

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kebutuhan akan informasi telah menjadi kebutuhan yang primer bagi masyarakat. Dikarenakan kodratnya sebagai manusia sosial maka masyarakat akan selalu merasa haus informasi tentang segala sesuatu yang terjadi disekitarnya. Terlebih lagi dalam era modernisasi seperti sekarang ini dengan perkembangan teknologi yang semakin maju menjadikan dunia semakin mudah untuk dijangkau oleh siapapun, dimanapun dan kapanpun sehingga masyarakat bisa mendapatkan segala jenis informasi dengan segera mengakses melalui internet ataupun pemberitaan dimedia.

Adalah televisi, salah satu media komunikasi massa yang mengalami perkembangan paling pesat. Penemuan televisi bahkan disejajarkan dengan penemuan roda karena penemuan ini mampu mengubah peradaban dunia. Perkembangan televisi di Indonesia dimulai sejak berdirinya TVRI pada tahun 1962. Selama 27 tahun, penduduk Indonesia hanya bisa menyaksikan satu saluran saja, namun sejak dikeluarkannya SK Menteri Penerangan No. 111 tahun 1990, industri dan bisnis televisi berubah menjadi kian marak. Awalnya tahun 1989 ketika RCTI diizinkan siaran untuk pertama kalinya dengan menggunakan dekoder yang kemudian diikuti oleh SCTV (1989), TPI (1991), ANTV(1993) dan INDOSIAR (1994)¹. Hingga kini dapat kita lihat betapa deras perkembangan

¹ Eka Nada Shofa Alkhajar (*et al*), *Anomi Media Massa*, Penerbit Katta, Solo, 2009, h. 10

televisi yang saat ini terdapat kurang lebih 13 stasiun televisi swasta belum termasuk stasiun televisi lokal dari tiap-tiap wilayah di Indonesia.

Karakteristik khusus televisi yang menjadikannya begitu diminati masyarakat dikarenakan televisi merupakan gabungan antara film (*moving picture*) dan radio (*broadcast*), pemirsa dapat mendengar sekaligus melihat tayangan dari suatu peristiwa atau kejadian melalui suatu jarak pada saat bersamaan yaitu bersamaan waktunya dengan saat berlangsungnya peristiwa atau kejadian².

Beragamnya tayangan yang disiarkan televisi menjadikan televisi sebagai sumber informasi sekaligus referensi mengenai kehidupan sehari-hari, maka tak mengherankan jika televisi disebut sebagai kotak kecil ajaib yang mampu menghadirkan beraneka ragam tayangan mulai dari tayangan yang bersifat mendidik, bersifat informatif hingga yang bersifat hiburan. Berawal dari persaingan dunia pertelevisian dalam menyajikan berita yang aktual mendorong setiap stasiun televisi menyajikan tayangan yang bervariasi mulai dari cerita komedi ringan hingga tayangan yang berkesan berat seperti tayangan berita bertema kriminalitas.

Pada awalnya berita kriminal hanya menjadi salah satu isi berita dari tayangan berbagai berita lain, namun pada perkembangannya terlebih sejak dicabutnya monopoli terhadap televisi pada tahun 1980, penayangan berita bertema politik dan kriminalitas bukanlah hal yang tabu lagi bahkan tayangan tersebut semakin merebak ditelevisi. Maka berita-berita kriminal pun dikemas

² Sofiah, Komunikasi *Media Film dan Televisi*, BPK UNS Press, Surakarta, 1993, h. 47

menjadi sebuah program berita tersendiri yang menyajikan berita peristiwa-peristiwa kriminal dari berbagai penjuru tempat dinegeri ini.

Indosiar merupakan stasiun televisi swasta yang pertama kali menghadirkan program berita kriminal yang bertajuk Patroli. Kesuksesan program patroli dalam menarik hati pemirsa rupanya menarik minat stasiun televisi lainnya untuk membuat program acara serupa dengan nama acara yang identik dengan tema kriminalitas antara lain Buser (SCTV), SERGAP (RCTI), Sidik (TPI), Kriminal (TransTV), TKP (TV7) dan Brutal (Lativi).

Kemasan acara yang ditawarkan di tiap-tiap program berita kriminalitas tersebut berbeda satu sama lain. Tayangan SERGAP RCTI misalnya memiliki segmen yang menampilkan sosok preman di akhir tayangannya yang disebut sebagai Bang Napi. Ternyata keberadaan Bang Napi ini yang membuat SERGAP diingat oleh pemirsa televisi karena kata-kata khas yang diucapkan Bang Napi disetiap penayangannya.

Sekarang ini tayangan televisi banyak didominasi oleh kekerasan bahkan tayangan anak-anak juga sarat kekerasan namun tayangan berita kriminalitas dalam setiap penayangannya menampilkan lebih banyak adegan kekerasan yang melanggar etika bahkan melanggar standar penyiaran yang sudah diatur.

Pelanggaran yang kerap dilakukan antara lain:

1. penyebutan identitas anak dibawah umur
2. penayangan gambar yang bersifat sadis secara vulgar
3. penyajian kekerasan fisik secara jelas
4. rekonstruksi ulang secara runtut atas suatu kejadian yang dapat menimbulkan trauma dan ketakutan bagi masyarakat
5. penyebutan identitas dengan jelas atas seseorang yang belum jelas statusnya (masih sebagai tersangka bukan sebagai pidana)

6. pelanggaran etika privasi masyarakat dengan mendokumentasikan secara jelas suasana keluarga korban yang terkena musibah³

Meskipun berita kriminalitas sudah lama hadir di media cetak namun ketika berita seperti itu dihadirkan menjadi sebuah acara televisi, berbagai tanggapan pro dan kontra muncul dari berbagai kalangan karena berita kriminalitas yang biasa saja di media cetak bisa menjadi semakin dramatis kalau disiarkan di televisi. Televisi merupakan gabungan dari media dengar dan gambar maka tayangan yang mengandung unsur-unsur kekerasan menjadi begitu jelas dan lebih atraktif.

A. Muis mengungkapkan banyak terjadi pemberitaan yang menyimpang dari kaidah-kaidah jurnalistik. Pe-make up-an, kejadian yang sebenarnya biasa mempunyai nilai berita rendah menjadi sensasional dengan menggunakan kata-kata, angle dan pemuatan foto-foto yang sengaja didistorsi dengan mendramatisir keadaan tegang, ngeri, mencekam, dan menyeramkan⁴.

Peristiwa yang biasa menjadi luar biasa, terjadilah pembohongan dari media massa kepada publiknya. Make-up dilakukan dengan menggunakan kata yang dapat mendramatisir hingga terlihat seram, tegang dan mengerikan. Angle pengambilan gambar dan pemilihan gambar-lah yang mendukung sifat ngeri dan sadis tersebut⁵.

Ada yang beranggapan bahwa tayangan berita kriminalitas baik karena dapat memberikan peringatan bagi masyarakat terhadap bahaya sehingga dapat berhati-hati dan menghindarkan diri dari kemungkinan menjadi korban kriminal,

³ <http://dca-dcablendum.blogspot.com/2008/08/pelanggaran-etika-jurnalistik-dalam.html>

⁴ Drajat Tri Kartono, *Komodifikasi Budaya dalam Media Massa*, UNS Press, Surakarta, 1995, h.94

⁵ ibid

akan tetapi anggapan lain menyatakan bahwa tayangan seperti itu lebih banyak memberikan dampak negatif daripada positifnya. Penayangan gambar dalam program berita kriminalitas yang menampilkan kekerasan mampu mempengaruhi penonton untuk mengikuti apa yang dia lihat melalui televisi, terutama jika acara tersebut ditonton anak-anak mengingat jam tayangnya pada tengah hari. Dikhawatirkan jika tayangan berita ini mampu meningkatkan jumlah kriminalitas dimasyarakat disebabkan adanya penjelasan mengenai rekonstruksi ulang secara runtut atas suatu tindak kejahatan.

Seperti yang pernah diberitakan sebuah stasiun televisi swasta ketika ada sebuah kejadian pembunuhan yang dilakukan oleh seseorang wanita. Dari interogasi polisi, wanita yang bernama Sri ini mengakui bahwa dia telah membunuh suaminya, setelah itu Sri memutilasi tubuh suaminya. Kenekatan Sri memutilasi tubuh suaminya karena dia mencontoh kasus pembunuhan yang dilakukan Ryan sang algojo dari Jombang yang saat itu sedang gencar diberitakan dimedia cetak dan ditayangkan ditelvisi⁶.

Begitu besarnya efek yang ditimbulkan oleh tayangan televisi sehingga apa yang dipertontonkan mampu membuat orang berbuat hal yang sama. Ini menunjukkan bahwa televisi membentuk cara berpikir kita dan membentuk persepsi kita akan segala hal. Televisi dengan realitas semunya mampu menghadirkan realitas yang seolah-olah nyata bagi pemirsanya. Realitas seperti itu pula yang kemudian ada dibenak pemirsa ketika mereka disugahi berita kriminalitas yang sarat mengandung kekerasan, apalagi sudah menjadi watak dari

⁶ <http://www.kompas.com/read/xml/2008/11/10/04034055/media.bisa.menginspirasi.kejahatan>

manusia yang selalu memperhatikan dan ingin mengetahui hal-hal yang menyimpang yang terjadi disekitarnya.

Pemirsa digiring untuk 'menikmati' visualisasi dari kekerasan tersebut secara nyata setiap hari melalui televisi. Hal yang demikianlah yang mampu membentuk anggapan dibenak pemirsa bahwa dunia yang mereka tempati penuh dengan kekerasan sehingga mereka sudah tidak merasa aman dengan lingkungannya. Akibat yang sangat mengkhawatirkan adalah jika masyarakat sudah tidak lagi memperdulikan segala jenis kekerasan yang terjadi disekitarnya, dalam artian masyarakat semakin menganggap bahwa kekerasan adalah hal yang biasa terjadi.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk mengetahui sejauhmana persepsi masyarakat terhadap tayangan berita kriminalitas khususnya SERGAP RCTI. Sampel dalam penelitian ini dipilih dari warga perumahan Ngaru-aru Indah Banyudono karena latar belakang penduduk yang heterogen dilihat dari pekerjaannya dan diperumahan ini beberapa tahun yang lalu pernah terjadi penggerebekan oleh sejumlah polisi untuk mencari tersangka perampokan, namun ternyata pihak polisi salah menggerebek rumah dan hampir melukai pemilik rumah dengan tembakan.

B. Rumusan Masalah

Dari hasil uraian latar belakang yang telah dikemukakan diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Persepsi Warga Perumahan Ngaru-arur Indah Terhadap Tayangan Berita SERGAP Tahun 2009 di Stasiun Televisi RCTI?”

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauhmana Persepsi Warga Perumahan Ngaru-arur Indah Terhadap Tayangan berita SERGAP di Stasiun Televisi RCTI tahun 2009.

D. Tinjauan Pustaka dan Kerangka Pemikiran

Manusia hidup dalam masyarakat tak pernah lepas dari aktivitas berkomunikasi. Terjadinya komunikasi adalah sebagai konsekuensi hubungan sosial (social relations). Masyarakat paling sedikit terdiri dari dua orang yang saling berhubungan satu sama lain yang karena berhubungan menimbulkan interaksi sosial (social interaction). Terjadinya interaksi sosial disebabkan interkomunikasi (intercommunication). Komunikasi diartikan sebagai:

“Proses penyampaian lambang-lambang yang mengandung makna yang sama oleh seseorang kepada orang lain, baik agar mengerti maupun agar berubah tingkah lakunya⁷.”

Definisi diatas menunjukkan bahwa komunikasi bukan hanya ditujukan untuk menyampaikan pesan atau informasi agar orang lain mengerti, tetapi juga

⁷ Onong Uchjana Effendy, *Dimensi – Dimensi Komunikasi*, Alumni, Bandung, 1981, h. 28

agar berubah tingkah lakunya. Karena itu setiap perubahan penting yang terjadi dalam komunikasi dapat mempengaruhi pola hidup manusia serta masyarakat. Menurut Laswell cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi adalah menjawab pertanyaan sebagai berikut:

Who Says What In Which Channel to Whom With What Effect?

- Who (siapa) : Komunikator
- Says What (mengatakan apa) : Pesan
- In Which Channel (melalui saluran apa) : saluran
- To Whom (kepada siapa) : komunikan
- With what effect (dengan efek apa) : efek⁸

Berdasarkan paradigma Laswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

Komunikasi meliputi berbagai dimensi; salah satu diantaranya adalah komunikasi massa. Maka dari itu, asas-asas komunikasi massa adalah asas-asas komunikasi itu sendiri, dan perkembangan komunikasi massa adalah perkembangan dari komunikasi itu sendiri. Wright mengemukakan definisi komunikasi massa sebagai berikut :

“This new form can be distinguished from older types by the following mayor characteristic: it is directed toward relatively large, heterogenous, and to reach most audience members simultaneously, and are transient in character, the communicator tends to be, or to operate within, a complex organization that may involve great expense. (Bentuk baru komunikasi dapat dibedakan dari corak-corak yang lama karena memiliki karakteristik utama sebagai berikut, diarahkan pada khalayak yang relatif besar, heterogen, dan anonim, pesan disampaikan secara terbuka seringkali dapat

⁸ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Penerbit PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003, h. 253

mencapai kebanyakan khalayak secara serentak, bersifat sekilas, komunikator cenderung berada atau bergerak dalam organisasi yang kompleks yang melibatkan biaya besar)⁹.

Definisi diatas mengemukakan karakteristik komunikasi secara khusus, yakni anonim dan heterogen. Wright juga menyebutkan bahwa pesan diterima komunikasi secara serentak (simultan) pada waktu yang sama, serta sekilas (khusus untuk media elektronik, seperti radio dan televisi). Media dalam komunikasi massa yaitu media massa yang memiliki ciri khas mempunyai kemampuan untuk memikat perhatian khalayak secara serempak (simultaneous) dan serentak (instananeous) meliputi pers, radio siaran, televisi dan film-film yang dipertunjukkan digedung-gedung bioskop.

Televisi sebagai salah satu media dalam komunikasi massa telah sejak lama menjadi primadona bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi. Selain itu televisi juga mengalami perkembangan yang paling cepat diantara media massa lainnya. Media televisi menyediakan lebih banyak informasi dibandingkan dengan media massa lainnya. Dibandingkan dengan media massa lainnya, televisi jauh lebih unggul. Ini dikarenakan sifatnya yang memenuhi kebutuhan dan keinginan khalayak, televisi bersifat audio (suara) dan visual (gambar) yaitu televisi bisa dilihat dan didengar, “hidup” menggambarkan kenyataan dan langsung menyajikan peristiwa yang tengah terjadi ketiap rumah pada pemirsa.¹⁰

Keunggulan itulah yang menjadikan khalayak memanfaatkan televisi sebagai media dalam mendapatkan informasi. Jika melalui media komunikasi radio kita hanya bisa mendengar apa yang disiarkan maka melalui televisi kita

⁹ Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2005, h. 189

¹⁰ Onong Uchjana Effendy, *op. cit.* h. 174

bisa mendengar sekaligus melihat peristiwanya. Kekuatan gambar hidup dari televisi inilah yang mampu menimbulkan kesan mendalam pada pemirsa televisi. Misalnya tayangan berita di televisi yang mempertontonkan adegan baku hantam polisi dengan mahasiswa maupun demonstran atau berita kriminalitas lainnya yang dapat meluapkan emosi pemirsa, bisa saja pemirsa menjadi takut dan merasa ngeri.

