidak valid atau beberapa masalah lainnya. Disini lah di tuntutan adanya program yang kreatif, inovatif dan bisa diterima oleh kalangan masyarakat.

Sejak adanya televisi hingga sekarang sajian yang diberikan televisi hampir tidak berubah. Disetiap hari disugahi dengan gosip-gosip para selebriti melalui *infotainment*. Dari pagi hingga isya siaran *infotainment* pasti ada, diwaktu yang lainnya juga disugahi dengan reality show dimana didalamnya tidak jauh dari perjodohan, pertengkaran, berbagi rezeki hingga perceraian sekalipun, acara-acara seperti itu hampir ada di beberapa stasiun televisi.

Infotainment mempunyai peluang yang besar dan berkembang bagus, karena banyaknya minat dari masyarakat terhadap *infotainment* terutama dalam hiburan yang ditayangkan *infotainment*. *Infotainment* akan selalu mempunyai *image* bagus jika menyajikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan dan tidak mengandung unsur berlebihan yang dapat mempengaruhi masyarakat serta tidak melanggar kode etik jurnalistik.

A.W Widjaja mengatakan bahwa pada dasarnya jurnalistik adalah kegiatan komunikasi yang dilakukan dengan cara menyajikan berita ataupun mengenai peristiwa kejadian setiap harinya yang bersifat actual dan factual dengan waktu yang secepat-sepatnya. jika dilihat dari pengertian jurnalistik, *infotainment* merupakan produk dari jurnalistik kenapa begitu? Karena kegiatan *infotainment* juga menyebarluaskan berita atau informasi tentang suatu peristiwa atau fenomena sehari-harinya.

Disamping itu, *infotainment* menjadi sebuah pembelajaran untuk khalayak dan pada media itu sendiri. Maka dari itu *infotainment* merupakan jurnalisme alternatif. Pemberitaan *infotainment* yang publikasikan mirip dengan jurnalisme investigasi karena menguak peristiwa seseorang baik itu korban ataupun pelakunya, hal ini menjadi sebuah modal yang bagus untuk merubah citra dari *infotainment*.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih tayangan Insert yang termasuk dalam salah satu stasiun televisi yaitu TRANS TV sebagai kasus yang diambil, bukan karena tanpa sebab, tayangan *infotainment* dalam satu hari, insert menayangkan tiga kali, yaitu pada pagi, siang dan sore dengan waktu 30 menit pertayangannya. Dengan begitu penikmat insert Transtv akan mudah dalam mengakses insert. Insert juga salah satu *infotainment* yang mempersembahkan kabar terkini seputar kehidupan para artis. Acara yang dimulai dari tahun 2003 ini juga mengulas tentang kejadian-kejadian yang viral di dunia.

Aneka berita yang disajikan membuat para khalayak tertarik dan berhasil membuat para artis yang bersangkutan angkat bicara. Beralih dari daya tariknya insert transtv pernah mendapat teguran dari KPI pada tahun 2019 dilansir dari kpi.go.id, bahwasannya insert transtv memberikan muatan yang mendorong remaja berperilaku yang tidak pantas dan membenarkan perilaku yang tidak pantas.

Sebuah informasi tentunya tidak selalu berdampak positif terutama pada perkembangan *infotainment*, sekalipun informasi yang disebarakan itu benar. Keprihatinan jika dilihat dari sisi negatif televisi ataupun media massa lainnya kepada remaja ataupun anak-anak melahirkan sebuah gagasan baru yaitu media

literacy. Media literacy dikonsepsikan sebagai keterampilan seseorang untuk memahami sifat komunikasi terutama pada media massa yang menyebarkan berita. Pada dasarnya konsep ini diterapkan dengan beragam gagasan untuk menjelaskan bagaimana media menyampaikan pesan-pesannya. Maka dari itu media literacy merupakan keterampilan yang diperlukan pada setiap orang dalam memahami pesan media massa. (Iriantara, 2009). Target yang biasanya adalah generasi muda dimana masih dalam masa pertumbuhan, penguatan fisik dan mental.

Selain itu juga staf ahli Menkominfo Bidang Komunikasi dan Media Massa, Dr Henri Subriakto MA mengatakan bahwa literasi media harus berpengaruh terhadap peningkatan kualitas isi dari media tersebut (kominfo.go.id).

