

**PEMANFAATAN SIARAN TELEVISI LOKAL  
DALAM Mendukung PEMBANGUNAN MASYARAKAT  
AGROPOLITAN**

**( Studi Pada Kantor Stasiun Televisi Lokal Agropolitan Televisi  
Kota Batu )**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Menempuh Ujian Sarjana  
Pada Fakultas Ilmu Administrasi**

**Disusun oleh :  
AMIRUL SALAM  
0110313008 - 31**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI  
JURUSAN ADMINISTRASI NEGARA  
KONSENTRASI ADMINISTRASI PEMBANGUNAN  
MALANG  
2007**



## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pemanfaatan Siaran Televisi Lokal Dalam Mendukung Pembangunan Masyarakat Agropolitan ( Studi Pada Kantor Stasiun Televisi Lokal Agropolitan Televisi Kota Batu )

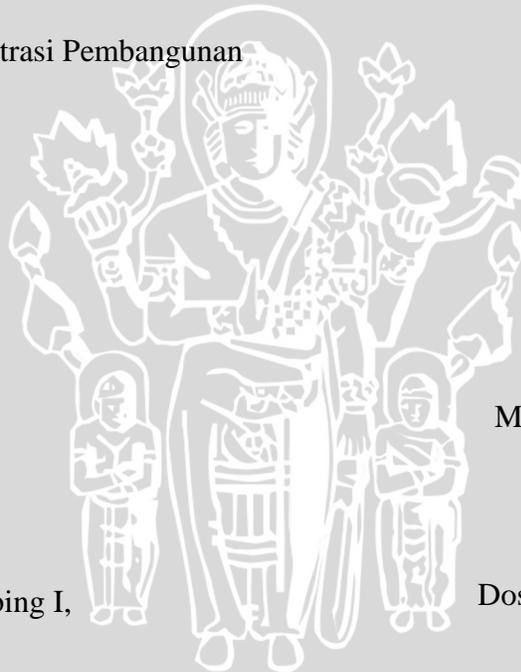
Disusun oleh : Amirul Salam

NIM : 0110313008-31

Fakultas : Ilmu Administrasi

Jurusan : Administrasi Publik

Kosentrasi : Administrasi Pembangunan



Malang, Juli 2007

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,

Drs. Muhammad Shobaruddin, MA  
NIP. 131 573 946

Drs. Suryadi, MS  
NIP. 131 697 689

**TANDA PENGESAHAN**

TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN MAJELIS PENGUJI SKRIPSI,  
FAKULTAS ILMU ADMNISTRASI UNIVERSITAS BRAWIJAYA, PADA :

Hari : Kamis  
Tanggal : 9 Agustus 2007  
Jam : 11.00 WIB  
Judul : Pemanfaatan Siaran Televisi Lokal Dalam Mendukung  
Pembangunan Masyarakat Agropolitan ( Studi Pada  
Kantor Stasiun Televisi Lokal Agropolitan Televisi  
Kota Batu )

**DAN DINYATAKAN LULUS**

MAJELIS PENGUJI :

KETUA,

ANGGOTA,

Drs. Muhammad Shobaruddin, MA  
NIP. 131 573 946

Drs Suryadi, MSi  
NIP. 131 697 689

ANGGOTA,

ANGGOTA,

Dr. Abdul Hakim.M.Si  
NIP. 131 475 903

Drs. Minto Hadi, M.Si  
NIP. 130 936 636.

## ABSTRAKSI

Pembangunan harus mulai dilihat sebagai suatu proses pemecahan masalah yang lestari dimana kebutuhan-kebutuhan petani yang menghadapi masalah dapat disampaikan dan dikomunikasikan kepada ahli-ahli yang menguasai sumber-sumber pengetahuan atau penelitian untuk disumbangkan. Disamping sebagai sarana mediasi, mass media juga berfungsi sebagai penyelenggara produksi, reproduksi dan distribusi pengetahuan. Disamping itu media sering menilai dirinya sebagai refleksi masyarakat, artinya yang menampilkan gambaran masyarakat secara jelas dan memungkinkan unsur-unsur dalam masyarakat mengekspresikan dirinya ke segenap anggota masyarakat. Media juga menerima sejumlah tanggungjawab untuk ikut aktif melibatkan diri dalam interaksi sosial dan kadangkala menunjukkan arah atau memimpin, serta berperan serta dalam menciptakan hubungan dan integrasi (Denis McQuail, 1989).

Komunikasi massa merupakan jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat (Rakhmat, 2004). Daya tarik televisi telah menciptakan pengaruh baru dalam kehidupan masyarakat. Televisi dianggap paling kuat pengaruhnya terhadap orang yang menonton. Salah satu televisi lokal di Malang Raya yang siarannya banyak terkait dengan kegiatan agrobisnis adalah ATV (Agro Politan Televisi). ATV merupakan stasiun lokal milik Dinas Infokom Kota Batu, dengan visi terwujudnya masyarakat madani yang informatif, komunikatif, aspiratif dan kreatif.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah **"Sejauhmana pemanfaatan masyarakat terhadap program siaran agropolitan ?"**. Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan program siaran Agropolitan TV (ATV) oleh masyarakat, yang berupa; Sebagai sarana hiburan dan media pendidikan, sebagai sarana penyampaian opini dan kontrol terhadap kebijakan pemerintah, untuk mengetahui fakta/kejadian yang terjadi di Kota Batu dan sekitarnya. Dari penelitian ini tehnik pengumpulan data, baik data Primer maupun Sekunder digunakan tehnik-tehnik *Interview*, *Observasi*, *Dokumentasi*, dan *Angket*.

Dari hasil paparan di atas dapat disimpulkan secara umum ATV memberikan manfaat bagi pembangunan Kota Batu melalui program siaran yang ditayangkan, baik sebagai sarana promosi yang efektif bagi produk-produk unggulan barang dan jasa yang ada di Kota Batu serta media hiburan dan pendidikan bagi masyarakat. Disisi lain, ATV juga merupakan sarana ideal yang murah, cepat dan mudah bagi Pemerintah Kota Batu untuk mensosialisasikan program bagi masyarakat Kota Batu kehadiran ATV bukan hanya sekedar memberi hiburan alternative bagi warga tetapi akselerasi adopsi inovasi pertanian guna mendukung usaha tani dan peningkatan pendapatan serta pengembangan komoditas spesifik lokasi sekaligus pengembangan ilmu pengetahuan dapat dilaksanakan.

**Kata kunci** : Pemanfaatan siaran Televisi Lokal (ATV Batu), Pembangunan Masyarakat Agropolitan

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : “Pemanfaatan Siaran Televisi Lokal Dalam Mendukung Pembangunan Masyarakat Agropolitan (Studi Kasus di Kantor Stasiun Televisi Lokal Agropolitan Televisi Kota Batu)

Penyusunan dan penulisan skripsi ini ditunjukan untuk memenuhi persyaratan dalam penyelesaian akhir studi untuk mencapai Gelar Sarjana Strata Satu Fakultas Administrasi Negara Universitas Brawijaya Malang.

Terselesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dorongan dari berbagai pihak untuk itu tertulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Suhadak, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang, yang telah memberi kesempatan penulis untuk menyelesaikan studi.
2. Prof. Dr. Solichin Abdul Wahab, Ph.D., M.A selaku Ketua Jurusan Administrasi Negara Universitas Brawijaya Malang, dan seluruh staf pengajar yang telah mendidik dengan berbagai khasanah ilmu pengetahuan dan keterampilan untuk bekal kehidupan penulis di lingkungan masyarakat nanti.
3. Drs. Muhammad Shobaruddin, MA, selaku dosen Pembimbing I yang telah membimbing, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Drs. Suryadi, MS, selaku dosen Pembimbing II yang telah membimbing, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.



5. Keluarga dan Saudara-saudaraku yang selalu memberikan semangat dorongan, perhatian, serta doa yang tidak pernah habis sehingga terselesaikannya skripsi ini,
6. Teman-teman di Fakultas Ilmu Administrasi 2001 yang banyak membantu terselesainya skripsi ini.
7. Dan semua pihak yang telah mendukung dan membantu hingga terselesaikannya skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Dengan segala kemampuan yang ada, penulis telah berusaha secara maksimal untuk menyusun skripsi ini, namun demikian masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang bersifat membangun.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Semoga penulisan skripsi ini mendapatkan ridho dari Allah SWT. Amin.

Malang, Januari 2007

Amirul Salam

## DAFTAR ISI

ABSTRAKSI .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN .....	viii
<b>BAB I     PENDAHULUAN</b>	
1. Latar Belakang .....	1
2. Perumusan Masalah .....	11
3. Tujuan Penelitian .....	12
4. Kontribusi Penelitian .....	12
<b>BAB II    TINJAUAN PUSTAKA</b>	
1. Komunikasi .....	14
1.1 Pengertian Komunikasi .....	14
1.2 Proses Komunikasi.....	15
1.3 Bentuk-bentuk Komunikasi.....	18
2. Komunikasi Massa.....	19
2.1 Pengertian Komunikasi Massa.....	19
2.2 Ciri-ciri Komunikasi Massa .....	20
2.3 Fungsi Komunikasi Massa .....	22
3. Televisi.....	25
3.1 Pengertian dan Sejarah Televisi .....	25
3.2 Televisi sebaai Media Komunikasi Massa.....	25
3.3 Televisi di Indonesia .....	29
3.4 Televisi Lokal.....	32
4. Program Acara Siaran .....	34
5. Siaran Berita .....	35
5.1 Pengertian Siaran Berita.....	35
5.2 Tipe-tipe Siaran Berita .....	35
5.3 Perbedaan Siaran Televisi dan Media Cetak.....	36
6. Pengertian Tindakan Menonton .....	38
7. Teori Uses and Gratification .....	40
8. Agribisnis dalam Pembangunan .....	44
9. Pola Pikir Masyarakat dan Persepsi Budaya.....	50
10. Teori tentang Kepercayaan .....	52
<b>BAB III   METODE PENELITIAN</b>	
1. Jenis Penelitian.....	54
2. Variabel Penelitian.....	55
3. Lokasi dan Situs Penelitian.....	55
4. Sumber Data.....	56
5. Pengumpulan Data.....	57

6. Analisis Data .....	58
------------------------	----

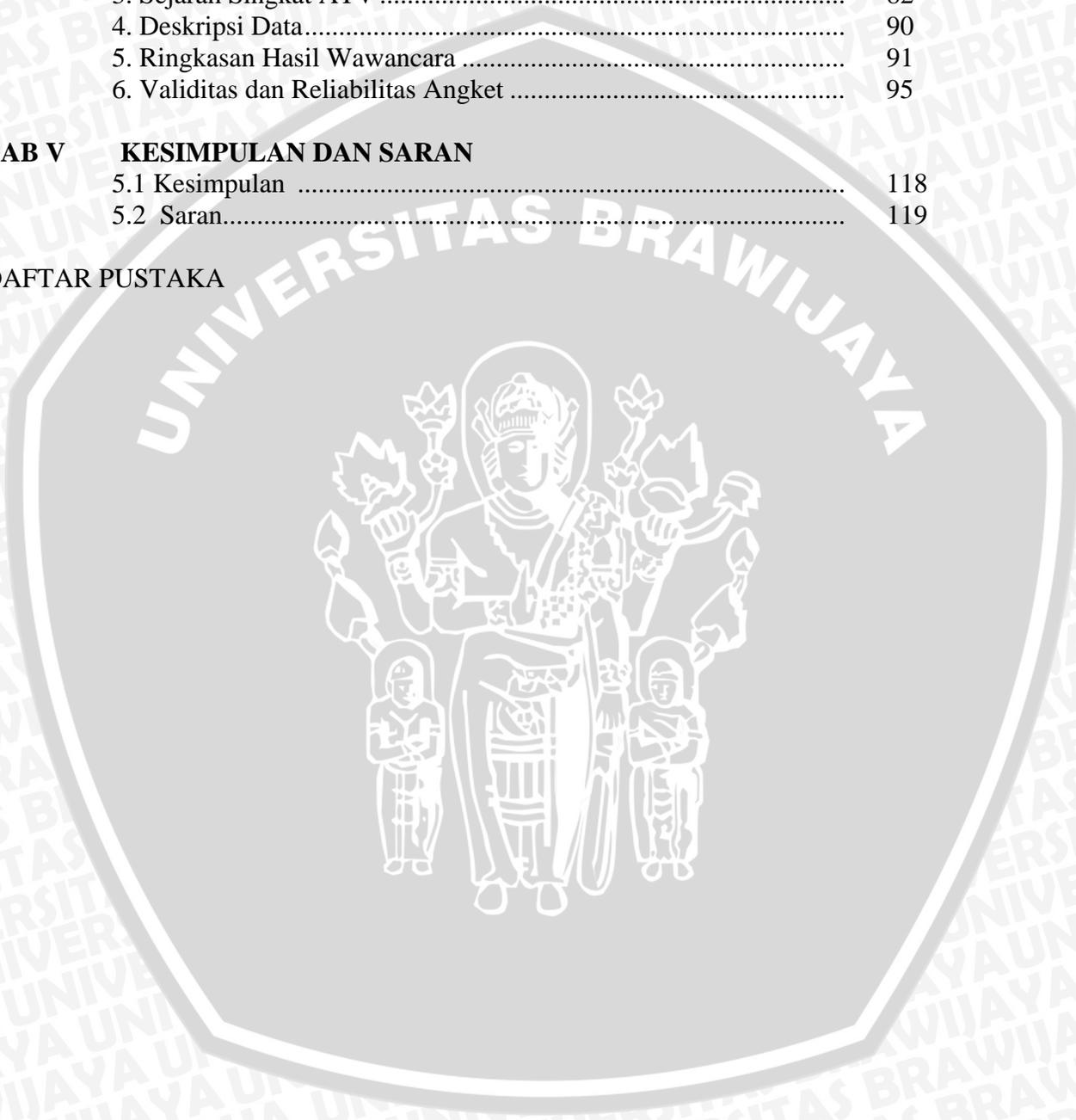
**BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN**

1. Data dan Potensi Kota Batu .....	60
2. Kebijakan Pemerintah Kota Batu.....	66
3. Sejarah Singkat ATV .....	82
4. Deskripsi Data.....	90
5. Ringkasan Hasil Wawancara .....	91
6. Validitas dan Reliabilitas Angket .....	95

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	118
5.2 Saran.....	119

**DAFTAR PUSTAKA**

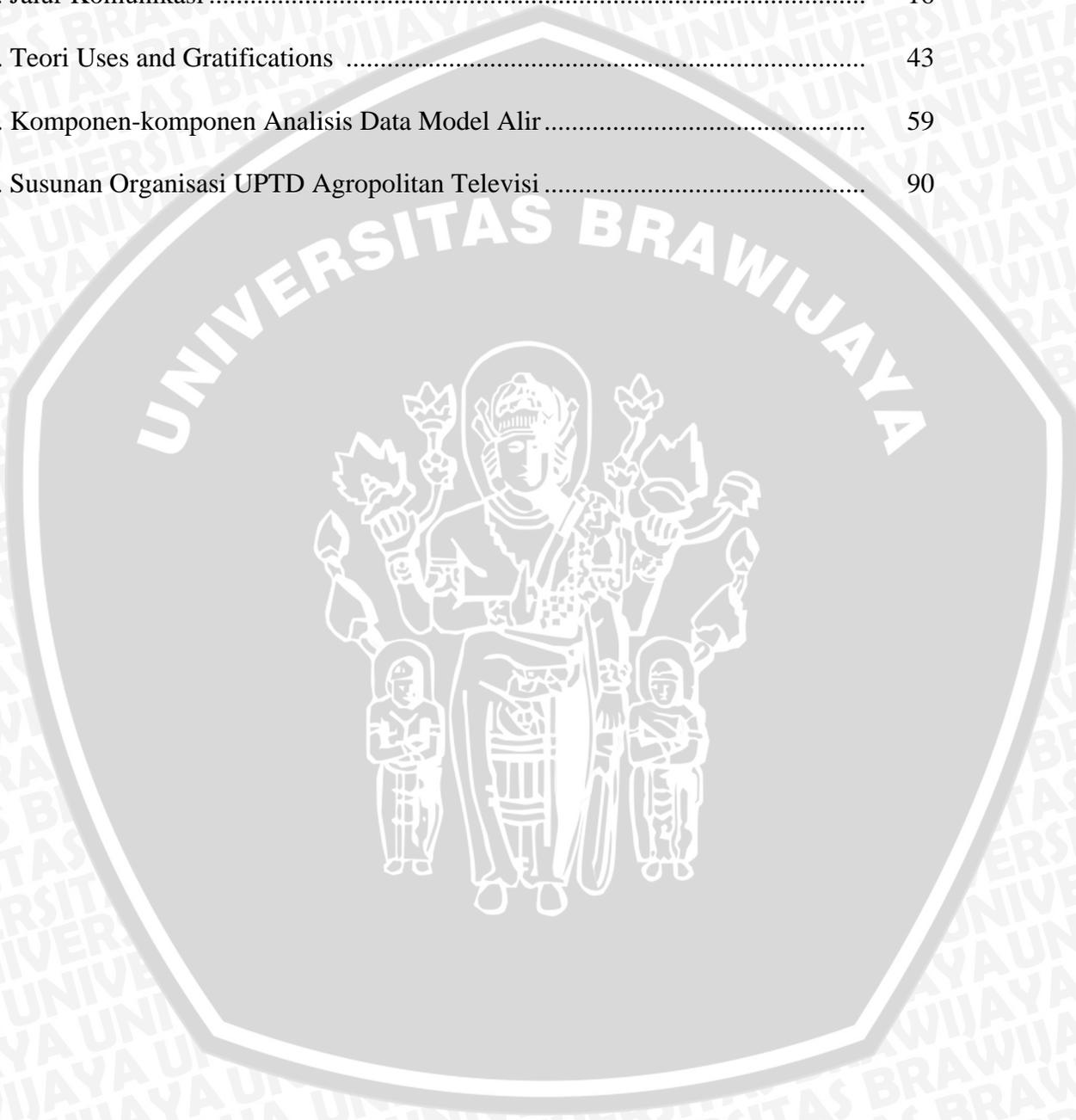


**DAFTAR TABEL**

<u>Tabel</u>	<u>Halaman</u>
1. Fungsi Komunikasi Massa Alexis S Tan.....	23
2. Perbedaan Berita Televisi dan Surat Kabar.....	38
3. Wilayah Perencanaan Kota Batu.....	61
4. Sumber Mata Air di Kota Batu.....	62
5. Kawasan Rawan Bencana di Kota Batu.....	63
6. Jumlah dan Sumber Mata Air Produktif.....	65
7. Data Subyek.....	91
8. Ringkasan Wawancara.....	94
9. Hasil Uji Reliabilitas.....	97
10. Siaran Campursari.....	97
11. Siaran Serial Pendidikan.....	98
12. Siaran Dialog Pertanian.....	98
13. Siaran Pengobatan Cina.....	99
14. Siaran Kokiku.....	99
15. Siaran Campursari.....	100
16. Siaran Café Agropolitan.....	100
17. Siaran Café Agropolitan.....	101
18. Siaran Fresh and Day.....	102
19. Siaran Café Agropolitan.....	102
20. Siaran Fresh Day.....	103
21. Siaran Café Agropolitan.....	103
22. Siaran Fresh Day.....	104
23. Siaran Café Agropolitan.....	104
24. Siaran Agropolitan News.....	105
25. Siaran Buletin.....	105
26. Siaran Agropolitan News.....	106
27. Siaran Lipsus/Panorama.....	106
28. Siaran Travelling.....	107
29. Siaran Lipsus/Panorama.....	107

## DAFTAR GAMBAR

<u>Gambar</u>	<u>Halaman</u>
1. Jalur Komunikasi .....	16
2. Teori Uses and Gratifications .....	43
3. Komponen-komponen Analisis Data Model Alir .....	59
4. Susunan Organisasi UPTD Agropolitan Televisi .....	90



## Daftar Lampiran

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Surat Ijin Dan Selesai Survey/Riset

Lampiran 3 : Tabulasi Data Responden

Lampiran 4 : Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 5 : Tabel Frekuensi

Lampiran 6 : Jadwal Tayang



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1. Latar Belakang

Pembangunan pertanian menurut Profesor Bryant Kears (Edward Depari, 1988) berkembang dengan strategi model *diffusion model*, *package model*, dan *induce innovation model*. Ketiga model itu telah memberikan sumbangan-sumbangan yang penting bagi program-program pembangunan pertanian. Perhatian kini ditujukan pada suatu model pembangunan pertanian yang makin disebarluaskan dan dapat digunakan oleh petani, dengan tekanan pada kebutuhan petani desa maupun tujuan-tujuan produksi nasional.

Menjelang akhir Pelita IV yang lalu, suatu pemikiran tentang *agriculturalled development* dalam Pelita V, bahkan Pelita VI, telah diajukan (Saragih dan Tampubolon, 1989). Suatu sumber pertumbuhan potensial yang diantisipasi adalah permintaan dalam negeri (secara khusus konsumsi masyarakat). Dari sudut teori, faktor ini (konsumsi masyarakat) tidak lazim menjadi faktor kebijakan (*policy variable*). Tetapi, bila ditempuh kebijakan memperbaiki produktivitas (yang pada gilirannya tercermin dari perbaikan tingkat upah) dan kebijakan memprioritaskan pasar dalam negeri lainnya (*demand approach*), maka pada dasarnya kita berupaya meningkatkan konsumsi masyarakat.

Melanjutkan pemikiran tersebut dan dengan mengikuti prakiraan beberapa indikator makro, maka pembangunan ekonomi nasional dalam abad ke-21 (paling tidak dalam beberapa dekade awal) akan masih tetap berbasis pertanian secara luas. Namun, sejalan dengan perkembangan tahapan-tahapan



perkembangan ekonomi, kegiatan jasa-jasa dan bisnis yang berbasis pertanian juga akan semakin meningkat: yaitu kegiatan agribisnis. Oleh sebab itu, pengembangan agribisnis (termasuk agroindustri) akan menjadi salah satu kegiatan unggulan (*a leading sector*) pembangunan ekonomi nasional dalam berbagai aspek yang luas. Dalam abad ke-21, kita sangat memerlukan lebih banyak pendekatan yang "tidak anti pertumbuhan" sekaligus mampu mengurangi kesenjangan dan memperluas kesempatan kerja, bersahabat dengan lingkungan, serta mampu meredam berbagai dampak globalisasi dan liberalisasi perekonomian dunia yang kurang menguntungkan. Dalam kaitan ini, mengembangkan agribisnis kecil dan memperkuat koperasi sekunder menjadi sangat strategis.

Pertanian (*agriculture*) bukan hanya merupakan aktivitas ekonomi untuk menghasilkan pendapatan bagi petani saja. Lebih dari itu, pertanian/agrikultur adalah sebuah cara hidup (*way of life* atau *livelihood*) bagi sebagian besar petani di Indonesia (Mubyarto dan Santoso, 2003). Oleh karena itu pembahasan mengenai sektor dan sistem pertanian harus menempatkan subjek petani, sebagai pelaku sektor pertanian secara utuh, tidak saja petani sebagai *homo economicus*, melainkan juga sebagai *homo socius* dan *homo religius*. Konsekuensi pandangan ini adalah dikaitkannya unsur-unsur nilai sosial-budaya lokal, yang memuat aturan dan pola hubungan sosial, politik, ekonomi, dan budaya ke dalam kerangka paradigma pembangunan sistem pertanian.

Paradigma agribisnis yang dikembangkan oleh Davies dan Goldberg (Simatupang, 2003), berdasar pada lima premis dasar agribisnis. *Pertama*, adalah suatu kebenaran umum bahwa semua usaha pertanian berorientasi laba (*profit*

*oriented*), termasuk di Indonesia. *Kedua*, pertanian adalah komponen rantai dalam sistem komoditi, sehingga kinerjanya ditentukan oleh kinerja sistem komoditi secara keseluruhan. *Ketiga*, pendekatan sistem agribisnis adalah formulasi kebijakan sektor pertanian yang logis, dan harus dianggap sebagai alasan ilmiah yang positif, bukan ideologis dan normatif. *Keempat*, Sistem agribisnis secara intrinsik netral terhadap semua skala usaha, dan *kelima*, pendekatan sistem agribisnis khususnya ditujukan untuk negara sedang berkembang. Rumusan inilah yang nampaknya digunakan sebagai konsep pembangunan pertanian dari Departemen Pertanian, yang dituangkan dalam visi terwujudnya perekonomian nasional yang sehat melalui pembangunan sistem dan usaha agribisnis yang berdaya saing, berkerakyatan, berkelanjutan, dan terdesentralisasi.