Ada beberapa faktor yang mendorong khalayak menggunakan media. Beberapa peneliti mengklasifikasikan berbagai penggunaan dan kepuasan akan media kedalam 4 kategori sistem:

1. Cognition (pengetahuan)
Faktor ini mengacu pada faktor seseorang menggunakan media massa untuk memperoleh informasi tentang sesuatu sehingga dia menggunakan media massa sebagai bagian dari kognisi.
2. Diversion (hiburan)
Seseorang menggunakan media massa sebagai hiburan yaitu untuk mengurangi rasa bosan, pelarian dari tekanan, dan masalah dan pelepasan emosi.
3. Social Utility (Kepentingan Sosial)
Dalam hal ini media massa memperkuat hubungan seseorang dengan keluarga, teman dan yang lainnya dalam masyarakat karena media menjadi conversational currency atau pembicaraan yang hangat mengenai masalah sosial.
4. Withdrawal (Pelarian)
Faktor yang terakhir adalah withdrawal yaitu seseorang menggunakan media massa untuk menghindari aktivitas lain¹¹.

Selain keempat faktor diatas, alasan lain yang melatarbelakangi orang menggunakan media massa adalah usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, status sosio-ekonomi dan lain sebagainya. Karena pada dasarnya, media massa juga

¹¹ Elvinaro Ardiyanto dan Lukiato Komala Erdinaya, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Penerbit Simbiosis Rekatama Media, Bandung, 2004, h. 28-29

memiliki segmentasi yang berbeda-beda. Ada media yang mengkhususkan informasinya bagi wanita atau pria saja.

Ketika seseorang menggunakan media massa, baik itu menonton televisi maupun membaca koran, maka pada saat itu dia diterpa oleh media. Jadi seberapa besar dampak media terhadap seseorang tergantung seberapa sering orang tersebut terlibat dengan media dalam hal menonton (televisi), mendengar (radio) atau membaca (koran). Hal ini dinamakan *media exposure* (terpaan media). Semakin tinggi tingkat *media exposure*, semakin tinggi pula dampak media pada orang tersebut. Contohnya orang yang terlalu sering menonton program kekerasan akan merasa bahwa dunia ini penuh kekerasan dan menganggap bahwa kekerasan merupakan pemecahan dari setiap masalah. Program kekerasan yang terlalu sering ditayangkan di televisi membuat orang menjadikan generalisasi bahwa apa yang ditampilkan di televisi sama dengan realitas empirik yang sesungguhnya. Dampak ini membuktikan bahwa televisi menjadikan pola pikir pemirsanya diprogram sesuai materi isi media tersebut. Bagi kebanyakan orang, apa-apa yang baik dan benar adalah apa-apa yang sering terlihat dan mereka tonton sehari-hari dilayar televisi.

Pada hakikatnya komunikasi itu mempunyai efek pada orang-orang yang terlibat didalamnya karena tujuan dari komunikasi itu sendiri adalah untuk mengubah sikap, mengubah opini atau pendapat atau pandangan, mengubah perilaku dan mengubah masyarakat. Maka dari itu, komunikasi massa yaitu komunikasi yang melibatkan media massa juga memberikan efek pada khalayak luas sebagai komunikannya.

Efek dari komunikasi massa berkaitan pada dampak media yang digunakan khalayak. Menurut Steven M. Chaffee ada 3 pendekatan mengenai efek media massa. Pendekatan pertama berkaitan dengan pesan atau media itu sendiri. Pendekatan kedua mengenai perubahan yang terjadi pada khalayak komunikasi massa yang meliputi perubahan sikap (kognitif), perasaan (afektif) dan behavioral (perilaku). Pendekatan ketiga yaitu observasi terhadap khalayak yang dikenai efek komunikasi massa¹².

Diantara ketiga pendekatan mengenai efek komunikasi massa tersebut yang paling banyak menjadi sorotan dan perbincangan pada masyarakat adalah pendekatan kedua yaitu kaitannya dengan perubahan yang terjadi pada khalayak setelah diterpa media massa. Banyak masyarakat yang mengkhawatirkan dampak tayangan televisi yang tidak mendidik terhadap perubahan perilaku khalayak yang menontonnya.

Saat ini hampir semua tayangan televisi dipastikan memuat unsur-unsur kekerasan dan kriminalitas. Mulai dari sinetron, kartun maupun film anak hingga yang sangat jelas adalah tayangan berita ditelevisi. SERGAP, TKP, PATROLI, dan tayangan sejenis lainnya merupakan program berita namun lebih memfokuskan pada tindakan kriminalitas dan kekerasan yang terjadi dimasyarakat misal perampokan, pencurian dan pembunuhan. Lebih dari itu, program berita kriminalitas tersebut identik dengan eksploitasi perilaku kekerasan secara vulgar dengan mempertontonkan orang-orang yang bersimbah darah, reka ulang tindak

¹² Ibid., h. 51

kejahatan dan tindakan aparat terhadap para perilaku kriminal yang kasar serta terkadang tidak berperikemanusiaan.

INDOSIAR merupakan stasiun TV pertama yang mempelopori tayangan program berita ini dengan nama tayangan PATROLI. Ternyata kesuksesan tayangan PATROLI mendorong stasiun TV lainnya laah membuat program acara sejenis. Inilah potret stasiun TV di Indonesia. Ketika suatu program acara baru berhasil menggaet banyak pemirsa maka bisa dipastikan dalam satu kurun waktu tayangan televisi disemua stasiun TV sama meski dengan label yang berbeda-beda.

Maraknya tayangan semacam PATROLI dan beberapa tayangan sejenis lainnya menimbulkan kekhawatiran terhadap pemirsanya, apalagi dalam setiap penayangannya adegan-adegan kekerasan yang dipertontonkan begitu vulgar, begitu menegangkan, mencekam, sadis dan anarkis dengan mempertontonkan potongan-potongan gambar korban pembunuhan, penganiayaan, perampokan atau kecelakaan yang bersimbah darah ditambah dengan penegasan kalimat yang terlalu vulgar untuk menjelaskan detail peristiwa yang terjadi.

Sudah menjadi hal yang umum bagi setiap stasiun TV menayangkan kekerasan dan kriminalitas secara gamblang. Hal ini tak lepas dari persaingan antar stasiun TV sendiri yang berlomba-lomba membuat program unggulan agar dapat menarik pemirsa sebanyak-banyaknya. Tujuannya agar para pemasang iklan juga mengiklankan produk mereka distasiun TV tersebut. Karena semakin banyak pengiklan yang akan terlibat maka semakin tinggi pula keuntungan yang akan didapat stasiun TV tersebut. Hal inilah yang menyebabkan televisi kehilangan

tujuan utamanya untuk mencerdaskan kehidupan bangsa dengan tayangan-tayangan yang mendidik.

Yang terjadi sekarang ini adalah stasiun TV menayangkan program acara yang tidak mendidik dengan tayangan-tayangan yang didominasi oleh tema kekerasan, mistis dan pornografi. Hal tersebut membuktikan bahwa media massa khususnya televisi hanya mementingkan keuntungan mereka sendiri tanpa mempertimbangkan dampak negatif tayangan terhadap masyarakat.

Peristiwa kriminalitas yang dapat digolongkan sebagai peristiwa menyimpang tersebut bagi media massa dimanfaatkan untuk dapat menarik khalayak sehingga demi mengejar kelengkapan berita bahkan mendramatisir berita agar dapat mencapai oplah atau rating yang tinggi maka stasiun TV mengorbankan publik dengan harga murah, membiarkan dampak negatif dari tayangan kriminalitas menimpa publik dengan asumsi bahwa masyarakat pun tertarik pada tayangan tersebut.

Tayangan kekerasan dan berita kriminalitas dituding sebagai penyebab terjadinya tindakan kriminal yang semakin merajalela. Beberapa kasus kejahatan yang terjadi menyebutkan bahwa pelaku kejahatan melakukan tindak kriminal karena terinspirasi atau meniru dari tayangan yang mereka tonton di televisi. Seperti yang termuat dalam Kompas 4 Desember 1989 yang memberitakan sebuah kasus mutilasi yang dilakukan oleh Agus Naser terhadap istrinya Ny. Diah pada tahun 1989. Pelaku mengakui bahwa setelah membunuh istrinya, dia

memutilasi korban seperti yang pernah dia baca dikoran agar polisi tidak dapat melacak kasus tersebut.¹³

Kasus lain yang terjadi ketika booming acara SMACKDOWN ditelvisi. Kehadiran tayangan ini menimbulkan korban karena ada seorang anak SD yang mempraktekkan adegan kekerasan yang dia tonton ditayangan tersebut terhadap temannya hingga sang teman meninggal.

Menurut kriminolog UI, Ade Erlangga Masdiana mengatakan bahwa tayangan kekerasan diyakini sangat berpengaruh buruk pada anak-anak. Jika pada anak-anak berefek langsung maka pada orang dewasa efeknya tertunda. Tayangan berita memang berpotensi besar ditiru oleh orang dewasa saat dia dalam kondisi yang serupa. Lebih lanjut Erlangga mengatakan bahwa peniruan atau imitasi (copycat) kejahatan merujuk pada teori imitasi oleh sosiolog Perancis, Gabriel Tarde, Society is imitation, masyarakat selalu dalam proses meniru tak terkecuali dalam hal perilaku kriminalitas. Dalam proses peniruan itulah media massa malah berperan sebagai fasilitator¹⁴.

Berita kriminalitas yang dimuat dimedia massa menurut pendapat Joseph Berlo adalah sebagai wahana penanaman nilai-nilai yang ada bagi masyarakat. Sebuah berita kriminalitas akan memberitakan atau menayangkan sebuah penyimpangan yang telah dilakukan masyarakat. Tujuannya agar masyarakat yang mengetahuinya tidak meniru atau melakukan hal yang sama. Melalui pemuatan berita kriminalitas dimedia massa, peristiwa penyimpangan tersebut dapat

¹³ <http://www.kompas.com/read/xml/2008/11/10/04034055/media.bisa.menginspirasi.kejahatan>

¹⁴ ibid

dijadikan masyarakat sebagai sarana untuk belajar bahwa peristiwa tersebut salah, keliru dan tidak perlu ditiru¹⁵.

Sebuah berita kriminalitas selain berfungsi sebagai sarana untuk informasi tapi didalamnya harus juga ada pesan-pesan moral dan hukum bagi publiknya. Dalam berita kriminalitas selain melaporkan peristiwa itu sendiri namun turut juga memberitahukan konsekuensi yang akan diterapkan oleh pelaku kejahatan setelah melakukan kejahatan. Hal ini penting untuk mensosialisasikan bahwa perbuatan kriminalitas bila dilakukan oleh masyarakat maka akan mendapat konsekuensi secara hukum.

Sisi positif dari pemuatan berita kriminalitas yang lainnya menurut Surette bahwa berita kriminalitas yang dimuat dimedia dapat digunakan untuk memerangi kejahatan itu sendiri. Mengetahui bagaimana kejahatan telah dilakukan maka akan memberikan pelajaran yang baik bagi publik bagaimana cara menanggulangnya. Hal ini penting untuk menghindarkan publik dari bahaya menjadi korban kejahatan¹⁶.

Acara televisi memang mampu mempengaruhi sikap, pandangan, persepsi dan rasa penasaran khalayak. Kemampuan media televisi untuk membius khalayak tidak diragukan. Secara psikologi, jika ada seseorang yang terharu, menangis atau bahkan menjerit saat menonton salah satu tayangan program TV yang disiarkan adalah hal yang wajar. Selain itu meski acara yang ditonton sama tetapi orang akan menafsirkannya berbeda-beda sesuai dengan keadaan dirinya atau karakter personalnya. Penafsiran inilah yang disebut persepsi.

¹⁵ Drajat Tri Kartono, op. cit. h. 95

¹⁶ Drajat Tri Kartono, op. cit. h. 96

Persepsi muncul karena adanya rangsangan atau stimulus yang menarik perhatian individu. Perhatian yang besar terhadap objek diproses secara psikologis dalam diri individu sehingga menimbulkan persepsi. Persepsi merupakan bagian dari pengolahan informasi yang terjadi didalam diri seseorang. Proses pengolahan informasi ini meliputi sensasi, persepsi, memori dan berpikir

“Sensasi adalah proses menangkap stimuli. Persepsi ialah proses memberi makna pada sensasi sehingga manusia memperoleh pengetahuan baru. Dengan kata lain persepsi mengubah sensasi menjadi informasi. Memori adalah proses menyimpan informasi dan memanggilnya kembali. Berpikir adalah mengolah dan memanipulasikan informasi untuk memenuhi kebutuhan atau memberikan respon.”¹⁷

Desiderato mengartikan persepsi sebagai pengalaman dengan objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli inderawi (sensory stimuli).

Pengertian lainnya mengenai persepsi dikemukakan oleh Walgito yang menjabarkan persepsi sebagai proses pengorganisasian, penginterpretasian terhadap stimulus yang diterima oleh organisme atau individu sehingga merupakan sesuatu yang berarti dan merupakan aktivitas yang integrated dalam diri individu¹⁸.

Mengacu pada kedua pengertian diatas maka proses persepsi melibatkan penginderaan (sensasi) melalui alat-alat indera yakni indera peraba, indera penglihat, indera pencium, indera pengecap dan indera pendengar. Indera-endera inilah yang menangkap stimulus (rangsangan) dari dalam diri kita maupun dari

¹⁷ Jalaludin Rakhmat, op. cit., h. 49

¹⁸ Bimo Walgito, *Psikologi Sosial: Suatu Pengantar*, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta, 2003, h. 46

luar yaitu lingkungan. Stimulus yang datang dari dalam diri individu sendiri berarti individu tersebut mempersepsi dirinya sendiri sebagai objek persepsi yang disebut persepsi diri (self perception). Objek persepsi yang berasal dari luar dapat bermacam-macam yaitu dapat berupa benda-benda, situasi dan juga manusia. Persepsi terhadap manusia disebut persepsi sosial sedangkan persepsi terhadap benda disebut *things perception* atau *nonsocial perception*¹⁹.

Mempersepsi manusia lebih lebih sulit dan kompleks dibandingkan mempersepsi objek (lingkungan fisik) karena manusia mempunyai kemampuan-kemampuan, perasaan, harapan sehingga ketika kita mempersepsi orang maka orang tersebut akan bereaksi terhadap kita yaitu dengan mempersepsi kita disaat kita mempersepsi dia. Sedangkan benda bersifat mati maka benda tidak akan bereaksi ketika kita mempersepsi benda tersebut.