Menurut beliau, tanpa literasi media dan khalayak aktif melakukan control dan kritik terhadap media sama halnya seperti membiarkan bentuk baru kecenderungan tindakan korupsi. Karena literasi muncul karena adanya gerakan dari khalayak yang gelisah terhadap industri media yang semakin memiliki kekuatan. Kecenderungan kebebasan di media tanpa koridor sehingga kemungkinan terjadinya pemalsuan fakta, di Indonesia sekitar 86 persen masyarakat percaya dengan media, dan yang percaya pemerintah hanya 71 persen, terlebih hasil dari riset AGB Nielsen menunjukkan bahwa 21 persen penonton di Indonesia berusia 5-14 tahun dengan kurun waktu 28-35 jam perminggu (kominfo.go.id).

Terpaan yang dihadapi oleh dunia pendidikan seperti hal-hal yang diungkapkan diatas persisnya dapat dideskripsikan yakni pendidikan merupakan sebuah tempat institusi seperti sekolah, lembaga adat, dan ada pula perguruan tinggi bagi mahasiswa. Sesuai dengan fungsi pada pendidikan yaitu meningkatkan kualitas siswa didik melalui pembelajaran/sosialisasi nilai-nilai. Terlihat bahwa anak-anak zaman sekarang jauh lebih banyak meluangkan waktunya di depan televisi, internet, games dibandingkan berkumpul bersama keluarganya (Lie, 2004).

Ditengah situasi seperti ini perlu adanya sikap kritis dalam menerima sebuah pesan. Karena semua pesan belum tentu baik untuk diterima para penonton, lalu kondisi seperti ini di biarkan saja oleh Negara dimana kelas pendidikan tidak memiliki kemampuan yang memadai dalam menyaring serta memilih informasi yang dipublikasikan oleh media massa. Karena itu lah literasi media sangat dibutuhkan. Literasi media diperlukan sebagai alat untuk berfikir kritis dalam penyaringan berita.

Pada dasarnya literasi media terbuka untuk siapa saja, bukan untuk digolongkan. Karena literasi media mengenai tentang cara pandang seseorang bagaimana memaknai sebuah informasi yang didapat dari media. Konsep literasi media muncul pertama kali pada tahun 1990-an, hingga saat ini menjadi standar topik kajian-kajian disekolah di berbagai negara. Konsep ini tidak muncul dari kalangan media, melainkan dari aktivis dan akademisi yang memperdulikan dampak negatif dari sebuah media massa. Agar dapat mempermudah dalam memahamai literasi media, *National Leadership Conference on Media Education*

menjelaskan bahwa *media literacy* sebagai kemampuan dalam mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan mengkomunikasikan pesan (Iriantara, 2009:17).

Penjelasan di atas menarik untuk dijadikan sebuah penelitian literasi media dengan informan pada kalangan mahasiswa, terutama pada mahasiswa ilmu komunikasi jurnalistik. Kenapa begitu, karena ruang lingkup studinya berfokus pada media. Dari semester awal sampai akhir, mereka diberikan pengetahuan tentang media massa sekaligus mempraktekkan teori-teori yang sudah dipelajari dalam bangku perkuliahan. Mendapatkan segala informasi tentang media massa dan segala aspeknya. Dengan praktek yang mereka lakukan seharusnya bisa lebih bijak dalam memilih, menyikapi terpaan media yang negative dengan menggunakan literasi media.

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kemampuan literasi media pada kalangan mahasiswa jurnalistik terhadap informasi-informasi yang diterima dari media massa khususnya *infotainment*. Sikap mahasiswa yang cenderung biasa-biasa saja bukanlah cara yang tepat. Mahasiswa harus bisa menerapkan literasi media pada penerimaan sebuah pesan. Dari uraian yang dipaparkan diatas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh lagi, dituangkan dalam bentuk skripsi yang berjudul **“Literasi Media Mahasiswa Pada Tayangan Infotainment Inset Transtv (Studi Deskriptif Terhadap Mahasiswa Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi).”**

1.2 Fokus Penelitian

Pemaparan dilatar belakang diatas dapat disimpulkan bahwa dalam menerima sebuah pesan harus berhati-hati dan harus bisa menganalisis, memilih

mana berita yang baik dan yang tidak baik untuk diterima. Karena itulah literasi media sangat diperlukan sebagai alat untuk berfikir kritis dalam menyaring sebuah berita.