Pembangunan harus mulai dilihat sebagai suatu proses pemecahan masalah yang lestari dimana kebutuhan-kebutuhan petani yang menghadapi masalah dapat disampaikan dan dikomunikasikan kepada ahli-ahli yang menguasai sumber-sumber pengetahuan atau penelitian untuk disumbangkan.

Estman mencatat fungsi-fungsi penting komunikasi yang dapat dilaksanakan melalui organisasi, dan memberi tekanan pada nilai tertentu dari partisipasi petani kecil (Edward, 1988). Tampak dengan jelas bahwa petani membutuhkan kesempatan yang lebih baik untuk mendapatkan pengalaman melalui media lisan maupun tulisan; kesempatan untuk berbicara di depan umum dan mempunyai rasa percaya pada diri sendiri. Namun disisi lain kita tidak boleh gegabah untuk mengharapkan terlalu banyak dari mass media. Fakta yang tidak dapat dipungkiri bahwa peranan mereka selama ini tidak diukur berdasarkan

keseragaman potensi mereka yang sebenarnya. Media komunikasi yang tangguh dan bersifat mandiri serta mempunyai sifat lokal merupakan sarana penting jika program-program pembangunan berusaha mengerahkan partisipasi yang maksimum dari masyarakat yang akan dibantu. Jika masyarakat telah percaya bahwa pesan-pesan penting dalam komunikasi pembangunan adalah pesan-pesan yang mengalir dari atas ke bawah, tenaga dan dana yang ada harus digunakan untuk penyebar luasan ketrampilan-ketrampilan komunikasi, sumber-sumber, dan pengendalian.

Penyebarluasan informasi mengandung beberapa hambatan seperti kemampuan ekonomis yang menyebabkan media komunikasi terasa mahal sehingga pemiliknya terbatas pada lembaga ataupun orang-orang tertentu. Kedua masalah yang bersifat politis yakni masalah kebebasan pers yang menempatkan mass media di bawah pengendalian kekuasaan politik. Ketiga, materi yang disampaikan oleh media lokal kurang profesional penggarapannya dibanding dengan media nasional yang dijalankan secara profesional.

Disamping sebagai sarana mediasi, mass media juga berfungsi sebagai penyelenggara produksi, reproduksi dan distribusi pengetahuan. Disamping itu media sering menilai dirinya sebagai refleksi masyarakat, artinya yang menampilkan gambaran masyarakat secara jelas dan memungkinkan unsur-unsur dalam masyarakat mengekspresikan dirinya ke segenap anggota masyarakat. Media juga menerima sejumlah tanggungjawab untuk ikut aktif melibatkan diri dalam interaksi sosial dan kadangkala menunjukkan arah atau memimpin, serta berperan serta dalam menciptakan hubungan dan integrasi (Denis McQuail, 1989). Teori

ilmu pengetahuan sosial menyangkut media telah dikembangkan untuk merumuskan dan memberikan jawaban sementara terhadap sejumlah masalah utama mengenai mekanisme kerja sistem komunikasi publik dalam masyarakat. Tiga masalah itu antara lain penggunaan kekuasaan dalam masyarakat, integrasi sosial dan perubahan sosial.

Menurut pandangan klasik Marxis-Materialis media merupakan alat produksi yang disesuaikan dengan tipe umum industri kapitalis beserta faktor produksi dan hubungan produksinya. Menurutnya media cenderung dimonopoli oleh kelas kapitalis yang penanganannya dilaksanakan baik secara nasional maupun internasional untuk memenuhi kepentingan kelas sosial tersebut. Menurut tinjauan ini institusi media harus dinilai sebagai bagian dari sistem ekonomi yang juga bertalian erat dengan sistem politik. Kualitas pengetahuan tentang masyarakat, yang diproduksi oleh media untuk masyarakat, sebagian besar dapat ditentukan oleh nilai tukar pelbagai ragam isi dalam kondisi yang memaksakan perluasan pasar, dan juga ditentukan oleh kepentingan ekonomi para pemilik dan penentu kebijakan (Garnham, 1979). Konsekuensi keadaan ini tampak dalam wujud berkurangnya jumlah sumber media independen, terciptanya konsentrasi pada pasar besar, munculnya sikap masa bodoh terhadap calon khalayak pada sektor kecil.

Sedang menurut pandangan teori hegemoni media yang menganut paham Marxis-Superstruktur beranggapan pusat perhatian bukan pada segi kekuatan ekonomi dan struktur ideologi yang mengunggulkan kelas tertentu, tetapi lebih menekankan ideologi itu sendiri, bentuk ekspresi, cara penerapan, dan

mekanisme yang dijalkannya untuk mempertahankan dan mengembangkan diri melalui kepatuhan para korbannya (kelas pekerja), sehingga upaya ini akan mempengaruhi dan membentuk alam pikiran masyarakat. (Denis Mc.Quail, 1989).

Dalam pandangan Fungsionalis struktural, masyarakat dilihat sebagai sebuah sistem yang terdiri atas beberapa bagian yang saling berkaitan atau subsistem. Setiap subsistem tersebut memiliki peran yang berarti, dan salah satu subsistem tersebut adalah media (Denis Mc.Quail, 1989). Jadi teori ini menjelaskan bahwa pelbagai kegiatan yang melembaga (institutionalized) dalam kaitannya dengan “kebutuhan” masyarakat terutama berkenaan dengan kesinambungan, ketertiban, integrasi, motivasi, pengarahan (bimbingan) dan adaptasi. (Merton, 1957). Dengan demikian citra media diharapkan dapat menjamin integrasi ke dalam, ketertiban, dan memiliki kemampuan memberikan respon terhadap kemungkinan baru yang didasarkan pada realitas yang sebenarnya. Meskipun formulasi teori ini bersifat tidak politis (political), namun ternyata teori ini cocok dengan konsep pluralis dan voluntaris menyangkut mekanisme kehidupan sosial yang mendasar, serta memiliki kecenderungan pilih kasih dalam batas pengertian bahwa media cenderung dinilai sebagai alat untuk memelihara ketertiban masyarakat, bukannya sebagai penggerak perubahan yang potensial.

Semakin pesatnya perkembangan informasi dan komunikasi pada dasawarsa ini membawa suatu dampak bagi pembangunan. Arus informasi dan komunikasi seolah tak bisa terbendung dengan semakin mudahnya manusia pada

saat ini untuk mendapatkannya, yang di implikasikan pada semakin canggih teknologi informasi dan komunikasi.

Komunikasi massa merupakan jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat (Rakhmat, 2004). Dewasa ini media massa mampu mendominasi lingkungan informasi dan ada dimana-mana. Sifatnya yang serba ada membuat orang sulit untuk menghindari pesan yang ditampilkan dari media massa. Sementara itu, pesan yang ada bersifat kumulatif. Berbagai pesan sepotong-potong bergabung menjadi satu kesatuan setelah melewati kurun waktu tertentu. Perulangan pesan yang berkali-kali dapat memperkokoh dampak media massa. Penonton akhirnya tidak mempunyai alternatif lain, sehingga mereka membentuk persepsinya berdasar informasi yang diterimanya dari media massa. Dalam kerangka behaviorisme, media massa merupakan faktor lingkungan yang mampu berperan mengubah perilaku penonton melalui suatu proses imitasi (belajar sosial). Walaupun demikian pengaruh-pengaruh itu disaring, diseleksi, bahkan mungkin ditolak sesuai dengan faktor personal yang mempengaruhi reaksi seseorang. Peranan media televisi sebagai saluran komunikasi massa, mencirikan bahwa proses interaksi merupakan hal terpenting bagi masyarakat untuk meningkatkan akses terhadap informasi baik mengenai pengetahuan maupun teknologi yang berkembang pesat. Selain itu menyediakan layanan untuk tingkat kepentingan dan kebutuhan masyarakat secara terarah dan jelas.

Daya tarik televisi telah menciptakan pengaruh baru dalam kehidupan masyarakat. Televisi dianggap paling kuat pengaruhnya terhadap orang yang menonton. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Moeseno (2001) yang menyatakan bahwa televisi memiliki keunggulan dibandingkan media lain.

Kelebihan itu adalah :

- a Televisi mampu merangsang penonton secara multi indra, sehingga mampu merangsang penonton sampai penghayatan terdalam manusia.
- b Mampu menampilkan gejala yang sulit tampil dalam realita sehari-hari.
- c Kemudahan yang mudah dan tersedia setiap saat, penonton seakan-akan diserang secara terus menerus yang dapat mengakibatkan efek kumulatif , adiktif dan dapat mengakibatkan gejala 'over stimulation'.
- d Tayangan televisi dapat 'menyusup' ke semua rumah tangga.

Di samping itu tayangan televisi dapat menimbulkan :

- a Efek tidak langsung, terutama karena tayangan televisi telah menggantikan kegiatan lain.
- b Efek langsung, menonton televisi menjadikan kelelahan pada mata, dll.
- c Efek jangka panjang, yaitu terjadinya efek proses belajar atau kondisioning dalam berbagai aspek, misalnya dalam perilaku, kata-kata, informasi, nilai dan sebagainya (Chen, 1996).

Televisi di samping dilihat dari efeknya, juga dapat dilihat dari fungsinya yaitu sebagai :

a Proses penyerapan informasi

Tayangan televisi dapat dijadikan sumber belajar. manusia dapat memilih dan memilah informasi apa yang tepat dan cocok bagi dirinya.

b Sumber sosialisasi

Televisi bisa jadi suatu '*symbolic environment*', karena televisi memiliki pengaruh kuat sebagai sumber sosialisasi.

c Pembentuk citra

Kemampuan televisi dapat menampilkan gambar dengan jelas dan berulang-ulang baik berupa budaya, nilai, gaya dan norma tertentu sehingga dapat membentuk citra bagi penontonnya.

Menurut Harold. D. Lasswell (Effendy, 1990) efek televisi sering tidak bersifat akibat, namun dapat merangsang, mencetuskan, memacu, memicu, mendorong, menimbulkan, mengaktifkan, dan menggiatkan dan lain-lain. Hubungan tersebut dapat dijelaskan dalam berbagai model :

a Model '*information processing*', yaitu melihat efek sebagai interaksi yang rasional dan terarah antara penonton dan TV, dengan fokusnya pada pertukaran informasi.

b Model '*Conditioning*' atau '*Associational*', hubungan yang fokusnya pada pengiriman pesan yaitu TV dan pada proses efeknya sebagai reaksi terhadap isi pesan.

c Model '*Functional*', hubungan prosesnya bertolak dari need dan interest, penonton dalam pencapaian kebutuhan.

Salah satu syarat yang paling penting dalam komunikasi adalah bahwa pengalihan informasi senantiasa terjadi antara sumber informasi dengan penerima informasi yang memiliki persamaan-persamaan tertentu, seperti nilai-nilai, kepercayaan, pendidikan, status sosial dan sebagainya. Komunikasi yang efektif lebih mudah dicapai apabila baik sumber informasi maupun penerima informasi sama-sama memiliki kesamaan dalam beberapa hal (homofili), oleh karena itu harmoni lebih mudah ditumbuhkan dan dibina (Eduard, 1988). Sedangkan interaksi diantara kelompok-kelompok sosial yang kurang memiliki kesamaan dalam beberapa hal (heterofili) menuntut lebih banyak usaha agar komunikasi dapat berjalan efektif. Interaksi semacam ini menumbuhkan ketidakserasian dalam pengertian (*cognitive dissonance*) karena penerima pesan dihadapkan pada informasi yang bertentangan dengan kepercayaannya, sehingga terjadi situasi psikologis yang sangat tidak menyenangkan.

Dalam tugasnya menjangkau serta mempengaruhi audience yang besar jumlahnya, penggabungan mass media dengan komunikasi antar pribadi merupakan sarana yang paling efektif untuk:

- a Menjangkau masyarakat dalam usaha memperkenalkan ide baru
- b Membujuk masyarakat agar memanfaatkan inovasi tersebut (Eduard, 1989).

Dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di daerah, seperti menjamurnya televisi lokal di Malang Raya khususnya, menjadikan suatu tantangan bagi pemerintah daerah untuk

memanfaatkan dan menggunakan media massa lokal tersebut sebagai sarana dalam meningkatkan pembangunan daerahnya.

Salah satu televisi lokal di Malang Raya yang siarannya banyak terkait dengan kegiatan agrobisnis adalah ATV (Agro Politan Televisi). ATV merupakan stasiun lokal milik Dinas Infokom Kota Batu, dengan visi terwujudnya masyarakat madani yang informatif, komunikatif, aspiratif dan kreatif. Hal ini sangatlah mendukung bagi Pemerintah Daerah untuk menjadikan ATV sebagai media yang menjembatani informasi dan komunikasi bagi masyarakat kota Batu khususnya mengenai program pembangunan petani apel. ATV merupakan televisi dibawah pengawasan Dinas Informasi Komunikasi dan Perpustakaan Kota Batu. Dinas ini menganggap bahwa televisi merupakan media yang paling efisien untuk memberikan informasi tentang Kota Batu karena Kota Batu tergolong kota yang baru yaitu kota yang dulu merupakan bagian dari Kota Malang.

Berdasar pada kenyataan tersebut di atas maka penulis mencoba menelaah lebih lanjut Pemanfaatan Siaran Televisi Lokal dalam mendukung Pembangunan Masyarakat Agropolitan (Studi Pada Stasiun Televisi Lokal Agropolitan Televisi Kota Batu)

## 2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut **"Sejauhmana pemanfaatan masyarakat terhadap program siaran agropolitan ?"**

### 3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan program siaran Agropolitan TV (ATV) oleh masyarakat, yang berupa;

- Sebagai sarana hiburan dan media pendidikan
- Sebagai sarana penyampaian opini dan kontrol terhadap kebijakan pemerintah
- Untuk mengetahui fakta/kejadian yang terjadi di Kota Batu dan sekitarnya

### 4. Kontribusi Penelitian

Manfaat yang dapat diharapkan dalam penelitian ini adalah :

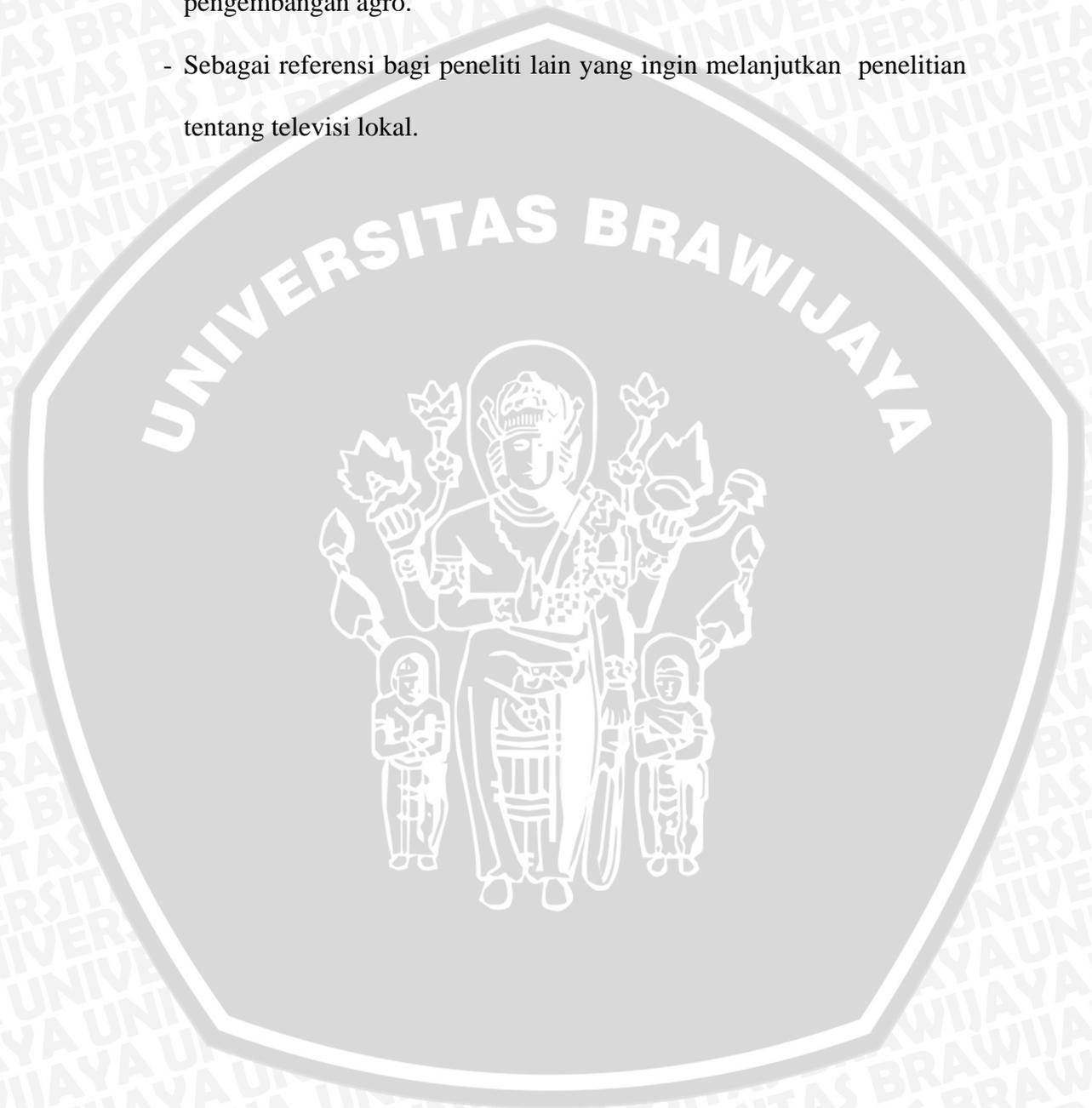
#### a Manfaat Praktis

- Hasil penelitian ini di harapkan dapat digunakan bagi pihak pengelola televisi, sebagai bahan evaluasi dan masukan dalam upaya meningkatkan mutu siarannya serta dapat digunakan sebagai masukan untuk membantu pemerintah daerah khususnya dinas pertanian untuk memecahkan masalah pembangunan agro di kota Batu.
- Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan bacaan bagi masyarakat dalam menambah wawasan serta pengetahuan mereka tentang media massa televisi lokal.
- Bagi masyarakat diharapkan hasil penelitian ini dapat memberi wacana pembangunan agro di Kota Batu khususnya.

#### b Manfaat Teoritis

- Sebagai upaya pengembangan keilmuan khususnya Administrasi Publik Konsentrasi Administrasi Pembangunan

- Penelitian ini dapat dimanfaatkan pihak pengelola siaran televisi lokal untuk menyusun acara-acara yang memberi manfaat khususnya bagi pengembangan agro.
- Sebagai referensi bagi peneliti lain yang ingin melanjutkan penelitian tentang televisi lokal.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 1. Komunikasi

##### 1.1 Pengertian Komunikasi

Banyak ahli yang mengemukakan pandangannya tentang komunikasi. Antara satu dengan yang lainnya memiliki perbedaan, hal ini karena sudut pandang yang mereka pergunakan juga berbeda. Beberapa definisi komunikasi dapat disebutkan di bawah ini:

1. Gatewood dan Taylor (1996) mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses memindahkan informasi dan pengertian (maksud) dari satu orang kepada orang lain. Informasi dan pengertian itu dapat dipindahkan dalam berbagai macam bentuk (seperti tulisan atau lisan), dan metode-metode yang digunakan untuk memindahkan informasi dan pengertian dapat berupa: berhadap-hadapan, telepon, memo, atau laporan.
2. Stone, Freeman, dan Gilbert (1996) mengartikan komunikasi sebagai proses yang dipergunakan manusia untuk mencari kesamaan arti lewat transmisi pesan simbolik. Definisi tersebut mengandung arti; a) bahwa komunikasi melibatkan orang; b) kesamaan arti berarti bahwa untuk dapat berkomunikasi manusia harus menyetujui definisi istilah yang mereka gunakan; c) simbol, berupa gerak badan, suara, huruf, angka, dan kata hanya dapat mewakili atau mendekati ide yang mereka maksudkan untuk dikomunikasikan.

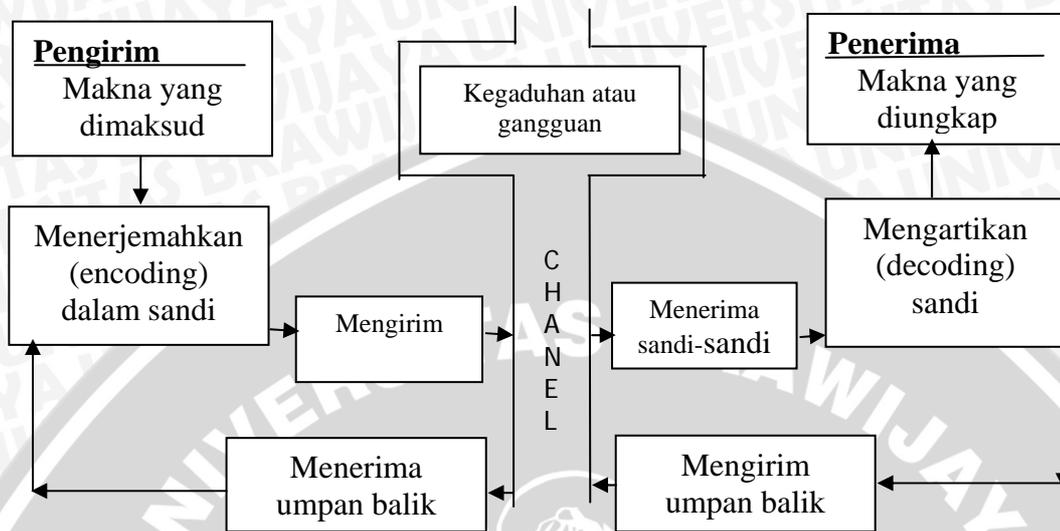
3. Newman dan Summer (1961) mengartikan komunikasi sebagai proses pertukaran fakta, ide, opini, atau emosi melalui kata-kata, surat-surat, simbol-simbol, atau pesan. Dalam organisasi, komunikasi merupakan cara bagi anggota organisasi untuk saling memahami dan saling mengerti.
4. Hovland mengemukakan bahwa komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. (Onong, 1990)

Dari empat definisi tersebut terlihat adanya perbedaan dalam pengertian komunikasi, namun satu hal yang mereka sepakati, yaitu komunikasi dipandang sebagai suatu proses pertukaran informasi dan arti dari komunikasi kepada komunikator dengan menggunakan media baik lisan maupun tulisan, guna pembentukan pendapat umum (*publik opinion*) dan sikap publik (*public attitude*).

## 1. 2 Proses Komunikasi

Kita dapat mengatakan bahwa komunikasi itu merupakan suatu proses yang terdiri dari suatu rangkaian yang saling berhubungan dengan tujuan akhir mempengaruhi prilaku, sikap, dan kepercayaan. Proses komunikasi merupakan proses penyampaian pesan pengirim kepada penerima, menggunakan isyarat tangan, atau menggunakan sarana komunikasi tertentu lainnya. Secara umum proses dari komunikasi disajikan dalam gambar:

**Gambar 1**  
**Jalur Komunikasi**



Sumber: Effendy, 1990

Keterangan:

1. **Pengirim** (*sender*). Proses komunikasi di awali oleh pengirim sebagai sumber pesan. Pengirim, dalam komunikasi adalah komunikan yang memberi gagasan, maksud, informasi, dan bertujuan mengadakan komunikasi.
2. **Penyandian** (*encoding*). Proses selanjutnya, setelah sender memiliki informasi atau pesan yang akan disampaikan adalah membuat sandi (penyandian). Penyandian itu perlu karena informasi hanya dapat dikirimkan dari seseorang kepada orang lain lewat perwakilan atau sandi. Bentuk utama dari sandi adalah bahasa, misalnya: informasi lewat tayangan berita televisi.
3. **Saluran Komunikasi** (*communication chanel*). Pesan yang telah dibuat melalui sandi-sandi kemudian dikirim kepada penerima (*receiver*). Fungsi

saluran komunikasi di sini adalah sebagai alat menyampaikan pesan. Untuk menyampaikan pesan atau mengirimkan pesan yang dimaksud dengan tatap muka, pertemuan kelompok.