Banyaknya stimuli atau rangsangan yang ada disekeliling kita tidak memungkinkan kita untuk memperhatikan dan menafsirkan semua rangsangan tersebut. Mungkin kita hanya memperhatikan sebagian kecil dari rangsangan-rangsangan tersebut. Ini dikarenakan keterbatasan kemampuan pancaindera kita, tidak sesuainya rangsangan tersebut dengan kepentingan kita atau karena rangsangan tersebut tidak mempunyai daya tarik yang sama.

Dalam menangkap stimuli, perhatian menjadi faktor yang sangat mempengaruhi persepsi. Perhatian atau *attention* adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah. Perhatian terjadi ketika kita mengkonsentrasikan diri

¹⁹ Ibid., h. 47

pada salah satu indera kita dan mengesampingkan masukan-masukan melalui alat indera yang lain²⁰.

Kita cenderung memperhatikan stimuli yang mempunyai sifat-sifat menonjol antara lain gerakan, intensitas stimuli, kebaruan dan perulangan sebagai faktor eksternal penarik perhatian. Sedangkan faktor internal penarik perhatian mengacu pada selektivitas. Artinya bahwa kita cenderung melihat apa yang ingin kita lihat, kita mendengar apa yang ingin kita dengar. Apa yang kita perhatikan belum tentu orang lain juga memperhatikannya. Ini menunjukkan perhatian yang selektif pada individu yang dipengaruhi oleh faktor biologis (lapar, haus dan sebagainya), faktor fisiologis, faktor sosial budaya dan faktor psikologis.

Faktor lainnya yang mempengaruhi persepsi adalah faktor fungsional dan faktor struktural. Faktor fungsional mengacu kepada karakteristik orang yang memberikan respons pada stimuli bukan jenis atau bentuk stimulinya. Faktor fungsional lazim disebut sebagai Kerangka Rujukan atau *Frame of Reference* yaitu individu akan menilai objek bergantung pada kerangka rujukan penilaiannya. Sedangkan faktor struktural pengaruh persepsi berasal dari sifat stimuli fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkannya pada sistem saraf individu. Secara keseluruhan mengacu pada kondisi-kondisi diatas, Krech dan Crutchfield merumuskan empat dalil persepsi, yaitu:

1. Persepsi bersifat selektif secara fungsional
Dalil ini menjelaskan bahwa objek-objek yang mendapat tekanan dalam persepsi kita biasanya objek-objek yang memenuhi tujuan individu yang melakukan persepsi yang dipengaruhi oleh kebutuhan, kesiapan mental, suasana emosional dan latar belakang budaya.

²⁰ Jalaludin Rakhmat, op. cit., h. 52

2. Medan perseptual dan kognitif selalu diorganisasikan dan diberi arti. Kita mengorganisasikan stimuli dengan melihat konteksnya. Meski stimuli yang kita terima tidak lengkap, kita mengisinya dengan interpretasi yang konsisten dengan rangkaian stimuli yang kita persepsi.
3. Sifat-sifat perseptual dan kognitif dari substruktur ditentukan pada umumnya oleh sifat-sifat struktur secara keseluruhan. Dalil ini menyatakan jika individu dianggap sebagai anggota kelompok, semua sifat individu yang berkaitan dengan sifat kelompok akan dipengaruhi oleh keanggotaan kelompoknya yang berupa asimilasi atau kontras.
4. Objek atau peristiwa yang berdekatan dalam ruang dan waktu atau menyerupai satu sama lain, cenderung ditanggapi sebagai bagian dari struktur yang sama²¹.

Dengan persepsi, individu dapat menyadari, dapat mengerti tentang keadaan lingkungan yang ada disekitarnya juga keadaan diri individu yang bersangkutan. Namun dalam persepsi meski stimulusnya sama akan tetapi karena pengalaman tidak sama, kemampuan berpikir tidak sama, kerangka acuan tidak sama, adanya kemungkinan hasil persepsi antara individu yang satu dengan individu yang lainnya tidak sama. Keadaan tersebut memberikan gambaran bahwa persepsi itu bersifat individual.

Dalam menanggapi dan menilai pesan media, memungkinkan adanya perbedaan antara individu yang satu dengan individu yang lainnya. Merujuk pada Teori Perbedaan Individu atau Individual Differences Theory of Mass Communication Effect oleh Melvin De Fleur yang menyatakan bahwa individu-individu sebagai anggota khalayak sasaran media massa secara selektif menaruh perhatian kepada pesan-pesan berdasarkan kepentingan mereka disesuaikan

²¹ Jalaludin Rakhmat, op. cit., h. 56-60

dengan kepercayaan serta nilai-nilai sosial mereka dan perbedaan perhatian maka selektivitas mereka pada komunikasi massa juga berbeda²².

Maka ketika orang menonton tayangan berita SERGAP, meski program yang disiarkan serta media yang digunakan sama namun persepsi mereka berbeda-beda. Hal ini bergantung pada karakter individu tersebut, selain itu perhatian juga menjadi faktor penentu dalam memberikan persepsi. Inilah yang membentuk persepsi yang berbeda-beda diantara individu.

E. Definisi Konsepsional

1. Persepsi

Adalah proses memberi makna dengan menafsirkan informasi inderawi atas rangsangan atau stimuli yang berasal dari lingkungan sekitar atau diri sendiri²³. Dari pengertian tersebut dapat dikatakan bila persepsi mengacu pada penilaian atau memberi gambaran atas rangsangan/stimuli yang berupa informasi inderawi yang ada pada diri sendiri maupun lingkungan sekitar.

2. Perhatian

Adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran saat stimuli lainnya melemah²⁴.

3. Kriminalitas

Kriminalitas berasal dari kata crime yang mempunyai arti kejahatan. Disebut kriminalitas karena menunjuk pada suatu perbuatan atau tingkah laku kejahatan²⁵

²² Onong Uchjana Effendy, *op. cit.*, h. 275

²³ Jalaludin Rakhmat, *loc. cit.*

²⁴ Jalaludin Rakhmat, *loc. cit.*

4. Berita

yaitu laporan tercepat mengenai fakta atau opini yang mengandung hal yang menarik minat atau penting atau kedua-duanya bagi sejumlah besar penduduk. Suatu laporan disebut berita jika dilaporkan oleh wartawan dan merupakan laporan yang sangat cepat dan mengenai kepentingan umum²⁶

5. Berita kriminalitas

yaitu laporan mengenai fakta yang menunjuk pada suatu perbuatan atau tingkah laku kejahatan yang terjadi dimasyarakat.

F. Definisi Operasional

Definisi operasional mengacu pada suatu definisi yang memberikan penjelasan atas suatu variabel dalam bentuk yang dapat diukur. Variabel-variabel inilah yang akan menjadi objek pengamatan penelitian yang akan mempermudah memberikan gambaran atau kesimpulan dari rumusan masalah. Berikut adalah definisi operasional dalam penelitian ini:

1. Perhatian sebagai faktor penentu persepsi yang berkaitan dengan faktor-faktor selektivitas khalayak terhadap stimulus yang dilihat dari aspek:
 - a. Frekuensi menonton tayangan berita SERGAP diukur dengan intensitas responden dalam menonton tayangan ini dengan pilihan jawaban intensitas tinggi jika menonton 5 – 6 kali dalam seminggu, sedang jika menonton 3 – 4 kali dalam seminggu dan rendah jika menonton 1 kali dalam seminggu.

²⁵ Abdulsyani, *Sosiologi Komunikasi*, CV Remadja Karya, Bandung, 1987, h. 11

²⁶ Onong Uchjana Effendy, *op. cit.*, h. 131-132

- b. Antusiasme responden dalam meluangkan waktu khusus untuk menonton tayangan berita SERGAP. Hal ini diukur dengan kategori jawaban seperti pasti meluangkan waktu secara khusus, kadang-kadang meluangkan waktu secara khusus dan tidak pernah meluangkan waktu secara khusus.
 - c. Pola menonton responden mengacu pada tingkat kedalaman responden dalam mengikuti tayangan berita SERGAP. Pola menonton diukur dengan kategori jawaban selalu mengikuti tayangan berita SERGAP secara keseluruhan, kadang-kadang mengikuti tayangan berita SERGAP hingga selesai dan tidak pernah mengikuti tayangan berita SERGAP hingga selesai.
 - d. Motivasi responden dalam menonton tayangan berita SERGAP. Hal ini diukur dengan pertanyaan yang memiliki kategori jawaban seperti motif mendapatkan hiburan, motif mendapatkan wawasan, motif untuk mengisi waktu luang dan jawaban bebas.
2. Tayangan berita SERGAP sebagai stimulus dalam pembentukan persepsi dioperasionalkan dengan indikator yang meliputi:
- a. Penilaian responden mengenai kesesuaian nama acara SERGAP dengan berita peristiwa yang disajikan. Penilaian ini diukur dengan jawaban sesuai, kurang sesuai dan tidak sesuai.
 - b. Penilaian responden mengenai kemampuan pembawa acara SERGAP dalam menyampaikan berita. Penilaian ini diukur dengan jawaban baik, cukup baik dan tidak baik.

- c. Penilaian responden mengenai kelayakan tayangan berita SERGAP dalam mempertontonkan gambar korban kecelakaan maupun korban dari tindakan kriminal secara jelas. Penilaian ini diukur dengan jawaban layak, kurang layak dan tidak layak.
- d. Penilaian responden mengenai kelayakan tayangan berita SERGAP dalam mempertontonkan pelaku kejahatan secara jelas. Penilaian ini diukur dengan jawaban layak, kurang layak dan tidak layak
- e. Penilaian responden berkaitan dengan pemilihan kata-kata untuk mendeskripsikan peristiwa dari berita yang disajikan yang kadang terkesan sadis. Hal ini diukur dengan jawaban pantas, kurang pantas dan tidak pantas.
- f. Penilaian responden mengenai menarik tidaknya kehadiran segmen Bang Napi sebagai tokoh pendukung ditayangan berita SERGAP. Penilaian ini diukur dengan jawaban menarik, kurang menarik dan tidak menarik.
- g. Penilaian responden mengenai penokohan Bang Napi dengan sosok seperti seorang preman yang diharapkan mampu membuat khalayak waspada terhadap tindak kejahatan maupun kecelakaan. Penilaiannya diukur dengan jawaban setuju, kurang setuju, dan tidak setuju.
- h. Penilaian responden berkaitan dengan kesesuaian penempatan jam tayang SERGAP yang diukur dengan jawaban sesuai, kurang sesuai dan tidak sesuai

- i. Penilaian responden mengenai kelayakan tayangan berita SERGAP ditonton oleh remaja. Penilaian ini diukur dengan jawaban layak, kurang layak, dan tidak layak.
- j. Penilaian responden mengenai pengaruh tayangan berita SERGAP dalam memberikan manfaat. Penilaian ini diukur dengan skala jawaban setuju, kurang setuju dan tidak setuju.
- k. Penilaian responden mengenai pengaruh tayangan berita SERGAP dalam meningkatkan kewaspadaan akan tindak kriminal atau kecelakaan. Penilaian ini diukur dengan skala jawaban setuju, kurang setuju dan tidak setuju.
- l. Penilaian responden mengenai pengaruh tayangan berita SERGAP yang dapat menginspirasi orang untuk berbuat tindakan kriminal yang sama. Hal ini diukur dengan pertanyaan dengan kategori jawaban setuju, tidak setuju, tidak tahu.

3. Persepsi masyarakat

Persepsi masyarakat terhadap tayangan berita SERGAP dioperasionalkan dalam bentuk akumulasi penilaian responden terhadap stimulus yang ditimbulkan dari tayangan berita SERGAP baik karena lambang-lambang komunikasi yang ada pada tayangan tersebut dalam kaitannya sebagai faktor struktural persepsi.

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif yaitu penelitian yang menggambarkan secara sistematis dan akurat fakta dan karakteristik mengenai bidang tertentu. Penelitian deskriptif tidak bermaksud mencari penjelasan, menguji hipotesa, membuat prediksi maupun mempelajari implikasi²⁷.

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif, penjelasan mengenai persepsi warga perumahan Ngaru-arur Indah terhadap tayangan berita SERGAP diarahkan ke dalam analisa kuantitatif sehingga jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif.

2. Teknik penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Penggunaan metode survey didasarkan pada pemilihan data yang dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok.

3. Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil tempat di Perumahan Ngaru-arur Indah, Banyudono, Boyolali.

²⁷ Jalaludin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, CV. Remadja Karya, Bandung, 1989, h. 34

4. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh warga di Perumahan Ngaru-arur Indah yang berjumlah 210 Kepala Keluarga yang tersebar dalam 7 RT.

Dalam suatu penelitian yang menggunakan metode survai tidaklah perlu untuk meneliti semua individu dalam populasi karena disamping memakan biaya yang sangat besar juga membutuhkan waktu yang lama. Maka itu dilakukan penelitian sampel yaitu dengan meneliti sebagian dari populasi yang mencerminkan keadaan populasi.

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Menurut Suharsimi Arikunto apabila subjeknya kurang dari 100 lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya adalah penelitian populasi. Selanjutnya jika jumlah subjeknya besar dapat diambil 10–15 % atau 20–25 % atau lebih²⁸. Mengingat populasi dalam penelitian ini seluruh kepala keluarga perumahan Ngaru-arur Indah yang berjumlah 210 maka peneliti menentukan 20% dari populasi tersebut sehingga besar anggota sampel didapat 42.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik sampling acak proporsional atau proportional random sampling yaitu metode pengambilan sampel yang merupakan penyempurnaan dari teknik sampel acak sederhana. Teknik ini memperhatikan perimbangan jumlah unit-unit dalam setiap sub populasi dengan tujuan agar setiap individu

²⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan*, PT. Rineka Cipta, Jakarta, 2002, h. 120

memiliki kesempatan untuk menjadi anggota sampel²⁹. Maka untuk menentukan jumlah sampel pada masing-masing RT menggunakan perincian sebagai berikut :

Untuk RT 1 : $(24/210) \times 42 = 4,8 \sim 5$ orang

RT 2 : $(24/210) \times 42 = 4,8 \sim 5$ orang

RT 3 : $(25/210) \times 42 = 5$ orang

RT 4 : $(34/210) \times 42 = 6,8 \sim 7$ orang

RT 5 : $(30/210) \times 42 = 6$ orang

RT 6 : $(38/210) \times 42 = 7,6 \sim 7$ orang

RT 7 : $(35/210) \times 42 = 7$ orang

Sehingga jumlah sampel seluruhnya sebanyak 42 orang.

5. Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan cara:

a. Kuesioner

Kuesioner disebut pula dengan angket yaitu metode penelitian yang menggunakan daftar pertanyaan tertulis yang harus dijawab oleh responden penelitian.

b. Wawancara

Wawancara juga menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang sama seperti halnya dalam kuesioner akan tetapi wawancara dilakukan dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dan informan.

c. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi ialah pengumpulan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen seperti buku, surat

²⁹ ibid, h. 127

kabar, majalah, internet atau data-data laporan lain yang sudah tersedia.