Konsep yang digunakan pada penelitian ini berdasarkan *National Leadership Conference on Media Education* (Iriantara, 2009:17). Maka agar lebih terarah dalam penelitian ini dirumuskan sebuah pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- A. Bagaimana kemampuan mahasiswa dalam mengakses tayangan *infotainment* Insert?
- B. Bagaimana kemampuan mahasiswa dalam menganalisis tayangan dari *infotainment* Insert?
- C. Bagaimana kemampuan mahasiswa dalam mengevaluasi tayangan dari *infotaiments* Insert?
- D. Bagaimana kemampuan mahasiswa dalam menyampaikan pesan yang terdapat dalam tayangan *infotainment* Insert?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam mengakses tayangan *infotainment* Insert
2. Untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam menganalisis tayangan *infotainment* Insert
3. Untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam mengevaluasi tayangan *Infotaiment* insert

4. Untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam menyampaikan kembali informasi atau pesan yang terdapat dalam tayangan *infotainment* Insert.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Secara teoritis penelitian ini bisa sebagai bahan referensi dan memperkaya ilmu pengetahuan, terutama pada bidang ilmu komunikasi massa, selain itu juga memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu dibidang jurnalistik, terutama berkaitan dengan jurnalistik *infotainment* dan juga memberikan pengetahuan mengenai literasi media.

2. Secara Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan menjadi gambaran dalam hal berfikir kritis ketika dimana menghadapi terpaan sebuah pesan dari media massa dan mampu untuk menganalisis, mengevaluasi dan juga mengkomunikasikan, secara sederhana dari konsep yang diambil yaitu bagaimana memahami, memaknai, mengevaluasi dan mengkomunikasikan kembali pesan yang diterima dari media tersebut keberbagai bentuk. Peneliti juga berharap penelitian ini bisa bermanfaat dan bisa dijadikan sebuah kerangka dan landasan bagi para peneliti-peneliti lainnya yang mempunyai minat seperti penelitian ini yaitu mengkaji literasi media.

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Landasan Teoritis

Landasan Teoritis merupakan suatu uraian yang memuat pokok-pokok pemikiran yang menggambarkan dari sudut masalah penelitian yang nanti akan disoroti (Nawawi, 1995:40).

Penelitian ini pun membahas tentang literasi media pada mahasiswa jurnalistik dengan mengacu pada 4 unsur yaitu: kemampuan mengakses, kemampuan dalam menganalisis, kemampuan mengevaluasi dan kemampuan untuk mengkomunikasikan pesan yang diterima keberbagai bentuk, serta teori agenda setting.

Pertama kemampuan mengakses, dalam menerima sebuah informasi perlu adanya pemahaman, pengetahuan untuk menggunakan dan mengakses media. Adapun indikator yang berkaitan dengan mengakses ialah: media yang kita gunakan, frekuensi penggunaan, tujuan penggunaan serta mengerti apa maksud pesan tersebut; **kedua**, kemampuan menganalisa: setelah memahami lalu mampu memaknai juga tujuan dari isi pesan yang diterima dari media dan bisa mengidentifikasi pengirim pesan dari media dan apa isi pesan tersebut, indikator dari menganalisa yaitu: mampu mempresentasikan maksud dari pesan tersebut, mampu mengidentifikasi pengirim pesan, mampu juga menilai pesan media yang diterima dan dapat menarik perhatian; **ketiga**, kemampuan mengevaluasi: mampu mengevaluasi isi pesan tersebut dan bisa membandingkan dengan pendapat sendiri, hal ini merupakan penilaian secara subjektif dari

individu, bisa juga disebut dengan sebuah reaksi seseorang setelah menerima pesan dari media, indikatornya adalah: sikap dan reaksi maupun perasaan seseorang setelah mendapatkan pesan tersebut, dan mengutarakan isi pikiran terait dengan informasi yang didapat yang berguna bagi dirinya; **keempat**, kemampuan dalam mengkomunikasikan: mampu mengkomunikasikan kembali isi dari sebuah pesan dalam bentuk apapun kepada orang lain. Indikatornya adalah mampu mengkomunikasikan kembali isi pesan dalam bentuk apa saja. (*Natioanl Leadership Conference On Media Education* ((Hobbs, 1999) dalam jurnal Juditha, 2013).

