

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Setiap organisasi atau perusahaan apapun jenisnya, membutuhkan fungsi *public relations* atau humas (hubungan masyarakat). Kegiatan *public relations* atau kehumasan, dapat di laksanakan dalam berbagai situasi (*setting*). Walaupun prinsip-prinsip humas berlaku untuk seluruh jenis organisasi, lembaga, atau perusahaan dimana praktisi humas bekerja.¹

Publik Relations yang di singkat menjadi PR, merupakan proses interaksi dimana *Publik Relations* menciptakan opini publik, dan menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik, bertujuan menanamkan keinginan baik, kepercayaan saling adanya pengertian, dan citra yang baik dari publiknya.² PR / humas berfungsi menumbuhkan motivasi dan partisipasi, seperti halnya Lembaga Penyiaran Public (LPP) TVRI Jawa Timur berpartisipasi dalam memperkuat persatuan nasional, melalui program budaya lokal untuk melestarikan budaya bangsa, demi kepentingan seluruh lapisan masyarakat melalui penyelenggaran penyiaran televisi.

Semua itu bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan *good will* (kemauan baik) publiknya, serta memperoleh citra yang baik.

¹ Morissan M. A. *Manajemen Public Relations* (jakarta : Kencana Prenada Media Group.2008), hlm. 85.

² Soleh Soemirat, Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relations*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2008), hlm. 12

Dalam suatu organisasi tidak hanya PR saja yang memiliki peran untuk menciptakan image baik, seperti halnya di LPP TVRI Jawa Timur, yang merupakan stasiun televisi bersiaran lokal yang di miliki oleh Pemerintah Provinsi Jawa Timur. semua karyawan merupakan PR bagi TVRI Jawa Timur, karena dalam menimbulkan citra baik melalui program-program acara yang di kemas, itu semua adalah hasil kesepakatan dari seluruh karyawan, setiap karyawan memiliki devisi-devisi tersendiri dan cara tersendiri untuk menjadi PR TVRI Jawa Timur.

Terwujudnya TVRI sebagai media pilihan bangsa indonesia, dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, untuk memperkuat persatuan nasional. Dalam devisi program para programmer memiliki *planning* yang bertujuan untuk menciptakan *image* TVRI melalui program-program yang akan TVRI sajikan untuk masyarakat, misalnya melalui program budaya lokal, para programmer memiliki kreativitas untuk mengemas program acara budaya lokal, yang saat ini mulai menyurut peminatnya apalagi para remaja.

Program budaya lokal yang ada di TVRI, mengangkat beragam budaya lokal yang ada di Jawa Timur, program budaya lokal tidak hanya menampilkan seni, tetapi juga program lain yang menggambarkan budaya masyarakat Jawa Timur. Program-program termasuk Campursari yang ditampilkan setiap hari kamis pukul 18.00 WIB dan Ajang Wadul setiap hari Senin dan minggu pada pukul 6 sore, dll. Program ini sebagai alat untuk melestarikan budaya lokal yang mulai tergerus arus globalisasi, yang saat ini masyarakat mulai mengabaikan budaya-budaya yang ada, misalnya

menurunnya peminat pertunjukan seni tradisional di Gedung kesenian THR. Padahal kebudayaan sangat erat hubungannya dengan masyarakat. Kebudayaan adalah sesuatu yang akan mempengaruhi tingkat pengetahuan, dan meliputi sistem ide, atau gagasan yang terdapat dalam pikiran manusia, sehingga dalam kehidupan sehari-hari, kebudayaan itu bersifat abstrak. Sedangkan perwujudan kebudayaan adalah benda-benda yang diciptakan oleh manusia sebagai makhluk yang berbudaya, berupa perilaku dan benda-benda yang bersifat nyata, misalnya pola-pola perilaku, bahasa, peralatan hidup, organisasi sosial, religi, seni, dan lain-lain, yang kesemuanya ditujukan untuk membantu manusia dalam melangsungkan kehidupan bermasyarakat.

Sehingga tumbuhlah inspirasi untuk mengangkat budaya lokal kedalam sebuah program, untuk lebih menarik peminatnya kembali, serta dapat membantu mengembangkan TVRI menjadi media perekat sosial, untuk persatuan dan kesatuan bangsa, sekaligus media control sosial yang dinamis.