6. Analisa Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan³⁰. Pada penelitian deskriptif, teknik analisa data ditujukan dengan menggambarkan keadaan atau status fenomena.

Setelah data terkumpul, peneliti melakukan penyuntingan untuk mengetahui apakah pengisian kuesioner yang dilakukan telah benar, sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan dan bila mana data tersebut dapat dipergunakan atau tidak. Seleksi terhadap data yang dimaksudkan agar dalam penganalisisan nanti akan didapat hasil yang benar (valid).

Langkah selanjutnya adalah pemberian kode pada masing-masing jawaban angket sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan. Setiap kuesioner diberi nomor urut responden, sebanyak ukuran sampel.

Kemudian peneliti melakukan tabulasi langsung yaitu data langsung ditabulasi dari kuesioner kekerangka tabel tunggal yang telah disiapkan tanpa proses atau perantara lainnya dengan menggunakan sistem *tally* (melidi). Penggunaan sistem *tally* karena jumlah sampel yang tidak lebih dari 100.

³⁰ Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei*, PT. Pustaka LP3ES, Jakarta, 1995, h. 263

Dari tabel tunggal tersebut diketahui sebaran frekuensi tiap kategori.
Dari tabel tunggal juga bisa diketahui modus dan perbandingan nilai frekuensi tiap kategori.



BAB II

GAMBARAN UMUM PROGRAM BERITA SERGAP DAN PERUMAHAN NGARU-ARU INDAH

A. Program Berita SERGAP



Gambar 1.2
Logo SERGAP

Gambar diatas merupakan layar pembukaan tayangan berita SERGAP. SERGAP merupakan kependekan dari kata “Serbu” dan “Tangkap”. SERGAP adalah sebuah program berita yang menyajikan berita-berita kriminalitas yang terjadi setiap hari. Program berita ini diluncurkan pada tahun 2001 di stasiun televisi RCTI di Indonesia. Dengan durasi selama 30 menit yang dibawakan oleh Ledy Simarmata, SERGAP menjadi program berita kriminalitas yang masih eksis tayang hingga saat ini setiap hari selain program sejenis lainnya yaitu PATROLI di Indosiar.

PATROLI merupakan pioneer kemunculan tayangan berita di Indonesia yang kemudian kemunculannya diikuti oleh stasiun televisi lainnya yang berlomba-lomba membuat tayangan sejenis seperti: BUSER (SCTV), Sidik (TPI), Kriminal (TRANS TV), Tajuk Kriminal (TV7), Sidik Jadi (ANTV), dan SERGAP (RCTI). Namun kini yang masih eksis hanya SERGAP dan PATROLI.

Pada awal kemunculannya program SERGAP disiarkan pada pagi hari dan sore hari dan memiliki 4 segmen dalam setiap siarannya yaitu:

- *Unkap* - 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* - *Feature* atau kisah petugas kepolisian

Namun kini program tayangan berita SERGAP hanya disiarkan pada siang hari pukul 12.30 WIB dan mengalami perubahan pada segmen acaranya meski pembawa acaranya masih sama yaitu Ledy Simarmata. Pada segmen pertama tayangan berita ini mengulas berita-berita kriminalitas yang terjadi setiap hari semisal berita penganiayaan, kecelakaan, kebakaran, penipuan, pembunuhan dan lain sebagainya.

Selanjutnya pada segmen kedua yang menjadi ciri khas dari tayangan berita SERGAP adalah segmen Bang Napi yang diperankan oleh Arie Broto. Di segmen ini, Bang Napi dengan sosok yang terlihat sangar seperti preman dengan topeng putih yang menutupi sebagian wajahnya dan tato di kedua lengannya menyampaikan pesan-pesan yang berkaitan dengan berita yang sudah disampaikan. Bang Napi biasanya selalu menyampaikan sebuah kredo dipenghujung pesannya, yang berbunyi "*Kejahatan tidak selalu terjadi hanya karena niat pelakunya, tapi juga kesempatan. Waspadalah, waspadalah!*" atau "*Kelalaian tidak hanya merugikan diri sendiri tetapi juga membawa petaka pada orang lain. Waspadalah, waspadalah!*". Kredo khas inilah yang banyak diingat oleh pemirsa. Kehadiran sosok Bang Napi dalam tayangan ini dimaksudkan untuk mengingatkan khalayak agar waspada dari tindak kriminal dilingkungan sekitar.



Gambar 1.3
Tokoh Bang Napi

Pada segmen terakhir, SERGAP menayangkan segmen orang hilang. Dalam segmen ini diperlihatkan beberapa foto orang hilang disertai dengan keterangan ciri-ciri orang tersebut dan nomor telepon yang bisa dihubungi untuk melaporkan keberadaannya kepada keluarga yang bersangkutan.



Gambar 1.4
Segmen Orang Hilang Berita SERGAP

B. Perumahan Ngaru-arur Indah Banyudono

Perumahan Ngaru-arur Indah merupakan perumahan yang dikelola oleh PT. Tri Manunggal Makarti Solo yang menyasar semua kalangan masyarakat mulai dari masyarakat kelas bawah hingga masyarakat kelas atas. Perumahan ini menawarkan 3 tipe rumah yaitu rumah T.27, rumah T.36 dan rumah T. 50.

Perumahan yang dibangun pada tahun 1996 ini dinamakan Perumahan Ngaru-arur Indah karena lokasinya di desa Ngaru-arur, kecamatan Banyudono, kabupaten Boyolali. Dengan lokasi yang strategis dan akses jalan yang dapat

dijangkau membuat perumahan ini mudah ditemukan. Terlebih lagi jalan raya yang menjadi akses keperumahan ini juga merupakan jalan raya akses ke Wisata Pemandian Umbul Pengging jadi kita bisa dengan mudah memanfaatkan kendaraan umum sebagai sarana transportasi semisal ojek, andong dan becak untuk menuju ke perumahan Ngaru-arum Indah.

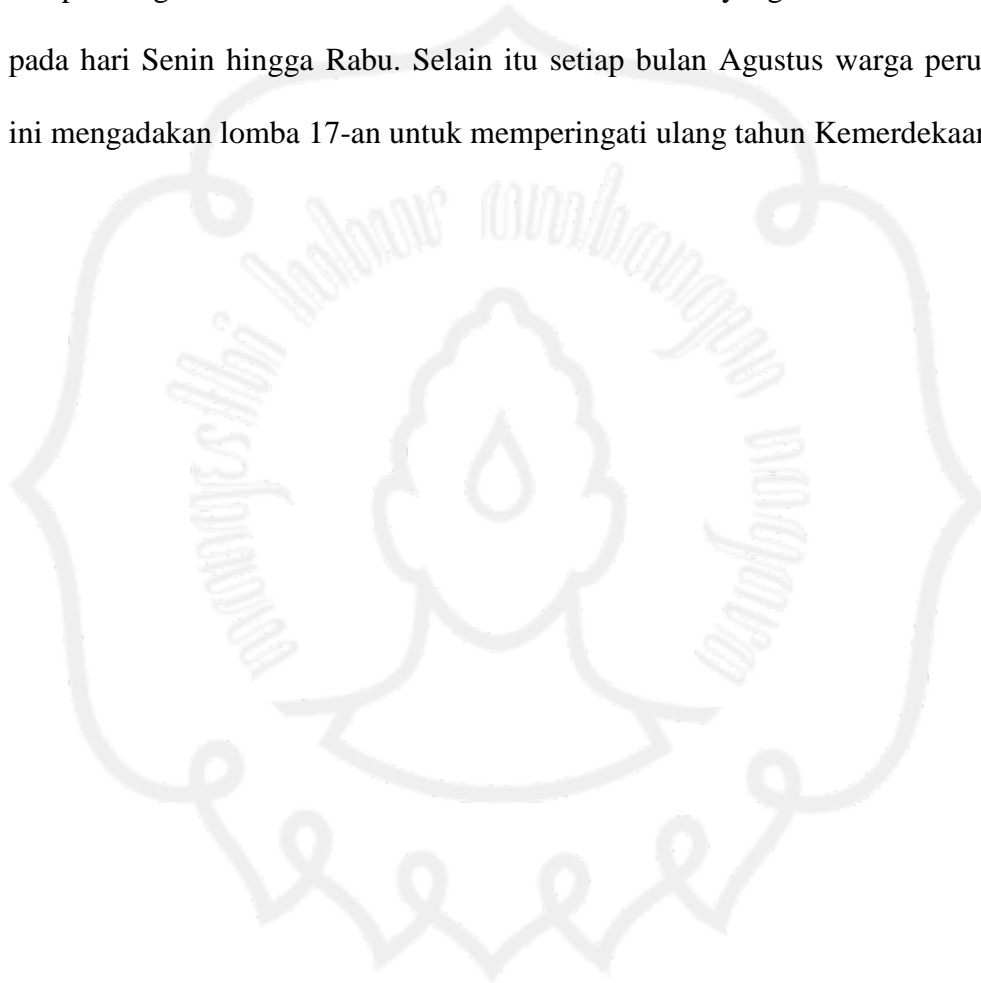
Perumahan Ngaru-arum Indah berbatasan dengan 2 desa yaitu Desa Tegal Arum disebelah Barat dan Desa Bendan disebelah Selatan, sedangkan pada sisi Utara masih berupa persawahan dan sebelah Timur berbatasan dengan pabrik bekas furniture Kasega Dadidit.

Berdiri diatas lahan seluas 32.120 km² perumahan ini terbagi kedalam 7 RT dengan penduduk sebanyak kurang lebih 350 yang meliputi 210 Kepala Keluarga. Perumahan Ngaru-arum Indah telah selesai pembangunannya sebagai tahap I meski masih ada beberapa rumah yang masih belum ditempati.

Seperti halnya perumahan lain, perumahan Ngaru-arum Indah dilengkapi dengan fasilitas yang tentunya disediakan untuk penduduknya, yaitu lapangan olahraga yang digunakan untuk olahraga voli setiap sore, lahan untuk bermain anak-anak seluas 360m² dan 334 m² masing-masing pada sisi timur dan pertengahan perumahan dan sebuah masjid untuk fasilitas peribadatan penduduknya.

Untuk fasilitas kesehatan, diperumahan Ngaru-arum terdapat satu posyandu yang setiap bulan pada tanggal 11 selalu diadakan penimbangan bayi dan pengobatan bagi penduduknya yang dilakukan oleh petugas puskesmas dari kecamatan Boyolali.

Sebagai wadah bagi interaksi sosial warganya, perumahan ini mengadakan kegiatan rutin yang diadakan di tiap-tiap RT maupun kegiatan RW seperti arisan bapak-bapak RW yang diadakan 3 bulan sekali, arisan ibu-ibu RW yang dilakukan setiap tanggal 3 dan pengajian yang diadakan setiap malam jumat. Adapun kegiatan rutin untuk anak-anak adalah TPA yang diadakan setiap sore pada hari Senin hingga Rabu. Selain itu setiap bulan Agustus warga perumahan ini mengadakan lomba 17-an untuk memperingati ulang tahun Kemerdekaan RI



BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini setelah data terkumpul maka peneliti melakukan analisa data. Analisa data adalah proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan.

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan data kuantitatif maka data yang sudah terkumpul ini diklasifikasikan menjadi 2 kelompok data yaitu data kualitatif dan data kuantitatif. Data yang bersifat kualitatif digambarkan dengan kata-kata atau kalimat dipisahkan menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan. Sedangkan data yang bersifat kuantitatif yang berwujud angka-angka hasil perhitungan atau pengukuran dibuat prosentase yang kemudian prosentase ini ditafsirkan dengan kalimat yang bersifat kualitatif, misalnya baik (76 - 100%), cukup (56 – 75%), kurang baik (40 – 55%), dan tidak (kurang dari 40%).

Penelitian ini hanya bertujuan untuk memberikan gambaran atas situasi atau keadaan yaitu gambaran mengenai persepsi warga perumahan Ngaru-aru Indah Banyudono terhadap tayangan berita SERGAP di stasiun televisi RCTI tahun 2009 maka data hasil penelitian akan disajikan dengan tabel tunggal dengan jumlah dan prosentase untuk setiap kategori untuk selanjutnya ditafsirkan dengan kalimat yang bersifat kualitatif.

Selain deskripsi mengenai persepsi responden yang disebabkan lambang-lambang komunikasi yang ada pada tayangan berita SERGAP yang mengacu pada

faktor struktural persepsi, penelitian ini juga untuk mendeskripsikan faktor fungsional persepsi yang berkaitan dengan faktor personal responden, dan perhatian responden terhadap tayangan tersebut. Uraian pada bab ini mencakup analisa data tentang ketiga faktor tersebut..

A. Profil Responden

Identitas atau profil responden merupakan gambaran mengenai responden dalam penelitian ini.

Tabel I
Jenis Kelamin

No.	Kategori	Frekuensi	%
1.	Pria	21	50
2.	Wanita	21	50
Jumlah		42	100

(Sumber: Kuesioner No. 2 Bagian I. Identitas responden)

Berdasarkan tabel diatas frekuensi penonton antara pria dan wanita sebagai responden dalam penelitian ini adalah sama. Ini menunjukkan bahwa tayangan berita SERGAP merupakan jenis program berita yang diminati oleh semua khalayak baik pria maupun wanita. Sebagai sebuah tayangan berita, SERGAP tentu saja ditujukan bagi semua khalayak tanpa membedakan jenis kelamin karena tayangan berita bertujuan menginformasikan peristiwa atau kejadian yang terjadi dimasyarakat.

Tabel II
Usia

No.	Kategori	Frekuensi	%
1.	30 – 35 tahun	18	42,9
2.	36 – 50 tahun	21	50
3.	> 50 tahun	3	7,1
Jumlah		42	100

(Sumber: Kuesioner No. 3 Bagian I. Identitas responden)

Dari tabel diatas, tampak bahwa 50% dari jumlah responden didominasi usia antara 36-50 tahun, jumlah terbanyak selanjutnya 42,9% adalah responden dengan rentang usia 30-35 tahun yakni sebanyak 18 orang, sedangkan 3 responden berada pada rentang usia > 50 tahun.

Banyaknya dominasi responden pada rentang usia 30-50 tahun karena hal ini didasarkan pada pemilihan sampel yang ditujukan pada tiap kepala keluarga di perumahan Ngaru-arur Indah. Umumnya warga perumahan Ngaru-arur Indah adalah orang-orang yang sudah berkeluarga meski ada beberapa penduduk dari perumahan ini yang belum berkeluarga namun sudah mapan dalam pekerjaan.

Melihat jenis peristiwa yang ditayangkan SERGAP lebih banyak didominasi oleh berita kriminal, maka dapat disimpulkan bahwa tayangan berita ini tidak disarankan untuk ditonton oleh anak-anak jadi mayoritas penontonnya adalah yang berusia 20 tahun keatas, meski tidak menutup kemungkinan bahwa penonton usia dibawah 20 tahun menonton tayangan ini.