Tabel 1.1 Landasan Konseptual

Konsep literasi media pada Leadership Conference on Media Education	Keterangan	Indikator
Mengakses	Pemahaman dalam penggunaan media massa dan mampu memahami isi pesan tersebut.	<ul style="list-style-type: none"> - Media yang digunakan - Tujuan penggunaan - Memahami isi pesan
Menganalisis	Memahami/memaknai tujuan pesan media massa itu dan dapat mengidentifikasi media, dan isi dari isi pesannya	<ul style="list-style-type: none"> - Mengingat pesan - Menjelaskan maksud dari pesan tersebut -Mengidentifikasi pengirim pesan - Menilai media
Mengevaluasi	Mampu menilai sebuah pesan yang diterima dan	- Perasaan/ sikap yang dirasa setelah

	dibandingkan dengan pendapat diri sendiri. Hal tersebut berkenaan dengan perspektif individu/ reaksi yang didapat ketika pesan masuk.	menerima pesan tersebut. -membandingkan perspektif sendiri dengan pesan media, dan mengungkapkannya sebagai informasi yang berguna bagi pengguna
Mengkomunikasikan	Mampu mengkomunikasikan kembali pesan dari media ke berbagai bentuk apa pun itu kepada pengguna/ orang lain.	- Bentuk dalam mengkomunikasikan pesan tersebut.

Selain dari buku juga, peneliti membaca buku tentang *infotainment* dan literature lainnya agar wawasan peneliti lebih luas khususnya tentang literasi media, khalayak aktif, *infotainment* dan media massa. Buku tentang *infotainment* yang peneliti baca berjudul jurnalisme dan *infotainment* dalam industry televisi. (Syahputra, 2013).

1.5.2 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah uraian dari sebagian ide-ide penting yang dimana mendasari penelitian. Dalam penelitian ini menerangkan konsep dari mulai apa yang dimaksud dengan literasi media, apa yang diartikan dengan televisi, *infotainment* dan juga apa yang dimaksud dengan insert trans tv.

a. Literasi media

Literasi media atau melek media didefinisikan sebagai kemampuan yang harus dimiliki oleh pengguna media. Tujuan mendasar literasi media adalah mengajarkan kepada pengguna media untuk menganalisis media massa, mengetahui tujuan pesan dari media, dan mengembangkan kesadaran atas implikasi social kultural, ekonomi dan politik teks-teks media. Pada dasarnya literasi media dapat diartikan seperti dalam konsep *National Leadership Conference on Media Education* yang menyatakan bahwa literasi media adalah kemampuan mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan mengkomunikasikan kembali pesan dalam berbagai bentuk (Iriantara, 2009:17).

Literasi media terbuka untuk siapa saja, bukan untuk digolongkan, dengan itu literasi media sangat diperlukan, gerakan literasi media dipandang lebih realistis menghadapi serbuan media massa dan untuk kehidupan masyarakat yang sesak akan media. Karena literasi media sebagai bentuk “pengendalian” isi media. Secara sederhana khalayak yang mempunyai kompetensi literasi media akan bisa memilih tayangan mana atau isi media mana yang memang bermanfaat.

b. Televisi

Televisi adalah hasil produk teknologi yang menyampaikan isi pesan dengan melalui audiovisual gerak. Audiovisual tersebut memiliki kekuatan yang sangat tinggi dalam memengaruhi pola pikir tindakan seseorang (Askurifai, 2006:16).

Menurut (Effendy, 2002:17) “televisi merupakan sebuah komunikasi massa yang digunakan didalam proses komunikasi dengan ciri-ciri berlangsung satu arah, komunikator melembaga, pesannya bersifat umum, sasaran memberikan keserempakan dengan komunikan heterogen.” Kelebihan televisi adalah menyajikan informasi dengan audiovisual. Penyajian beritanya dikemas secara beragam. Televisi juga merupakan media massa yang masih dikonsumsi, media massa yang populer karena pada saat ini masih dijadikan sumber informasi.

c. Infotainment

Infotainment termasuk bagian dari hasil produk jurnalistik, karena didalamnya menjalankan praktik jurnalistik, seperti: mencari, memperoleh, mengolah, menyimpan lalu mempublikasikan berita tersebut kepada khalayak. Secara harfiah *infotainment* adalah turunan dari produk serupa di negara barat yang dinamakan celebrity gossip. *Infotainment* juga merupakan neologism dari kata *information* dan *entertainment* diartikan sebagai berita atau informasi yang penyampaian pesannya diwarnai dengan hiburan agar masyarakat gampang dalam memahami isi berita tersebut. Ringkasnya *infotainment* adalah sebuah metode penyampaian informasi, bukan informasi berisi hiburan apalagi gossip selebritis seperti sekarang (Seomardjo, 2006:1)