Citra merek merupakan syarat dari merek yang kuat, dan citra adalah persepsi yang relatif konsisten dalam jangka panjang. *Brand Image* merupakan faktor penting yang dapat membuat konsumen mengeluarkan keputusan untuk mengkonsumsi, bahkan sampai kepada tahap loyalitas didalam menggunakan suatu merek produk tertentu, karena *Brand Image* mempengaruhi hubungan emosional, antara konsumen dengan suatu merek, sehingga merek yang penawarannya sesuai dengan kebutuhan, akan terpilih untuk di konsumsi.

Identitas suatu merek adalah pesan yang disampaikan oleh suatu merek melalui bentuk tampilan produk, nama, simbol, iklan, dan sebagainya. Identitas merek berkaitan erat dengan citra merek (*Brand Image*) karena citra merek merujuk pada bagaimana persepsi konsumen akan suatu merek. Fakta di lapangan adalah seringkali dijumpai bahwa ada perbedaan persepsi antara pesan yang hendak disampaikan oleh pemasar dengan pesan yang diterima oleh konsumen. Disinilah letak tantangan seorang pemasar di dalam merencanakan pesan sebuah merek yang hendak dikomunikasikan kepada target pasar yang hendak dituju.

TVRI Jawa Timur merupakan sebuah tayangan media yang sangat jadul serta dalam menayangkan beberapa tayangan pertelevisian tidak seperti penayangan pertelevisian yang terjadi seperti kehidupan sehari-hari, khususnya mengikuti perkembangan pada saat ini yang banyak diminati oleh anak muda, dimana setiap pertelevisian harus mampu bersaing dalam memerankan yang dapat memberikan *Brand Image* yang baik, mudah dikenal dan tidak berpindah ke stasiun pertelevisian lainnya. Oleh karena itu seiring dengan perkembangannya ternyata TVRI mampu bersaing dengan pertelevisian lainnya khususnya dalam pungkasan program budaya lokal yang banyak peminatnya khususnya penayangan campursari yang dapat memberikan *image* bahwa campursari banyak peminatnya dan semua yang ditayangkan oleh pertelevisian TVRI tidak semuanya berbentuk jadul tetapi banyak peminatnya dan mampu bersaing dalam dunia global.

Dalam latar belakang di atas, peneliti ingin meneliti bagaimana pihak LPP TVRI Jawa Timur, dalam mengemas budaya lokal yang kurang di minati masyarakat, yang sekaligus bisa menciptakan *image positif*, untuk memajukan TVRI Jawa Timur melalui *Brand Image* dalam program budaya lokal. Untuk membentuk citra tersebut, maka perlu adanya strategi PR dalam meningkatkan *image positive* dimata masyarakat, melalui *Brand Image* dalam program budaya lokal yang di kemas oleh TVRI Jawa Timur. Kepercayaan dan keyakinan masyarakat, sangat perlu untuk memperkuat betapa pentingnya konsumsi pengetahuan, tentang budaya lokal.

B. Fokus Penelitian

Berpijak pada latar belakang di atas, maka saya membuat fokus penelitian yang menjadi objek pembahasan skripsi ini. Adapun fokus masalahnya sebagai berikut :

1. Bagaimana LPP TVRI Jawa Timur dalam mengemas program budaya lokal?
2. Bagaimana bentuk-bentuk *Brand Image* LPP TVRI Jawa Timur dalam mengemas program budaya lokal?
3. Bagaimana *Brand Image* program budaya lokal bagi pemirsa?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, saya memiliki tujuan yang ingin di capai, yakni :

1. Untuk mengetahui bagaimana LPP TVRI Jawa Timur dalam mengemas program budaya lokal.
2. Untuk mengetahui bagaimana bentuk-bentuk *Brand Image* LPP TVRI Jawa Timur dalam mengemas program budaya lokal

D. Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini sebagai berikut:

1. Secara praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi masukan dan bahan pertimbangan bagi LPP TVRI Jawa Timur, dalam meningkatkan mutu dan kualitasnya dimata publik.

2. Secara teoritis

Secara teoritis penelitian ini dapat digunakan untuk mengembangkan teori yang peneliti gunakan dalam meneliti fenomena yang saya angkat.