4. **Pengertian Sandi** (*decoding*). Pesan yang diterima kemudian diinterpretasikan dan diterjemahkan ke dalam informasi yang mempunyai arti. Proses ini dilakukan dengan dua cara pertama penerima harus menerima, kedua mengartikannya. Pengertian dipengaruhi oleh pengalaman penerima, penilaian pribadi mengenai simbol dan gerakan tubuh yang dipakai, dan harapan.
5. **Penerima** (*receiver*). Bila pesan tidak sampai pada penerima, maka komunikasi itu belum terjadi. Artinya, pesan yang dikirimkan itu harus diterima baik (dipahami) oleh penerima. Oleh karena itu pesan yang dikirimkan harus jelas kepada siapa pesan itu ditunjukkan.
6. **Umpan Balik** (*feedback*). Sebuah rangkaian umpan balik (*feedback*) memberi saluran bagi tanggapan penerima yang memungkinkan sender untuk menentukan apakah pesan telah diterima dan menghasilkan tanggapan yang dimaksudkan.
7. **Kegaduhan** (*noise*). Dalam setiap proses komunikasi, kegaduhan atau kendala-kendala dalam berkomunikasi akan selalu ada. Gangguan dapat timbul dalam saluran komunikasi, atau metode pengiriman seperti udara dan kertas. Gangguan juga dapat terjadi secara internal (kurang perhatian penerima) atau eksternal (gangguan suara lain).

Dengan adanya proses komunikasi maka siaran di televisi dapat mengubah perilaku, sikap dan kepercayaan masyarakat untuk menonton, karena informasi yang disajikannya memiliki pengaruh yang kuat dalam memberikan informasi sehingga menambah pengetahuan bagi masyarakat.

### 1.3 Bentuk-bentuk Komunikasi

Komunikasi pada dasarnya dapat dikelompokkan dalam bentuk-bentuk sebagai berikut:

#### 1. Komunikasi verbal dan non verbal

Berdasarkan bentuk pesan yang disampaikan, komunikasi dapat berbentuk lisan atau tertulis. Jenis ini paling banyak dipraktekkan sehari-hari, khususnya dalam komunikasi antar pribadi. Pemilihan bentuk komunikasi lisan dan tertulis dipengaruhi oleh faktor-faktor waktu, kecepatan, biaya, preferensi pribadi, keterampilan individu dalam berkomunikasi, fasilitas yang tersedia untuk berkomunikasi. Komunikasi lisan atau tertulis memiliki keuntungan dan kerugian, seperti kalau tertulis keuntungannya pesan dapat disimpan, tetapi kerugiannya memakan waktu jika dibandingkan dengan komunikasi lisan.

Komunikasi *verbal*, yaitu komunikasi melalui kata-kata baik lisan dan tertulis. *Komunikasi non verbal* adalah komunikasi yang menggunakan bahasa badan atau tubuh, seperti gerakan tangan, jari, mata, kepala, dan lain-lain. Alasan penggunaan jenis komunikasi ini biasanya berkaitan dengan masalah waktu dan situasi saat komunikasi terjadi. Sebagai contoh, jika orang yang berkomunikasi sama-sama sibuk, mereka akan saling memberi isyarat dengan gerakan badan saja atau komunikasi non verbal yang mereka gunakan. Kesulitan utama dalam

komunikasi verbal adalah hampir setiap kata biasanya mengandung beberapa arti. Arti ganda diperlukan karena kita mencoba berbicara tentang dunia yang sangat rumit sedangkan jumlah kata-kata yang digunakan terbatas.

## 2 Komunikasi Massa

### 2.1 Pengertian Komunikasi Massa

Banyak definisi tentang komunikasi massa yang telah dikemukakan para ahli komunikasi. Banyak ragam dan titik tekan yang ditemukannya. Tetapi, dari sekian banyak definisi itu ada benang merah kesamaan definisi satu sama lain. Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Beberapa definisi komunikasi massa dapat disebutkan dibawah ini:

- a. Menurut Josep A Devito yakni, *“First, mass communication is communication addressed to masses, to an extremely large science. This does not means that the audience includes all people or everyone who reads or everyone who watches television; rather it means an audience that is large and generally rather poorly defined. Second, mass communication is communication mediated by audio and or visual transmitter. Mass communication is perhaps most easily and most logically difined by its forms: television, radio, newspaper, magazines, films, books, and tapes”*. (Effendy, 1990).

Jika diterjemahkan secara bebas bisa berarti “Pertama, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditunjukkan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang yang menonton televisi, agaknya ini tidak berarti pula bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar untuk didefinisikan. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar – pemancar yang

audio dan atau visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya; televisi, radio, surat kabar, majalah, film, buku dan pita).

- b. Menurut Jay Black dan Frederick C. Whitney disebutkan, “ *Mass communication is a process whereby mass-produced message are transmitted to large anonymous, and heterogeneous masses of receivers*” jadi dapat diterjemahkan yaitu komunikasi massa adalah sebuah proses dimana pesan-pesan yang diproduksi secara massal/tidak sedikit itu disebarkan kepada massa penerima pesan yang luas, anonim dan heterogen (Rakhmat, 2003).

## 2. 2 Ciri-ciri Komunikasi Massa

Sumber komunikasi massa bukanlah satu orang, melainkan suatu organisasi formal. Pesannya tidak unik dan beraneka ragam, serta dapat diperkirakan. Adapun ciri komunikasi massa menurut Mc. Quail (1994);

1. Komunikator dalam Komunikasi Massa Melembaga

Komunikator dalam komunikasi massa itu bukan satu orang, tetapi kumpulan orang-orang. Artinya gabungan antar berbagai macam unsur dan bekerja satu sama lain dalam sebuah lembaga (lembaga yang dimaksud disini menyerupai sebuah sistem).

2. Komunikan dalam Komunikasi Massa Bersifat Heterogen

Herbert Blumer (Mc. Quail, 1994) memberikan ciri tentang karakteristik audience/komunikan sebagai berikut:

- a. Audience dalam komunikasi massa sangatlah heterogen. Artinya, ia mempunyai heterogenitas komposisi atau susunan. Jika ditinjau dari asalnya, mereka berasal dari berbagai kelompok dalam masyarakat.
- b. Berisi individu-individu yang tidak tahu atau mengenal satu sama lain. Disamping itu, antar individu itu tidak berinteraksi satu sama lain secara langsung.
- c. Mereka tidak mempunyai kepentingan atau organisasi formal.

### 3. Pesannya Bersifat Umum

Pesan – pesan dalam komunikasi massa itu tidak ditunjukkan kepada satu orang atau kelompok masyarakat tertentu. Dengan kata lain, pesan-pesannya ditunjukkan pada khalayak yang plural. Oleh karena itu, pesan-pesan yang dikemukakannya pun tidak boleh bersifat khusus. Khusus di sini, artinya pesan itu memang tidak disengaja untuk golongan tertentu, contohnya kita bisa melihat televisi misalnya: karena televisi itu ditunjukkan dan untuk dinikmati oleh orang banyak, maka pesannya harus bersifat umum (dalam pemilihan kata-kata sebisa mungkin populer dan dimengerti banyak orang).

### 4. Komunikasinya Berlangsung Satu Arah

Ketika komunikasi massa sedang berlangsung, komunikasinya berlangsung satu arah, yaitu hanya dari media massa kepada komunikan dan tidak sebaliknya. Komunikasi hanya berjalan satu arah itu akan memberikan konsekuensi umpan balik (*feedback*) yang sifatnya tertunda atau tidak langsung (*delayed feedback*).

#### 5. Komunikasi Massa Menimbulkan Keserempakan

Ketika kita sedang menonton acara televisi ATV, secara tidak sadar pesan itu juga dinikmati secara bersamaan oleh beberapa orang di seluruh Wilayah Malang. Hal ini menunjukkan komunikasi massa itu ada keserempakan dalam proses penyebaran pesan-pesannya. Serempak di sini berarti khalayak bisa menikmati media massa tersebut hampir bersamaan.

#### 6. Komunikasi Massa Mengandalkan Peralatan Teknis

Media massa sebagai alat utama dalam menyampaikan pesan kepada khalayaknya sangat membutuhkan bantuan peralatan teknis. Peralatan teknis yang dimaksud misalnya pemancar untuk media elektronik (mekanik atau elektronik).

#### 7. Komunikasi Massa Dikontrol oleh Gatekeeper

Data yang menjadi bahan mentah pesan yang disiarkan media massa beragam dan sangat banyak. Tidak semua bahan-bahan tersebut bisa dimunculkan. Gatekeeper atau yang sering disebut pentapis informasi/ palang pintu/ penjaga gawang adalah orang yang sangat berperan dalam penyebaran informasi melalui media massa. Gatekeeper berfungsi sebagai orang yang ikut menambah atau mengurangi, menyederhanakan, mengemas agar semua informasi yang disebarkan lebih mudah dipahami.

### 2. 3 Fungsi Komunikasi Massa

Menurut Alexis S Tan (Denis Mc. Quail, 1994) fungsi komunikasi massa dapat dijelaskan dengan table berikut:

**Tabel 1**  
**Fungsi Komunikasi Massa Alexis S Tan**

No.	TUJUAN KOMUNIKATOR	TUJUAN KOMUNIKAN
1	Memberi Informasi	Mempelajari ancaman dan peluang, memahami lingkungan, menguji kenyataan, meraih keputusan.
2	Mendidik	Memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang berguna, memfungsikan dirinya secara efektif dalam masyarakatnya, mempelajari nilai, tingkah laku yang cocok agar diterima dalam masyarakat.
3	Mempersuasi	Memberi keputusan, mengadopsi nilai, tingkah laku dan aturan yang cocok agar diterima dalam masyarakat.
4	Menyenangkan/memuaskan kebutuhan komunikasi	Menggembirakan, mengendorkan urat syaraf, menghibur, mengalihkan, perhatian dari masalah yang dihadapi.

Sumber: Mc. Quail, Teori Komunikasi Massa, 1994

Beberapa ahli bidang komunikasi massa mencoba memberi pandangan alternative terhadap fungsi media yang bukan hanya dipandang sebagai model “dominasi” yang menampilkan media massa dengan kedudukannya berada di bawah beberapa insitusi social lainnya, yang memiliki independensi terbatas satu sama lain. Jadi menurut pandangan ini media cenderung dimiliki dan dikendalikan oleh segelintir orang. Akan tetapi konsep pandangan “pluralis” yang secara khusus menekankan kapasitas public yang beraneka ragam untuk menyatakan kehendaknya yang berbeda, serta menolak persuasi, memberi reaksi dan memanfaatkan media guna memungkinkan terjadi perubahan dan kontrol demokratis serta tidak didominasi oleh golongan elit (Mc Quail, 187).

Teori Pandangan Alternatif bertitik tolak pada perlu dikembangkannya hubungan antara media massa dengan integritas social. Teori ini percaya bahwa komunikasi massa mempunyai kekuatan untuk menyatukan para individu yang

terpisah-pisah menjadi satu kesatuan khalayak besar dan para pendatang baru menjadi bagian dari masyarakat urban, serta mampu menyajikan ide, nilai, informasi dan persepsi yang sama kepada setiap orang. Dengan kata lain pada dasarnya media massa tampak mengancam keberadaan integrasi social, tetapi juga merupakan penangkal terhadap kekuatan social lainnya (misalnya mobilitas, dan perubahan yang cepat) yang mengancam terjadinya integrasi (Mc. Quail, 1984: 88).

Dalam sejarahnya media memang selalu membawa berita tentang benda, gagasan, tehnik dan nilai-nilai yang baru sesuai dengan perkembangan jaman, kebebasan, dan fragmentasi (kecenderungan sentrifugal). Disamping itu, tampaknya media juga menantang kebiasaan dan system nilai yang mapan, memberikan motivasi kepada orang untuk berjuang demi mencapai kondisi materi yang lebih baik dan meningkatkan kebutuhan konsumsi, mengunggulkan ketenangan, kontrol dan persatuan (kecenderungan sentripetal). Kedua kecenderungan menurut McCormack (dalam Mc Quail, 1984) senantiasa berjalan seiring, yang satu searah dengan yanglainnya dalam beberapa hal tertentu. Dengan demikian, kedua versi teori tersebut harus senantiasa dipandang masing-masing memiliki dimensi evaluasi yang tersendiri dengan empat sudut tinjauan teoritis yang berbeda. *Pertama*, versi positif pandangan sentripental yang memandang media sebagai pengintegrasi dan pemersatu. *Kedua*, versi negative pandangan sentripental yang menilai efek kegiatan itu sebagai upaya homogenisasi dan kontrol yang manipulatif. *Ketiga*, versi positif pandangan sentrifugal yang menekankan modernisasi, kemerdekaan dan mobilitas sebagai efek yang

diharapkan lahir dari adanya peran media. *Keempat*, versi negative pandangan sentrifugal yang menekankan isolasi, alienasi (keterasingan), dan pengkikisan nilai-nilai (Mc. Quail, 1984).

### 3 Televisi

#### 3.1 Pengertian dan Sejarah Televisi

Televisi merupakan perkembangan medium berikut setelah radio yang ditemukan dengan karakternya yang spesifik yaitu audio visual. Peletak dasar utama teknologi pertelevisian tersebut adalah Paul Nipkow dari Jerman yang dilakukannya pada tahun 1884. Ia menemukan sebuah alat yang kemudian disebut sebagai Jantra Nipkow atau Nipkow Sheibe. Penemuannya tersebut melahirkan *electrische teleskop* atau televisi.

Penyiaran televisi ke rumah pertama dilakukan pada tahun 1928 secara terbatas ke rumah tiga orang eksekutif General Electric, sedangkan penyiaran secara elektrik pertama dilakukan pada tahun 1936 oleh British Broadcasting Corporation. Perkembangan televisi sempat terhambat selama Perang Dunia II, karena bahan baku komponen pesawat televisi dialokasikan ke industri alat perang.

#### 3.2 Televisi sebagai Media Komunikasi Massa

Televisi tepatnya televisi siaran (Broadcasting televisi) merupakan salah satu jenis media massa (*mass communication*), yakni saluran komunikasi massa (*channel of mass communication*) seperti halnya surat kabar, majalah, dan radio. Televisi merupakan media massa yang banyak digunakan dan dimanfaatkan oleh

masyarakat luas khususnya yang berda di daerah meropolitan. Televisi dimanfaatkan baik sebagai sumber informasi lewat berita maupun sebagai sarana hiburan.

Televisi memiliki karakteristik yang berbeda dengan media massa lainnya. Dibandingkan dengan media massa lain, media televisi memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Televisi Perpaduan Faktor Audio dan Video

Televisi merupakan paduan audio dari segi penyiaranya (*broadcast*) dan video dari segi gambar bergerak (*moving image*). Televisi adalah saluran muda dari radio, karena lahirnya sesudah radio dan sebagaimana dikemukakan diatas menggunakan prinsip-prinsip radio. Karena itu pula, istilah “broadcasting” atau siaran meliputi pengertian siaran radio dan televisi.

Produser televisi siaran sebagai petugas yang bertanggung jawab dalam menyelenggarakan suatu produk siaran, tidak boleh hanya memperhatikan segi audio atau video saja, tetapi harus keduanya. Karena televisi merupakan media massa elektronik, maka segala sesuatu yang sampai pada pemirsa serba sekilas, dalam arti kata bahwa apa yang muncul pada pesawat televisi tak dapat dikaji ulang.

2. Fungsi Televisi Sebagai Media Komunikasi Massa Elektronik

Seperti halnya dengan media massa lainnya, televisi pada pokoknya mempunyai empat fungsi, yakni fungsi penerangan, pendidikan, hiburan dan kontrol.

3. Fungsi Penerangan (*the information function*)

Dalam melaksanakan fungsinya sebagai penerangan, stasiun televisi selain menyiarkan informasi dalam bentuk siaran pandangan mata atau berita yang dibacakan penyiar dilengkapi dengan gambar-gambar yang sudah tentu faktual dan realitas.

4. Fungsi Pendidikan (*the education function*)

Sebagai media komunikasi massa televisi merupakan media yang ampuh untuk menyiarkan acara pendidikan kepada khalayak yang jumlahnya begitu banyak, secara simultan.

5. Fungsi Hiburan (*the entertainment function*)

Di kebanyakan Negara, terutama yang masyarakatnya bersifat agraris, fungsi hiburan yang melekat pada televisi siaran tampaknya dominan. Sebagian besar dari alokasi waktu siaran diisi oleh acara hiburan. Dalam bidang hiburan ini pengaruh televisi lebih hebat dirasakan oleh gedung-gedung olahraga dan bioskop.

6. Fungsi Kontrol (*the Control function*)

Fungsi ini bisa dimanfaatkan oleh media kepada pemerintah dan juga sebaliknya. Ini sangat bergantung dari sistem pers di Negara yang bersangkutan.

7. Sifat-sifat Televisi Sebagai Media Komunikasi Elektronik

- a. Dapat didengar dan dilihat bila ada siaran.
- b. Dapat dilihat dan didengar kembali, bila diputar kembali.

- c. Daya rangsangannya sangat tinggi.
- d. Elektris dan daya jangkanya besar.

Di suatu negara yang demokratis, fungsi pers menurut Deddy Iskandar Muda (2003) sedikitnya dapat digolongkan kedalam 6 hal:

1. Menyampaikan fakta, Televisi menyiarkan peristiwa sesuai dengan fakta di lapangan.
2. Menyajikan opini dan analisis, pada laporan berita, reporter menampilkan opini orang-orang luar dan analisis berita.
3. Melakukan investigasi, yaitu pemberitaan yang sangat mendalam mulai dari nara sumber awal hingga nara sumber terpenting.
4. Hiburan, sajian pers dan media massa kadang-kadang berfungsi sekaligus yaitu menghibur, mendidik dan memberikan informasi.
5. Kontrol, fungsi ini bisa dimanfaatkan oleh media kepada pemerintah dan juga sebaliknya.
6. Analisis kebijakan, artinya sajian menyoroiti kebijakan yang diterapkan pemerintah kemudian dianalisis oleh media tersebut dengan memberikan solusi alternatif lainnya.

Berdasarkan karakteristik, fungsi dan sifat televisi sebagai media elektronik, maka saat ini banyak stasiun televisi yang memiliki ciri khas tersendiri, contohnya ATV memiliki image atau ciri khas tersendiri yang membedakan dengan stasiun swasta lainnya. Alasan tersebut juga diperkuat karena informasi yang diberikan oleh ATV disampaikan melalui medium televisi yang diterima dengan dua indra sekaligus secara simultan pada saat yang

bersamaan. Jadi dalam waktu yang bersamaan, penonton atau pemirsa televisi khususnya masyarakat metropolitan dirangsang kedua inderanya ketika mereka sedang menyaksikan siaran televisi. Karena itulah daya ingatan akan mengendap dalam ingatannya dan akan bertahan lebih lama dibandingkan dengan membaca atau mendengar saja.

Hal lain yang tidak dapat dilupakan begitu saja adalah karena gambar yang disajikan melalui siaran televisi merupakan pemindahan bentuk, warna, ornamen, dan karakter yang sesungguhnya dari objek yang divisualisasikan. Apa yang disajikan didalam gambar televisi benar-benar merupakan pemindahan dari bentuk aslinya.

### **3.3 Televisi di Indonesia**

Media televisi di Indonesia bukan lagi dilihat sebagai barang mewah, seperti pertama kali ada. Kini media layar kaca tersebut sudah menjadi salah satu barang kebutuhan pokok bagi kehidupan masyarakat nusantara untuk mendapatkan informasi. Ketika peresmian satelit komunikasi Palapa dilakukan oleh Presiden Soeharto pada tanggal 17 Agustus 1976 mulailah dunia komunikasi di Indonesia berkembang dengan sendirinya. Pesatnya perkembangan dunia pertelevisian di Indonesia dibuktikan dengan bermunculannya sejumlah televisi swasta.

Ide awal untuk memperkenalkan televisi muncul jauh di tahun 1953 dari sebuah bagian di Departemen Penerangan. Menjelang Asian Games ke-4 di Jakarta pada tahun 1962, Presiden Soekarno dan kabinetnya akhirnya yakin akan perlunya televisi, dengan alasan reputasi internasional Indonesia tergantung pada

Pekan Olahraga yang disiarkan, terutama ke Jepang (yang telah memiliki televisi sejak awal 1950-an) (Sholehuddin, 2005: 47). Pemerintah Indonesia memutuskan untuk memasukkan proyek media massa televisi ke dalam proyek pembangunan Asian Games IV di bawah koordinasi urusan proyek Asean Games IV. Tanggal 25 Juli 1961, Menteri Penerangan mengeluarkan SK Menpen No. 20/SK/M/1961 tentang pembentukan Panitia Persiapan Televisi (P2T), dan pada tanggal 24 Agustus 1962 TVRI mengudara untuk pertama kalinya dengan acara siaran langsung upacara Pembukaan Asian Games IV dari stadion utama Gelora Bung Karno.

Selanjutnya pada tanggal 20 Oktober 1963, dikeluarkan Keppres No. 215/1963 tentang pembentukan Yayasan TVRI dengan Pimpinan Umum Presiden RI. Untuk melaksanakan misi TVRI, Presiden Soekarno mengeluarkan Keppres No. 218 Tahun 1963 Tentang Pemungutan Iuran untuk Membantu Pembayaran Yayasan TVRI.

Memasuki tahun 1975, selain berstatus sebagai yayasan, TVRI juga ditetapkan sebagai Unit Pelaksana Teknis (UPT) Departemen Penerangan dengan diterbitkannya SK Menteri Penerangan No. 55B Tahun 1975, yang kemudian diperbaharui oleh SK Menpen No. 230A tahun 1984 tentang Organisasi dan Tata Kerja Departemen Penerangan yang didalamnya mengatur Direktorat Televisi yakni di bawah Direktorat Jenderal RTF.

Gerakan reformasi yang dimotori para mahasiswa pada tahun 1998, berhasil menumbangkan rezim Orde Baru. Secara hakiki, gerakan reformasi juga menumbangkan model birokrasi yang diterapkan rezim. Muara dari nuansa

pemberontakan terhadap rezim kemudian terakumulasi pada tuntutan demokratisasi penyiaran yang dipersonifikasi pada revisi UU Penyiaran yang berlaku ketika itu yakni UU No. 24 Tahun 1997 tentang Penyiaran.

Dari berbagai sidang dan diskusi dengan Pansus DPR yang membahas Undang-Undang penyiaran, secara implisit semangat otonomi daerah amat kuat mendorong mereka untuk menyusun draf awal dari RUU ini. Daerah yang selama ini merasa diabaikan dalam setiap kebijaksanaan penyiaran, menuntut haknya agar arus informasi tidak hanya satu arah, dari pusat ke daerah, namun juga dua arah, serta diberikan peluang untuk televisi lokal dan komunitas berkembang bagi keperluan regional dan lokal. Cukup alotnya pembahasan RUU penyiaran terjadi karena masing-masing pihak mempunyai ukuran yang berbeda. Pada satu sisi masyarakat sebagai penerima juga memiliki ukuran, yakni demokratisasi dunia penyiaran, pembukaan seluas-luasnya akses publik terhadap dunia penyiaran, pembukaan seluas-luasnya akses publik terhadap dunia penyiaran dan diversifikasi output tayangan demi pemberdayaan publik. Industri (penyiaran) juga punya ukuran yakni *return of investment* yang telah ditanam dapat kembali serta mendatangkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Disisi lain pemerintah (negara) juga mempunyai kepentingan sendiri terhadap dunia penyiaran yakni hegemoni terhadap penyiaran. Dengan menggunakan perspektif ekonomi politik media massa konstruktivisme, UU Penyiaran No. 32 Tahun 2002 sebenarnya menggambarkan suasana saling memengaruhi (*interplay*) antara masing-masing pihak yang berkepentingan yaitu Publik, Negara dan Pasar. Pada akhirnya jalan menuju pengesahan UU No. 32/2002 telah dilalui, namun terdapat kesan

pemerintah masih berupaya mempertahankan *previlage* regulatif dunia penyiaran yang selama ini dikuasai.