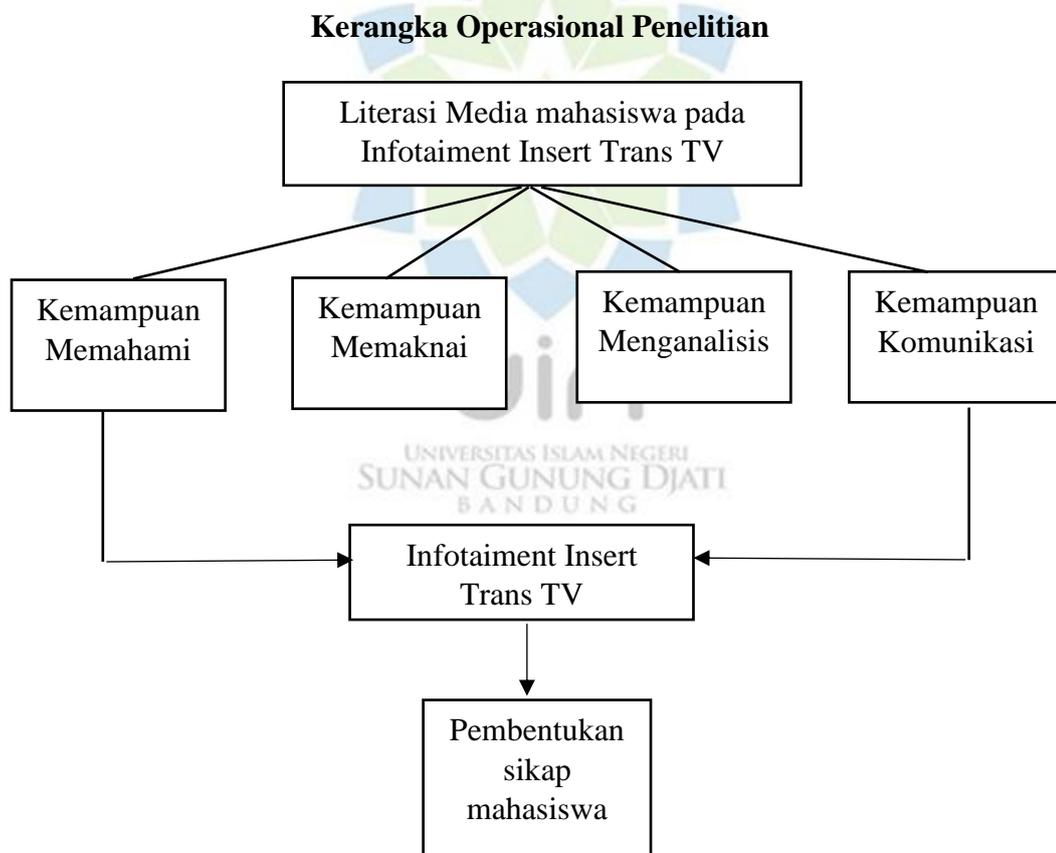
d. Insert Transtv

Insert adalah tayangan *infotainment* yang ada pada program transt TV, *infotainment* insert mempersembahkan kabar terkini seputar kehidupan

para artis. Acara yang dimulai dari tahun 2003 ini juga mengulas tentang kejadian-kejadian yang viral di dunia. Aneka berita yang disajikan membuat para khalayak tertarik dan berhasil membuat para artis yang bersangkutan angkat bicara.

1.5.3 Kerangka Operasional

Berdasarkan teori dan konsep diatas maka kerangka operasional penelitian ini dapat dirangkum dalam bentuk bagan, untuk memudahkan peneliti dalam memahami penelitian yang akan dilakukan.



Sumber : Kontruksi Peneliti

1.6 Langkah-langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi penelitian

Penelitian ini berlokasi di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Dengan informan penelitian adalah mahasiswa jurusan jurnalistik fakultas dakwah dan komunikasi.