E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan pertimbangan dari saya yang terkait dengan tema yang di teliti, saya berusaha mencari referensi hasil penelitian yang di kaji oleh peneliti terdahulu, yang dapat membantu saya. Disini saya melihat penelitian terdahulu yang berjudul antara lain :

Penelitian terdahulu yang berjudul **"Pembentukan Citra Melalui Komunikasi Pendidikan"**, yang di tulis oleh Mustaghisah 2011, penelitian ini membahas tentang bagai mana membentuk citra yang baik dengan

menggunakan komunikasi pendidikan, karena hal itu di perlukan strategi tersendiri dalam proses *Brand Image*, sebab itulah dalam menghadapi berbagai faktor yang berpengaruh terhadap *image* Madrasah Aliyah Ihyaul Ulum harus bisa merumuskan strategi yang tepat dalam meningkatkan citra sekolah, seperti adanya cara meningkatkan image melalui komunikasi pendidikan.

Kemudian penelitian terdahulu yang berjudul "**Peranan Program Acara Jer Basuki Mawabeya TVRI Di Masyarakat Bulak Rukem Semampir**", yang di tulis oleh Imma Fauziah Rusdi tahun 2007, penelitian ini membahas tentang bagaimana program dan peranan acara jer basuki mawabeya TVRI Bulak Rukem Semampir Surabaya, dan di sini proses komunikasi penyampaian pesannya ternyata begitu efektif, karena dapat membuat khalayak memahami dan mengetahui setiap pesan yang di sampaikan baik melalui kreatifitas pengemasan acara ataupun tanya jawab secara langsung. Berikut ini adalah tabel Matriks hasil kajian terdahulu :

F. Definisi Konsep

Batasan konsep sangat di perlukan, supaya tidak terjadi sesalah pahaman dalam mengartikan serta memahami konsep-konsep yang saya ajukan, diantaranya :

1. *Brand Image*

Brand Image, menurut Kottler (2003 : 570) “*image is the of beliefs, ideas, and impressions that a person holds of an object*”³. *Image* adalah sekelompok kepercayaan–kepercayaan, gagasan-gagasan dan kesan-kesan yang diperoleh seseorang terhadap suatu obyek, sehingga *image* sangat berpengaruh dalam pemasaran terhadap suatu produk, atau jasa, dimana kepercayaan, ide, dan kesan konsmen terhadap suatu objek tersebut, akan membuat konsumen tertarik dan mau membuat tindakan atas obyek yang berkesan bagi konsumen tersebut. Produk atau jasa, harus memiliki *image* yang kuat sehingga memberikan kepercayaan, gagasan, dan kesan yang baik pada konsumen.

Menurut suka tendel, citra itu dengan sengaja perlu di ciptakan agar bernilai positif. Citra itu sendiri merupakan salah satu aset terpenting dari suatu perusahaan, lembaga atau organisasi.⁴

Menurut Moriarty et al. (2009, p.84) “*brand image is the result of communications and the consumer’s personal experience with the product*”. Citra merek adalah hasil yang di capai atas komunikasi dan pengalaman personal seorang konsumen terhadap suatu produk.

³ Kottler Kottler (2003 : 570), Ajeng Patria Meilisa, *Summary Skripsi ;Strategi Public Relations Dalam Membangun Brand Image Tv One Sebagai Televisi Berita.2011*

⁴ *Public Service Communication 2010 UMM Press Malang*

Jadi *Brand Image* adalah hasil dari upaya untuk meningkatkan citra baik suatu instansi atau perusahaan di mata publik, sehingga konsumen tertarik dan mau membuat tindakan atas obyek yang berkesan bagi konsumen tersebut, dari semua itu akhirnya timbul repon berupa citra terhadap lembaga itu.

Dengan adanya program budaya lokal maka warga Indonesia bangga dan dapat melestarikan budaya Indonesia baik khas, makanan, adapt istiadat maupun kebudayaan lainnya. Dengan cara melestarikannya tanpa memusnahkannya, karena banyak dari generasi bangsa yang mencintai produk dan kebudayaan asing dibandingkan kebudayaan Indonesia sendiri, dengan adanya program budaya lokal maka mampu memberikan pelajaran yang sangat berguna bagi penerus bangsa sendiri.

2. Program Budaya lokal

Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan *audiencenya*. Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat *audience* tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran apakah itu radio atau televisi.

Dilihat dari konsep diri pemirsa, ideal acara televisi adalah salah satu kelebihan dari media televisi ialah paket acaranya mampu membuka wawasan berfikir pemirsa untuk menerima dan mengetahui kejadian dan berada di lingkungan masyarakat.