### 3.4 Televisi Lokal

Sebagai suatu lembaga sosial, media massa merupakan produk dan penggerak dari industri masyarakat. Oleh karena itu masyarakat yang sudah memasuki era tinggal landas berarti juga makin besar kepentingannya dengan media massa dan semakin maju perkembangan media massa. Ikatan ketergantungan antara media massa dan industrialisme masyarakat terutama tampak pada pengelolaannya dan kompleksitas “penyaringan yang berlapis lapis” (Depdikbud, 1998). Media yang dikelola atau suatu organisasi canggih yang mengandalkan dana investasi besar, sistem teknologi canggih yang mengandalkan dan pasar yang luas. Oleh karena itu penyaringan dilakukan dengan mempertimbangkan banyak faktor (*multi factorial*).

Media massa terdiri atas media cetak dan media elektronik. Masing-masing jenis media ini terdiri atas beberapa bentuk media yang masing-masing mempunyai ciri khas dan menimbulkan implikasi khusus. Akibatnya untuk memahami media massa perlu lebih dahulu mengetahui aneka bentuk dan ragam variasinya. Media massa cetak meliputi koran (harian, mingguan, tabloid) majalah (khusus, berita,hiburan), buletin atau terbitan berkala, buku (pengetahuan, cerita, komik), dan selebaran lepas, media massa elektronik meliputi radio, televisi dan film. Ciri khas masing-masing bentuk media massa tersebut mempunyai implikasi yang berbeda-beda. Dengan sendirinya, dampak yang ditimbulkanpun berbeda-beda pula.

Media massa cetak, terutama koran harian, cenderung menjadi media berita, setengah hiburan dan layanan. Khalayak berdasarkan tingkatan tertentu: pria/wanita, tua muda-anak, dan awam ilmuwan (Depdikbud, 1998). Berita koran bersifat ringkas dan analitik. Berita pada majalah berbeda dengan berita pada koran. Kelemahan faktor kekinian dalam berita pada majalah, dikompensasikan dengan pandangan yang analitik dan interpretatif.

Media massa elektronik cenderung menjadi hiburan, berita dan layanan. Khalayak bervariasi, sehingga media ini dapat disebut media masa keluarga. Media massa yang banyak dimiliki masyarakat adalah televisi dan radio. Televisi dapat dikatakan sebagai fenomena aktual masyarakat modern, dalam arti televisi dipersepsikan sebagai karakter khas masyarakat “modern” dan acapkali menjadi “teman” setiap orang ketika mereka mengalami kejenuhan akibat rutinitas kegiatan sehari-hari (Depdikbud, 1998). Berkat kehadiran televisi, jarak kultural peradaban dapat teratasi. Masyarakat di belahan manapun, akan segera mengetahui kondisi aktual ke tempat yang berbeda.

Media massa lokal berperan penting dalam kehidupan masyarakat setempat, karena dapat mempengaruhi irama kehidupan sosial dan menjadi bagian dari kebutuhan masyarakat terutama sebagai sumber pesan yang bermanfaat untuk “menghadapi lingkungan luas” (*adaptive function*). Secara kesisteman, media massa lokal merupakan bagian dalam sistem komunikasi nasional dengan ciri-ciri khusus, antara lain berupa pengelolaan yang dilakukan oleh organisasi setempat (Andre, 1996). Berkaitan dengan isi beritanya, media massa lokal mengacu,

menyesuaikan diri, dan ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan kepentingan masyarakat setempat.

#### 4. Program Acara Siaran

Format bagi suatu program maupun isi penyajian di masing-masing stasiun adalah berbeda antara satu dan yang lainnya. Itu semua juga sangat bergantung terhadap sistem pers yang berlaku di stasiun yang bersangkutan, dan program siaran dibagi menjadi dua yaitu:

##### 4.1 Program Acara Siaran Langsung

Siaran langsung atau *“live event”* merupakan salah satu jenis program acara pada stasiun televisi broadcasting. Siaran langsung dapat dibedakan dalam dua kategori besar yaitu, siaran langsung dari studio atau di area stasiun televisi itu sendiri dan siaran langsung yang berasal dari luar area stasiun televisi tersebut, baik di dalam maupun luar kota. Untuk memudahkan pemahaman kita dapat melihat gambar, contohnya: tayangan berita.

##### 4.2 Program Acara Siaran Tunda

Siaran tunda merupakan salah satu jenis program acara pada stasiun televisi broadcasting yang pengambilan gambarnya dilakukan sebelumnya dan ditayangkan untuk beberapa episode mendatang, contohnya: sinetron, kuis.

## 5. Siaran Berita

### 5.1 Pengertian Siaran Berita

Televisi merupakan media audio visual (bisa didengar dan dilihat), dan pesan yang disampaikan menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Televisi berfungsi sebagai media penerangan, pendidikan, kontrol, dan hiburan.

Menurut Masduki (2001) Jurnalistik adalah segala hal yang menyangkut proses perencanaan, meliput, memproduksi, dan melaporkan sebuah fakta menjadi berita. Jika dalam media elektronik pengertian siaran berita televisi adalah peristiwa yang memiliki news value atau nilai berita, dan nilai berita ini haruslah penting dan menarik atau gabungan dari keduanya bagi penonton televisi.

### 5.2 Tipe – tipe Siaran Berita

Terdapat beberapa tipe atau jenis berita yang dapat disiarkan dalam suatu program berita televisi yaitu:

- a. Berita keras: Berita yang biasanya tidak menyenangkan atau menimbulkan kekhawatiran penonton. Misalnya tentang keadaan darurat, pengadilan, pemerintahan, kesehatan, pendidikan, politik, sosial, dan ekonomi.
- b. Berita ringan: Uraian berita tentang sesuatu yang menarik, tetapi tidak sampai menyentuh rasa kemanusiaan. Misalnya tentang tren dan musim, perayaan, cuaca, lingkungan, dan olahraga.
- c. Berita singkat: Berita yang memiliki nilai tinggi, karena itu penyajiannya secara langsung hanya pada inti berita saja.

- d. Berita pendek: Berita yang amat penting dan menarik untuk diberitakan justru pada saat berita itu masih jadi pembicaraan masyarakat luas.

Dari beberapa jenis berita televisi di atas dapat dikatakan bahwa pengertian jenis berita televisi adalah suatu sajian berita berupa fakta yang mempunyai nilai berita, penting, menarik, memiliki rasa menyentuh, kekhawatiran atau tidak kekhawatiran, dan rasa kemanusiaan.

### 5.3 Perbedaan Siaran Berita Televisi dan Media Cetak

Masyarakat kini bisa menyaksikan tayangan televisi untuk menonton berita-berita yang terjadi di sekitar kita dan di belahan dunia manapun. Artinya kini keberadaan televisi tidak lagi sekedar sebagai media hiburan semata tetapi juga sebagai sumber penerangan, pendidikan dan kontrol kepada masyarakat.

Kita sering mendengar berita yang disiarkan melalui radio maupun televisi. Demikian juga kita sering membaca berita-berita yang terdapat di surat kabar, majalah maupun media cetak lainnya. Di manakah letak perbedaan yang sesungguhnya? Perbedaan memang ada, tetapi tentunya hanya didalam segi penyajiannya saja. Memang penyajian berita televisi terasa lebih singkat dibandingkan dengan penyajian berita di surat kabar, jika dilihat dari segi durasinya.

Cara-cara menulisnya juga dibedakan antara berita televisi dan berita surat kabar. Sekalipun demikian, keduanya memiliki berbagai kelebihan dan kekurangan masing-masing. Persamaannya yaitu terletak pada tujuannya yaitu

sebagai sumber informasi, menghibur, kontrol, maupun mendidik. Harold D. Lasswell (1972) menyebutkan bahwa fungsi media massa adalah:

- Korelasi antar bagian masyarakat dalam menanggapi lingkungan.
- Pengawasan lingkungan
- Warisan sosial dari satu generasi ke generasi lain
- Hiburan

Perbedaan di antara berita televisi dan surat kabar misalnya, pada surat kabar, pembacanya dituntut untuk memiliki kemampuan membaca. Hal tersebut mutlak diperlukan bagi pelanggan agar dapat memahami isi pesan/informasi yang terkandung dalam media cetak tersebut. Jika tidak, maka pesan tidak akan pernah sampai ke sasaran pembaca.

Pada berita televisi, pendengar atau penonton tidak dituntut untuk dapat membaca, asalkan mereka dapat mendengar dan melihat serta mengerti bahasa yang dibawakannya, maka informasi yang disampaikan akan dapat dimengerti. Kepada mereka yang memiliki kelainan fisik misalnya bisu dan tuli, maka sebagian medium televisi melengkapinya dengan bahasa isyarat yang biasanya disebut dengan "*Total Communications System*". Jadi penyandang cacat bisu tuli masih memungkinkan untuk dapat memahami isi informasi yang tengah disampaikan medium televisi tersebut.

Perbedaan yang tampak pada keberadaan berita televisi dan berita surat kabar tersebut dapat dibaca melalui tabel berikut:

Tabel 2

## Perbedaan Berita Televisi dan Surat Kabar

TELEVISI	SURAT KABAR
Tidak harus dapat membaca	Harus dapat membaca
Didengar dan ditonton	Dilihat
Tidak dapat ditunda/sekilas	Membaca dapat ditunda
Butuh tempat khusus	Tidak butuh tempat khusus
Tidak terbatas/lebih luas	Terbatas ruang dan waktunya
Butuh alat bantu untuk merekam	Mudah didokumentasi
Distribusi tidak terbatas	Distribusi terbatas
Tulisan, suara, dan gambar	Berbentuk tulisan

Sumber : MC Quail, 1994

## 6. Pengertian Tindakan Menonton

Tindakan menonton adalah perhatian, tindakan individu, terhadap sesuatu tayangan atau program acara yang menarik perhatian untuk diketahui lebih jauh dan mendalam, agar mereka memperoleh informasi yang menarik dan aktual (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Tindakan menonton dapat menciptakan sikap atau perilaku seseorang dalam proses komunikasi ketika menerima sesuatu pesan yang ditunjukkan kepadanya. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan menonton adalah tanggapan dan perilaku petani apel dalam tindakan menonton siaran berita televisi, ketika mereka menerima pesan melalui berita televisi maka yang ditunjukkan adalah dengan tetap menonton dan menyaksikan siaran berita televisi dengan tidak mengganti siaran lain.

Tindakan menonton dapat juga dikatakan dengan respons, dalam teori S-O-R (Stimulus-Organism-Response) Effendy (1993) menyebutkan “bahwa respon

(efek, tanggapan) yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan reaksi komunikasi”.

Dalam model S-R (Stimulus-Respons) yang diungkapkan oleh De Fleur (Effendy, 1993) menjelaskan tentang pengaruh yang terjadi pada pihak penerima (receiver) sebagai akibat adanya komunikasi. Pengaruh atau dampak yang terjadi pada pihak penerima pada dasarnya merupakan suatu stimulus atau rangsangan tertentu. Pengaruh itu terjadi tergantung pada isi atau materi dan penyajian stimulus. Model S-O-R ini mempunyai tiga elemen penting yaitu: Stimulus (S) yakni pesan yang disampaikan dalam berita televisi, Organisme (O) yakni pihak penerima yang dalam penelitian ini adalah petani apel, serta Respons (R) yakni tanggapan atau reaksi yang terjadi setelah komunikasi menerima pesan. Respons (tindakan) yang muncul dapat diketahui melalui tiga indikator, yaitu sebagai berikut:

1. Kognitif:

Berhubungan dengan pikiran-pikiran atau penalaran, sehingga khalayak yang semula tidak tahu, tidak mengerti, dan bingung menjadi jelas.

2. Afektif

Berkaitan dengan perasaan senang atau tidak senang terhadap objek tertentu yang disampaikan melalui media massa khususnya televisi.

### 3. Konatif

Bersangkutan dengan nilai, tekad, upaya yang cenderung menjadi suatu tindakan atau kegiatan, karena berbentuk perilaku maka sering disebut efek behavioral.

Dari penjelasan di atas menunjukkan bahwa respons (menonton) merupakan hasil penilaian terhadap pesan yang diterima. Respons (menonton) yang diberikan setiap orang berbeda-beda, tergantung pada dua hal yaitu: perspektif individual dimana setiap orang memiliki pengalaman belajar dan lingkungan yang berbeda dan perspektif kategori sosial dimana masyarakat yang kelompok sosialnya sama cenderung merespons isi pesan komunikasi dengan cara yang sama pula.

## 7. Teori Uses and Gratification (Kegunaan dan Kepuasan)

Dalam penelitian ini menggunakan *uses and gratification* karena model ini merupakan pergeseran fokus dari tujuan komunikator ke tujuan komunikan, model ini menentukan fungsi komunikan dalam melayani khalayak.

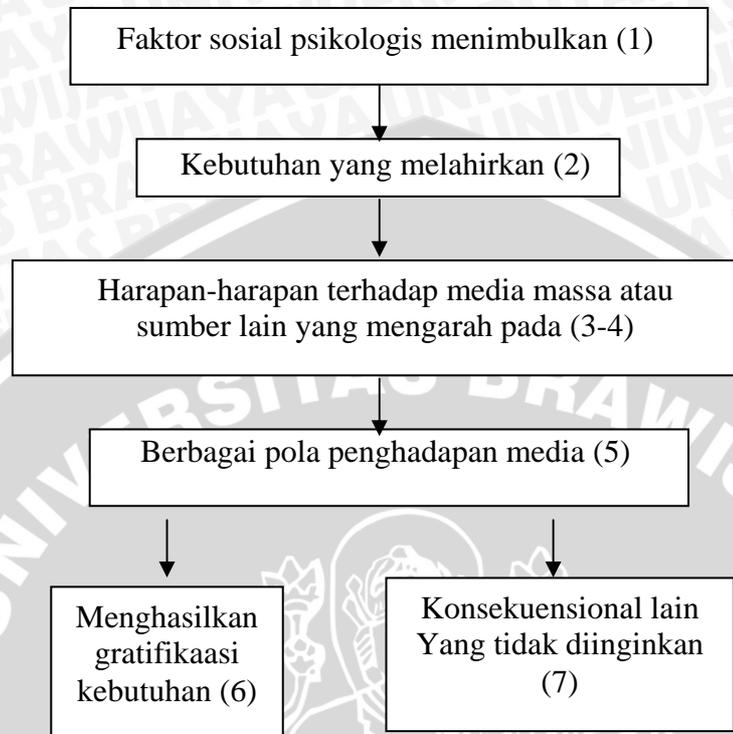
Model ini digambarkan sebagai *a dramatic break with effect tradition of the past* (Swangan, 1979). Model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media, anggota khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Dari sini timbul istilah *uses and gratifications*, penggunaan dan pemenuhan kebutuhan. Dalam asumsi ini tersirat pengertian bahwa komunikasi massa berguna (*utility*); bahwa komunikasi media diarahkan oleh motif (*intentionality*); bahwa perilaku media mencerminkan kepentingan dan preferensi (*selectivity*); bahwa khalayak sebenarnya kepala batu (*stubborn*)

(Blumler, 1979). Karena penggunaan media hanyalah salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan psikologis, efek media dianggap sebagai situasi ketika kebutuhannya terpenuhi.

Elihu Katz, Jay G. Blumer dan Michael Gurevitch merumuskan asumsi – asumsi dasar dari teori ini yaitu :

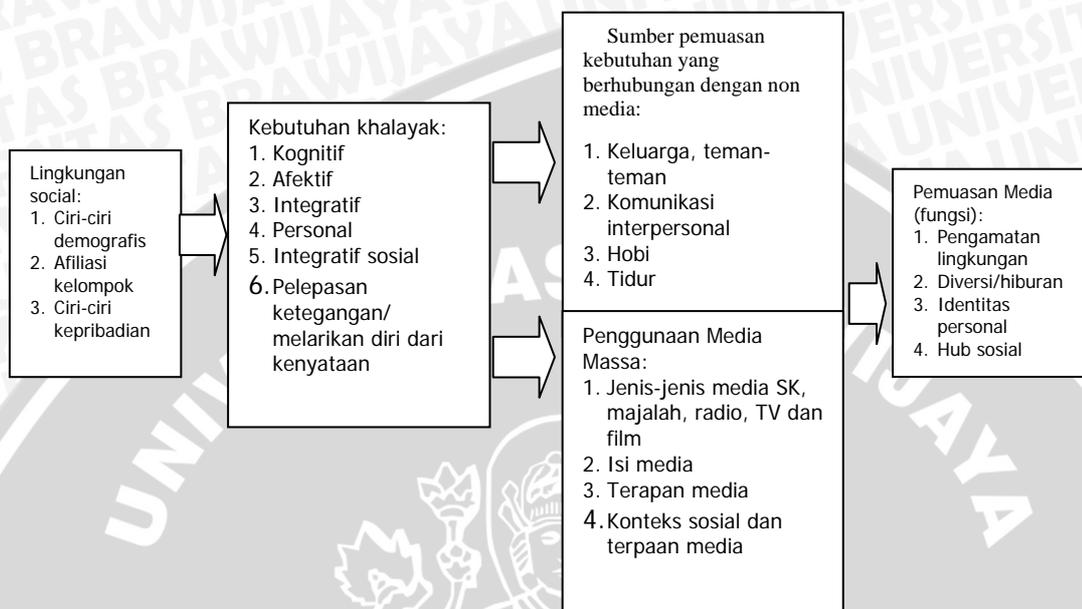
- a. Khalayak dianggap bersifat aktif, artinya sebagai hal yang paling penting dari penggunaan media adalah keaktifan dari khalayak yang memiliki tujuan.
- b. Dalam proses komunikasi, massa banyak memiliki inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan berkaitan dengan pemilihan media.
- c. Bagaimana kebutuhan ini dapat terpenuhi melalui konsumsi media akan sangat tergantung kepada prilaku khalayak yang bersangkutan.
- d. Banyak tujuan pemilihan media massa yang dapat disimpulkan dari data – data yang diberikan khalayak, artinya khalayak dianggap cukup mengerti untuk bisa melaporkan berbagai kepentingan serta motivasi yang dimiliki pada situasi tertentu.
- e. Penilaian tentang arti kultural dari media massa haruslah kita ambil sebelum diteliti lebih dahulu tentang permasalahan orientasi khalayak (Jalaluddin ; 1998)

Konsep dasar model ini diringkas oleh para pendirinya (Katz, Blumler, dan Gurevitch, 1974). Dengan model ini yang diteliti ialah:

**Gambar 2: Model Kartz&Blumer**

Kita bisa memahami interaksi orang dengan media melalui pemanfaatan media oleh orang itu (uses) dan kepuasan (gratification). Gratifikasi yang sifatnya umum antara lain pelarian dari rasa khawatir, peredaan rasa kesepian, dukungan emosional, perolehan informasi dan kontak sosial.

**Gambar 3**  
**Teori Uses and Gratifications beroperasi dalam beberapa cara yang bisa dilihat dalam bagan dibawah ini:**



Sumber: Nurudin, Komunikasi Massa, Cetakan Kedua, Cespur, Malang, 2004

Keterangan gambar:

- Kebutuhan kognitif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai lingkungan. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat untuk memahami dan menguasai lingkungan, juga memuaskan rasa penasaran kita dan dorongan untuk penyelidikan kita.
- Kebutuhan afektif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetis, menyenangkan dan emosional.
- Kebutuhan pribadi secara integrative adalah kebutuhan yang berkaitan dengan kontak dengan keluarga, teman dan dunia. Hal tersebut didasarkan pada hasrat untuk berafiliasi.

- Kebutuhan pelepasan adalah kebutuhan yang berkaitan dengan upaya menghindarkan tekanan, ketegangan, dan hasrat akan keanekaragaman.

## 8. Agribisnis dalam pembangunan

Pembangunan ekonomi yang sentralistis dimasa lalu, mengakibatkan terjadinya krisis multidimensi yang dialami bangsa Indonesia, khususnya krisis dibidang ekonomi. Krisis ekonomi yang terjadi merupakan akibat dari masalah fundamental dan keadaan khusus. Masalah fundamental adalah tantangan internal berupa kesenjangan yang ditandai oleh adanya pengangguran dan kemiskinan, sedangkan tantangan eksternal adalah upaya meningkatkan daya saing menghadapi era perdagangan bebas. Keadaan khusus adalah bencana alam kekeringan yang datang bersamaan dengan krisis moneter yang merembet dari negara tetangga. Krisis ekonomi ditandai melemahnya nilai tukar uang dalam negeri terhadap mata uang asing (Sumodiningrat, 2000).

Hal tersebut bukan gagal membangun perekonomian nasional yang kokoh, tetapi justru telah menciptakan disparitas ekonomi antar daerah dan antar golongan masyarakat dinegara kita. Disparitas ekonomi yang terjadi sudah sangat mengkhawatirkan, karena selain telah memicu kecemburuan dan kerusuhan sosial, juga telah menimbulkan gejala disintegrasi berbangsa dan bernegara.

Dewasa ini pemerintah memang telah mulai semakin memperhatikan pembangunan ekonomi daerah melalui jargon-jargon ekonomi politik seperti desentralisasi ekonomi, otonomi daerah, ekonomi kerakyatan dan pemberdayaan usaha kecil, menengah dan koperasi. Namun hingga saat ini belum jelas formatnya dan bagaimana implementasi konkritnya masih kita tunggu hasilnya.

Bahkan apabila ditelaah lebih jauh, kadangkala kebijaksanaan makro ekonomi yang diterapkan justru tidak konsisten dan bertentangan dengan upaya pengembangan ekonomi daerah.

Kenyataan telah membuktikan dan menyadarkan kita semua akan pentingnya peran strategis sektor pertanian sebagai pilar penyangga atau basis utama ekonomi nasional dalam upaya penanggulangan dampak krisis yang lebih parah. Sektor pertanian rakyat serta usaha kecil dan menengah relatif mampu bertahan dalam menghadapi krisis ekonomi dan menyelamatkan negara kita dari situasi yang lebih parah. Disamping pendekatan kemitraan dan penguatan jaringan, akan disinergikan pula dengan pendekatan peningkatan nilai tambah produksi pada usaha-usaha kecil yang berorientasi pada pasar/ekspor sesuai kompetensi ekonomi lokal daerahnya (Departemen Perindustrian dan Perdagangan, dan Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, 2000).

Agribisnis merupakan suatu sistem yang terdiri atas subsistem hulu, usahatani, hilir, dan penunjang. Menurut Saragih (Pasaribu 1999), batasan agribisnis adalah sistem yang utuh dan saling terkait di antara seluruh kegiatan ekonomi (yaitu subsistem agribisnis hulu, subsistem agribisnis budidaya, subsistem agribisnis hilir, subsistem jasa penunjang agribisnis) yang terkait langsung dengan pertanian. Agribisnis diartikan sebagai sebuah sistem yang terdiri dari unsur-unsur kegiatan : (1) pra-panen, (2) panen, (3) pasca-panen dan (4) pemasaran. Sebagai sebuah sistem, kegiatan agribisnis tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya, saling menyatu dan saling terkait. Terputusnya salah satu bagian akan menyebabkan timpangnya sistem tersebut. Sedangkan kegiatan

agribisnis melingkupi sektor pertanian, termasuk perikanan dan kehutanan, serta bagian dari sektor industri. Sektor pertanian dan perpaduan antara kedua sektor inilah yang akan menciptakan pertumbuhan ekonomi yang baik secara nasional (Sumodiningat, 2000).