Rentang usia sekitar 30-39 tahun merupakan puncak produktivitas, setelah itu mencapai kemapanan pada usia 40-49 tahun. Usia 50-59 tahun bagi seseorang

merupakan titik balik dalam produktivitas karena tahap ini merupakan tahap menjelang masa pensiun. Seperti yang diungkapkan oleh Agus Sujanto bahwa:

“Pada usia 23-45 tahun seseorang sudah mempunyai pemikiran yang kritis, dewasa dan objektif. Manusia pada usia ini umumnya sudah mengerti arah dan tujuan kehidupan mereka³¹”

Dalam kaitannya dengan penelitian ini, dapat diketahui bahwa rentang usia responden 30 tahun keatas adalah rentang usia dewasa berdasarkan pernyataan Agus Sujanto diatas sehingga karakteristik responden dalam penelitian ini adalah orang-orang yang sudah mempunyai pemikiran yang kritis, dewasa dan objektif sehingga hal ini akan mempengaruhi persepsi mereka terhadap tayangan berita SERGAP.

Tabel III
Pendidikan

No.	Kategori	Frekuensi	%
1.	Tamat SD	0	0
2.	Tamat SMP	3	7,1
3.	Tamat SMA	16	38,1
4.	Perguruan Tinggi	23	54,8
Jumlah		42	100

(Sumber: Kuesioner No. 4 Bagian I. Identitas responden)

Tabel diatas menunjukkan bahwa terdapat 2 kategori responden berdasarkan tingkat pendidikan yang memiliki jumlah terbanyak yakni 54,8% responden yang menempuh pendidikan terakhir di perguruan tinggi dan 38,1% responden yang tamat SMA, sedangkan sisanya 7,1% merupakan tamatan SMP.

³¹ Agus Sujanto, *Psikologi Perkembangan*, Aksara Baru, Jakarta, 1988, h. 40

Berdasarkan data penduduk perumahan Ngaru-arur Indah, kebanyakan warga perumahan Ngaru-arur Indah bekerja sebagai PNS. Jadi tidak mengherankan jika pendidikan terakhir yang mereka tempuh adalah perguruan tinggi karena saat ini untuk bisa bekerja sebagai PNS memang harus lulusan perguruan tinggi. Selain itu, hal tersebut juga menunjukkan bahwa taraf hidup manusia semakin baik dengan menyadari pentingnya pendidikan.

Tingkat pendidikan seseorang akan sangat berpengaruh terhadap pola pikirnya. Pendidikan formal dalam tiap jenjang punya sistem pendidikan yang khas dan berbeda antara satu dengan lainnya. Responden dengan latar belakang SMA akan berbeda pola pikir dan pengalaman pendidikan dengan responden yang mengenyam pendidikan lebih tinggi.

Tingkat pendidikan juga merupakan salah satu faktor yang akan mempengaruhi persepsi. Penulis melihat signifikansi data responden mengenai pendidikan terakhir bagi penelitian ini adalah dalam hal penerimaan dan pemaknaan terhadap pesan. Responden yang mengenyam pendidikan lebih tinggi lebih bisa mengutarakan pendapatnya secara lebih baik dibandingkan dengan yang mengenyam pendidikan dibawahnya.

Tabel IV
Pekerjaan

No.	Kategori	Frekuensi	%
1.	Pegawai Swasta	11	26,2
2.	Pegawai Pemerintah	25	59,5
3.	Wiraswasta	5	11,9
4.	Pensiunan	0	0
5.	Ibu RT	1	2,4
Jumlah		42	100

(Sumber: Kuesioner No. 5 Bagian I. Identitas responden)

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh gambaran jenis pekerjaan responden dengan prosentase terbanyak adalah pegawai pemerintah yakni sebanyak 25 responden (59,5%), prosentase terbanyak kedua adalah responden dengan pekerjaan sebagai pegawai swasta sebanyak 11 orang (26,2%), ada 5 responden yang bekerja sebagai wiraswasta dengan prosentase 11,9%, sedangkan 1 responden adalah seorang ibu rumah tangga.

Banyaknya responden yang bekerja sebagai pegawai pemerintah dan pegawai swasta dikarenakan tingkat pendidikan mereka yang memang rata-rata lulusan SMA dan perguruan tinggi seperti yang dapat dilihat dari uraian tabel III sebelumnya.

Tabel V
Jenis Acara Televisi Yang Disukai Responden

No.	Kategori	Frekuensi	%
1.	Hiburan	16	38,1
2.	Berita & Informasi	19	45,2
3.	Pendidikan & Keagamaan	7	16,7
Jumlah		42	100

(Sumber: Kuesioner No. 6 Bagian 2. Profil responden)

Jenis acara televisi yang dipilih terbanyak berdasarkan tabel diatas adalah Berita dan Informasi, sebanyak 19 responden (45,2%) menyukai jenis acara ini. Jenis acara televisi hiburan menjadi pilihan terbanyak kedua dengan total 16 responden (38,1%) sedangkan 7 responden menyukai jenis acara Pendidikan dan Keagamaan.

Total 19 responden yang menyukai jenis acara televisi hiburan jumlah terbanyak didominasi oleh responden wanita. Jenis acara hiburan ditelevisi seperti reality show maupun sinetron memang lebih banyak disukai oleh pemirsa wanita. Sedangkan pria cenderung menyukai acara-acara yang lebih informatif dibandingkan dengan acara hiburan yang sekarang ini lebih didominasi oleh acara yang umumnya tidak masuk akal yang hanya dipenuhi dengan tangisan dan kekerasan.

Karakter pria yang cenderung berpikir secara rasional dan wanita yang cenderung berpikir dengan perasaan berperan pula pada kecenderungan pria yang menyukai acara televisi berita dan informasi dibandingkan wanita yang menyukai hiburan. Selain itu wanita lebih banyak melakukan aktivitas fisik setiap harinya

semisal bekerja dan mengurus rumah maka untuk menghilangkan kepenatannya mereka memilih tayangan hiburan.

Penggunaan media sebagai saran hiburan ditujukan untuk mengurangi rasa bosan, pelarian diri dari tekanan dan masalah dan pelepasan emosi.

Tabel VI
Tempat Responden Menonton SERGAP

No.	Kategori	Frekuensi	%
1.	Rumah sendiri	32	76,2
2.	Rumah Tetangga	2	4,8
3.	Tempat Kerja	8	19
Jumlah		42	100

(Sumber: Kuesioner No. 7 Bagian 2. Profil responden)

Dari tabel VI diatas diketahui bahwa sebanyak 32 responden (76,2%) umumnya menonton tayangan berita SERGAP dirumah sendiri, 8 responden (19%) menonton ditempat kerja dan 2 responden (4,8%) yang menonton tayangan berita SERGAP ditempat kerja.

Menonton tayangan berita SERGAP dirumah memungkinkan responden untuk bisa memperhatikan keseluruhan berita yang disajikan jika tidak dibarengi dengan aktivitas lain. Sedangkan responden yang menonton tayangan berita SERGAP di rumah tetangga maupun ditempat kerja memungkinkan terjadinya diskusi atau obrolan berkaitan dengan berita-berita yang disajikan.

Tempat kerja menjadi sebuah tempat bertemunya bermacam-macam individu yang memiliki karakter yang berbeda satu sama lain. Terjadinya diskusi

diantara rekan kerja akan mempengaruhi persepsi individu yang ada mengenai tayangan berita SERGAP maupun kejadian-kejadian yang diberitakan karena diskusi yang terjadi memungkinkan adanya pertukaran pengalaman atau cerita diantara mereka.

Tabel VII
Jenis Berita yang Disukai Responden

No.	Kategori	Frekuensi	%
1.	Perampokan	19	45,2
2.	Pembunuhan	22	52,4
3.	Pemeriksaan	11	26,2
4.	Kecelakaan	12	28,6
5.	Perkelahian	13	30,9
6.	Korupsi	3	7,1
7.	Narkoba	2	4,8

(Sumber: Kuesioner No. 8 Bagian 4 Persepsi responden)

Berita perampokan dan pembunuhan menjadi jenis berita yang paling disukai responden, ini tampak dari tabel diatas pada poin 1 dan 2 dengan prosentase responden sebanyak 45,2% untuk berita perampokan dan 52,4% untuk berita pembunuhan. Frekuensi yang hampir sama ditunjukkan oleh 3 jenis berita lainnya yakni berita pemeriksaan yang disukai 11 responden, berita kecelakaan dipilih oleh 12 responden dan berita perkelahian disenangi 13 responden. Jenis berita korupsi disukai 3 responden, sedangkan narkoba menjadi jenis berita yang hanya disukai 2 responden.

Berbagai jenis berita yang disajikan di televisi menunjukkan bahwa tindak kejahatan yang terjadi di masyarakat semakin beragam, taktik yang digunakan pelaku kejahatan juga semakin bervariasi. Dengan adanya pemberitaan di televisi maka khalayak akan mengetahuinya dan memperoleh informasi mengenai kejahatan-kejahatan yang terjadi sehingga khalayak menjadi waspada akan tindak kriminalitas di masyarakat.

B. Perhatian Responden

Perhatian atau atensi merupakan faktor utama yang menentukan selektivitas kita atas rangsangan atau stimuli. Selektivitas inilah yang akan mempengaruhi persepsi kita pada suatu hal. Perhatian adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah.

Apa yang menjadi perhatian kita lolos dari perhatian orang lain, atau sebaliknya. Ada kecenderungan kita melihat apa yang ingin kita lihat, kita mendengar apa yang ingin kita dengar. Ini menunjukkan bahwa setiap individu memiliki perhatian yang berbeda dikarenakan faktor internal yang ada pada dirinya. Selain faktor internal yang mempengaruhi perhatian, ada juga faktor eksternal yang berasal dari stimuli itu sendiri yang mempengaruhi perhatian. Dalam penelitian ini yang menjadi indikator perhatian responden terhadap tayangan berita SERGAP berkaitan dengan faktor eksternalnya yaitu intensitas dan faktor internal yang meliputi motivasi dan kebiasaan responden.

Tabel VIII
Frekuensi Menonton SERGAP

No.	Kategori	Frekuensi	%
1.	Tinggi (5 – 6 kali dalam seminggu)	4	9,5
2.	Sedang (3 – 4 kali dalam seminggu)	15	35,7
3.	Rendah (1 kali dalam seminggu)	23	54,8
Jumlah		42	100

(Sumber: Kuesioner No. 9 Bagian 3. Perhatian responden)

Dari tabel diatas diperoleh gambaran bahwa hanya ada 4 responden (9,5%) yang frekuensi menonton tayangan berita SERGAP tinggi yakni 5-6 kali dalam seminggu, 15 responden (35,7%) yang menonton tayangan berita SERGAP 3-4 kali dalam seminggu sedangkan jumlah terbesar sebanyak 23 responden (54,8%) menonton tayangan berita SERGAP hanya sekali dalam seminggu.

Frekuensi menonton menunjuk pada tinggi atau rendahnya terpaa media (*media exposure*) kepada khalayak. Perbedaan tingkat media exposure membawa perbedaan dalam menimbulkan dampak media terhadap pemirsa. Sebagai contoh, bagi orang yang terlalu sering menonton program kekerasan di televisi akan merasa bahwa dunia ini penuh kekerasan. Program kekerasan yang terlalu sering ditayangkan di televisi membuat orang menjadikan generalisasi bahwa yang ditampilkan di televisi sama dengan realitas yang sesungguhnya.

Tabel frekuensi menonton diatas menunjuk pada tinggi atau rendahnya media exposure yang akan mempengaruhi persepsi responden terhadap tayangan berita SERGAP, namun peneliti tidak begitu melihat signifikansi perbedaan yang berarti berkaitan dengan tinggi rendahnya frekuensi responden menonton

tayangan berita SERGAP terhadap persepsi mereka terhadap tayangan ini. Ini berarti bahwa tanggapan atau persepsi responden mengenai tayangan ini rata-rata sama meski frekuensi menonton mereka berbeda-beda. Hal tersebut dikarenakan berita kriminalitas selalu menjadi berita yang menarik dan dibutuhkan oleh khalayak agar khalayak mendapatkan informasi mengenai peristiwa-peristiwa yang terjadi sehingga khalayak menjadi lebih waspada akan lingkungannya.

Sebuah tayangan berita difungsikan menyiarkan berita yang aktual secara cepat. Suatu peristiwa akan mempunyai nilai berita yang tinggi bila berita tersebut merupakan berita yang baru saja terjadi. Maka ketika peristiwa pengeboman yang belum lama ini terjadi di Jakarta maka khalayak pun akan berusaha mengikuti perkembangan berita seputar kejadian pengeboman terjadi. Dan sudah dipastikan bahwa setiap stasiun televisi di negeri ini akan menayangkannya berkali-kali.

Jadi sekalipun seseorang tidak begitu menyukai tayangan berita maupun tidak memiliki waktu luang khusus untuk menonton tayangan berita namun ketika ada sebuah peristiwa besar terjadi maka dia akan tertarik untuk menontonnya dari televisi.

Tabel IX
Antusiasme Meluangkan Waktu Menonton SERGAP

No.	Kategori	Frekuensi	%
1.	Pasti meluangkan	4	9,5
2.	Kadang-kadang	18	42,9
3.	Tidak pernah	20	47,6
Jumlah		42	100

(Sumber: Kuesioner No. 10 Bagian 2. Perhatian responden)

Dari tabel diatas tampak bahwa 47,6% responden tidak pernah secara khusus meluangkan waktu untuk menonton tayangan berita SERGAP, 18 orang dengan prosentase 42,9% kadang-kadang meluangkan waktu secara khusus untuk bisa menonton tayangan ini dan 4 responden sisanya dengan prosentase 9,5% pasti meluangkan waktu secara khusus untuk menonton tayangan berita SERGAP.

Peneliti melihat bahwa responden yang pasti meluangkan waktu untuk menonton tayangan berita SERGAP adalah responden yang mempunyai waktu luang lebih banyak yaitu responden yang bekerja sebagai wiraswasta dan ibu rumah tangga karena waktu luang mereka lebih fleksibel dibandingkan dengan responden yang bekerja dikantor sebagai pegawai pemerintah maupun pegawai swasta.

Selain itu faktor kesukaan dan faktor kebutuhan akan informasi juga berperan dalam mendorong responden untuk meluangkan waktu secara khusus untuk menonton tayangan berita ini. Seorang pemirsa televisi akan selalu meluangkan waktu secara khusus untuk menonton acara favoritnya. Bagi pemirsa

televisi lainnya yang mencari berita, televisi dinilai mampu memberikan efek kognitif yang menguntungkan.

Tabel X
Pola Menonton

No.	Kategori	Frekuensi	%
1.	Mengikuti secara keseluruhan	3	7,2
2.	Kadang-kadang	24	57,1
3.	Tidak pernah	15	35,7
Jumlah		42	100

(Sumber: Kuesioner No. 11 Bagian 3. Perhatian responden)

Dari tabel X diatas berkaitan dengan pola menonton tayangan berita SERGAP diperoleh gambaran bahwa jumlah tertinggi ditunjukkan pada responden yang kadang-kadang mengikuti tayangan berita SERGAP secara keseluruhan yakni sebesar 57,1% sejumlah 24 responden, 35,7% dari jumlah keseluruhan menunjukkan pola menonton yang tidak pernah mengikuti tayangan berita SERGAP secara keseluruhan, sisa 7,2% yakni 3 responden mengikuti tayangan berita SERGAP secara keseluruhan.