Budaya atau kebudayaan berasal dari bahasa Sanskerta yaitu *buddhayah*, yang merupakan bentuk jamak dari *buddhi* (budi atau akal)

diartikan sebagai hal-hal yang berkaitan dengan budi dan akal manusia. Dalam bahasa Inggris, kebudayaan disebut *culture*, yang berasal dari kata Latin *Colere*, yaitu mengolah atau mengerjakan. Bisa diartikan juga sebagai mengolah tanah atau bertani. Kata *culture* juga kadang diterjemahkan sebagai "kultur" dalam bahasa Indonesia.⁵

Kebudayaan sangat erat hubungannya dengan masyarakat. Kebudayaan adalah sesuatu yang akan mempengaruhi tingkat pengetahuan dan meliputi sistem ide atau gagasan yang terdapat dalam pikiran manusia, sehingga dalam kehidupan sehari-hari, kebudayaan itu bersifat abstrak. Sedangkan perwujudan kebudayaan adalah benda-benda yang diciptakan oleh manusia sebagai makhluk yang berbudaya, berupa perilaku dan benda-benda yang bersifat nyata, misalnya pola-pola perilaku, bahasa, peralatan hidup, organisasi sosial, religi, seni, dan lain-lain, yang kesemuanya ditujukan untuk membantu manusia dalam melangsungkan kehidupan bermasyarakat.

Terwujudnya TVRI Jawa Timur sebagai media pilihan bangsa Indonesia, dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa untuk memperkuat persatuan nasional.

Jadi, Program budaya lokal adalah suatu acara yang di buat oleh tim programmer dalam acara yang mengangkat suatu perilaku atau pikiran masyarakat yang telah dilakukan secara turun temurun di lingkungan

⁵ <http://juliianthoe.blogspot.com/2012/12/pengaruh-dan-dampak-budaya-asing-di.html>

tertentu untuk di siarkan kepada publik dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa untuk memperkuat persatuan nasional.

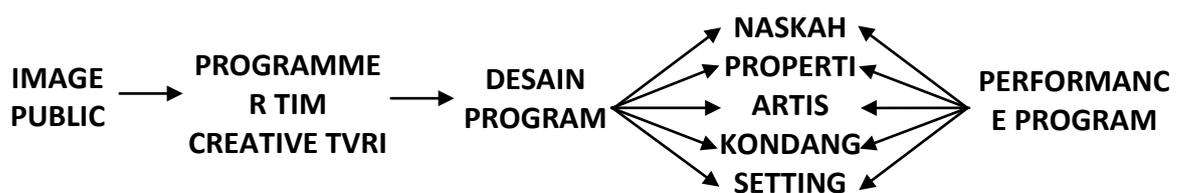
G. Definisi Operasional

Definisi dari konsep skripsi yang berjudul “*Brand Image* Program Budaya Lokal TVRI Jawa Timur” yang di maksud dengan judul skripsi tersebut adalah yang bermakna

Hasil dari berbagai upaya yang di lakukan untuk meningkatkan citra baik dari sebuah Lembaga Penyiaran Public dimana dalam program acaranya terdapat program yang memuat tentang budaya lokal (suatu acara yang di buat oleh tim programmer dalam acara yang mengangkat suatu perilaku atau pikiran masyarakat yang telah dilakukan secara turun temurun di lingkungan tertentu) dan diharapkan dapat meberikan brand image bagi LPP TVRI Jawa Timur di mata public.

H. Kerangka Pikir Penelitian

Ilustrasi kerangka pikir penelitian “*Brand Image* TVRI Jawa Timur dalam program budaya lokal” adalah sebagai berikut:



Bagan 1.1

Kerangka Pikir Penelitian

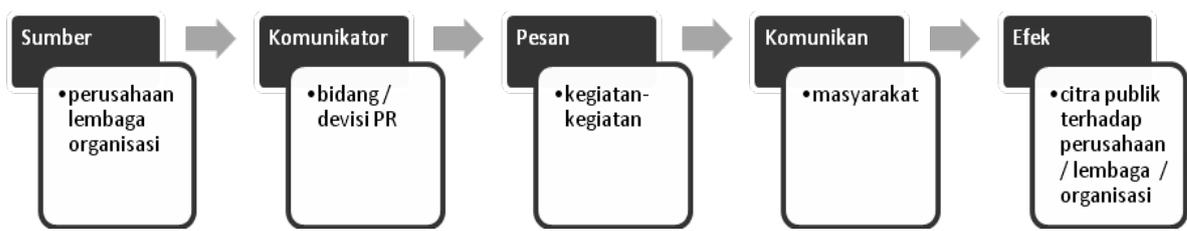
Disini dijelaskan, bahwa peneliti menerangkan terlebih dahulu apa itu pembentukan citra, kemudian mulai meneliti tentang apa yang terjadi dari dalam lembaga tersebut, apa ada perkembangan atau tidak, dan kemudian meneliti apa saja yang di lakukan dalam meningkatkan citra Lembaga Penyiaran Publik tersebut, dan apakah berhasil membentuk citra yang positif atau tidak, peneliti bisa melihat dari persepsi dan efek, atau respons dari public dan kemudian terbentuklah suatu teori.