Perkembangan agribisnis di Indonesia sebagian besar telah mencakup subsistem hulu, subsistem usahatani, dan subsistem penunjang, sedangkan subsistem hilir masih belum berkembang secara maksimal. Industri pupuk dan alat-alat pertanian telah berkembang dengan baik sejak Pelita I hingga saat ini. Telah banyak diperkenalkan bibit atau varietas unggul dalam berbagai komoditi untuk peningkatan produksi hasil pertanian. Demikian juga telah diperkenalkan teknik-teknik bertani, beternak, berkebun, dan bertambak yang lebih baik untuk meningkatkan produktivitas pertanian.

Subsistem penunjang yang bersifat fisik dan fiskal telah lama diperkenalkan kepada para petani. Jaringan irigasi telah banyak dibangun yang mampu mengairi jutaan hektar sawah dan lahan pertanian lainnya, untuk meningkatkan produksi pertanian. Demikian juga fasilitas kredit pertanian telah lama diterapkan untuk meningkatkan produksi dan pemasaran berbagai komoditi pertanian. Meskipun sudah banyak yang telah dilakukan pemerintah dalam upaya mengembangkan agribisnis, tetapi masih terdapat berbagai kendala, terutama dalam menjaga kualitas produk yang memenuhi standar pasar internasional serta kontinuitas produksi sesuai dengan permintaan pasar maupun untuk mampu mendukung suatu industri hilir dari produksi pertanian. Salah satu alternatif untuk

menjaga kontinuitas dari kualitas produk adalah dengan mengembangkan kegiatan agribisnis disesuaikan dengan potensi sumber daya alam.

Potensi sumber daya alam tersebut tersebar tidak merata untuk setiap pulau/wilayah/daerah. Oleh sebab itu pengembangannya perlu dikaitkan dengan pengembangan wilayah nasional dan lokal, yang berpedoman kepada Rencana Tata Ruang Wilayah Nasional (RTRWN) dan Rencana Tata Ruang Wilayah Propinsi (RTRWP) yang telah mengidentifikasi kawasan andalan dan kawasan prioritas pengembangan serta jenis pengembangannya. Menurut teori ekonomi sederhana, nilai moneter dari suatu produk akan terbagikan habis (*exhausted*) kepada pembayaran faktor-faktor produksi yang terlibat dalam menghasilkan produk yang bersangkutan. Oleh karena itu, agar manfaat ekonomi dari pembangunan ekonomi daerah dapat dinikmati secara nyata oleh rakyat daerah yang bersangkutan, maka kegiatan ekonomi yang dikembangkan dalam pembangunan ekonomi daerah haruslah kegiatan ekonomi yang mendayagunakan sumber daya yang terdapat atau dikuasai/dimiliki daerah yang bersangkutan.

Saat ini, sumber daya ekonomi yang dikuasai oleh rakyat di setiap daerah adalah sumber daya agribisnis, yaitu sumber daya agribisnis berbasis tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, perikanan, peternakan, dan kehutanan. Oleh karena itu, cara yang paling efektif untuk mengembangkan perekonomian daerah adalah melalui pengembangan agribisnis. Pengembangan agribisnis yang dimaksud bukan hanya pengembangan pertanian primer atau subsistem on farm agribusiness, tetapi juga mencakup subsistem agribisnis hulu (*up stream agribusiness*), yaitu industri-industri yang menghasilkan sarana produksi bagi

pertanian primer, seperti industri pembibitan/perbenihan, industri agro-otomotif, industri agro-kimia, dan subsistem agribisnis hilir (*down stream agribusiness*), yaitu industri-industri yang mengolah hasil pertanian primer menjadi produk olahan beserta kegiatan perdagangannya.

Pengembangan agribisnis di setiap daerah jangan hanya puas pada pemanfaatan kelimpahan sumber daya yang ada (*factor driven*) atau mengandalkan keunggulan komparatif (*comparative advantage*) seperti sekarang ini, tetapi secara bertahap harus dikembangkan ke arah agribisnis yang didorong oleh modal *mane-made* (*capital driven*) dan kemudian kepada agribisnis yang didorong oleh inovasi (*innovation driven*). Dengan perkataan lain, keunggulan komparatif agribisnis pada setiap daerah ditransformasi menjadi keunggulan bersaing (*competitive advantage*) melalui pengembangan mutu sumber daya manusia, teknologi, kelembagaan dan organisasi ekonomi lokal yang telah ada pada masyarakat setiap daerah (bukan menggantikannya dengan sesuatu yang benar-benar baru).

Dengan transformasi agribisnis seperti ini, kemampuan rakyat untuk menghasilkan produk-produk agribisnis yang saat ini masih didominasi oleh produk-produk yang bersifat *natural resources and unskill labor based*, secara bertahap beralih kepada produk-produk agribisnis yang bersifat *capital and skill labor based* dan kemudian kepada produk yang bersifat *knowledge and skill labor based*. Dengan transformasi produk agribisnis yang demikian, maka produk-produk agribisnis yang dihasilkan oleh setiap daerah dapat mampu bersaing dan memasuki segmen pasar yang lebih luas di pasar internasional. Pengembangan

produk yang demikian juga akan memperbesar manfaat ekonomi yang dapat dinikmati oleh rakyat di setiap daerah. Pengembangan agribisnis di setiap daerah harus juga disertai dengan pengembangan organisasi ekonomi, khususnya rakyat petani, agar manfaat ekonomi yang dihasilkan dapat benar-benar dinikmati oleh rakyat dan daerah. Di masa lalu, rakyat petani (bahkan daerah sentra-sentra agribisnis) hanya menikmati nilai tambah dari subsistem *on farm agribisnis* yang umumnya relatif kecil. Nilai tambah yang paling besar, yakni pada subsistem agribisnis hulu dan hilir, dinikmati oleh para pedagang atau pengusaha luar daerah. Hal inilah yang menyebabkan mengapa pendapatan petani tetap rendah dan ekonomi daerah sentra-sentra agribisnis kurang berkembang.

Di masa yang akan datang, para petani harus diikutsertakan untuk menikmati nilai tambah pada subsistem agribisnis hulu dan hilir melalui pengembangan koperasi agribisnis yang ikut mengelola subsistem agribisnis hulu dan hilir melalui usaha patungan (*joint venture*) dengan pengusaha swasta atau BUMN/BUMD yang saat ini telah exist pada subsistem tersebut. Jika pengembangan agribisnis yang demikian dapat berlangsung di setiap daerah, maka perekonomian daerah akan mampu berkembang lebih cepat. Setiap peningkatan perkembangan agribisnis di daerah akan secara langsung mendorong pengembangan ekonomi daerah, karena sebagian besar nilai tambah agribisnis akan tertahan di daerah yang bersangkutan. Selanjutnya peningkatan pendapatan rakyat di daerah akan menarik perkembangan sektor-sektor ekonomi lainnya di luar agribisnis, sehingga kesempatan-kesempatan ekonomi baru akan berkembang di setiap daerah. Meningkatnya kesempatan ekonomi baru di setiap daerah akan

mampu menghambat arus urbanisasi, bahkan sebaliknya mampu mendorong ruralisasi sumber daya manusia, sehingga penduduk yang selama ini terkonsentrasi di Pulau Jawa akan menyebar ke seluruh daerah tanpa program transmigrasi.

## 9. Pola Pikir Masyarakat dan Persepsi Budaya

Dalam interaksi sosialnya, individu bereaksi membentuk pola sikap tertentu terhadap obyek psikologis yang dihadapinya. Menurut Gerungan (1991: 154) pembentukan sikap senantiasa berlangsung dalam interaksi manusia dan berkenaan dengan obyek tertentu serta melalui alat-alat komunikasi seperti surat kabar, radio televisi dan lain-lain. Diantara berbagai faktor pembentukan sikap (Azwar, 1997: 30 –37) adalah:

### a. Pengalaman pribadi

Untuk dapat mempunyai tanggapan dan penghayatan, seseorang harus mempunyai pengalaman yang berkaitan dengan obyek psikologis. Penghayatan tersebut nantinya akan membentuk sikap positif ataupun sikap negatif.

### b. Pengaruh orang lain yang dianggap penting

Pada umumnya individu cenderung untuk memiliki sikap yang konformitis atau searah dengan sikap orang yang dianggapnya penting.

### c. Pengaruh kebudayaan

Kebudayaan dimana kita berada dan dibesarkan mempunyai pengaruh besar terhadap pembentukan sikap kita. Apabila kita hidup dalam budaya keras, mempunyai norma yang longgar terhadap kekerasan

mungkin kita akan mempunyai sikap yang mendukung terhadap masalah kekerasan. Kebudayaan mewarnai sikap anggota masyarakatnya, karena kebudayaanlah yang memberikan corak pengalaman individu-individu yang menjadi anggota kelompok masyarakat asuhannya.

d. Media massa

Media massa mempunyai pengaruh besar dalam pembentukan opini dan kepercayaan orang. Media massa juga menyampaikan pesan yang berisi sugesti yang mampu mengarahkan opini seseorang. Adanya informasi baru mengenai sesuatu hal memberikan landasan kognitif baru bagi terbentuknya sikap.

e. Lembaga Pendidikan dan Lembaga agama

Lembaga pendidikan serta lembaga agama sebagai suatu sistem mempunyai pengaruh dalam pembentukan sikap dikarenakan keduanya meletakkan dasar pengertian dan konsep moral dalam diri individu. Pemahaman akan baik dan buruk, garis pemisah antara sesuatu yang boleh dan yang tidak boleh dilakukan diperoleh dari pendidikan dan dari pusat keagamaan serta ajaran-ajarannya.

f. Pengaruh faktor emosional

Tidak semua bentuk sikap ditentukan oleh situasi lingkungan dan pengalaman pribadi seseorang. Kadang-kadang, suatu bentuk sikap merupakan pernyataan yang didasari oleh emosi yang berfungsi sebagai semacam penyaluran frustrasi atau pengalihan bentuk mekanisme pertahanan ego. Sikap demikian dapat merupakan sikap yang sementara

dan segera berlalu begitu frustrasi telah hilang, akan tetapi dapat pula merupakan sikap yang lebih persisten dan bertahan lama.

Larry Samovar dan Richard Porter (Mulyana, 2005: 197) mengemukakan enam unsur budaya yang secara langsung mempengaruhi persepsi ketika berkomunikasi dengan orang dari budaya lain, yakni:

- Kepercayaan (*beliefs*), nilai (*values*), dan sikap (*attitudes*)
- Pandangan dunia (*worldview*)
- Organisasi sosial (*social organization*)
- Tabiat manusia (*human nature*)
- Orientasi kegiatan (*activity orientation*)
- Persepsi tentang diri dan orang lain (*perception of self and others*)

#### **10. Teori tentang Kepercayaan**

Badudu Zain (1994:1040) mengatakan tentang kepercayaan, bahwa “Kepercayaan adalah meletakkan kepercayaan atau memberikan kepada seseorang untuk menjaga, memelihara, menyimpan, merahasiakan dan sebagainya”. Masyarakat sebagai salah satu bagian dari pelaku ekonomi, dengan perkembangan yang terjadi di masyarakat sebagai akibat perkembangan dari teknologi informasi, telah mempengaruhi perilakunya sebagai pelaku ekonomi. Seperti halnya yang diungkapkan oleh Soemitro Djojohadikusumo (1991) bahwa “..dalam proses pengambilan keputusan para pelaku ekonomi mengandalkan pengalaman dan pengetahuannya dari masa lalu dan masa kini, perkiraan-perkiraan yang akan terjadi di masa mendatang ditambah dengan segenap informasi data yang sekarang tersedia”. Dengan demikian dapat disimpulkan

bahwa informasi yang tersedia tentang kondisi masyarakat, dapat mempengaruhi keputusan yang akan diambil yang berkaitan dengan dengan kepercayaannya kepada pihak pemberi informasi.

Perilaku seseorang pada saat tertentu biasanya ditentukan oleh kebutuhan yang paling kuat, yaitu rasa aman. Kerangka kekuatan kebutuhan manusia telah dikembangkan oleh Abraham Maslow, yang dikenal dengan Hirarki Kebutuhan Maslow – fisiologis, rasa aman, sosial, penghargaan dan perwujudan diri. Dikatakan bahwa *“Kebutuhan rasa aman yang berada pada alam sadar cukup jelas dan sangat umum diantara semua orang pada umumnya”*. Sedangkan Paul Hersey mengutip pendapat dari Soul W. Gellerman (1992:36) dikatakan bahwa *“Semua orang memiliki keinginan untuk terbebas dari bahaya yang mengancam kehidupannya, yaitu kecelakaan, peperangan dan ketidakpastian ekonomi”*. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa setiap individu maupun kelompok sangat membutuhkan rasa aman, tanpa kecuali kebutuhan rasa aman yang diberikan oleh ATV terhadap pemirsanya.

### BAB III

## METODE PENELITIAN

### I. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang diartikan sebagai upaya untuk memberi suatu uraian deskriptif mengenai suatu kolektivitas dengan syarat bahwa representativitas terus terjamin (Vredenberg, 1994). Selanjutnya metode penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku yang dapat diamati dari orang-orang (subyek) penelitian (Bogdan and Taylor, 1975: 21).

Menurut Ary, Jacobs dan Razavieh (1991), bahwa penelitian kualitatif dirancang untuk mendapatkan informasi tentang status gejala, diarahkan untuk menentukan sifat situasi pada saat penelitian dilakukan. Penelitian kualitatif pada umumnya tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis, tujuannya untuk mendeskripsikan variabel atau kondisi apa yang ada pada situasi tertentu. Demikian pula dalam penelitian ini berusaha menguraikan secara rinci tentang Peranan ATV dalam peranannya sebagai mediasi pembangunan agribisnis.

Penelitian yang dipergunakan adalah jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Adapun definisi penelitian kualitatif menurut Bogdan dan Taylor adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2000: 3).

Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu obyek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran atau suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskriptif, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki (Nazir, 1988: 63).

## 2. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (1999: 2) variabel merupakan gejala yang menjadi fokus penelitian untuk diamati. Sedangkan menurut Kerlinger (1993: 49) sebuah variabel didefinisikan sebagai simbol atau lambang yang padanya kita letakkan bilangan atau nilai. Variabel juga dikatakan sebagai suatu konsep yang mempunyai variabilitas (Latipun, 2002: 40). Suatu konstruk yang bervariasi atau yang dapat memiliki bermacam nilai tertentu.

Adapun variabel-variabel dalam penelitian ini sebagai berikut;

- Pendsikripsian program siaran Agropolitan TV oleh masyarakat
- Tanggapan dan respon masyarakat terhadap program siaran Agropolitan TV.
- Pemanfaatan program siaran Agropolitan TV oleh masyarakat.

## 3. Lokasi dan Situs Penelitian

Dalam penentuan lokasi, diperlukan beberapa pertimbangan oleh peneliti, seperti yang dikemukakan oleh Moleong ,

Cara terbaik yang perlu ditempuh dalam penentuan lapangan penelitian ialah dengan jalan mempertahankan teori substantif, pergilah dan jajakilah lapangan untuk melihat apakah terdapat kesesuaian dengan kenyataan yang berada di lapangan. Keterbatasan

geografis dan praktis seperti waktu, biaya, tenaga, perlu pula dijadikan pertimbangan dalam penentuan lokasi penelitian (Moleong, 1994: 8).

Berdasarkan acuan tersebut maka penelitian ini mengambil lokasi di Kota Batu dan untuk mendapatkan data primer peneliti mengfokuskan di Stasiun Televisi ATV yang teletak di jalan Sultan Agung No.09 kota Batu. Adapun alasan pemilihan lokasi karena keterbatasan atau kemampuan peneliti dalam hal waktu, juga didasarkan atas dasar pertimbangan bahwa ATV didirikan untuk mendukung Program Pemerintah Kota Batu yang menitikberatkan pada pembangunan berbasis pertanian, sehingga program siaran stasiun ATV layak dijadikan data dalam penelitian ini.

#### 4. Sumber Data

Nasution (1988) mengemukakan: Dalam penelitian naturalistik yang dijadikan sampel hanyalah sumber yang dapat memberi informasi. Sampel dapat berupa hal, peristiwa, manusia, situasi yang diobservasi.

Lofland and Lofland (Moleong, 1994) mengemukakan “Sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.

1. *Key informan*. Informan awal dipilih secara purposif (*purposive sampling*).

Hal ini dimaksudkan untuk memilih informan yang benar-benar relevan dan kompeten dengan masalah penelitian sehingga data yang diperoleh dipergunakan untuk membangun teori. Sedangkan informan selanjutnya diminta kepada informan awal untuk menunjuka orang lain yang dapat

memberikan informasi, dan kemudian informan ini diminta pula untuk menunjuk orang lain yang dapat memberi informasi, dan seterusnya. Cara ini lazim disebut “*snowball sampling*” yang dilakukan secara serial atau berurutan. Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai informan awal (sumber informasi) adalah Kepala Kantor Komunikasi dan Informasi Kota Batu. Sedangkan informan selanjutnya adalah Kepala Penyiaran dan Program Stasiun Televisi ATV.

2. *Peristiwa*. Berbagai peristiwa atau situasi sosial yang diobservasi dan berkaitan dengan masalah atau fokus penelitian. Peristiwa-peristiwa yang diobservasi dikemukakan pada tehnik pengumpulan data.

## 5. Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif, instrumen utama ialah peneliti sendiri seperti yang dikemukakan oleh Nasution (1988) mengemukakan “Pada awal penelitian, penelitilah alat satu-satunya.

Dari penelitian ini tehnik pengumpulan data, baik data Primer maupun Sekunder digunakan tehnik-tehnik sebagai berikut:

- a *Interview* yaitu wawancara yang dilakukan untuk memperoleh informasi yang relevan dengan permasalahan yang ingin dipecahkan dalam penelitian. Data yang diperoleh merupakan data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari informan.
- b *Observasi*, yaitu pengamatan terhadap tanggapan, sikap dan pemikiran dari kelompok sasaran terhadap upaya-upaya yang dilakukan oleh para informan.

- c *Dokumentasi*, yaitu menjalin dan merekam berbagai dokumen yang terkait dengan penelitian melalui berbagai sumber. Data yang diperoleh merupakan data sekunder yaitu data mengenai program acara ATV Batu, jam tayang masing-masing program, dan sasaran pemirsa.
- d *Angket*, yaitu sejumlah pertanyaan yang disusun dan diberikan kepada responden untuk memperoleh gambaran sikap responden terhadap variabel yang diteliti. Data yang diperoleh dari angket ini untuk memberikan gambaran pemanfaatan siaran ATV oleh masyarakat.

Angket yang diberikan kepada responden mempunyai 4 alternatif jawaban; jawaban (a) bernilai 5; jawaban (b) bernilai 4; jawaban (c) bernilai 3; jawaban (d) bernilai 2; dan jawaban (e) bernilai 1.

## 6. Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan sejak awal dan sepanjang proses penelitian berlangsung. Dalam penelitian ini, digunakan analisis data kualitatif *Model Alir* (Miles dan Huberman, 1992) dengan prosedur Reduksi data, Penyajian data, Verifikasi data/penarikan kesimpulan.

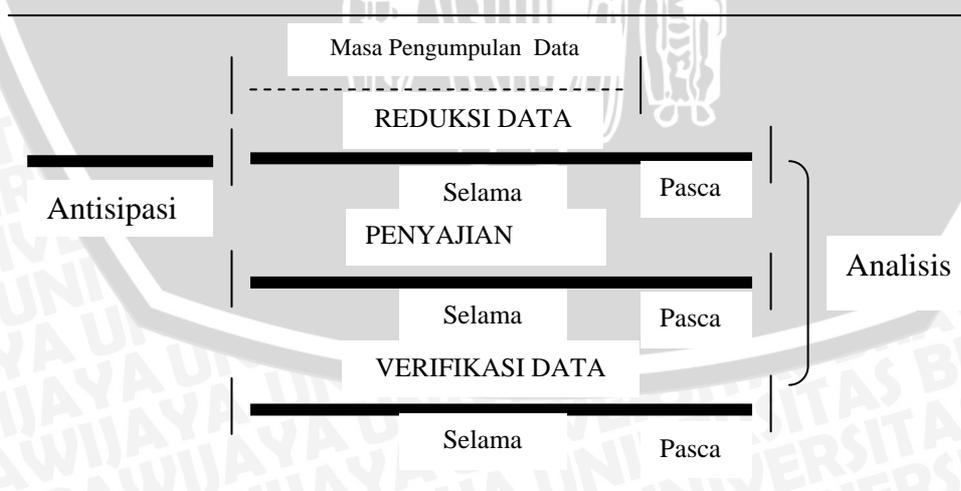
- a Reduksi Data, diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan.
- b Penyajian Data, diartikan sebagai sekumpulan informasi yang tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Alasan yang mendasar dilakukan tahap ini adalah manusia tidak cukup mampu sebagai pemroses informasi yang besar jumlahnya;

kecenderungan kognitifnya adalah menyederhanakan informasi yang kompleks ke dalam satuan bentuk (*Gestalt*) yang disederhanakan dan seleksi atau konfigurasi yang mudah dipahami sehingga semua data dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun ke dalam bentuk yang padu untuk memahami fenomena yang ada dibandingkan dengan teori, dan yang perlu dipahami langkah ini juga merupakan kegiatan reduksi data.

- c Verifikasi Data, adalah proses mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin terjadi, alur sebab-akibat, dan proposisi peneliti. Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung.

Adapun gambar analisis Model Alir menurut Miles dan Huberman adalah sebagai berikut:

**Gambar 4**  
**Komponen-komponen**  
**ANALISIS DATA MODEL ALIR**



Sumber: Miles dan Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, 1992

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Umum ATV (Agropolitan Televisi)

##### 4.1.1 Data dan Potensi Kota Batu

Perkembangan dan pertumbuhan kota yang seiring dengan tumbuh dan berkembangnya tuntutan-tuntutan dari masyarakat untuk menciptakan menegemen pemerintahan, pembangunan dan pemberdayaan masyarakat yang mengarah kepada pemerintahan yang bersih, berwibawa baik (*good governance*) dan pemerintahan yang bersih, berwibawa dan bertanggungjawab (*clean governance*), menuntut Pemerintahan Kota Batu untuk menyelenggarakan manajemen pemerintahan, pembangunan dan pemberdayaan masyarakat yang lebih akomodatif dan aspiratif serta selaras dan seiring dengan perkembangan masyarakat.

Kota Batu yang dulunya merupakan Kota Administratif dan bagian dari wilayah Kabupaten Malang. Dengan adanya UU otonomi di tahun 1999 ini, Batu yang banyak memiliki potensi dan peluang untuk cepat berkembang sejajar dengan kota-kota yang ada di Indonesia tidak membuang kesempatan ini untuk dapat memaksimalkan pembangunan yang ada di Kota Batu sendiri.