Seperti yang sudah diuraikan pada tabel IX sebelumnya diatas bahwa faktor kesukaan akan mendorong orang untuk senantiasa mengikuti tayangan favoritnya maka hal ini juga berpengaruh pada pola menonton pada tabel X. Responden yang pasti meluangkan waktu khusus untuk menonton tayangan favoritnya mempunyai kecenderungan juga untuk mengikuti tayangan tersebut secara keseluruhan.

Tabel XI
Motivasi dalam Menonton

No.	Kategori	Frekuensi	%
1.	Mencari informasi	25	59,5
2.	Mencari hiburan	2	4,8
3.	Mengisi waktu luang	15	35,7
Jumlah		42	100

(Sumber: Kuesioner No. 12 Bagian 3. Perhatian responden)

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa motivasi responden dalam menonton tayangan berita SERGAP mayoritas adalah untuk mencari informasi dengan ditunjukkan prosentase sebesar 59,5% untuk responden sebanyak 25 orang. Responden dengan motivasi menonton tayangan berita SERGAP untuk mengisi waktu luang menunjukkan jumlah sebesar 15 orang dengan prosentase 35,7%, sedangkan 2 responden menonton tayangan berita SERGAP untuk mencari hiburan.

Banyaknya responden yang menonton tayangan berita SERGAP untuk mencari informasi menunjukkan bahwa responden menganggap penting tayangan berita ini sebagai sumber informasi daripada hanya sekedar untuk mencari hiburan atau mengisi waktu luang. Penggunaan media sebagai sarana untuk mencari informasi merupakan bagian dari kognisi.

Demikian penjelasan perolehan data dari 4 indikator dengan masing-masing jawaban memiliki bobot nilai 3 untuk mengetahui perhatian responden terhadap tayangan berita SERGAP. Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai perhatian

responden secara umum maka dilakukan penghitungan berdasarkan skor dimana dicari *range* dengan melihat nilai tertinggi, nilai terendah, dan interval kelas³².

Nilai total tertinggi adalah 12 (nilai tertinggi dari jawaban responden) dan nilai total terendah adalah 4 (nilai terendah dari jawaban responden). *Range* diketahui dengan mengurangi nilai tertinggi dengan nilai terendah, yaitu $12 - 4 = 8$. Jarak interval di dapat dengan membagi *range* dengan jumlah kelas interval (3 kelas yaitu baik, cukup, kurang) maka $8:3 = 2,6$ dibulatkan menjadi 3. Jadi skor 4-6 berada dalam kategori kurang, 7-9 berada dalam kategori cukup dan 10-12 berada dalam kategori baik. Untuk lebih jelas dapat dilihat dalam dalam perhitungan di bawah ini :

$$\begin{aligned}\text{Nilai tertinggi} &= \text{Jumlah pertanyaan} \times \text{skor tertinggi} \\ &= 4 \times 3 = 12\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Nilai terendah} &= \text{Jumlah pertanyaan} \times \text{skor terendah} \\ &= 4 \times 1 = 4\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Range} &= \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{Jumlah kelas interval}} \\ &= \frac{12 - 4}{3} \\ &= 2,6 \text{ dibulatkan menjadi } 3\end{aligned}$$

Maka, di dapat skor berdasarkan pengkategorian :

Skor 4 - 6 = Kurang

Skor 7 - 9 = Cukup

Skor 10-12 = Baik

³² Ridwan, *Dasar-dasar Statistika*. Alfabeta, Bandung, 2004, h. 87

Maka dapat disusun tabel distribusi frekuensi sebagai berikut :

Tabel XII
Tabel Distribusi Frekuensi Jumlah Nilai Responden
Tentang Perhatian Terhadap Tayangan berita SERGAP RCTI

Kategori Nilai	Kategori	Frekuensi	Prosentase
4 – 6	Baik	6	14,3
7 – 9	Cukup	19	45,2
10 – 12	Kurang	17	40,5
Jumlah		42	100

(Sumber: kuesioner, No. 9 – 12 Bagian II. Persepsi Responden)

Dari tabel XII menunjukkan bahwa 19 responden (45,5%) memberikan perhatian yang cukup terhadap tayangan berita SERGAP, 17 responden (40,5%) tingkat perhatiannya kurang dan hanya 6 responden (14,3%) yang memiliki tingkat perhatian yang baik.

Tidak banyaknya jumlah responden yang memiliki perhatian yang baik terhadap tayangan berita SERGAP karena kebanyakan responden bekerja dikantor oleh karena itu mereka jarang mengikuti tayangan ini. Jadi sekalipun mereka mengikuti tayangan mereka lebih cenderung memperhatikan berita yang mereka sukai atau peristiwa besar yang sedang terjadi.

C. Persepsi Terhadap Tayangan Berita SERGAP

Persepsi diartikan sebagai penafsiran stimulus atas segala informasi yang berupa benda, situasi, orang atau peristiwa yang ada disekitar kita. Setelah tadi diuraikan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi yakni profil responden dan perhatian, dibawah ini pembahasan mengenai persepsi warga terhadap tayangan berita SERGAP.

Tabel XIII
Kesesuaian Nama Tayangan berita SERGAP
dengan Berita yang Disajikan

No.	Kategori	Frekuensi	%
1.	Sesuai	30	71,4
2.	Kurang sesuai	10	21,4
3.	Tidak sesuai	2	7,2
Jumlah		42	100

(Sumber: Kuesioner No. 13 Bagian 4. Persepsi responden)

SERGAP merupakan kependekan dari Serbu dan Tangkap. Mengacu pada pengertiannya, tayangan berita SERGAP RCTI seharusnya hanya memberitakan tentang peristiwa kriminalitas dan kinerja polisi dalam melakukan penyerbuan dan penangkapan terhadap pelaku-pelaku kriminal. Namun kenyataannya tayangan ini juga memberitakan mengenai kecelakaan seperti kebakaran, tabrakan, dan lain sebagainya.

Dari tabel diatas ternyata 30 responden dengan prosentase 71,4% menyatakan bahwa nama acara SERGAP sesuai dengan jenis berita yang disajikan, 10 responden (21,4%) menyatakan nama acara SERGAP kurang sesuai dengan jenis beritanya, dan hanya 2 responden (4,8%) yang mengatakan nama SERGAP tidak sesuai.

Dalam sebuah tayangan televisi, judul acara berperan penting dalam mendeskripsikan tayangannya, seperti halnya SERGAP. Nama SERGAP diingat pemirsa televisi sebagai tayangan berita karena dulu ketika tayangan berita marak distasiun televisi, SERGAP sebagai salah satu tayangan berita juga mengkhususkan memberitakan berita-berita kriminal bahkan pemberitaannya terkesan sadis dan ngeri karena ditayangan ini gambar-gambar korban kekerasan maupun korban tindak kriminal ditampilkan secara jelas tanpa adanya *blurr*. Sehingga kini, khalayak sudah begitu mengenal tayangan berita SERGAP sebagai berita kriminalitas meski tayangannya sudah tidak lagi seputar kriminalitas saja.

Tabel XIV
Kemampuan Pembawa Acara SERGAP

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	%
1.	Baik	16	38,1
2.	Cukup Baik	25	59,5
3.	Kurang Baik	1	2,4
Jumlah		42	100

(Sumber: Kuesioner No. 14 Bagian 4. Persepsi responden)

Penyiar atau pembawa acara menurut pendapat Kuswandi adalah orang yang berperan sebagai pemandu dalam acara televisi baik dalam paket acara tertentu ataupun selingan acara. Seorang pembawa acara atau komunikator memiliki peran penting dalam tersampainya pesan secara jelas dan tepat kepada pemirsa sehingga komunikator harus memiliki pengetahuan yang luas terhadap program acara yang dibawakannya, rasa percaya diri yang tinggi, intelegensi, performance yang memiliki self concept serta adanya aktualisasi diri komunikator terhadap berita yang disampaikan³³.

Meski komunikator mempunyai peran yang penting namun menurut Wilbur Schramm pengaruh komunikasi massa itu ditentukan oleh audience karena setiap individu yang terkena pengaruh komunikasi massa tidak begitu saja menerima apa-apa yang disampaikan oleh komunikator. Intinya bahwa pemirsa dirumah mempunyai posisi tersendiri terhadap suatu isu yang disajikan televisi³⁴.

Dari tabel XIII diatas terlihat bahwa hanya 1 responden yang berpendapat bahwa kemampuan pembawa acara tayangan berita SERGAP tidak baik, 25

³³ Wawan Kuswandi, Komunikasi massa suatu pengantar, PT Rineka Cipta, Jakarta, 1996, h. 138

³⁴ Ibid., h. 139

responden (59,5%) berpendapat jika pembawa acara SERGAP cukup baik sedangkan 16 responden (38,1%) sisanya menyatakan baik. Persebaran frekuensi prosentase responden yang menyatakan baik dan cukup baik menunjukkan bahwa selama ini responden memahami secara jelas pesan yang diampaikan oleh pembawa acara tayangan berita SERGAP. Seperti yang peneliti lihat bahwa pembawa acara tayangan berita SERGAP menyampaikan berita dengan baik, tegas dan jelas.

Tabel XV
Kelayakan Tayangan berita SERGAP Mempertontonkan Wajah Korban
Kecelakaan maupun Korban Tindak Kriminal
Secara Jelas

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	%
1.	Layak	25	59,5
2.	Kurang Layak	13	31
3.	Tidak Layak	4	9,5
Jumlah		42	100

(Sumber: Kuesioner No. 15 Bagian 4 Persepsi responden)

Penayangan korban kecelakaan maupun korban tindak kriminal secara jelas ternyata dinilai layak oleh 25 responden (59,5%) dalam penelitian ini. Layaknya penayangan wajah korban kecelakaan maupun korban tindak kriminal dilatarbelakangi alasan bahwa dengan penayangan korban akan membuat berita lebih menarik dan nyata untuk memperteguh kejadian yang terjadi.

Seorang responden yang bernama Aziz (35 tahun) yang bekerja sebagai wiraswasta yang peneliti wawancara mengatakan bahwa penayangan wajah korban dengan jelas bisa berguna untuk mengetahui apakah kita mengenal korban

atau tidak, selain itu jika kemungkinan korban adalah orang yang hilang dan sedang dicari oleh pihak keluarga maka dengan penayangan ditelevisi hal tersebut mempermudah menemukan keluarganya yang hilang.

Kurang layaknya penayangan gambar korban tindak kriminal maupun korban kecelakaan secara jelas dinyatakan oleh 13 responden (31%), dan hanya 4 responden yang menyatakan tidak layak bagi tayangan berita SERGAP mempertontonkan wajah korban kecelakaan maupun korban tindak kriminal. Umumnya responden yang menyatakan kurang setuju dan tidak setuju akan penayangan wajah korban tindak kriminal maupun korban kecelakaan mempunyai alasan bahwa hal tersebut dapat menimbulkan kengerian bagi penonton apalagi bagi anak-anak yang mungkin kebetulan menonton tayangan tersebut.

Didalam buku *Komodifikasi Budaya dalam Media Massa* diungkapkan bahwa karena adanya persaingan yang ketat antar media maka menyebabkan mereka berlomba untuk dapat menarik publik dengan memuat berita yang diasumsikan menaikkan oplah atau rating dengan cara pemuatan berita yang cukup detil dan lengkap terutama pada pemilihan kata dan pemuatan foto-foto sebagai pendukung berita yang tampak sadis dan mengerikan³⁵. Ini menunjukkan bahwa media hanya mementingkan keuntungan bisnis semata tanpa memperdulikan dampaknya bagi khalayak.

Penayangan gambar-gambar korban kecelakaan, kekerasan atau kejahatan bahkan sekalipun tidak terlalu mengerikan, begitu sering menjadi terlalu

³⁵ Drajat Tri Kartono, op. cit., 93-94

memuakkan publik dan gambar seseorang yang mengancam akan melompat dari jembatan tampak bagi banyak orang sebagai pelanggaran hak pribadi³⁶.

Dalam Undang-Undang Penyiaran Bab IV Perihal Pelaksanaan Siaran pasal (7) menyebut bahwa isi siaran yang mengandung unsur kekerasan dan sadisme, pornografi, takhayul, perjudian, pola hidup permisif, konsumtif, hedonistis dan feodalis dilarang³⁷. Berdasarkan pasal (7) Undang-Undang Penyiaran tersebut maka penayangan wajah korban kecelakaan maupun tindak kriminal secara jelas dimedia hendaknya dilakukan berdasarkan kelayakan berita tanpa harus memperkuat peristiwa tersebut demi publisitas³⁸.

Tabel XVI
Kelayakan Tayangan berita SERGAP
Mempertontonkan Wajah Pelaku Kejahatan dengan jelas

No.	Kategori	Frekuensi	%
1.	Layak	29	69,1
2.	Kurang layak	9	21,4
3.	Tidak layak	4	9,5
Jumlah		42	100

(Sumber: Kuesioner No. 16 Bagian 4 Persepsi responden)

Mempertontonkan wajah pelaku tindak kejahatan maupun tindak kriminal sepertinya sudah menjadi hal yang biasa disetiap tayangan berita ditelvisi maupun dimedia cetak. Wajah para kriminal tersebut ditayangkan secara jelas

³⁶ William L. Rivers dan Cleve Mathews, *Etika Media Massa dan Kecenderungan untuk Melanggarnya*, PT. Gramedia Pustaka, Jakarta, 2000, h. 241

³⁷ Undang-Undang Penyiaran No. 24 Tahun 1997

³⁸ Undang-Undang Republik Indonesia No. 24. 1997. Jakarta: Sinar Grafika Offset

tanpa *blurr* dimedia, malah bisa dikatakan bahwa para pelaku kejahatan ini yang sering berusaha menutupi wajahnya ketika tersorot kamera wartawan. Tentunya para pelaku kriminalitas tersebut malu untuk diekspos setelah apa yang mereka perbuat.

Penayangan wajah pelaku kejahatan secara jelas dinyatakan layak oleh oleh 29 responden dalam penelitian ini dengan prosentase sebesar 69,1% seperti yang dapat dilihat dari tabel XV diatas, 9 responden dengan prosentase 21,4% berpendapat tidak layak, 4 responden lainnya menyatakan tidak layak mempertontonkan wajah pelaku kejahatan secara jelas

Penayangan wajah pelaku kejahatan dimedia khususnya ditayangkan berita SERGAP diharapkan mampu membuat si pelaku malu dan jera selain itu dimaksudkan agar orang yang berniat melakukan kejahatan akan mengurungkan niatnya karena jika dia tertangkap maka dia juga akan terekspos oleh media.