Kini banyak sekali perusahaan, lembaga atau organisasi dan organ-organ yang mengelolanya sangat sensitif menghadapi public-public mereka yang kritis. Dalam salahsatu penelitian terhadap seratus top eksekutif, lebih dari 50% menganggap “penting sekali untuk memelihara public yang baik (citra yang baik)”.⁶ Citra adalah kesan yang di peroleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang di terima seseorang.

Berikut ini adalah bagan model teori *image building* (membangun citra), dapat di lihat sebagai model komunikasi dalam public relation.

Bagan 1.2 model komunikasi dalam proses penyampaian pesan

Pembuatan pola: Soleh soemirat dan Elvinaro ardianto



⁶ Soleh Soemirat, Elvinaro Ardianto, Dasar-Dasar Public Relation (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2008), hlm.111.

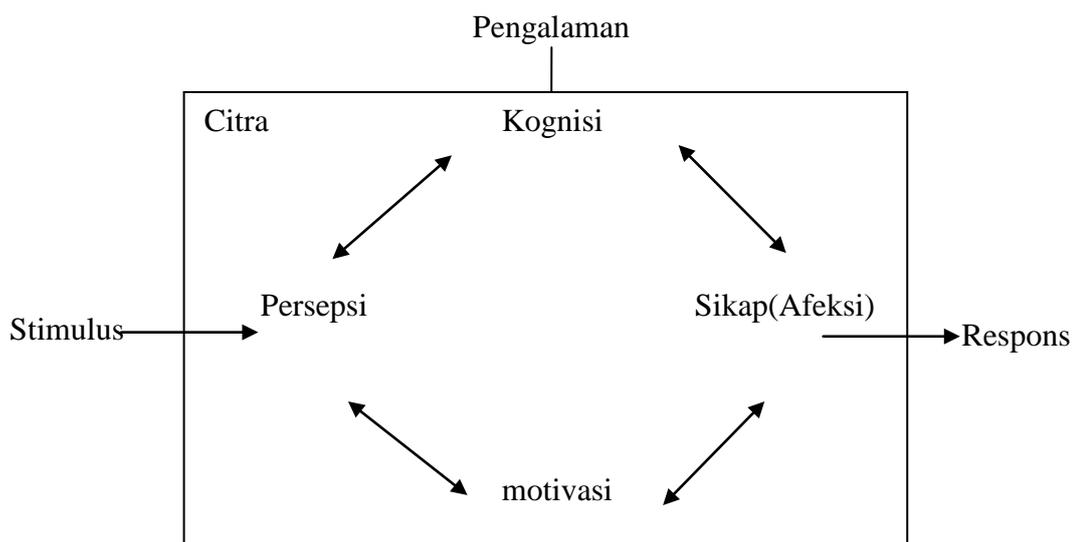
Disini dijelaskan sumber berbagai referensi dari apa yang akan di sampaikan oleh programmer kepada audiens melalui program budaya lokal, kemudian komunikatornya adalah para programmer, bagaimana programmer mengemas pesan tentang budaya lokal dengan baik, sedangkan pesannya akan di buat semenarik mungkin, sepertihalnya memadukan suatuhal yang saat ini lagi di gemari banyak orang, kemudian di tempelkan pada objek pesan sebelumnya, sehingga efeknya membuat masyarakat bisa menerima pesan yang di sampaikan dengan baik, dan membentuk citra yang baik pula di mata publik. Sedangkan dari sisi lembaganya sendiri, berusaha membuat organisasi yang *solid* dengan para karyawan TVRI Jawa Timur sendiri, berdiskusi membuat program-program kegiatan yang bisa membentuk citra dan kualitas yang baik, kemudian dilaksanakan oleh pihak-pihak yang bersangkutan setelah itu bisa di ketahui hasil dari program tersebut, apakah mendapatkan citra yang positif atau negatif.