#### 1. Wilayah Perencanaan Kota Batu

Ruang lingkup wilayah perencanaan adalah seluruh wilayah administrasi Kota Batu, terdiri dari 3 kecamatan dan 23 Kelurahan/Desa dengan perincian sebagai berikut :

**Tabel 3**  
**Wilayah Perencanaan Kota Batu**

No.	KECAMATAN	KELURAHAN/DESA	JUMLAH	
			RW	RT
1	2	3	5	4
1	Kecamatan Batu	Desa Oro-Oro Ombo	36	13
		Kelurahan Temas	52	10
		Kelurahan Sisir	78	13
		Kelurahan Ngaglik	78	15
		Desa Pesanggrahan	65	13
		Kelurahan Songgokerto	28	9
		Desa SumberereJo	26	5
		Desa Sidomulyo	50	12
2	Kecamatan Junrejo	Desa Tlekung	29	5
		Desa Junrejo	33	9
		Desa Mojorejo	20	8
		Desa Torongrejo	33	6
		Desa Beji	24	6
		Desa Pendem	50	12
		Desa Dadaprejo	30	8
3	Kecamatan	Desa Pandanrejo	54	9
		Desa Bumiaji	36	12
		Desa Bulukerto	25	4
		Desa Gunungsari	73	10
		Desa Punten	35	8
		Desa Tulungrejo	89	19
		Desa Sumbergondo	17	3
		Desa Giripumo	78	12

**A. Sumber: Kecamatan Dalam Angka**

**2. Sumber Mata Air di Kota Batu**

Sumber mata air di Kota Batu yang dimanfaatkan oleh PDAM Kota Batu sebagai sumber air bersih, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4**  
**Sumber Mata Air di Kota Batu**

No.	MATA AIR	L O K A S I	DEBIT PASANG (it/dk)	DEBIT SURUT (it/dk)
1	Gemulo	Berada di perbatasan Desa Bulukerto dengan Desa Sidomulyo, Kecamatan Bumiaji	179	160
2	Banyuning	Berada di Desa Punten, Kecamatan Bumiaji	1791250	1601199
3	Ngesong	Berada di Desa Punten, Kecamatan Bumiaji.	161	112
4	Binangun	Berada di Dosa Bumiaji Kecamatan Bumiaji	190/440	180/430
5	Darmi	Berada di Desa Oro-oro Ombo Kecamatan Batu	120	90
6	Kasinan	Berada di Desa pesanggrahan Kec. Batu	30	18

Sumber : Badan Perencanaan Kota Batu/RTRW Kota Batu

### 3. Kawasan Rawan Bencana di Kota Batu

Kawasan rawan bencana erosi/tanah longsor dan banjir lumpur, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 5**  
**Kawasan Rawan Bencana di Kota Batu**

No.	LOKASI	PEMANFAATAN RUANG	LATAR BELAKANG BENCANA
1	2	3	4
1	Kota Batu Bagian Utara - Kawasan Sumber Brantas dan Sidorejo Desa Tulungrejo terutama sekitar Gunung Tunggangan - Kawasan Gunung Rawung - Kawasan Gunung Welirang yang masih aktif dan Gunung Arjuno	Untuk tanaman hortikultura jenis sayur Mayur, permukiman Industri Pertanian sayur mayur -	Penggundulan hutan Penggundulan hutan Penggundulan hutan
2	Kota Batu Bagian Selatan - Kawasan Gunung Panderman yaitu Dusun Toyomerto, Oro-oro Ombo Gangsiran Putuk Desa Tlekun	Pertanian sayur, tanaman Pangan dan kegiatan pemukiman terutama villa	Penggundulan hutan
3	Kota Batu Bagian Barat - Kawasan Gunung Kerumbung clan Gunung Prenteng yang ada di Kungkuk, Ngabruk, Pagersari, Brumbung, Jantur. - Kawasan berlereng di sekitar Kitiran yaitu Dusun Brau, Claket Gunungsari - Kawasan berlereng di Santrian dan Sumberejo - Kawasan beriereng di Songgoriti Flamboyan - Kawasan sekitar jalan payung	- Perumahan (Bukit Pemukiman serta villa (Villa Bukit Cemara dan sekitarnya Digunakan sebagai pusat kegiatan Pedagang Kaki Lima (PKL)	Penggundulan hutan dan kerapatan hutan yang ada Penggundulan hutan dan kerapatan hutan berkurang Penggundulan hutan Penggundulan hutan Kondisi topografi yang terjal, perambahan hutan, dan menjamunya PKL
4	Goa Batu Bagian Timur - Kawasan berlereng sekitar Gunung Ukir dan sekitar Sungai Brantas.	Pemukiman	Kurang ditanami tanaman keras

Sumber : Badan Perencanaan Kota Batu IRTRW Kota Batu

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



#### 4. Sumber Mata Air Produktif

Jumlah sumber mata air produktif yang ada di Kota Batu, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 6**  
**Jumlah dan Sumber Mata Air Produktif**

NO	NAMA MATA AIR	DESA/KELURAHAN	KECAMATAN	DEBIT AIR (L/dt)	
				PASANG	
1	2	3	4	5	6
1	Sumber Brantas I	Tulungrejo	Bumiaji	2	1
2	Sumber Brantas II	Tulungrejo	Bumiaji	20	15
3	Sumber Brantas III	Tidungrejo	Bumiaji	25	17
4	Nget	Tulungrejo	Bumiaji	15	10
5	Sumber Rejeki	Tulungrejo	Bumiaji	15/20	10/18
6	Pstung Amplok I	Tulungrejo	Bumiaji	30	20
7	Petung Amplok II	Tulungrejo	Bumiaji	12	8
8	Jeblokan	Tulungrejo	Bumiaji	27	18
9	Kalong	Tulungrejo	Bumiaji	65	39
10	Dompyong	Tulungrejo	Bumiaji	30	18
11	Jobranti I dan II	Tulungrejo	Bumiaji	18/17	13/15
12	Sumber Sari	Tulungrejo	Bumiaji	6/2	4/1
13	Krecek	Tulungrejo	Bumiaji	8/5	6/4
14	Biru	Tulungrejo	Bumiaji	-	-
15	Mulyo	Tulungrejo	Bumiaji	3	5
16	Ngesong I	Punten	Bumiaji	60	40
17	Ngesong II	Punten	Bumiaji	30	21
18	Ngesong III	Punten	Bumiaji	71	51
19	Lodengkol	Punten	Bumiaji	65	59
20	8letok	Punten	Bumiaji	39	25
21	Banyuning	Punten	Bumiaji	179/250	160/199
22	Preteng	Punten	Bumiaji	35	23
23	Gemulo	Punten	Bumiaji	179	160
24	Gringsing	Gunungsari	Bumiaji	40	28
25	Belik Bel	Gunungsari	Bumiaji	5	3
26	Petung Kobong	Gunungsari	Bumiaji	20	12
27	Sumberan	Gunungsari	Bumiaji	15	10
28	Gabes	Sumbergondo	Bumiaji	2	1
29	Pusung Lading	Bulukerto	Bumiaji	1	0.4
30	Brukan	Bulukerto	Bumiaji	1.5/2	0.5/1
31	Watu Gupit	Bulukerto	Bumiaji	2	1
32	Cinde	Burniaji	Bumiaji	69/67	56
33	Bak Gede	Burniaji	Bumiaji	30	26
34	Areng-areng	Burniaji	Bumiaji	89	70
35	Ketohan	Burniaji	Bumiaji	38	29
36	Torong Miri	Burniaji	Bumiaji	35	30
37	Binangun	Bumiaji	Bumiaji	190/440	180/430
38	Mid Ampel I	Bumiaji	Bumiaji	33	29
39	Bung Kaji	Burniaji	Bumiaji	5	3
40	Wuluh/CRH Krikil	Burniaji	Bumiaji	3	2
41	Royan	Pandanrejo	Bumiaji	30	28
42	Dandang II	Giripurwo	Bumiaji	33	24
43	Bendo	Giripurwo	Bumiaji	10	7

Sumber: Dinas Infokom Kota Batu

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



## 2. KEBIJAKAN PEMERINTAH KOTA BATU

### 2.1 Visi Pembangunan Kota Batu

Dalam rangka merealisasikan Pembangunan Kota Batu, maka melalui proses penggalangan aspirasi masyarakat, ditetapkan visi : "Batu, Agropolitan bernuansa Pariwisata dengan Masyarakat Madani".

### 2.2 Misi Pembangunan Kota Batu

Guna mewujudkan visi pembangunan Kota Batu tersebut, maka dibutuhkanlah misi pembangunan Kota Batu. Adapun misi pembangunan Kota Batu yang telah ditetapkan melalui proses penggalangan aspirasi masyarakat meliputi:

1. Peningkatan iman dan taqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa serta pengamalan Pancasila secara konsisten dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara menuju masyarakat yang madani ;
2. Peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM), yang ditandai dengan meningkatnya kualitas pendidikan, kesehatan, ketrampilan dan penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) guna menghadapi era globalisasi serta mengelola sumber daya alam berbasis pada pertanian dan pariwisata yang berwawasan lingkungan ;
3. Pengembangan sistem ekonomi kerakyatan yang selaras dengan berkembangnya dunia usaha melalui kemitraan usaha ekonomi lemah dengan industri pariwisata dan pertanian dalam rangka meningkatkan pertumbuhan ekonomi, pendapatan, masyarakat serta mengurangi kesenjangan sosial ekonomi maupun kemiskinan dan pengangguran;

4. Perwujudan pelayanan prima pada masyarakat, yang meliputi penyediaan utilitas, kemudahan perijinan dan fasilitas umum lainnya
5. Perwujudan kehidupan sosial yang dinamis dan berkembangnya seni budaya serta olah raga untuk menunjang pariwisata daerah;
6. Perwujudan kelestarian lingkungan hidup dan terkendalinya tata ruang wilayah ;
7. Perwujudan peningkatan kualitas kehidupan berpolitik yang demokratis dan dewasa serta penegakan hukum dan hak asasi manusia ;
8. Perwujudan Pemerintahan yang baik dan bersih (Good Governance)
9. Perwujudan keamanan dan ketertiban masyarakat.

### **2.3 Tujuan Pembangunan Kota Batu**

Tujuan pembangunan Kota Batu adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan pemahaman dan pengalaman ajaran agama serta kerukunan hidup beragama.
2. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia masyarakat dan aparatur pemerintah.
3. Meningkatkan pengelolaan Sumber Daya Alam berkelanjutan.
4. Meningkatkan pemerataan kesempatan kerja dan berusaha bagi masyarakat melalui pengembangan sistem ekonomi kerakyatan.
5. Memperluas kesempatan memperoleh pendidikan dan pelayanan kesehatan yang berkualitas.
6. Menciptakan keunggulan kompetitif dibidang pariwisata.

7. Meningkatkan kesadaran demokrasi serta penegakan hukum dikalangan masyarakat dan aparatur pemerintah.

#### 2.4 Dasar Hukum

Kota Administratif Batu dibentuk atas dasar Peraturan Pemerintah Nomor 12 / 1993 dan diresmikan pada tanggal 6 Maret 1993, alasan Filosofi pembentukan :

- a. Pendekatan Pelayanan Masyarakat ;
- b. Penataan dan pengembangan wilayah (termasuk, satuan wilayah pembangunan) ;
- c. Merupakan Kota strategis, dalam arti Batu merupakan Kota di Jatim yang berfungsi sebagai tujuan wisata regional dan nasional maupun internasional ;
- d. Kesatuan perekonomian agrobisnis antar kota (Kediri, Surabaya, Jombang, Blitar) ;
- e. Pendekatan sosiopolitis karena Kota Batu merupakan pengembangan pemerintahan, tempat tokoh-tokoh masyarakat/politik dan seniman.

#### 2.5 Usulan Kotif Menjadi Kota Madya

Usulan kotif menjadi Kota Madya didukung oleh beberapa hal, antara lain :

- a Surat Bupati Malang kepada Gubernur Jatim, tanggal 11 April 1995 Nomor : 135/811/429.011/05;
- b Persetujuan DPRD Kabupaten Malang tanggal 10 April 1995 Nomor : 02/SK/1995

- c Surat Pembantu Gubernur di Malang ke Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Jatim, tanggal 6 Juni 1996 Nomor : 135/427.2/95 ;
- d Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2001 tentang Penetapan Jumlah dan Tata Cara Pengisian Keanggotaan DPRD Propinsi dan 'Kabupaten/Kota yang baru dibentuk setelah Pemilu Tahun 1999 (12 Januari 2001) ;
- e Keputusari Menteri Dalam Negeri dan Otonomi Daerah Nomor 12 Tahun 2001 tentang Petunjuk Pelaksanaan Pelaksanaan Penetapan Jumlah dan Tata Cara Pengisian Keanggotaan DPRD Propinsi dan Kabupaten / Kota yang dibentuk setelah Pemilihan Umum 1999 (28 Pebruari 2001) ;
- f Undang-undang Nomor 11 Tahun 2001 tentang Pembentukan Kota Batu (21 Juni 2001).

## **2.6 Sasaran Pembangunan Kota Batu**

Sasaran Pembangunan Kota Batu sebagai berikut:

- a Meningkatnya kualitas keimanan dan ketaqwaan kepada Tuhan Yang Esa.
- b Meningkatnya kualitas sumber daya manusia masyarakat dan aparatur pemerintah.
- c Menurunnya tingkat Degradasi Sumber Daya Alam demi terciptanya kualitas lingkungan hidup yang seimbang.
- d Terciptanya kesempatan kerja dan berusaha guna meningkatkan pendapatan masyarakat.
- e Terciptanya penegakan supremasi hukum dan kehidupan politik yang demokratis.

- f Terciptanya pelayanan prima kepada masyarakat.
- g Berkembangnya pariwisata Kota Batu yang berbasis sumber daya lokal.

## **2.7 Strategi / Arah Kebijakan Pembangunan Kota Batu**

Sesuai dengan kondisi yang dihadapi Kota Batu, maka strategi pembangunan Kota Batu ditetapkan menggunakan strategi stabilitas. Adapun yang dimaksud strategi stabilitas adalah melakukan perbaikan-perbaikan internal Kota Batu untuk dapat meraih peluang yang ada.

Perbaikan internal yang harus dilakukan oleh pemerintah sesuai dengan arah kebijakan pembangunan Kota Batu terdiri dari sembilan bidang, yaitu bidang agama, bidang sumber daya manusia, bidang ekonomi, bidang pelayanan masyarakat, bidang sosial, dan budaya, bidang kelestarian lingkungan hidup dan tata ruang, bidang politik, hukum, dan HAM, serta bidang keamanan dan ketertiban masyarakat.

### **2.7.1 Bidang Agama**

- a Meningkatkan keimanan dan taqwa pada Tuhan Yang Maha Esa ;
- b Memantapkan fungsi peran dan kedudukan . agama sebagai landasan moral spiritual dan etika dalam penyelenggaraan pemerintahan di daerah serta masyarakat pada umumnya ;
- c Meningkatkan kualitas pendidikan agama melalui penyempurnaan pendidikan agama sehingga lebih terpadu dan integral dengan system pendidikan ;
- d Meningkatkan peran dan fungsi lembaga-lembaga keagamaan dalam ikut mengatasi dampak perubahan yang terjadi dalam semua aspek kehidupan

untuk memperkokoh jati diri dan kepribadian bangsa serta memperkuat kerukunan hidup bermasyarakat, berbangsa dan bernegara;

- e Memantapkan kehidupan beragama untuk menjaga pengaruh negatif budaya asing menuju masyarakat yang madani.

### **2.7.2 Bidang Sumber Daya Manusia**

- a Meningkatkan kualitas pendidikan dengan mengembangkan kurikulum, kualitas tenaga pendidik dan menyediakan prasarana serta sarana pendidikan maju ;
- b Meningkatkan kesehatan masyarakat melalui mutu pelayanan prima, kualitas tenaga medis serta mewujudkan standar prasaranasarana kesehatan ;
- c Mengembangkan ketrampilan yang berkualitas sesuai dengan kebutuhan, untuk mengelola potensi sumber daya alam dalam rangka mengurangi pengangguran dan menggerakkan perekonomian daerah ;
- d Mengemhangkan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) didalam menghadapi era globalisasi dan untuk mengelola potensi sumber daya alam pada pertanian dan pariwisata yang berwawasan lingkungan ;

### **2.7.3 Bidang Ekonomi**

- a Mengurangi jumlah penduduk miskin, pengangguran dan kesenjangan sosial-ekonomi ;
- b Mendorong pertumbuhan investasi di sektor pertanian, pariwisata dan industri kecil/kerajinan dan jasa perdagangan ;
- c Meningkatkan produksi pertanian dan mengembangkan produk unggulan sesuai dengan potensi wilayah ;

- d Mengatur, membangun dan memelihara jaringan irigasi dan sumber air;
- e Mengembangkan dan menata agrowisata secara terpadu berbasis pada kelestarian lingkungan hidup ;
- f Mensinergikan antara usaha ekonomi lemah, koperasi dengan dunia usaha (pariwisata) ;
- g Meningkatkan dan mengembangkan produk-produk lokal sesuai dengan standar mutu ;
- h Meningkatkan kinerja lembaga koperasi untuk mendorong usaha ekonomi lemah ;
- i Menata dan meningkatkan kualitas pedagang kaki lima dan usaha kecil lainnya ;
- j Membangun prasarana dan sarana perekonomian seperti : pasar, terminal agribisnis dan fasilitas perkreditan (permodalan) serta informasi pertanian ;
- k Membangun dan mengembangkan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) secara professional dalam rangka mengelola aset daerah yang strategis.

#### **2.7.4 Bidang Pelayanan Masyarakat**

- a Mengembangkan dan meningkatkan pelayanan air bersih dengan mengoptimalkan pemanfaatan sumber air yang berwawasan lingkungan
- b Menata pertamanan dan meningkatkan pelayanan kebersihan dengan didukung sarana dan prasarana yang memadai ;
- c Menata dan membangun drainase kota secara terpadu ;
- d Mengatur dan mengembangkan pelayanan transportasi terkait dengan pengembangan wilayah dan kemudahan distribusi barang dan jasa dalam kota

maupun antar daerah sekitarnya dengan didukung sarana dan prasarana transportasi yang memadai ;

- e Menata dan memperbaiki kawasan permukiman kumuh ;
- f Meningkatkan pelayanan prima pada fasilitas listrik dan telekomunikasi ;
- g Membangun Unit Pelayanan Terpadu (UPT) bidang perijinan dan pelayanan administrasi kependudukan.

#### **2.7.5 Bidang Sosial dan Budaya**

- a Mengendalikan pertumbuhan dan persebaran penduduk.
- b Meningkatkan kepedulian terhadap masalah sosial perkotaan anak terlantar, anak jalanan, kenakalan remaja dan bahaya Narkoba.
- c Meningkatkan kedudukan dan peran perempuan dalam rangka mewujudkan kesetaraan dan keadilan gender.
- d Mengembangkan kebebasan berkreasi dalam seni dan budaya daerah.
- e Mengembangkan kegiatan olah raga sebagai sarana mendorong pertumbuhan wisata olah raga.

#### **2.7.6 Bidang Kelestarian Lingkungan Hidup dan Tata Ruang**

- a Merehabilitasi dan mengendalikan kawasan hutan secara terpadu dan berbasis partisipasi masyarakat.
- b Merehabilitasi dan mengendalikan pemanfaatan sumber air.
- c Merehabilitasi dan mengendalikan DAS Brantas.
- d Penyusunan penataan ruang perkotaan yang konferensif mulai dari perencanaan, pemanfaatan dan pengendaliannya.

- e Penyusunan penataan ruang kawasan pertanian (agropolitan) dan kawasan wisata.

### **2.7.7 Bidang. Politik, Hukum dan HAM**

- a Meningkatkan pendidikan politik secara intensif dan komprehensif pada masyarakat untuk mewujudkan budaya politik yang demokratis, dewasa dan menghormati keberagaman aspirasi.
- b Meningkatkan wawasan dan kesadaran masyarakat di bidang hukum dan HAM serta mengoptimalkan pelaksanaan peraturan daerah.

### **2.7.8 Bidang Pemerintahan**

- a Meningkatkan kualitas dan kuantitas sumber daya aparatur pemerintahan dan melengkapi prasarana-sarana perkantoran yang memadai untuk mewujudkan pelayanan prima.
- b Mengoptimalkan pengelolaan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah, seperti : meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD), mengoptimalkan belanja publik dan belanja aparatur.
- c Menyelenggarakan pembangunan berbasis partisipasi masyarakat (pemberdayaan masyarakat) secara efektif dalam kegiatan pembangunan daerah.
- d Membangun standar sistem prosedur manajemen pemerintahan menuju pemerintahan yang baik dan bersih (*Good Governance*)

### 2.7.9 Bidang Keamanan Dan Ketertiban Masyarakat

- a Meningkatkan dan mengendalikan keamanan dan ketertiban masyarakat.
- b Memberdayakan masyarakat pada kegiatan keamanan dan ketertiban masyarakat melalui kegiatan sistem keamanan lingkungan

## 3. DATA DAN POTENSI KOTA BATU TAHUN 2005 ;

### 3.1 Data dan Potensi Berdasarkan Geografis

#### a Letak Geografis

Secara geografis Kota Batu terletak pada posisi antara  $7^{\circ}44'S5,11''$  sampai dengan  $8^{\circ}26'35,45''$  Lintang Selatan dan  $122^{\circ}17'10,90''$  sampai dengan  $122^{\circ}57'00,00''$  Bujur Timur. Kota Batu merupakan salah satu bagian Wilayah Propinsi Jawa Timur, mempunyai luas  $202,800 \text{ km}^2$  atau sama dengan 20.280 ha, yang terbagi dalam 3 kecamatan (Dinas Kependudukan, Catatan Sipil dan Tenaga Kerja Kota Batu 2003) yaitu :

- Kecamatan Batu :  $46,377 \text{ Km}^2$  (22,87%)
- Kecamatan Bumiaji :  $130,189 \text{ Km}^2$  (64,20%)
- Kecamatan Junrejo :  $26,234 \text{ Km}^2$  (12,93%)

Jumlah penduduk di Kota Batu tahun 2003 sebesar 166,948 jiwa terdiri dari laki-laki sebanyak 83.145 jiwa dan wanita sebanyak 83.803 jiwa, dengan Kepala Keluarga sebesar 43.336 KK.

Jumlah Kewarganegaraan di Kota Batu terbagi atas Warga Negara

Indonesia sebanyak 166.882 jiwa dan Warga Negara Asing sebanyak 66 jiwa.

Mutasi penduduk yang terjadi di Kota Batu adalah :

- Lahir = 2.688 jiwa, Mati = 1.020 jiwa
- Pindah = 1.625 jiwa, Datang = 3.13 jiwa

Kota Batu berbatasan dengan (Bagian Pemerintahan dan Dinas Pertanian

Kota Batu 2004) :

- Sebelah Selatan : Kecamatan Dau Kabupaten Malang, Kecamatan Wagir Kabupaten Malang, Gunung Panderman (2.010 m) dan Gunung Srandil
- Sebelah Barat : Kecamatan Pujon Kabupaten Malang
- Sebelah Timur : Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang dan Kecamatan Dau Kabupaten Malang :Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto dan Kecamatan Prigen Kabupaten Pasuruan, Gunung Arjuno (3.339 m), Gunung Kembar dan Gunung
- Sebelah Utara

Sumber data: Dinas Infokom, 28 Februari 2007.

Dari peta rupa bumi, Kota Batu membentuk cekungan karena dikelilingi oleh gunung-gunung dan perbukitan sehingga rawan terjadi bencana longsor/erosi dan banjir jika alam yang sudah terbentuk tidak dilindungi dan dilestarikan.(Dinas Pertanian Kota Batu 2004).

Wilayah Administratif Kota Batu terbagi menjadi 3 (tiga) wilayah Kecamatan terdiri atas (Bagian Pemerintahan Setda Kota Batu) 19 (sembilan belas) Desa, 67 Dusun (enam puluh tujuh) dan 4 (empat) Kelurahan. Dari ketiga wilayah Kecamatan yang ada di Kota Batu Kecamatan Bumiaji memiliki lahan yang paling luas yaitu 130,189 km<sup>2</sup>, sedangkan untuk wilayah Kecamatan lainnya

yaitu Kecamatan Batu dan Kecamatan Junrejo memiliki luas wilayah masing-masing adalah 46,377 km<sup>2</sup> dan 26,234 km<sup>2</sup>.

b Keadaan Topografi dan Klimatologi

Keadaan topografi Kota Batu memiliki dua karakteristik yang berbeda, yaitu sebelah utara dan barat merupakan daerah ketinggian yang bergelombang dan berbukit, sedangkan daerah timur dan selatan merupakan daerah yang relatif datar meskipun masih berada pada ketinggian  $\pm$  800 m dari permukaan laut.

Keadaan klimatologi Kota Batu memiliki suhu minimum 14,9-17°C dan suhu maksimum 25,6-27,2°C dengan kelembaban udara sekitar 66-95% dan curah hujan rata-rata 173 mm perbulan dengan hari hujan rata-rata 10 hari perbulan, sehingga Kota Batu tidak memiliki perubahan musim yang drastis antara musim kemarau dan musim penghujan temperatur rata-rata berkisar antara 20°C-24°C temperatur ideal untuk menunjang kegiatan pertanian.

c Keadaan Geologi dan Hidrologi

Struktur tanah di Kota Batu merupakan wilayah yang subur untuk pertanian karena jenis tanahnya merupakan endapan dari sederetan gunung yang mengelilingi Kota Batu.