1.6.2 Paradigma Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, Paradigma konstruktivisme ini memandang ilmu social sebagai bahasan terstruktur terhadap suatu tindakan yang bermakna secara social dengan pengamatan langsung dan mendetail terhadap pelaku social dalam kehidupan sehari-hari. Pemahaman tersebut akan memahami dan menginterpretasikan cara pelaku social dalam menciptakan, memelihara atau mengelola dunia social mereka (Hasrullah, 2009:55).

Realitas social dalam kehidupan ini menjadi setiap orang atau kelompok menghasilkan sebuah penafsiran pada suatu hal. Kaitannya dengan penelitian ini ingin mengetahui interpretivisme (penafsiran) dari setiap informan dari hasil wawancara dan juga observasi.

1.6.3 Pendekatan dan Metode Penelitian

Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Menurut Lodico, Spaulding, dan Veogtle (2006) penelitian kualitatif merupakan penelitian lapangan yang bermetode penalaran induktif, percaya bahwa setiap orang mempunyai pandangan atau persepektifnya masing-masing, berfokus pada kehidupan social dimana

memberikan sebuah pandangan permasalahan yang akan dibahas, itu semua merupakan proses ilmiah yang sah (Lodico, Spaulding dan Veogtle, 2006:264).

Sedangkan menurut Nasution (2003:5) penelitian ini fokus untuk mengamati kehidupan/lingkungan seseorang, melakukan interaksi serta menjadikan pendapatnya untuk ditafsirkan dan dijadikan untuk kebutuhan data. Ada lima ciri yang utama dalam penelitian kualitatif menurut Bogdan dan Biklen (2008:4-5). Yang pertama ialah naturalistic, naturalistic memasuki kedalam suatu masalah, sebagai bentuk pemahaman dalam mempelajari seluk beluk permasalahan. Yang kedua adalah data Deskriptif, data yang diambil dari sebuah wawancara, catatan lapangan dan data lainnya lebih mengambi dalam bentuk kata-kata/ gambar dibandingkan angka, ciri yang ketiga adalah berurusan dengan proses. Penelitian kualitatif lebih fokus kepada proses dari pada hasil/produk. ciri selanjutnya induktif, penelitian kualitatif lebih menganalisis data secara induktif, memfokuskan pencarian data/ bukti dan tidak menerima hipotesis, ciri yang terakhir adalah makna, ciri makna disini merupakan hal yang mendasar bagi sebuah penelitian, memfokuskan kepada kehidupan dalam permasalahan tersebut, penelitian kualitatif peduli dengan *perspektif partisipan*.

Karena itu pemilihan pendekatan ini didasari alasan, karena peneliti akan mengungkap sebuah peristiwa yang berkaitan tentang pemahaman literasi media terhadap *infotainment* dengan mengukur

pemahaman dan kemampuan mahasiswa dalam menggunakan dan memanfaatkan media atau lebih dikenal dengan literasi media. Pada penelitian ini tidak menguji hipotesa.

Penelitian ini membutuhkan pemaparan dalam sebuah peristiwa yang berkaitan dengan kemampuan literasi media pada kalangan mahasiswa, menggunakan pendekatan ini juga karena memerlukan suatu opini/pandangan seseorang yang sangat mendetail tentang topik yang diambil yaitu tentang kemampuan literasi media.

Penelitian ini juga menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dengan pendekatan dan metode keduanya yakni pada hasilnya nanti ada dua deskriptif yaitu berupa kata tertulis maupun lisan dari informan atau sebuah perilaku dari informan yang dapat diamati kemudian dianalisis (Arikunto, 2010).

Metode deskriptif ini dianggap efektif dan juga sesuai untuk digunakan dalam penelitian, karena menjadi cara normal dalam membuktikan suatu kebenaran yang terjadi, tentang bagaimana literasi media atau cara pandang seseorang dalam memaknai sebuah informasi yang didapatkan dari media.

Untuk memulai penelitian menggunakan metode deskriptif, peneliti harus mengidentifikasi terlebih dahulu pertanyaan dalam permasalahannya, pertanyaan berkaitan dengan kenapa dan bagaimana. Pertanyaan-pertanyaan tentunya harus jelas, dalam penelitian ini menggunakan *konsep National Leadership Conference on Media*

Education yaitu kemampuan dalam mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan mengkomunikasikan pesan ke berbagai bentuk (Irianta, 2009:17). Dimana dalam pertanyaan juga berkenaan dengan empat point yang ada pada konsep tersebut.