Menyangkut pembentukan citra yang ada di LPP TVRI Jawa Timur ini, saya menggunakan teori yang di tulis oleh DR. Elvinaro Ardianto, M.Si, Yaitu :

Citra mencerminkan pemikiran, emosi dan persepsi individu atas apa yang mereka ketahui, terkadang persepsi diyakini sebagai realitas, karena persepsi merupakan pembentuk citra. Untuk itu, diperlukan peningkatan dan pemasaran citra(image marketing) yang bukan sekedar bisa tampil elegan dalam iklan, atau menyatakan sebagai yang terbesar atau terbaik, melainkan

lebih dari itu, mengupayakan agar nama dan reputasi (perusahaan/ lembaga/ produk) serta persepsi publik sehingga citra terbentuk pada struktur kognisi manusia.

Menurut John Nimpoeno (1985, dalam Ardianto.2009:44), pembentukan citra dapat di gambarkan sebagai berikut: ⁷



Bagan 1.3 proses pembentukan citra

Teori di atas pasti ada hubungannya dengan pembentukan citra di suatu instansi/ perusahaan. Lembaga Penyiaran Publik TVRI Jawa Timur pastinya akan meningkatkan citra agar bisa mendapatkan persepsi publik yang positif, maka timbullah stimulus dari masyarakat, mereka melakukan apa yang di lihat dan di fikirnya. Kemudian dilakukan kognisi dimana mereka sudah mengerti apa yang di ketahuinya tentang lembaga itu dan termotifasi

⁷ Elvinaro Ardianto, *Metodologi Penelitian Untuk Publik Relations*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010), hlm.98-100.

untuk melakukan suatu hal, kemudian timbullah sikap, dari semua itu akhirnya timbul repon berupa citra terhadap lembaga itu.

I. Metode Penelitian

Berdasarkan latar belakang serta rumusan masalah yang ada, maka saya akan melakukan penelitian kualitatif.

1. Pendekatan dan jenis penelitian

Pendekatan yang di gunakan adalah pendekatan *critical public relations* secara umum pada public relations mempunyai fungsi menjaga keseimbangan antara berbagai pelaku dan public relations (organisasi dan publik) sehingga tercipta kondisi yang harmoni.

Kondisi harmoni ini diartikan sebuah situasi yang memungkinkan munculnya kesamaan makna akan pentingnya membangun kesepahaman bersama dan kerjasama.

Untuk memenuhi fungsi ini, pendekatan kritis dalam riset menonjolkan metode diskusi, argumentatif, dan hermeneutik.⁸

Dari sisi praktik, pendekatan *critic* mempengaruhi bagaimana aktivitas public relations seharusnya di lakukan. Secara umum aktivitas *Publik Relations* berdasar kan kritis berjalan sdeperti penjelasan berikut.

⁸ Rachmad Kriyantono, *Public Relations Dan Crisis Management: Critical Public Relations* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2012), hlm. 85.

- a. *public relations* diterapkan untuk mendukung atau membela kepentingan publik internal dan eksternal serta meningkatkan power dan pengaruh-pengaruh yang dimiliki publik didalam persaingan pasar.
 - b. *public relations* di arahkan untuk membuka kesadaran publik dan memfasilitasi publik agar berpartisipasi dalam organisasi.⁹
2. Subyek, obyek dan lokasi penelitian

Informan dalam penelitian ini adalah karyawan tvri dev programmer dan redaksi pemberitaan yang ada di LPP TVRI Jawa Timur. Sedangkan *sampel* (penelitian) yang di ambil sebanyak 4 orang dengan teknik *purpose sampling*, yaitu teknik pengambilan *sample* sumber data dengan pertimbangan tertentu. Dengan pertimbangan bahwa sebagian informan sudah lama berkecimpung di bidangnya dan mengenal seluk-beluk lingkup lembaga.

Sehingga dalam mencari informasi peneliti bertitik tumpu pada tujuan yakni seorang informan yang di angap mampu untuk memberikan informasi tentang pembentukan citra dalam program budaya lokal di TVRI Jawa Timur. Dan dari sini saya dapat mendeskripsikan bagaimana pembentukan citra melalui pengemasan program budaya lokal. Kemudian objek dari penelitian ini adalah program budaya lokal . sedangkan lokasi penelitian berada di lembaga penyiaran publik TVRI Jawa Timur Jl. Mayjend Sungkono No. 124 Surabaya.