Meskipun penayangan wajah pelaku kejahatan secara jelas mempunyai tujuan agar pelaku jera namun hal ini dapat juga menjadi bentuk pelanggaran hak asasi pelaku tersebut. Kontroversi yang muncul berkaitan dengan penayangan wajah pelaku kejahatan ditelevisi yang kontra mempunyai alasan bahwa keluarga yang tak terlibat bakal ikut menanggung malu. Dikhawatirkan juga dengan penayangan ini dapat menimbulkan dendam antara keluarga korban dan keluarga si pelaku tersebut.

Tabel XVII
Kata-kata atau Kalimat yang Digunakan Untuk Mendeskripsikan
Peristiwa yang Ditayangkan SERGAP

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	%
1.	Pantas	29	69,1
2.	Kurang pantas	10	23,8
3.	Tidak Pantas	3	7,1
Jumlah		42	100

(Sumber: Kuesioner No. 17 Bagian 4 Persepsi responden)

Dari tabel XVI diatas didapatkan rincian jumlah responden berkaitan dengan kata-kata atau kalimat yang digunakan untuk mendeskripsikan peristiwa yang ditayangkan di SERGAP, yakni ada 29 responden (69,1%) yang menyatakan pantas, 10 responden (23,8%) menyatakan kurang pantas dan 3 responden (7,1%) menyatakan tidak pantas.

Pendeskripsian sebuah peristiwa atau kejadian ditayangkan berita termasuk juga ditayangkan berita SERGAP sering terkesan hiperbolis dan dramatis. Hal ini tergambar dari penjelasan pembawa acara mengenai kondisi korban kecelakaan atau korban tindak kejahatan maupun penjelasan mengenai detil kejadian yang terjadi yang sering terkesan sadis dan dituturkan secara gamblang. Seperti kejadian bom di Jakarta yang terjadi beberapa waktu lalu yang menewaskan 9 WNA.

Ditayangkan berita bom tersebut dijelaskan secara gamblang mengenai bagaimana kondisi korban pengeboman yang dipaparkan secara terperinci oleh seorang saksi yang juga membantu menolong korban pengeboman. Selain itu

ditampilkan pula beberapa gambar korban pengeboman yang berdarah-darah secara berkali-kali disetiap stasiun televisi. Sungguh hal seperti ini dapat menimbulkan kengerian pada pemirsa.

Tabel XVIII
Segmen Bang Napi Ditayangan berita SERGAP

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	%
1.	Menarik	23	54,8
2.	Kurang Menarik	14	33,3
3.	Tidak Menarik	5	11,9
Jumlah		42	100

(Sumber: Kuesioner No. 18 Bagian 4 Persepsi responden)

Tabel diatas menunjukkan persepsi responden mengenai menarik tidaknya segmen Bang Napi ditayangan berita SERGAP. Tampak sebaran paling banyak adalah tanggapan responden yang menyatakan kurang menarik dan menarik. Paling banyak yakni 23 responden (54,8%) yang menyatakan bahwa segmen Bang Napi menarik, sedangkan 14 responden (33,3%) menyatakan bahwa segmen Bang Napi kurang menarik, 5 responden menganggap segmen Bang Napi tidak menarik.

Segmen Bang Napi sudah menjadi ikon ditayangan berita SERGAP. Umumnya responden mengetahui tayangan berita SERGAP lebih dikarenakan adanya Bang Napi yang membedakan tayangan berita ini dari tayangan berita televisi lainnya. Meski banyak responden yang jarang menonton tayangan berita

SERGAP namun mereka langsung tahu bahwa SERGAP identik dengan tokoh Bang Napi.

Tabel XIX
Penokohan Bang Napi sebagai Preman Ditayangan berita SERGAP

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	%
1.	Setuju	26	61,9
2.	Kurang Setuju	12	28,6
3.	Tidak Setuju	4	9,5
Jumlah		42	100

(Sumber: Kuesioner No. 19 Bagian 4 Persepsi responden)

Tokoh Bang Napi dalam tayangan berita SERGAP digambarkan sebagai seorang preman yang berada dibalik jeruji besi lengkap dengan penampilan ala preman yang mempunyai tato dikedua lengannya ditambah lagi Bang Napi ini memakai topeng berwarna putih yang menutupi separuh wajahnya.

Bang Napi muncul pada segmen terakhir ditayangan berita SERGAP untuk mengulas secara singkat sebuah peristiwa yang sudah disampaikan oleh pembawa acara pada segmen sebelumnya, selanjutnya Bang Napi ini menyampaikan wejangan yang sudah menjadi ciri khasnya.

Penokohan Bang Napi sebagai preman sebagai tugasnya untuk mengingatkan keawaspadaan masyarakat akan tindak kejahatan dalam tayangan ini disetujui oleh 26 responden (61,9%). Dengan sosoknya yang garang yang digambarkan seolah-olah sebagai preman yang sudah tobat maka masyarakat akan

menerima pesan yang disampaikan Bang Napi dan mengingat credo yang khas yang disampaikan oleh tokoh ini.

Penggambaran Bang Napi yang berada dibalik jeruji besi merupakan sebuah bentuk komunikasi bagi khalayak luas bahwa berada dibalik jeruji sangat tidak bebas dan menakutkan sehingga khalayak bisa mengambil pelajaran dari tokoh Bang Napi ini.

Namun sosok preman ini yang bertugas menyampaikan sebuah nasehat bagi masyarakat ternyata sebanyak 12 responden (28,6%) yang menyatakan kurang setuju dan 4 responden (9,5%) yang secara jelas menyatakan tidak setuju.

Disinilah sifat-sifat komunikator berkaitan dengan kredibilitasnya sebagai penyampai pesan yang dalam hal ini adalah Bang Napi juga diperhitungkan oleh pemirsa sebagai komunikan. Kredibilitas adalah seperangkat persepsi komunikate/komunikan tentang sifat-sifat komunikator. Karena kredibilitas itu masalah persepsi, kredibilitas berubah bergantung pada *pelaku persepsi* (komunikate), topik yang dibahas dan situasi. Ketika komunikator berkomunikasi, yang berpengaruh bukan saja apa yang ia katakan tetapi juga keadaan dia sendiri. *He doesn't mean communicate what he says, he communicates what he is*. Ia tidak dapat menyuruh pendengar hanya memperhatikan apa yang ia katakan. Pendengar juga akan memperhatikan siapa yang mengatakan. Kadang-kadang *siapa* lebih penting dari *apa*³⁹.

Sosok napi dianggap tidaklah tepat untuk menyampaikan nasehat bagi masyarakat luas agar waspada terhadap tindak kejahatan karena seorang napi

³⁹ Jalaludin Rakhmat, op. cit., h. 255

sudah identik dengan seseorang yang memiliki karakter yang buruk jadi orang akan cenderung tidak memperhatikan perkataanya.

Tabel XX
Kesesuaian Jam Tayang SERGAP Pada Pukul 12.30 WIB

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	%
1.	Sesuai	15	35,7
2.	Kurang Sesuai	18	42,9
3.	Tidak Sesuai	9	21,4
Jumlah		42	100

(Sumber: Kuesioner No. 20 Bagian 4 Persepsi responden)

Dari tabel diatas tampak bahwa lebih banyak responden yakni sebanyak 18 orang (42,9%) yang menyatakan bahwa tayangan berita SERGAP kurang sesuai ditayangkan pada pukul 12.30 WIB, sebanyak 15 responden (35,7%) menyatakan setuju dengan jam tayang SERGAP pada pukul 12.30 WIB, dan 9 responden (21,4%) menyatakan tidak sesuainya jam tayang SERGAP pada pukul 12.30 WIB.

Jam 12 hingga jam 1 adalah waktu istirahat siang hari, termasuk juga waktu istirahat bagi yang bekerja kantoran untuk makan siang. Pada jam-jam tersebut stasiun televisi juga rata-rata memiliki siaran berita siang. Jadi sembari istirahat makan siang, masyarakat bisa menonton program berita. Namun ada juga yang pada jam-jam tersebut, masih harus menyelesaikan pekerjaan yang tidak mungkin diselingi dengan aktivitas lain maka program berita kurang sesuai ditayangkan pada jam tersebut.

Pertimbangan lainnya bahwa tayangan berita SERGAP tidak sesuai ditayangkan pada siang hari karena pada jam-jam tersebut masih memungkinkan anak-anak menontonnya, tayangan ini kurang layak ditonton anak-anak dilihat dari cara pemberitaannya.

Tabel XXI
Kelayakan Tayangan berita SERGAP Ditonton Remaja

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	%
1.	Layak	25	59,5
2.	Kurang layak	10	23,8
3.	Tidak Layak	7	16,7
Jumlah		42	100

(Sumber: Kuesioner No. 21 bagian 4 Persepsi responden)

Dari tabel diatas terlihat bahwa tidak semua responden setuju bahwa tayangan berita SERGAP layak ditonton remaja. Sebanyak 25 orang (59,5%) mengatakan tayangan berita SERGAP layak ditonton remaja, 10 orang (23,8%) mengatakan kurang layak dan 7 orang (16,7%) mengatakan tidak layak.

Layak atau tidak layaknya tayangan berita SERGAP ditonton oleh remaja tentunya bergantung pada pribadi masing-masing remaja tersebut. Bagi remaja yang memiliki kepribadian yang baik tentunya akan memanfaatkan tayangan ini sebagai sarana untuk mendapatkan wawasan agar bisa berhati-hati terhadap tindak kriminal, sedangkan remaja yang memiliki kepribadian yang cenderung agresif dan memiliki kepribadian yang buruk pastinya tayangan berita seperti SERGAP mampu menjadi inspirasi untuk berbuat tindakan kriminal yang sama.

Responden yang berpendapat bahwa tayangan ini layak ditonton remaja mempunyai pendapat bahwa dengan adanya pemberitaan mengenai tindak kejahatan, remaja akan lebih hati-hati dan waspada agar tidak ikut-ikutan berbuat hal yang sama. Semisal berita mengenai kecelakaan yang diakibatkan karena menerobos palang perlintasan kereta api atau kecelakaan karena mengendarai kendaraan secara ugal-ugalan. Dengan mengetahui konsekuensi yang akan didapatkan karena keteledoran maupun kelalaian maka remaja diharapkan akan lebih hati-hati.

Sama halnya dengan konsekuensi yang akan diterima setelah melakukan kejahatan. Dengan mengetahui hukuman yang akan diterima, seorang remaja akan mampu mengambil hikmah dari peristiwa yang ditontonnya.

Tabel XXII
Tayangan berita SERGAP Memberikan Manfaat

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	%
1.	Setuju	38	90,5
2.	Kurang Setuju	1	2,4
3	Tidak Setuju	3	7,1
Jumlah		42	100

(Sumber: Kuesioner No. 22 Bagian 4 Persepsi responden)

Tayangan berita SERGAP selama ini memberi manfaat pada responden terlihat pada tabel diatas. Sebanyak 38 orang setuju bahwa mereka mendapatkan manfaat dari tayangan ini dan hanya 3 orang yang menyatakan tidak setuju, 1

responden menyatakan kurang setuju akan adanya manfaat yang diperoleh dari tayangan berita ini.

Meski tak semua responden pernah mengalami kejadian-kejadian yang pernah mereka tonton ditayangan berita SERGAP namun dengan adanya tayangan ini, mereka bisa mengetahui berbagai jenis tindak kejahatan yang terjadi diwilayah lain sehingga mereka menjadi lebih berhati-hati agar tidak mengalami tindak kejahatan yang sama.

Tabel XXIII
Tayangan berita SERGAP Meningkatkan Kewaspadaan

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	%
1.	Setuju	41	97,6
2.	Kurang Setuju	1	2,4
3.	Tidak Setuju	0	0
Jumlah		42	100

(Sumber: Kuesioner No. 23 Bagian 4 Persepsi responden)

Dari 42 responden, sebanyak 41 responden dengan prosentase 97,6% setuju bahwa tayangan berita SERGAP dapat meningkatkan kewaspadaan mereka akan tindak kriminal maupun kelalaian yang dapat mengakibatkan kecelakaan sedangkan hanya 1 orang saja yang menyatakan kurang setuju. Memang tanpa ada tayangan seperti ini pun kita tetap harus waspada akan lingkungan kita.

Televisi sebagai salah satu media elektronik komunikasi massa pada hakikatnya memiliki fungsi informasi kepada khalayak mengenai kejadian-kejadian yang berlangsung dilingkungan. Sama halnya tayangan berita SERGAP

yang bertujuan menginformasikan kepada khalayak tentang kejadian kriminal maupun peristiwa lainnya. Dengan adanya tayangan berita seperti ini diharapkan bahwa khalayak semakin waspada akan kemungkinan tindak kriminal maupun kejadian kriminal lainnya.

Pemuatan berita kriminalitas dimedia massa selain berfungsi sebagai sarana untuk informasi tapi juga ada pesan-pesan moral dan hukum bagi publiknya. Dengan adanya berita kriminalitas, masyarakat mengetahui tentang penyimpangan-penyimpangan yang telah terjadi sehingga masyarakat tidak akan meniru atau melakukan hal yang sama. Selain itu, dengan mengetahui taktik yang digunakan pelaku kejahatan, masyarakat menjadi waspada dengan sebuah sikap yang preventif akan kemungkinan tindak kriminal yang bisa terjadi pada mereka.

Tabel XXIV
Tayangan berita SERGAP Menginspirasi Orang
Untuk Melakukan Tindakan Kriminal

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	%
1.	Setuju	32	76,2
2.	Kurang Setuju	10	23,8
3.	Tidak Setuju	0	0
Jumlah		42	100

(Sumber: Kuesioner No. 24 Bagian 4 Persepsi responden)

Dari tabel diatas terlihat bahwa 32 responden dengan prosentase 76,2% menyatakan setuju jika tayangan berita SERGAP mampu menginspirasi orang untuk berbuat tindak kriminal yang sama seperti yang pernah diberitakan

ditayangkan tersebut, sedangkan sisanya yakni hanya 10 orang dengan prosentase 23,8% yang menyatakan kurang setuju jika tayangan ini mampu menginspirasi orang. Alasannya karena orang akan berpikir dua kali jika berniat melakukan tindak kejahatan setelah mengetahui akibat atau hukuman yang akan ditanggung seperti masuk penjara atau pencuri yang dihajar massa hingga babak belur.

Responden yang menyatakan setuju rata-rata memiliki alasan yang sama berkaitan dengan hal tersebut. Mereka berpendapat bahwa dalam tayangan berita SERGAP, pemberitaan mengenai tindak kejahatan atau kriminalitas sering dipaparkan secara detil cara pelaku kejahatan menjalankan aksinya, misalnya bagaimana pelaku melakukan aksi perampokan, pencurian hingga pembunuhan. Maka tentu saja pemaparan yang detil dan runtut tersebut dapat ditiru orang. Seperti pendapat Bapak Agus, salah seorang responden yang bekerja sebagai guru di sebuah SMA swasta di Boyolali yang mengatakan :

“Tayangan berita kriminal di televisi maupun dimedia cetak itu kan seringnya dijelaskan bagaimana pelakunya melakukan aksinya. Nah, kecenderungan otak orang itu kan menyimpan data dengan apa yang dilihat dan itu terjadi terus menerus. Yang sudah kesimpn itu, suatu saat pasti dipakai. Intinya orang yang berniat melakukan kejahatan mendapatkan ide juga dari pengalaman yang pernah dilihatnya, ya semisal dari tayangan ditelevisi itu.”