1.6.4 Sumber Data dan Jenis Data

1.6.4.1 Sumber Data

a. Sumber data Primer

Jenis sumber data ini dari mahasiswa jurnalistik yang dikategorikan sering menonton tayangan *infotaimen* Insert. Memilih mahasiswa jurnalistik sebagai informan karena ruang lingkup yang dipelajari berfokus pada media, mereka mempelajari segala bentuk media dan juga segala aspeknya. Maka perlu adanya kemampuan dalam literasi media untuk menyaring pesan yang didapat. Data primer ini akan menghasilkan pandangan dan juga pendapat dari informan tentang tayangan infotaiment insert transtv.

b. Sumber data Sekunder

Selain data dari mahasiswa jurnalistik, data sekunder didapat dari sumber-sumber buku dan literatur yang berkenaan tentang literasi media serta perkembangan pada media massa untuk menambah bahan dalam penelitian ini. Tahap-tahap tersebut merupakan bahan tambahan untuk penelitian ini, maka dari itu peneliti akan merangkum dan mengumpulkan dari beberapa literatur, beberapa buku-buku, sehingga bisa mengetahui literasi media lebih mendalam dan perkembangan dari media massa.

1.6.4.2 Jenis Data

Jenis data pada penelitian ini yaitu data kualitatif yang didalamnya berisi informasi untuk menunjang penelitian. data-data yang diambil hasil dari pertanyaan yang diajukan sebagai berikut:

- a. Data mengenai tentang pemahaman informan pada isi tayangan infotainment insert transtv
- b. Data mengenai tentang menganalisis dari isi tayangan infotainment insert transtv
- c. Data mengenai bagaimana informan mengevaluasi isi tayangan infotainment insert trans tv
- d. Data mengenai bagaimana informan mengkomunikasikan kembali isi pesan tersebut keberbagai bentuk.

1.6.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data dengan melakukan wawancara dan observasi.

- a. Wawancara

Wawancara yang dilakukan penelitian ini untuk mengumpulkan data dari informan melalui teknik wawancara tertulis atau *by phone* yaitu dengan menggunakan *whatsapp*. Dikarenakan kondisi tidak memungkinkan untuk bertemu langsung maka wawancara dilakukan secara tertulis atau online melalui aplikasi *whatsapp*. Dan apabila kondisi memungkinkan untuk bertemu langsung, wawancara akan dilakukan dengan wawancara

terbuka, yaitu wawancara dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang tidak ada batasan dalam jawabannya. jadi pertanyaannya bisa dijawab secara luas dan terbuka. Dalam pengumpulan data peneliti akan mewawancarai beberapa mahasiswa jurnalistik fakultas dakwah dan komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung

b. Observasi

Metode selanjutnya adalah observasi. Ketika peneliti mengumpulkan data tentu memerlukan sebuah pengamatan bahkan mengamati sendiri dalam fenomena tersebut dengan menggunakan panca indera. Pengamatan mengenai kondisi dan realitas yang ada di lapangan. Observasi ini dilakukan untuk mendapatkan seorang informan dalam perilaku. Mulai dari ekspresi wajah, penampilannya, pakaian, gerakan tangan serta kontak mata, lalu gaya bicara, intonasi suara ketika menjawab dan lain sebagainya.

c. Studi Pustaka

Kemudian pengumpulan data selanjutnya menggunakan studi pustaka, yang dimana hasilnya akan diperoleh melalui pengumpulan bahan bacaan untuk memperkuat peneliti dalam melakukan penelitian. dan data tersebut berupa dokumen, peneliti juga menggunakan sejumlah referensi sebagai penunjang peneliti baik melalui jurnal penelitian, website terpercaya kemudian hal lainnya yang berkaitan dengan objek penelitian.

1.6.6 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Suatu penelitian harus ada kualitas data dan ketepatan dalam menentukan metode, karena dua hal tersebut digunakan ketika melakukan penelitian yang bersangkutan dengan aktifitas manusia. (Emzir, 2010:78)

Metode keabsahan data pada penelitian ini menggunakan triangulasi, yaitu kombinasi dari banyak data, waktu dan tenaga yang digunakan oleh peneliti, triangulasi sangat diperlukan untuk mengumpulkan dan menganalisis data. Maka dari itu triangulasi berupa usaha untuk mengecek kebenaran data atau informasi yang didapat dari berbagai sudut pandang informan yang berbeda-beda dengan cara mengurangi bias yang terjadi saat pengumpulan data.