⁹ Rachmad Kriyantono, *Public Relations Dan Crisis Management: Critical Public Relations* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2012), hlm. 88.

3. Jenis dan sumber data

a. Jenis data

Data adalah pencatatan peneliti baik berupa fakta atau langkah.¹⁰ Disini ada 2 data diantaranya yaitu :

- a). Data *primer* : merupakan data yang di peroleh secara langsung dari objek penelitian perorangan, kelompok dan organisasi.¹¹ inti dari data primer adalah data yang di hasilkan dari fokus penelitian, yaitu data-data yang mengenai tentang pembentukan citra, faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan citra, dan lain-lain.
- b). Data *sekunder* : data yang di peroleh dalambentuk yang sudah jadi (tersedia) melalui publikasi dan informasi yang di dikeluarkan di berbagai lembaga atau perusahaan. Data sekunder disini diharapkan dapat berperan membantu mengungkap data yang di inginkan seperti majalah, dokumen tentang lembaga itu sendiri, dan lain-lain.

Secara garis besar data dalam penelitian komunikasi kualitatif dapat di kelompokkan menjadi 3 jenis, yaitu:

1. Data yang diperoleh dari interview
2. Data yang diperoleh dari observasi

¹⁰ Suharsini, Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Teori Atau Praktek* (jakarta: Rineka cipta, 1992), hlm.91.

¹¹Rosadi ruslan, *Metode Penelitian Public Relation Dan Komunikasi* (PT. Raja grafindo persada, 2006), hlm 29.

3. Data yang berupa dokumen, teks, atau karya seni yang kemudian di narasikan.¹²

b. Sumber data

Adapun bentuknya adalah keterangan-keterangan dan tindakan di definisikan sebagai benda, hal atau orang, tempat peneliti mengamati, membaca dan bertanya tentang data.¹³ Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data yang di peroleh dari hasil wawancara atau informasi dalam lembaga yaitu Kepala Stasiun (KEPSTA) dan staf yang ada dalam LPP TVRI Jawa Timur.

Adapun bentuknya adalah keterangan-keterangan dan tindakan orang yang di amati atau di wawancarai dengan di catat secara tertulis dan di kembangkan. Kemudian sumberdaya yang di ambil dari data sekunder yang berbentuk data sudah jadi, misalnya dokumen, teori, dengan tujuan agar memperbanyak hasil data.

4. Tahap-tahap penelitian

a. Tahap pra lapangan

Pada tahap ini peneliti mulai mempersiapkan segala sesuatu yang diperlukan dalam penelitian ini, menyusun penelitian dengan cara melakukan pengamatan awal, serta berfikir secara abstrak untuk merasakan atau menghayati fenomena yang ada di lapangan, kemudian mengajukan proposal penelitian Kepada Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi, mengenai rancangan penelitian dari lapangan penelitian,

¹² Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, (Yogyakarta: LkiS Pelangi Aksara,2007), hlm. 98.

¹³ Suharsimi, Arikunto, *Manajemen Penelitian* (jakarta: Rineke Cipta, 1993), hlm. 116.

serta akan memulai meneliti segala sesuatu yang ada dalam lembaga tersebut. Sebelum itu, peneliti mengajukan rekomendasi kepada Kepala Stasiun LPP TVRI Jawa Timur, mengingat lapangan yang saya teliti adalah ruang lingkup LPP TVRI Jawa Timur.

b. Tahap lapangan

Dalam tahap ini peneliti mulai mensurvey dan menilai kondisi lapangan. Dan saya mulai mencoba masuk sebagai anggota dalam lembaga tersebut. Kemudian saya melakukan pengumpulan data dari fakta-fakta yang saya lihat di lapangan, saya menggunakan observasi yang mengharuskan peneliti, untuk mempunyai hubungan sedekat mungkin dengan subyek penelitian, agar data-data yang ada akan segera didapatkan untuk kemudian saya analisis dengan teori-teori yang ada, dan disimpulkan untuk dijadikan penulisan laporan.

5. Teknik pengumpulan data

a. Wawancara mendalam

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara bertanya, inti dari metode wawancara ini, selalu muncul beberapa hal, yaitu pewawancara, responden, dan materi wawancara.¹⁴ dalam wawancara, peneliti menggunakan teknik, yaitu teknik wawancara sistematis.