Kemiringan 0-8' (2.207,21 Ha) merupakan kawasan yang layak untuk kegiatan budidaya pertanian tanaman hortikultura dan tanaman pangan selain kegiatan pemukiman. Kemiringan 8 -15' (2.223,73 Ha) merupakan kawasan yang layak untuk dikembangkan pertanian perkebunan. Kemiringan 15-40° (6329,22 Ha) sebagian besar merupakan kawasan yang dikembangkan hutan produksi dan

hutan lindung. Kemiringan diatas  $40^{\circ}$  (4.493,33 Ha) merupakan kawasan lindung mutlak.

Selain itu di Kota Batu banyak terdapat sungai dan anak sungai, sehingga sedikit kernungkinan terjadinya banjir, apalagi Batu didominasi oleh kawasan non terbangun yang mempunyai fungsi sebagai daerah peresapan air. Ketersediaan air sungai diperoleh dari 5 (lima) buah sungai yang keseluruhannya bermuara pada Sungai Brantas, yang berhulu di Dusun Sumber Brantas Desa Tulungrejo. Selain untuk kebutuhan internal kawasan, hidrologi Kota Batu juga melayani kawasan-kawasan lain di sekitarnya.

Sampai saat ini, wilayah Kota Batu telah diinventarisasi sebanyak 111 sumber mata air produktif yang sebagian dimanfaatkan oleh PDAM Batu, PDAM Kabupaten Malang, PDAM Kota Malang, swasta, masyarakat (HIPPAM) dan irigasi (HIPPA). Pelayanan Perusahaan Air Minum (PDAM) Batu mampu melayani rumah tempat tinggal dan instansi Pemerintah sebanyak 8.574 pelanggan; toko, hotel dan sebagainya sebanyak 290 pelanggan, badan sosial, rumah sakit dan tempat ibadah sebanyak 219 pelanggan dan tempat lain-lain sebanyak 40 pelanggan. Kapasitas maksimum air bersih yang dapat disalurkan sebanyak  $145.398\text{m}^3$ .

Sumber mata air di Kota Batu yang mempunyai debit cukup besar antara lain :

- Mata Air Gemulo
- Mata Air Banyuning
- Mata Air Ngesong

- Mata Air Binangun
- Mata Air Darmi

d Iklim

Seperti halnya daerah lain di Indonesia, Kota Batu mengikuti perubahan putaran 2 iklim, musim hujan dan musim kemarau. Pada Tahun 2002, musim hujan dimulai pada bulan Oktober dan diakhiri pada bulan Mei. Kondisi cuaca Tahun 2002 relatif kering dibandingkan dengan tahun sebelumnya, sebab jumlah curah hujan maupun hari hujan mengalami penurunan. Rata-rata curah hujan pada tahun 2002, tercatat pada pengamatan stasiun Klimatologi Karangploso hanya mencapai 139 mm dengan rata-rata hari hujan sebanyak 112 hari. Sementara pada periode sebelumnya, rata-rata tinggi curah hujan mencapai 154 mm dengan jumlah hari hujan mencapai 152 hari.

Sejalan dengan tingkat kelembaban daerah lainnya di Jawa Timur, tingkat kelembaban udara di Kota batu hampir sama dengan rata-rata daerah lainnya di Jawa Timur yaitu berkisar antara 33 persen (minimum) pada bulan Oktober dan yang tertinggi pada bulan Maret sebesar 98 persen (maksimum).

e Pola Penggunaan Tanah

Jenis tanah yang terdapat di Kota Batu antara lain adalah Alluvial; Andosol dan campuran Andosol-Latosol yang dapat, ditemukan di wilayah (Bagian Pemerintahan Setda Kota Batu Tahun 2003) :

1. Kecamatan Batu pada ketinggian > 700-1200 M.dpl, yang terdiri atas :

- a. Tanah Andosol sebanyak 9,03 %
- b. Tanah Kamisol sebanyak 4,38 %

- c. Tanah Alluvial sebanyak 1,18 %
  - d. Tanah Latosol sebanyak 1,28 %
2. Kecamatan Bumiaji pada ketinggian > 725 - 1600 M.dpl, yang terdiri atas
- a. Tanah Andosol sebanyak 14,7 %
  - b. Tanah Kamisol sebanyak 6,88 %
  - c. Tanah Alluvial sebanyak 1,08 %
  - d. Tanah Latosol sebanyak 2,1 %
3. Kecamatan Junrejo pada ketinggian > 575 - 925 M.dpl, yang terdiri atas:
- a. Tanah Andosol sebanyak 7,52 %
  - b. Tanah Kamisol sebanyak 3,65 %
  - c. Tanah Alluvial sebanyak 0,98 %
  - d. Tanah Latosol sebanyak 1,07 % .

Jenis tanah campuran peralihan latosol dan andosol berasal dari bahan induk tuf fulkan intermediet sampai basis, pH jenis tanah ini umumnya netral sampai agak masam dengan tekstur tanah liat berdebu sampai gembur, permeabilitas sedang hingga cepat dan tahan terhadap erosi. Aspek kedalaman tanah adalah tebal tubuh tanah (solum), diukur dari permukaan tanah sampai lapisan bahan induk. Semakin tebal kedalaman efektif tanahnya pada umumnya akan semakin subur untuk pertanian.

Kedalaman efektif tanah di Kota Batu umumnya <90 cm, sehingga dapat dikatakan daerah yang subur dan cocok untuk pertanian.

### 3. 2 Sejarah Singkat ATV

ATV merupakan satu-satunya televisi milik Instansi Pemerintah yang berdiri di Kota Batu. ATV didirikan sebagai media elektronik yang berfungsi menyampaikan informasi seputar Kota Batu dan hiburan untuk masyarakat Kota Batu dan sekitarnya. ATV pada mulanya didirikan dikarenakan beberapa alasan, antara lain:

#### a Visi dan Misi Dinas INFOKOMPUS

**Visi:** Terwujudnya masyarakat madani yang informatif, komunikatif, aspiratif dan kreatif

- Misi:**
- Meningkatkan kualitas dan kuantitas layanan informasi
  - Menciptakan sumber data base Kota Batu yang aptudate
  - Meningkatkan kualitas informasi yang cepat, tepat dan mudah dipahami
  - Meningkatkan kreatifitas masyarakat melalui layanan informasi
  - Meningkatkan sistem informasi global
  - Meningkatkan minat baca

#### b Tugas dan Fungsi Pokok Dinas INFOKOMPUS

Sebagai jaringan informasi komunikasi untuk pelayanan masyarakat ATV merupakan televisi dibawah pengawasan Dinas Informasi Komunikasi dan Perpustakaan Kota Batu. Dinas ini menganggap bahwa televisi merupakan media yang paling efisien untuk memberikan informasi tentang Kota Batu karena Kota Batu tergolong kota yang baru yaitu kota yang dulu merupakan bagian dari Kota Malang.

Pertimbangan-pertimbangan dinas ini terhadap media lain, antara lain:

- Radio

Tidak semua masyarakat Kota Batu mengikuti semua acara siaran radio

- Internet

Tidak semua masyarakat Kota Batu mampu dan mau mengakses internet.

Menurut survei masyarakat Kota Batu yang bisa mengakses internet hanya sekitar 10%

- Model lama

Yaitu dengan pangarahan dan penyuluhan langsung ke tiap-tiap desa. Tetapi ini dirasa kurang efektif, dikarenakan memerlukan sumber daya manusia yang banyak, sehingga biaya yang dikeluarkanpun banyak.

Akhirnya sewaktu mengajukan untuk pembangunan radio berdasarkan DIPDA (Daftar Isian Profil Daerah) tahun 2002 diajukan pula pembangunan televisi karena televisi dianggap sebagai media yang paling efektif dan efisien untuk menyampaikan informasi seputar Kota Batu dan sekitarnya.

Dalam masa berdirinya ATV, mengalami berbagai permasalahan. Permasalahan ini muncul dari kemampuan dinas ini dari sumber daya manusianya maupun jumlah dana untuk mendirikan sebuah televisi. ATV pada mulanya bernama IK TV yang merupakan singkatan dari INFOKOM televisi. Tapi penamaan tersebut banyak ditentang dari berbagai kalangan, karena mereka menganggap IK TV adalah Imam Kabul televisi.

Setelah mengalami berbagai hearing dengan DPRD akhirnya IK TV diubah menjadi Agropolitan Televisi yang disingkat AP TV. Tapi nama AP TV

itupun ditentang oleh berbagai kalangan dikarenakan dianggap merupakan singkatan dari Andrek Prana televisi. Akhirnya AP TV diubah menjadi ATV (Agropolitan Televisi) yang disahkan pada tanggal 17 Oktober 2003.

Dalam perkembangannya mengalami berbagai kesulitan dan permasalahan, namun mereka yakin ATV mampu menjadi satu-satunya televisi pemerintah Kota Batu yang akan tetap exist berkat kekompakan dan koordinasi yang baik dan solit dari berbagai tim pembangun, pendukung dan pelaksanaannya.

Berbagai program ATV dapat dinikmati oleh pemirsa melalui frekuensi (UHF) 36/591,25 MHz. Saat ini bukan hanya masyarakat Batu saja yang bisa menikmati siaran ATV, melainkan telah mencakup daerah lain disekitar Malang Raya. Tentu saja hal ini merupakan kebanggaan tersendiri yang dirasakan oleh pemerintah dan masyarakat Kota Batu pada umumnya. Sebab sebagai kota yang dilihat dari segi usia masih tergolong balita, sudah berhasil menunjukkan prestasi yang luar biasa.

Berdasarkan Peraturan Walikota Batu Nomor 2 Tahun 2006 yang disahkan pada tanggal 11 Januari 2006 tentang Pembentukan Unit Pelaksana Teknis Daerah pada Dinas Informasi, Komunikasi dan Perpustakaan Kota Batu, saat ini Agropolitan Televisi merupakan lembaga (UPTD) yang berdiri sendiri pada Dinas Informasi, Komunikasi dan Perpustakaan Kota Batu. Pembentukan Unit Pelaksana Teknis Daerah Unit Agropolitan Televisi ini didasarkan pada pertimbangan untuk kelancaran serangkaian tugas dan dinas Informasi, Komunikasi dan Perpustakaan Kota Batu Unit Pelaksana Teknis Daerah Agropolitan Televisi berkedudukan sebagai unsur pelaksana teknis operasional

dinas informasi, komunikasi dan perpustakaan Kota Batu. Unit Pelaksana Teknis Daerah Unit Agropolitan Televisi dipimpin oleh seorang Kepala UPTD yang dalam melaksanakan tugasnya berada di bawah dan bertanggungjawab kepada Kepala Dinas Informasi, Komunikasi dan Perpustakaan Kota Batu.

Meskipun dalam perkembangannya mengalami berbagai kesulitan dan permasalahan, namun pemerintah Kota Batu dan segenap masyarakat yakin ATV mampu menjadi satu-satunya televisi pemerintah Kota Batu yang akan tetap exist berkat kekompakan dan koordinasi yang baik dan solid dari berbagai tim pembangun, pendukung dan pelaksanaannya.

Berbagai program ATV dapat dinikmati oleh pemirsa melalui frekuensi (UHF) 36/591,25 MHz. Saat ini bukan hanya masyarakat Kota Batu saja yang bisa menikmati siaran ATV, melainkan telah mencakup daerah lain disekitar Malang Raya. Tentu saja hal ini merupakan kebanggaan tersendiri yang dirasakan oleh pemerintah dan masyarakat Kota Batu pada umumnya. Sebab sebagai kota yang dilihat dari segi usia masih tergolong balita, sudah berhasil menunjukkan prestasi yang luar biasa.

Unit Pelaksana Teknis Daerah Agropolitan Televisi mempunyai tugas untuk melaksanakan sebagian kewenangan Dinas Informasi, Komunikasi dan Perpustakaan Kota Batu di bidang penyebarluasan informasi melalui media elektronik televisi secara mandiri. Untuk melaksanakan tugas tersebut Unit Pelaksana Teknis Daerah Agropolitan Televisi mempunyai fungsi:

- a. Perumusan rencana program dan kebijakan teknis kegiatan siaran televisi daerah

- b. Melaksanakan koordinasi dan kerjasama dengan instansi terkait di bidang pertelevisian
- c. Pelaksana program televisi
- d. Pengawasan, pengendalian dan pelaporan pelaksanaan tugas
- e. Pelaksanaan urusan ketatausahaan
- f. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas.

Susunan Organisasi Unit Pelaksana Teknis Daerah Agropolitan Televisi terdiri dari :

- a. Kepala Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) Agropolitan Televisi Kota Batu

Kepala UPTD Agropolitan Televisi Kota Batu mempunyai tugas:

- i.* Memimpin dan Mengkoordinasikan pelaksanaan tugas dan fungsi UPTD Agropolitan Televisi Kota Batu
- ii.* Melaksanakan koordinasi dengan pejabat lingkungan Dinas Informasi, Komunikasi dan Perpustakaan Kota Batu
- iii.* Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas Informasi, Komunikasi dan Perpustakaan Kota Batu.

- b. Pelaksana Urusan Tata Usaha

Pelaksana Urusan Tata Usaha mempunyia tugas menyelenggarakan dan mengkoordinasikan bidang administrasi umum yang meliputi penyusunan dan perencanaan program, kegiatan umum, kepegawaian, keuangan, perlengkapan dan pelaporan. Untuk melaksanakan tugasnya, Pelaksana Urusan Tata Usaha mempunyai fungsi:

- i.* Penyusunan rencana program kerja dan anggaran serta pengolahan data dalam rangka penyusunan laporan
  - ii.* Pelaksanaan pembinaan organisasi dan tata laksana
  - iii.* Pelaksanaan administrasi kepegawaian, keuangan dan perlengkapan
  - iv.* Pengelola urusan rumah tangga, surat menyurat dan kearsipan
  - v.* Penyusunan pelaporan pelaksanaan tugas
  - vi.* Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Kepala UPTD
- c.* Sub Unit Program dan Produksi

Sub unit Program dan Produksi mempunyai tugas menyelenggarakan dan mengkoordinasikan bidang program dan produksi yang meliputi penyusunan dan perencanaan program, kegiatan pemberitaan, pemanduan acara, perekaman gambar dan suara, pengeditan dan produksi siaran televisi. Untuk melaksanakan tugasnya, Sub Unit Program dan Produksi mempunyai fungsi:

- i.* Penyusunan rencana program kerja di bidang siaran
- ii.* Pelaksanaan pengambilan gambar dan suara, pengeditan/penyuntingan dan pemberitaan
- iii.* Penjadwalan dan penyiapan program acara
- iv.* Pengkoordinasian proses produksi
- v.* Pengkoordinasian dan pelaksanaan teknis pemanduan acara
- vi.* Pengelolaan sumberdaya pemandu acara, pelaksana produksi, kameramen dan editor/penyunting
- vii.* Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Kepala UPTD

d. Sub Unit Pemasaran

Sub Unit Pemasaran mempunyai tugas menyelenggarakan pelaksanaan strategi pemasaran, promosi media, kehumasan, penjualan program dan penyiapan kerjasama di bidang pemasaran. Untuk melaksanakan tugasnya,

Sub Unit Pemasaran mempunyai fungsi:

- i. Penyusunan rencana program kerja di bidang pemasaran dan kehumasan
- ii. Pelaksanaan strategi pemasaran dan promosi media serta kehumasan
- iii. Pelaksanaan penjualan program acara dan alternatif pemasukan lainnya
- iv. Pelaksanaan administrasi pemasaran
- v. Pengkoordinasian dan penyiapan kerjasama di bidang pemasaran dan promosi media
- vi. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Kepala UPTD

e. Sub Unit Teknik dan Studio

Sub Unit Teknik dan Studio mempunyai tugas menyelenggarakan operasionalisasi siaran televisi, pengelolaan teknik, pengaturan dekorasi serta pengelolaan peralatan. Untuk melaksanakan tugasnya, Sub Unit Teknik dan Studio mempunyai fungsi:

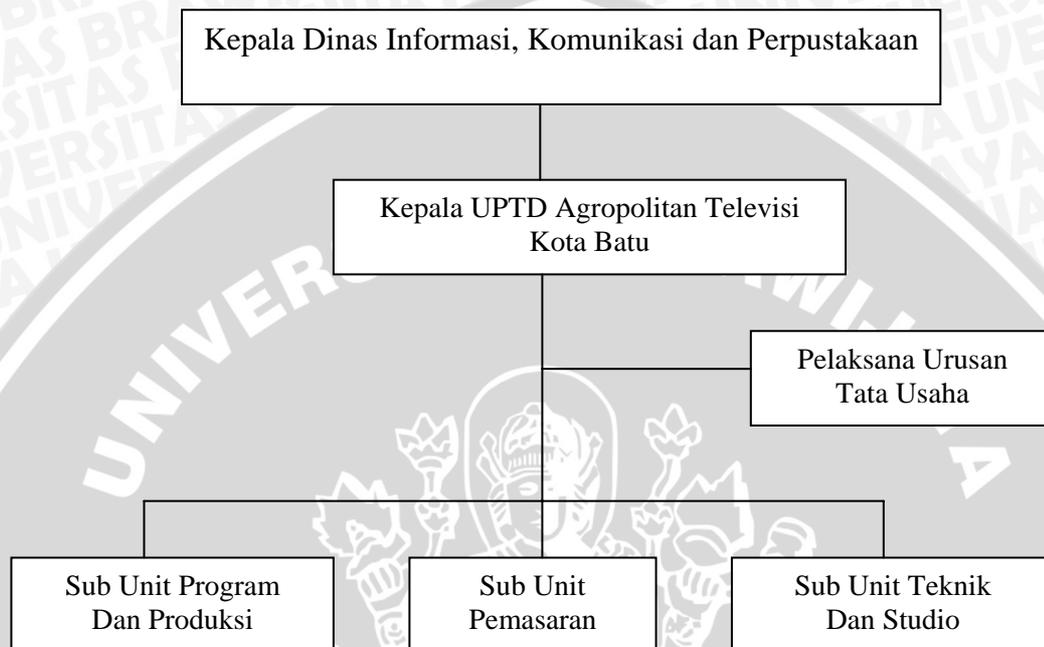
- i. Penyusunan rencana program kerja di bidang teknik dan studio
- ii. Pengkoordinasian dan pelaksanaan siaran televisi
- iii. Pengelolaan perlengkapan dan peralatan studio dan siaran
- iv. Penyusunan pelaporan pelaksanaan tugas
- v. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Kepala UPTD

Dalam melaksanakan tata kerjanya, setiap Kepala UPTD wajib menyusun rencana kerja yang mengacu kepada rencana strategis Dinas Informasi, Komunikasi dan Perpustakaan Kota Batu, serta tugas dan kewenangannya sesuai aturan yang berlaku. Setiap pimpinan di lingkungan UPTD Agropolitan Televisi Kota Batu berkewajiban:

- a. Melaksanakan tugas sesuai dengan uraian tugas yang telah ditetapkan dan bertanggungjawab kepada atasan langsung dengan menyampaikn laporan secara tertulis hasil pelaksanaan tugasnya, dimana setiap laporan dievaluasi sebagai bahan laporan di setiap jenjang jabatan sebagai bahan untuk kebijakan selanjutnya
- b. Memimpin dan memberdayakan bawahan masing-masing dalam rangka pelaksana tugas sehari-hari
- c. Selalu berusaha menerapkan prinsip koordinasi, integrasi, sinkronisasi dan simplikasi baik secara vertikal maupun horisontal.

**Gambar 4**  
**Susunan Organisasi UPTD Agropolitan Televisi**

Pada Dinas Informasi, Komunikasi dan Perpustakaan Kota Batu



Sumber: Dinas Infokom Kota Batu

**c Deskripsi Data**

**1. Subjek Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan subjek penelitian yang bekerja sebagai Ka. UPTD ATV. Tugas keseharian beliau adalah penanggungjawab umum, memimpin dan mengawasi kinerja ATV secara keseluruhan. Subjek dipilih karena menurut pengamatan peneliti, subyek mempunyai wewenang untuk mengeluarkan kebijakan secara umum untuk kemajuan ATV yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi setempat. Melalui observasi yang dilakukan pada Maret 2007, peneliti berusaha memperoleh data dari subjek yang telah dipilih dengan harapan mereka

dapat memberikan informasi tentang apa yang akan dilakukan peneliti. Di sini ada 5 subjek yang akan diteliti, berikut data subjek yang diteliti:

**Tabel 7**  
**Data Subyek**

No	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Pendidikan	Lama Kerja
1.	Drs, Hariadi	45	Laki-laki	S-1	17
2.	Bp. Tanto	43	Laki-laki	SLTA	—
3.	Bp. Yoga	40	Laki-laki	SLTA	5
4.	Bp. Sutikno	52	Laki-laki	SLTA	—
5.	Bp. Kiki	28	Laki-laki	Diploma	—
6.	Sdr. Rahma	19	Perempuan	Pelajar	—

Sumber : Data Hasil Wawancara

#### **d Ringkasan Hasil Wawancara**

##### **1. Drs. Hariadi**

Dari wawancara yang dilakukan diperoleh penjelasan bahwa dasar didirikannya ATV karena Dinas Infokom membutuhkan suatu media untuk mensosialisasikan program-program Pemerintah Kota Batu kepada masyarakat yang bersifat cepat, mudah dan murah. Sasaran pemirsa ATV adalah seluruh lapisan masyarakat baik usia anak, dewasa dan orangtua.

Dengan didirikannya ATV ternyata pembangunan Kota Batu tidak hanya dikenal oleh masyarakat disekitar Malang Raya tetapi juga sampai daerah lain bahkan samapai ke Kalimantan. Hal ini disebabkan ATV sering dijadikan studi banding Dinas Infokom bagi daerah lain seperti Daerah Kutai, Yogyakarta dan lain-lain.

Mengenai isi Program Siaran Stasiun ATV menitikberatkan pada seluruh potensi yang dimiliki Kota Batu, seperti mengangkat profil tempat-tempat wisata, produk sayur mayur, potensi petani apel dan produk jenang apel, pengolahan

kripik apel, serta potensi petani bunga yang jumlahnya cukup banyak. Tidak lupa pula acara-acara hiburan seperti campursari juga ditampilkan. Bagi masyarakat yang ingin mengetahui perkembangan terakhir Kota Batu dan sekitarnya, ATV juga mempunyai program NEWS (berita) yang ditayangkan setiap hari.

## 2. Bp. Tanto

Tugas keseharian Bp. Tanto adalah menjaga toko kecil miliknya sebagai satu-satunya sumber penghasilannya sehari-hari. Bp. Tanto mengaku sering menonton acara-acara yang ditayangkan ATV terutama acara hiburan. Acara yang paling sering ditonton adalah Campursari. Alasannya disamping karena menggemari tembang-tembang Jawa, Bp. Tanto juga ingin melihat temannya muncul pada acara tersebut sebagai pengisi acara.

## 3. Bp. Yoga

Sebagai salah satu karyawan di Kantor Kecamatan, Bp. Yoga mengaku lebih sering menonton acara yang berhubungan dengan pertanian terutama yang membahas tanaman anggrek. Bp. Yoga mengaku punya beberapa tanaman anggrek yang dibudidayakan untuk menambah penghasilan. Sudah lebih dari 1 tahun Bp. Yoga menekuni budidaya anggrek. Awalnya Bp. Yoga mendapat informasi dari salah satu teman yang tinggal di daerah Punten. Dari acara yang ditonton Bp. Yoga mengaku banyak bertambah wawasannya, terutama pengetahuannya terhadap cara budidaya tanaman anggrek. Karena keterbatasan waktu, Bp. Yoga mengaku sudah sangat jarang berkumpul dengan para petani anggrek. Oleh karenanya perkembangan seputar budidaya anggrek lebih banyak dipantau dari siaran ATV. Bp. Yoga mengharapkan acara-acara seputar pertanian

produk-produk unggulan lebih diperbanyak karena potensi tanaman ini sangat besar. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya pesanan tanaman anggrek dari luar Jawa, baik untuk tanaman hias bahkan untuk budidaya.