Metode triangulasi terbagi pada empat macam yaitu:

1. Triangulasi kejujuran penelitian, dimana cara ini menguji subjektivitas dan kemampuan rekaman data yang dilakukan oleh peneliti. Dalam penelitian kualitatif peneliti menggunakan metode wawancara, observasi ataupun survei. Untuk memperoleh kebenaran dalam sebuah informasi tersebut dengan cara memverifikasi ulang secara langsung, baik wawancara ulang dan merekam data yang sama saat di lapangan.
2. Triangulasi sumber data bagian dari menggali kebenaran informasi, yaitu dengan membandingkan dan juga memverifikasi kebenaran informasi yang didapatkan dari metode dan sumber yang diperoleh. Data yang didapatkan yaitu dari hasil wawancara dan pengamatan secara pribadi oleh sumber, kemudian peneliti membandingkan keadaan dan perspektif informan melalui dokumen yang berkaitan

dengan pandangan orang lain. Berbagai pandangan akan menghasilkan keluasan pengetahuan untuk memperoleh sebuah kebenaran.

3. Triangulasi metode yaitu dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data yang didapat dengan cara yang berbeda. dengan mengecek ulang kesesuaian penggunaan metode pengumpulan data antara wawancara dengan observasi. Peneliti bisa menggunakan metode wawancara bebas atau terstruktur, peneliti juga bisa menggunakan informan yang berbeda untuk mendapatkan kebenaran informasi tersebut. karena itu lah metode tahap ini dilakukan jika informasi atau data yang didapat diragukan kebenarannya.
4. Triangulasi teori yaitu informasi selanjutnya dibandingkan dengan teori yang relevan terhadap permasalahan yang dibawa. Guna menghindari bias dari peneliti atas teman atau kesimpulan yang nanti dihasilkannya.

1.6.7 Teknis Analisis Data

Proses dalam pengumpulan data serta analisisnya, peneliti harus memastikan bahwa data/temuan tersebut interpretasi cara akurat. Ketika melakukan interaksi dan membuahakan hasil data, data tersebut merupakan data yang akurat. Untuk menentukan keakuratannya peneliti melakukan strategi seperti pengecekan anggota/ triangulasi. (Creswell, 2008:266)

Dari definisi diatas dapat kita simpulkan bahwa analisis data adalah proses pengumpulan dari hasil wawancara, catatan lapangan, teori dari buku-buku serta dokumentasi yang didapat dengan mengorganisasikan,

merangkum data-data sehingga dapat menemukan kesimpulan dan bisa dipahami diri sendiri dan oleh orang lain.

Analisis data pada penelitian ini menggunakan tiga analisis data menurut Miles dan Huberman (1984: 21-23).

1. Reduksi Data

Tahap ini merupakan proses memilih data, data dari hasil wawancara lalu memfokuskan isi kepada hal yang penting, menyederhanakan, dan mentransformasikan data yang masih mentah, dengan begitu data-data yang sudah direduksi akan membuat penjelasan yang lebih jelas.

2. Model data

Setelah mereduksi data “model data” yang disajikan berbentuk pada teks naratif, uraian secara singkat tapi dapat dimengerti, katakanlah mencari titik terang dari catatan lapangan dengan begitu akan memahaminya dan bisa mengerjakan ketahap selanjutnya.

3. Verifikasi Kesimpulan

Selanjutnya adalah langkah penarikan kesimpulan, dari memulai reduksi data, lalu model data yang digunakan sehingga mendapatkan sebuah kesimpulan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif berbentuk deskriptif atau sebagai gambaran untuk lebih difahami, data kesimpulan muncul dari kepercayaan data yang sudah teruji kekuatannya, kepercayaannya serta validitasnya.

1.6.8 Jadwal Penelitian

1.2 Rencana Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Bulan 2020-2021										
		Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	
1	Pengajuan judul dan penyusunan usulan penelitian	■										
2	Pengajuan proposal		■									
3	Seminar uji proposal			■								
4	Pengumpulan data				■	■						
5	analisis data						■					
6	Penyusunan							■	■	■		
3	Seminar uji proposal											■