¹⁴ Burhan Bungin, Metodologi Penelitian Sosaial(Surabaya: Airlangga University Press. 2001), hlm. 133

Wawancara sistematis adalah wawancara yang dilakukan dengan terlebih dahulu, pewawancara mempersiapkan pedoman (*guide*) tertulis, mengenai apa yang hendak ditanyakan kepada responden.¹⁵

Wawancara ini ditujukan kepada para informan yang ada dalam Lembaga, antara lain Kepala Stasiun TV, Pimpinan Produksi, Pimpinan Pemasaran dan para Staff lainnya. Berikut ini adalah tabel daftar nama-nama para informan :

¹⁵ Rosadi Ruslan, *Metode Penelitian Publik Relations* (Jakarta: Rajawali Press. 2003), hlm. 35.

b. Observasi partisipatif

Metode observasi yang dimaksud adalah observasi dalam pengertian sempit, yakni mengamati secara langsung kepada objek dan juga mencatat hal-hal yang terdapat pada obyek itu sendiri, ¹⁶ diantaranya adalah data-data tentang lokasi penelitian, sarana prasarana, hasil karya prestasi yang di raih TVRI Jawa Timur, dll.

Dalam penilaian ini, saya menggunakan observasi, hanya berperan sebagai pengamat saja, tanpa mengambil bagian atau melibatkan diri didalamnya.

c. Dokumentasi

¹⁶ Yatim Rianto, *Metidologi Penelitian Pendidikan* (Surabaya: SIC,2001), hlm. 96.

Dokumen yang saya gunakan adalah dokumen resmi yang saya dapatkan dari lapangan untuk kemudian di jadikan data.

Dokumen resmi yang saya gunakan untuk memperoleh gambaran lapangan penelitian secara menyeluruh. Saya menyelidiki benda-benda tertulis seperti, buku-buku, dokumen peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya.

Menurut Arikunto, metode ini di gunakan untuk memperoleh data-data tentang kepengurusan, program kerja, inventarisasi dan lain-lain.

6. Teknik analisa data

Analisa meliputi reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), serta penarikan kesimpulan atau verifikasi (*conclusion drawing* atau *verivication*). Langkah-langkah analisis terdiri dari tiga alur yang terjadi secara bersamaan, yaitu: ¹⁷

a. Reduksi data

Diartikan sebagai pemusatan perhatian pada penyederhanaan pengabstrakan, dan transformasi data dari catatan-catatan tertulis yang muncul di lapangan, meneliti tentang isu-isu yang sedang berkembang dalam LPP TVRI Jawa Timur.

b. Penyajian data

¹⁷ Ali Nurdin, *Bahan Kuliah Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*, hlm.40.

Adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

c. Verifikasi

Adalah mulainya penelitian mencari data-data yang di kumpulkan. Berawal dari mempelajari dokumen, observasi, dan hasil wawancara kemudian di tarik suatu kesimpulan dan memverifikasikan data yang ada.

7. Teknik pemeriksaan keabsahan data

Untuk menguji keabsahan data, agar tidak terjadi kesalahpahaman maka perlu diadakan pemeriksaan atas data-data itu. Dalam hal ini saya melakukan *triangulasi* yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Dengan kata lain di lakukan pengecekan yang di dapat melalui wawancara terhadap objek penelitian. Triangulasi ini selain di lakukan untuk mengecek kebenaran dan kepercayaan data juga dilakukan untuk memperkaya data.

Adapun untuk mencapai kepercayaan itu, maka di tempuh langkah sebagai berikut :

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data wawancara.
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
- c. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

Dan memilikian kecukupan referensi berupa bahan-bahan yang dapat di gunakan sebagai patokan untuk menguji sewaktu-waktu jika diadakan analisis. Kemudian peneliti melakukan diskusi pada teman-teman agar membuat peneliti tetap mempertahankan sikap terbuka dan jujur. Dan dari diskusi inilah peneliti mendapatkan kesempatan untuk mulai menguji hipotesis yang muncul dari pemikiran peneliti. Kemudian dari teknik penelitian keabsahan data tersebut peneliti akan membandingkan antara sumber data dan teori, serta apakah ada kekurangan atau kelebihan dalam penelitian ini.

J. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini di bagi menjadi 5 bab yang terdiri dari :

BAB I : PENDAHULUAN

yang berisi tentang gambaran umum yang meliputi konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian hasil penelitian terdahulu, tentang metode penelitian yang digunakan, dan didefinisi operasional.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Dalam bab ini membahas tentang pembentukan citra, peran dan strategi TVRI Jawa Timur, dalam membentuk citra positif