Salah seorang responden lain, Akad yang bekerja sebagai karyawan perusahaan swasta berpendapat bahwa masyarakat Indonesia rentan dengan cara meniru termasuk dalam perilakunya. Pendapat kedua responden diatas hampir sama dengan pernyataan bahwa harapan orang mengenai akibat dari perilakunya dapat berdasar atas pengalamannya langsung tetapi mungkin juga timbul karena mengamati perilaku dan akibat yang menimpa orang lain.

Bandura menjelaskan mengenai pengertian belajar melalui pengamatan (*observational learning*; perilaku imitasi) yang termasuk dalam *Teori Belajar Sosial* untuk menjelaskan kenyataan bahwa orang juga mempelajari cara bertingkah laku tanpa menyesuaikan *reinforcement* atau pementapan langsung tetapi juga melalui media massa seperti film, televisi dan buku dapat dipelajari bagaimana berbagai bentuk kejahatan dapat dilakukan dengan berhasil. Bandura menambahkan bahwa belajar banyak yang merupakan akibat melakukan imitasi atau meniru orang lain⁴⁰.

Memang faktor kognitif juga memegang peranan penting dalam hal peniruan itu. Dari banyak contoh perilaku yang didapat, orang akan memilih dan menyusun perilakunya sendiri yang merupakan kombinasi antara gambaran dirinya dan contoh perilaku tadi.

Rentannya masyarakat akan peniruan dan adanya kehadiran media massa tentunya akan berkaitan dengan dampak dari media massa tersebut pada perilaku khalayak apalagi televisi sebagai salah satu media massa yang merupakan gabungan audio visual bisa dilihat dan didengar maka daya tarik inilah yang mampu menimbulkan kesan yang mendalam kepada penonton.

Banyak kasus kriminal yang menyebutkan bahwa pelaku kejahatannya terinspirasi dari apa yang telah dia tonton di televisi. Di SERGAP sendiri pernah menayangkan tindakan bunuh diri yang akan dilakukan oleh seorang wanita muda yang stres setelah diputus pacarnya dengan memanjat sebuah tower. Wanita itu

⁴⁰ Van Dijk, Sagel Grande (et.all) terjemahan Soemitro, *Kriminologi Aktual*, UNS Press, Surakarta, 1999, h. 111-112

mengakui bahwa dia melakukan aksi bunuh diri seperti itu karena pernah melihat aksi yang sama yang dia lihat di televisi.

Kasus lain yang terjadi tahun lalu menyebutkan mengenai siswa kelas IV SD IE (12 thn) di Kediri Jawa Timur yang membunuh teman bermainnya sendiri yang masih berumur 4 tahun hanya karena jengkel⁴¹. Dari pemeriksaan kejiwaan, pelaku tidak mengalami gangguan jiwa namun melakukan aksi tersebut karena terinspirasi dari bacaan koran yang memberitakan peristiwa kekerasan dan tontonan di televisi. Anak-anak memang mudah meniru apa yang mereka lihat dan dengar dari televisi, terlebih lagi tidak didukungnya lingkungan yang baik maka kasus yang terjadi di Kediri tersebut menjadi contoh dari dampak tayangan kekerasan di media.

Memang televisi tidak bisa disalahkan begitu saja atas kejadian-kejadian kriminal yang terjadi di masyarakat, karena tak semua orang yang menonton suatu tayangan kriminal yang sama akan memberikan reaksi yang sama pula misal dengan meniru aksi kejahatan atau kekerasan yang ditayangkan. Faktor pribadi, lingkungan masyarakat dan ekonomi juga berperan penting mendorong orang untuk berbuat kejahatan.

D. Persepsi Terhadap Tayangan Berita SERGAP Secara Umum

Setelah pada poin sebelumnya diuraikan mengenai perhatian responden terhadap tayangan berita SERGAP yang mempengaruhi persepsi dan juga uraian mengenai persepsi mereka, selanjutnya ingin diketahui persepsi para responden

⁴¹ www.kapanlagi.com

ini terhadap tayangan berita SERGAP secara umum yang berkaitan dengan stimulus dari tayangan berita ini meliputi 12 pertanyaan yaitu kesesuaian nama tayangan, kemampuan pembawa acara, kelayakan memepertontonkan wajah korban kecelakaan maupun tindak kriminal, kelayakan memepertontonkan wajah pelaku, tanggapan akan kata-kata atau kalimat yang digunakan untuk mendeskripsikan peristiwa, kehadiran segmen Bang Napi, penokohan Bang Napi, kesesuaian jam tayang, kelayakan tayangan ini ditonton oleh remaja, adanya manfaat yang didapat dari tayangan ini, meningkatnya kewaspadaan responden akan tindak kejahatan dengan menonton tayangan ini dan kemampuan tayangan ini menginspirasi tindak kejahatan dengan alternatif 3 bobot penilaian pada setiap kriteria penilaian

Untuk menentukan kategori maka dilakukan penghitungan berdasarkan skor dimana dicari *range* dengan melihat nilai tertinggi, nilai terendah, dan interval kelas. Nilai total tertinggi adalah 36 (nilai tertinggi dari jawaban responden) dan nilai total terendah adalah 12 (nilai terendah dari jawaban responden). *Range* diketahui dengan mengurangi nilai tertinggi dengan nilai terendah, yaitu $36 - 12 = 24$. Jarak interval di dapat dengan membagi *range* dengan jumlah kelas interval (3 kelas yaitu baik, cukup, kurang) maka $24 : 3 = 8$. Jadi skor 12-19 berada dalam kategori kurang, 20-27 berada dalam kategori cukup dan 28-36 berada dalam kategori baik. Untuk lebih jelas dapat dilihat dalam dalam perhitungan di bawah ini⁴² :

⁴² Ridwan, loc.cit

Nilai tertinggi = Jumlah pertanyaan x skor tertinggi

$$= 12 \times 3 = 36$$

Nilai terendah = Jumlah pertanyaan x skor terendah

$$= 12 \times 1 = 12$$

$$\begin{aligned} \text{Range} &= \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{Jumlah kelas interval}} \\ &= \frac{36-12}{3} \\ &= 8 \end{aligned}$$

Maka, di dapat skor berdasarkan pengkategorian :

Skor 12 - 19 = Kurang

Skor 20 - 27 = Cukup

Skor 28 - 36 = Baik

Tabel XXV
Persepsi Umum
Terhadap tayangan berita SERGAP

Kategori Nilai	Kategori	Frekuensi	%
12 – 19	Kurang	1	2,4
20 – 27	Cukup	6	14,3
28 – 36	Baik	35	83,3
Jumlah		42	100

(Sumber: kuesioner, No. 13-24 Bagian III. Persepsi Responden)

Dari tabel diatas diperoleh gambaran bahwa tayangan berita SERGAP berada dalam kategori *baik* oleh 35 responden (83,3%), nilai untuk kategori cukup ada 6 responden (14,3%) sedangkan kategori kurang ditunjukkan hanya 1 responden (2,4%). Maka dapat disimpulkan bahwa persepsi warga terhadap tayangan berita SERGAP adalah *baik*.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan BAB III, maka kesimpulan dari penelitian sebagai berikut:

1. Berkaitan dengan perhatian para responden terhadap tayangan berita SERGAP, setelah dilihat dari aspek frekuensi menonton, antusiasme meluangkan waktu untuk menonton dan pola menonton ternyata hasil yang diperoleh dari ketiga aspek tersebut menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat perhatian yang rendah. Frekuensi menonton para responden dengan prosentase terbanyak ditunjukkan pada intensitas rendah yakni 54,8% atau 23 responden dari 42 responden keseluruhan, sedangkan responden yang mempunyai frekuensi menonton dengan intensitas tinggi hanya 4 responden atau 9,5% saja. Begitu juga dengan antusiasme responden meluangkan waktu menonton, prosentase terbanyak 47,6% menunjukkan rendahnya antusiasme responden untuk meluangkan waktu menonton. Hal ini disebabkan jam tayang SERGAP yang bersamaan dengan waktu kerja para responden. Untuk pola menonton tayangan berita SERGAP secara keseluruhan ternyata frekuensi terbesar sebanyak 24 orang yang kadang-kadang menonton tayangan berita SERGAP secara keseluruhan sedangkan yang mengikuti secara keseluruhan hanya 3 orang. Responden yang menonton tayangan ini secara keseluruhan adalah mereka yang menjalankan usaha sendiri dirumah atau tidak bekerja jadi memungkinkan mereka menonton tayangan SERGAP dari awal sampai akhir

tayangan. Meskipun ketiga aspek tersebut menunjukkan intensitas yang rendah namun motivasi tertinggi para responden untuk menonton tayangan SERGAP sebanyak 25 orang adalah mencari informasi, 15 orang memiliki motivasi untuk mengisi waktu luang sedangkan 2 orang hanya mencari hiburan ketika menonton tayangan SERGAP.

2. Dari tabel distribusi frekuensi jumlah nilai responden tentang perhatian secara umum terhadap tayangan berita SERGAP dengan menggabungkan nilai dari keempat aspek tersebut frekuensi menonton, antusiasme menonton, pola menonton dan motivasi menonton terlihat bahwa perhatian para responden tersebar pada tingkatan baik, cukup dan kurang. Jumlah terbesar ditunjukkan pada tingkatan perhatian yang cukup yakni 45,2%. Jadi dapat disimpulkan, meskipun frekuensi menonton dan tingkat kedalaman responden rendah namun para responden menunjukkan perhatian yang cukup terhadap tayangan berita SERGAP.
3. Tayangan berita SERGAP yang menampilkan wajah pelaku kejahatan dan menampilkan wajah korban kecelakaan maupun korban tindak kriminal secara jelas ternyata bukan suatu hal yang tabu menurut kebanyakan responden dalam penelitian ini. Menurut mereka, gambaran peristiwa yang jelas akan lebih mendukung berita.
4. Tanggapan atau persepsi para responden dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tayangan berita SERGAP baik. Dilihat dari kemasan acara, para responden ini menyatakan bahwa tayangan berita SERGAP menarik dengan adanya tokoh Bang Napi, didukungnya kemampuan pembawa acara yang baik

dan cara pemberitaan yang sudah baik. Para responden juga menyatakan ada manfaat yang diperoleh dari menonton tayangan ini dan setuju jika tayangan berita SERGAP ditonton oleh remaja karena dengan tayangan berita SERGAP mereka menjadi tahu jenis tindak kejahatan yang sedang terjadi dilingkungan sehingga mereka semakin waspada dan para remaja bisa lebih berhati-hati agar tidak mengalami tindak kejahatan yang sama. Meski para responden menyukai tayangan berita kriminalitas khususnya SERGAP namun mereka banyak yang mengatakan bahwa penayangan kekerasan dalam tayangan ini mampu menginspirasi orang melakukan tindakan kriminal yang sama karena penjelasan yang begitu detil akan tindak kejahatan yang diberitakan.

B. SARAN

Tayangan berita SERGAP masih tetap eksis meski sudah 8 tahun disiarkan. Pasti khalayak televisi sudah begitu mengenal dengan nama tayangan ini. Dulu ketika marak tayangan berita di televisi, SERGAP sebagai salah satu tayangan berita juga memiliki kemasan acara yang cenderung tidak mempertimbangkan etika penyiaran misalnya pemampangan gambar korban pembunuhan secara gamblang, pemampangan gambar korban penganiayaan yang berdarah-darah hingga adegan baku hantam polisi dengan para demonstran maupun tawuran. Menurut peneliti saat ini tayangan berita SERGAP penayangannya sudah lebih halus yaitu dengan dilakukannya *blurr* pada korban-korban tindak kriminal maupun kecelakaan dan rendahnya intensitas adegan

kekerasan. Akan tetapi masih ada yang perlu diperhatikan dari tayangan berita ini, antara lain:

1. Tayangan berita SERGAP hendaknya tidak mempertontonkan korban kecelakaan maupun korban tindak kriminal. Meskipun pemampangannya sudah di *blurr* agar tidak terkesan sadis namun tetap saja khalayak akan merasa ngeri dan miris melihatnya.
2. Mempertontonkan wajah pelaku kejahatan didalam berita televisi khususnya berita SERGAP sebagai contoh pelaku pencurian apalagi masih pada status diduga tak selamanya mempunyai tujuan yang bagus agar para pelaku jera dan malu karena hal ini dapat berdampak buruk bagi si pelaku tersebut misalnya dia akan dikucilkan dari lingkungannya. Jadi sebaiknya wajah pelaku kejahatan juga ditutupi.
3. Agar bisa mencapai target pemirsa, hendaknya berita SERGAP perlu mempertimbangkan agar memindahkan jam tayang berita SERGAP pada waktu malam hari karena siang hari adalah waktu untuk bekerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulsyani. 1987. *Sosiologi Komunikasi*. Bandung: CV Remadja Karya
- Alkhajar, Eka Nada Shofa, dkk. 2009. *Anomi Media Massa*. Solo: KATTA
- Ardianto, Elvinaro dan Lukiato Komala Erdinaya. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek)*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- _____. 1981. *Dimensi – Dimensi Komunikasi*. Bandung: Alumni
- Kartono, Drajat Tri. 2005. *Komodifikasi Budaya Dalam Media Massa*. Surakarta: UNS Press.
- Kuswandi, Wawan. 1996. *Komunikasi Massa, Sebuah Analisis Media Televisi*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Muktiyo, Widodo. 2009. *Anomi Media Massa*. Solo: KATTA.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- _____. 1989. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: CV. Remadja Karya
- Ridwan. 2004. *Dasar-dasar Statistika*. Bandung; Alfabeta
- Rivers, William L dan Cleve Mathews. 2000. *Etika Media Massa dan Kecenderungan Untuk Melanggarnya*. Diterjemahkan oleh Arwah Setiawan dan Danan Priyatmoko. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survai*. Jakarta: PT.Pustaka LP3ES Indonesia
- Sofiah. 1993. *Komunikasi Media Film dan TV (BPK)*. Surakarta: UNS Press.
- Sujanto, Agus. 1988. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Aksara Baru; Anggota IKAPI

Van Dijk, Sagel Grande, Toornvliet, Actuele Criminologie, terjemahan Soemitro. 1999. *Kriminologi Aktual*. Surakarta: UNS Press

Walgito, Bimo. 2003. *Psikologi Sosial: Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Andi Offset

Referensi lain :

Undang-Undang Republik Indonesia No. 24. 1997. *Undang-Undang penyiaran*. Jakarta: Sinar Grafika Offset

<http://dca-dcablendutz.blogspot.com/2008/08/pelanggaran-etika-jurnalistik-dalam.html>

<http://www.kompas.com/read/xml/2008/11/10/04034055/media.bisa.menginspirasi.kejahatan>