#### 4. Bp. Sutikno

Sebagai seorang pensiunan pegawai swasta, Bp. Sutikno mengaku jarang melihat acara-acara yang disiarkan ATV, kecuali acara campursari dan Agropolitan News. Alasan menyukai acara tersebut supaya tahu fenomena yang berkembang dimasyarakat dan untuk hiburan sebagai pengisi waktu senggang.

#### 5. Bp. Kiki

Seorang pengusaha seperti Bp. Kiki mengaku merasakan manfaat dari siaran-siaran ATV terutama yang berhubungan dengan profil dan potensi pariwisata. Selama ini Bp. Kiki mengaku mengetahui perkembangan (update) potensi wisata di sekitar Batu dari Profil yang ditampilkan di ATV. “Jadi saya tidak harus berkunjung ke semua tempat wisata tersebut mas, menghemat waktu dan biaya”.

Bp. Kiki mengaku sering mendapat permintaan untuk “mengemas” acara kunjungan wisatawan dari dari luar pula Jawa.

Sebagai kota yang menjadi tempat kunjungan wisata, Kota Batu juga mengandalkan industri ini untuk mendongkrak Pendapatan Daerah. Disamping kunjungan-kunjungan ke tempat wisata yang sudah dikenal seperti Selecta dan Songgoriti atau Sengkaling, Bp Kiki juga mengaku mengemas paket-paket Agrowisata, Wanawisata dan bahkan Aerowisata. Paket wisata ini diakuinya sekarang sangat laku dijual, alasan Bp. Kiki mungkin masyarakat menginginkan

variasi program wisata atau jenuh dengan wisata konvensional yang sudah ada. Dengan semakin sering ATV mengangkat profil tempat-tempat wisata potensial yang ada di Batu diharapkan industri pariwisata akan semakin dikenal masyarakat luas.

#### 6. Sdr. Rahma

Sebagai seorang pelajar, Rahma jarang menonton siaran ATV. Ia lebih menyukai acara-acara musikal yang disiarkan televisi swasta. Ketika ditanya siaran apa saja yang pernah ditonton di ATV, Rahma menjelaskan acara MANCA HITS dan MUSIK INDONESIA. Acara lain menurutnya kurang menarik untuk ditonton. Selain untuk hiburan, Rahma menjelaskan acara ini ditonton untuk mengisi waktu luang di sore hari.

**Tabel 8**  
**Ringkasan Wawancara**

No	Subyek	Progam Yang Sering Ditonton	Pemanfaatan	Alasan Menonton
1	TN	- Campursari	- Hiburan	- Penggemar tembang jawa - Pengisi acara adalah teman
2	YG	- Dialog Pertanian	- Pendidikan	- Menambah wawasan - Menambah sumber penghasilan
3	ST	- Campursari - Agropolitan News	- Mengetahui fakta - Hiburan	- Untuk mengetahui fenomena yang berkembang di masyarakat
4	KK	- Travelling - Agropolitan News	- Untuk mengetahui fakta	- Untuk mengetahui perkembangan terakhir potensi wisata di daerah Batu
5	RM	- Manca Hits - Musik Indonesia	- Untuk hiburan	- mengisi waktu luang & hiburan

## e Validitas dan Reliabilitas Angket

### 1) Validitas

Uji validitas adalah untuk mengukur apakah instrument dapat menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang tepat dan akurat. Instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang valid mempunyai validitas rendah (Arikunto, 1992). Adapun pengujian validitas akan dilakukan dengan teknik Korelasi Produk Moment. Selanjutnya masing-masing item akan dipandang sebagai X untuk dikorelasikan dengan skor total item yang akan dipandang sebagai Y. Setiap nilai korelasi dari masing-masing item dengan skor total akan menyatakan validitas item yang telah dikorelasikan. Sebagaimana yang sudah dijelaskan di atas, maka rumus korelasi *r-product moment* yang dimaksudkan adalah sebagai berikut :

$$r = \frac{\sum X_i Y_i - (\sum X_i \sum Y_i) / n}{\sqrt{\left\{ \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2 / n \right\} \left\{ \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2 / n \right\}}}$$

Keterangan:

- N = jumlah (banyaknya) responden uji coba
- X = skor dari setiap item pertanyaan
- Y = skor total dari seluruh item pertanyaan

Dengan rumus tersebut, maka akan didapat nilai koefisien korelasi antara masing-masing skor item dengan skor total. Adapun alat ukur pengakuan valid dan tidaknya diprediksi dari nilai koefisien korelasinya pada probabilitas tertentu. oleh karenanya apabila nilai probabilitas (p) yang menyertainya lebih kecil dari 0,05 ( $p < 0,05$ )

maka item tersebut dinyatakan valid. Begitu sebaliknya apabila nilai probabilitas ( $p$ ) yang menyertainya lebih besar sama dengan 0,05 ( $p \geq 0,05$ ) maka item tersebut dinyatakan tidak valid (gugur). Data lengkap dapat dilihat pada lampiran.

## 2) Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 1998)

Tujuan uji reliabilitas ini adalah untuk mengukur sejauh mana alat ukur dapat diandalkan/dipercaya, sehingga hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran ulang terhadap gejala yang sama dengan alat ukur yang sama. Pengujian reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik Cronbach Alpha. Tehnik alpha ini dilakukan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0. Hal ini sesuai dengan penyekoran pada instrumen dalam penelitian ini. Adapun rumus alpha adalah sebagai berikut:

$$r_{tt} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum V_i}{\sum V_t} \right)$$

Dimana:

- $r_{tt}$  : reliabilitas instrumen
- $k$  : banyaknya butir pertanyaan
- $V_i$  : jumlah varians butir
- $V_t$  : jumlah varians total

Tabel 9

### Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	r Tabel	Keterangan
(X)	0,7340	0,2108	Reliabel

Sumber : data yang diolah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai dari Cronbach's Alpha untuk semua variabel lebih besar dari 0,2108. Jadi dapat disimpulkan angket yang dipergunakan reliabel untuk dilakukan pengukuran.

#### f Pembahasan Angket

Di bawah ini merupakan hasil perhitungan tiap item angket berdasarkan prosentase jawaban yang diberikan responden.

**Tabel 10**  
**Siaran Campursari**

No.	Jawaban	Jumlah	Prosentase
1	Ragu-ragu	12	20%
2.	Setuju	38	63,3%
3.	Sangat Setuju	10	16,7%

Dari jawaban yang diberikan oleh responden sebanyak 63,3% dan 16,7% menyatakan menonton acara Campursari dangdut untuk mendapatkan hiburan. Dan hanya 20% yang menyatakan ragu-ragu.

Sebagai acara yang berbasis pada budaya jawa, acara campursari yang ditayangkan ATV ternyata banyak diminati pemirsanya (63,3%) sebagai sarana untuk memperoleh hiburan. Cara ini diberikan istilah untuk "melarikan diri" dari situasi atau keadaan pikiran tertentu ke dalam dunia lain (James Lull, 1998).

Sedangkan menurut McQuail kepuasan dasar yang didapatkan pemirsa TV adalah sebagai pengalihan perhatian dari hal-hal rutin dan masalah-masalah serta pelepasan emosi.

**Tabel 11**  
**Siaran Serial Pendidikan**

No.	Jawaban	Jumlah	Prosentase
1	Ragu-ragu	6	10%
2.	Setuju	48	80%
3.	Sangat Setuju	6	10%

Jawaban yang diberikan responden menunjukkan sebanyak 80% dan 10% pemirsa menyediakan waktu khusus untuk menonton tayangan Serial Pendidikan, dan hanya 10% pemirsa yang menjawab ragu-ragu. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan akan informasi pendidikan yang diinginkan oleh sebagian besar responden. Sejalan dengan Tipologi McQuail (1998) kepuasan dasar yang didapatkan pemirsa dari jenis isi program adalah untuk pencapaian identitas diri (referensi pribadi, eksplorasi terhadap realitas serta penguatan terhadap nilai).

**Tabel 12**  
**Siaran Dialog Pertanian**

No.	Jawaban	Jumlah	Prosentase
1	Ragu-ragu	12	13,3%
2.	Setuju	38	76,7%
3.	Sangat Setuju	10	10%

Dari jawaban responden diketahui bahwa sebanyak 76,7% dan 10% menonton acara Dialog Pertanian yang disiarkan ATV, dan hanya 13,3% yang menjawab ragu-ragu. Hal ini menunjukkan bahwa pemirsa ATV yang sebagian besar berada di daerah Malang Raya membutuhkan informasi tentang pertanian. Menurut Lerner (1958) media dapat membantu mendobrak “tradisionalisme” yang

menghambat modernisasi dengan mempertinggi harapan dan aspirasi, memperluas wawasan, memungkinkan orang-orang untuk membayangkan dan menginginkan “alternatif lebih baik” bagi diri sendiri dan keluarga mereka.

**Tabel 13**  
**Siaran Pengobatan Cina**

No.	Jawaban	Jumlah	Prosentase
1	Ragu-ragu	6	10%
2.	Setuju	40	66,7%
3.	Sangat Setuju	14	23,3%

Dari jawaban yang diberikan responden sebanyak 66,7% dan 23,3% menyaksikan acara Pengobatan Cina di ATV untuk menambah pengetahuan mereka. Dan 10,0% menjawab ragu-ragu. Hal ini menunjukkan bahwa pemirsa membutuhkan informasi tentang penyembuhan alternatif. Menurut Dedy Iskandar Muda (2003) fungsi pers dalam hal ini adalah televisi kadang-kadang berfungsi sekaligus untuk menghibur, mendidik dan memberikan informasi.

**Tabel 14**  
**Siaran Kokiku**

No.	Jawaban	Jumlah	Prosentase
1	Ragu-ragu	12	20%
2.	Setuju	38	63,3%
3.	Sangat Setuju	10	16,7%

Dari jawaban yang diberikan responden sebanyak 100% atau seluruh responden yang menonton tayangan Kokiku paham dengan penjelasan narasumber. Hal ini menunjukkan tayangan ini bisa memberi manfaat pengetahuan praktis tentang kuliner yang sekarang sedang marak disiarkan oleh Televisi Swasta Nasional.

**Tabel 15**

### Siaran Campursari

No.	Jawaban	Jumlah	Prosentase
1	Ragu-ragu	4	6,7%
2.	Setuju	36	60,0%
3.	Sangat Setuju	20	33,3%

Dari jawaban yang diberikan responden sebanyak 60,0% dan 33,3% menyatakan acara Campursari Salam memiliki kelebihan dibandingkan dengan tayangan yang lain sebagai daya tarik acara ini. Hal ini menunjukkan bahwa pemirsa ATV menyukai acara hiburan yang bersifat interaktif. Menurut Tipologi McQuail (1998) kepuasan dasar yang didapatkan pemirsa TV antara lain sebagai hubungan pribadi, artinya dari tayangan ATV yang dikemas dalam format interaktif pemirsa dapat melakukan interaksi sosial dan persahabatan.

Dari berbagai jawaban yang diberikan responden dari item 1 sampai dengan item 6 menunjukkan adanya minat yang besar pemirsa ATV akan acara televisi yang bersifat hiburan dan pendidikan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Mondry (2006) bahwa minat responden sangat tinggi terhadap acara hiburan, karena bagi mereka menonton televisi berfungsi menghibur diri dan mendapat informasi.

**Tabel 16**  
**Siaran Café Agropolitan**

No.	Jawaban	Jumlah	Prosentase
1	Ragu-ragu	6	10%
2.	Setuju	48	80%
3.	Sangat Setuju	6	10%

Dari jawaban yang diberikan responden sebanyak 80,0% dan 10,0% menyatakan ketertarikannya menonton acara ini karena formatnya yang bersifat interaktif, serta 10,0% yang menjawab ragu-ragu. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat

cukup memiliki kepedulian terhadap kebijakan Pemerintah Daerah. Dengan menonton acara Café Agropolitan, pemirsa juga memiliki kesempatan untuk menyampaikan pendapatnya. Menurut Tipologi McQuail (1998) acara Café Agropolitan yang dikemas secara interaktif merupakan bagian **pengamatan** artinya pemirsa dapat memperoleh informasi serta mengembangkan opininya mengenai isu-isu publik.

**Tabel 17**  
**Siaran Café Agropolitan**

No.	Jawaban	Jumlah	Prosentase
1	Ragu-ragu	6	10%
2.	Setuju	46	76,7%
3.	Sangat Setuju	8	13,3%

Dari jawaban yang diberikan responden sebanyak 76,7% dan 13,3% menyatakan salah satu alasan menonton acara Café Agropolitan adalah keberadaan nara sumber yang mampu menjelaskan topik bahasan secara mendalam. Sedangkan 10,0% menjawab ragu-ragu. Hal ini menunjukkan bahwa nara sumber yang dihadirkan mampu memberikan nilai lebih sehingga tujuan acara Café Agropolitan sebagai sarana penyampaian opini dan kontrol terhadap kebijakan Pemerintah Daerah dapat tercapai. Menurut French dan Raven (1953) dalam hubungan **sumber – penerima** terdapat kekuasaan “legitimasi” yang dengannya pengaruh diterima dengan asumsi bahwa pengirim memiliki hak untuk diikuti dan dipatuhi.

**Tabel 18**

**Siaran Fresh and Day**

No.	Jawaban	Jumlah	Prosentase
1	Ragu-ragu	4	6,7%
2.	Setuju	52	86,7%
3.	Sangat Setuju	4	6,7%

Dari jawaban yang diberikan responden sebanyak 86,7% dan 6,7% menyatakan mereka meluangkan waktu untuk menonton acara Fresh Day yang berisi info aktual yang terjadi di Malang Raya dan sekitarnya. Dan sebanyak 6,7% yang menjawab ragu-ragu. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat membutuhkan informasi aktual yang terjadi disekitarnya. McQuail (dalam James Lull, 1998) berpendapat bahwa kebutuhan berasal dari “pengalaman sosial’ dan bahwa media massa sekalipun “kadang-kadang dapat membantu membangkitkan khalayak ramai suatu kesadaran akan kebutuhan tertentu yang berhubungan dengan situasi sosialnya.

**Tabel 19**  
**Siaran Café Agropolitan**

No.	Jawaban	Jumlah	Prosentase
1	Ragu-ragu	6	10%
2.	Setuju	46	76,7%
3.	Sangat Setuju	8	13,3%

Dari jawaban yang diberikan responden pada item ini, sebanyak 76,7% dan 13,3% menyatakan adanya suatu kebutuhan untuk menonton tayangan Café Agropolitan. Dan 10,0% yang menjawab ragu-ragu. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat membutuhkan sarana untuk menyampaikan opininya sekaligus untuk melakukan kontrol terhadap kebijakan Pemerintah Daerah. Kepuasan dasar yang didapatkan pemirsa TV menurut Tipologi McQuail (dalam James Lull, 1998) adalah

**pengamatan** yaitu kebutuhan untuk memperoleh informasi dan mengembangkan opini mengenai isu-isu publik dan berita.

**Tabel 20**  
**Siaran Fresh Day**

No.	Jawaban	Jumlah	Prosentase
1	Ragu-ragu	6	10%
2.	Setuju	42	70%
3.	Sangat Setuju	12	20%

Dari jawaban yang diberikan responden sebanyak 70,0% dan 20% menyatakan pemirsa menonton tayangan Fresh Day karena ingin menambah pengetahuan. Sebanyak 10,0% menjawab ragu-ragu. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat menganggap acara ini juga bisa memberi manfaat untuk menambah wawasan pemirsa. Jadi pemuasan akan kebutuhan akan **pengamatan** untuk memperoleh informasi dan mengembangkan opini mengenai isu-isu publik dan berita (James Lull, 1998).

**Tabel 21**  
**Siaran Café Agropolitan**

No.	Jawaban	Jumlah	Prosentase
1	Ragu-ragu	2	3,3%
2.	Setuju	44	73,3%
3.	Sangat Setuju	14	23,3%

Dari jawaban yang diberikan responden sebanyak 73,3% dan 23,3% pemirsa meluangkan waktu khusus untuk menonton acara Café Agropolitan. Dan hanya 3,3% yang menjawab ragu-ragu. Hal ini menunjukkan bahwa pemirsa merasa membutuhkan acara yang mengakomodasi kepentingan masyarakat untuk menyampaikan opini terhadap suatu kebijakan yang diambil Pemerintah Daerah. Hal ini sejalan dengan Tipologi McQuail (dalam James Lull, 1998) bahwa kepuasan dasar yang didapatkan pemirsa TV adalah pengamatan yaitu kebutuhan

untuk memperoleh informasi dan mengembangkan opini mengenai isu-isu publik dan berita.

**Tabel 22**  
**Siaran Fresh Day**

No.	Jawaban	Jumlah	Prosentase
1	Ragu-ragu	16,7	16,7%
2.	Setuju	70	70%
3.	Sangat Setuju	13,3	13,3%

Dari jawaban yang diberikan responden sebanyak 70,0% dan 13,3% menyatakan alasan menonton acara Fresh Day karena penjelasan yang diberikan nara sumber dapat dipahami. Sedangkan 16,7% menjawab ragu-ragu. Hal ini menunjukkan bahwa informasi yang mudah dipahami oleh pemirsa dapat menjadi salah satu alasan pemirsa menonton acara ini. Menurut Tipologi McQuail (dalam James Lull, 1998) pemuasan dasar yang didapatkan pemirsa TV adalah kebutuhan akan identitas pribadi yang meliputi referensi pribadi, eksplorasi terhadap realitas dan penguatan nilai.

**Tabel 23**  
**Siaran Café Agropolitan**

No.	Jawaban	Jumlah	Prosentase
1	Ragu-ragu	4	10%
2.	Setuju	46	76,7%
3.	Sangat Setuju	8	13,3%

Dari jawaban yang diberikan responden sebanyak 76,7% dan 10,0% pemirsa menyatakan format acara yang interaktif merupakan salah satu alasan mereka menonton acara Café Agropolitan sampai tuntas meskipun acara ini ditayangkan malam hari. Sedangkan 10,0% menjawab ragu-ragu. Hal ini menunjukkan adanya keinginan masyarakat untuk berperan aktif melakukan kontrol terhadap kebijakan Pemerintah Daerah melalui acara televisi. Disamping pemuasan akan kebutuhan

identitas pribadi acara yang bersifat interaktif juga untuk memenuhi kepuasan dasar pemirsa TV akan hubungan pribadi yaitu interaksi sosial dan persahabatan

**Tabel 24**  
**Siaran Agropolitan News**

No.	Jawaban	Jumlah	Prosentase
1	Ragu-ragu	1	1,7%
2.	Setuju	38	63,3%
3.	Sangat Setuju	21	35,0%

Dari jawaban yang diberikan responden sebanyak 63,3% dan 35,0% dari pemirsa menyatakan adanya keinginan untuk memperoleh informasi aktual seputar peristiwa yang terjadi di Malang Raya dan sekitarnya melalui acara AgropolitanNews. Sedangkan hanya 1,7% yang menjawab ragu-ragu. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan yang cukup besar bagi pemirsa ATV untuk mengetahui fakta aktual yang terjadi di lingkungannya. Kebutuhan dasar pemirsa TV yang didapatkan adalah pengamatan yaitu kebutuhan memperoleh informasi dan mengembangkan opini mengenai isu-isu publik serta berita (James Lull, 1998)

**Tabel 25**  
**Siaran Buletin**

No.	Jawaban	Jumlah	Prosentase
1	Ragu-ragu	5	8,3%
2.	Setuju	34	56,7%
3.	Sangat Setuju	21	35,0%

Dari jawaban yang diberikan responden sebanyak 56,7% dan 35,0% pemirsa meluangkan waktu khusus untuk menonton acara Buletin. Sedangkan 8,3% yang menjawab ragu-ragu. Hal ini menunjukkan kebutuhan pemirsa ATV untuk memperoleh informasi dari tayangan tersebut. Sejalan dengan Tipologi McQuail (dalam James Lull, 1998) bahwa kepuasan dasar yang didapatkan pemirsa TV

adalah pengamatan yaitu kebutuhan untuk memperoleh informasi dan mengembangkan opini mengenai isu-isu publik dan berita.

**Tabel 26**  
**Siaran Agropolitan News**

No.	Jawaban	Jumlah	Prosentase
1	Ragu-ragu	6	10%
2.	Setuju	42	70%
3.	Sangat Setuju	12	20%

Dari jawaban yang diberikan responden sebanyak 70,0% dan 20,0% pemirsa ATV merasakan adanya kebutuhan untuk memperoleh informasi aktual dari tayangan Agropolitan News. Sedangkan 10,0% menjawab ragu-ragu. Hal ini menunjukkan kebutuhan masyarakat akan informasi yang terjadi di Malang Raya. Hal ini sejalan dengan Tipologi McQuail (dalam James Lull, 1998) bahwa kepuasan dasar yang didapatkan pemirsa TV adalah pengamatan yaitu kebutuhan untuk memperoleh informasi dan mengembangkan opini mengenai isu-isu publik dan berita.

**Tabel 27**  
**Siaran Lipsus/Panorama**

No.	Jawaban	Jumlah	Prosentase
1	Ragu-ragu	8	13,3%
2.	Setuju	38	63,3%
3.	Sangat Setuju	14	23,3%

Dari jawaban yang diberikan responden sebanyak 63,3% dan 23,3% pemirsa ATV menyatakan ingin memperoleh pengetahuan dengan menyaksikan acara Lipsus/Panorama. Hal ini menunjukkan adanya suatu kebutuhan untuk memperoleh pengetahuan sebagai alasan pemirsa untuk menonton acara di ATV. Hal ini sejalan dengan Tipologi McQuail (dalam James Lull, 1998) bahwa kepuasan dasar yang didapatkan pemirsa TV adalah pengamatan yaitu kebutuhan

untuk memperoleh informasi dan mengembangkan opini mengenai isu-isu publik dan berita.

**Tabel 28**  
**Siaran Traveling**

No.	Jawaban	Jumlah	Prosentase
1	Ragu-ragu	2	3,3%
2.	Setuju	38	63,3%
3.	Sangat Setuju	20	33,3%

Dari jawaban yang diberikan responden sebanyak 63,3% dan 33,3% pemirsa menyatakan tidak hanya untuk mengisi waktu luang saja mereka menonton acara Travelling. Sedangkan 3,3% menjawab ragu-ragu. Hal ini menunjukkan bahwa pemirsa juga memerlukan mata acara televisi yang menyoroti tempat-tempat menarik untuk dikunjungi selain yang telah dikenal masyarakat selama ini di sekitar Malang Raya. Hal ini sejalan dengan Tipologi McQuail (dalam James Lull, 1998) bahwa kepuasan dasar yang didapatkan pemirsa TV adalah pengamatan yaitu kebutuhan untuk memperoleh informasi dan mengembangkan opini mengenai isu-isu publik dan berita, juga sebagai pengalihan perhatian untuk lari dari hal-hal yang bersifat rutinitas dan masalah.

**Tabel 29**  
**Siaran Lipsus/Panorama**

No.	Jawaban	Jumlah	Prosentase
1	Ragu-ragu	0	0%
2.	Setuju	28	46,7%
3.	Sangat Setuju	32	53,3%

Dari jawaban yang diberikan responden sebanyak 46,7% dan 53,3% pemirsa menyatakan paham terhadap penjelasan yang diberikan narasumber dalam acara Lipsus/Panorama. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh pemirsa ATV menonton acara ini karena penjelasan yang mudah dipahami. Hal ini sejalan dengan Tipologi

McQuail (dalam James Lull, 1998) bahwa kepuasan dasar yang didapatkan pemirsa TV adalah pengamatan yaitu kebutuhan untuk memperoleh informasi dan mengembangkan opini mengenai isu-isu publik dan berita.

Sedangkan menurut Tipologi McQuail (dalam James Lull, 1998) kepuasan dasar yang didapatkan para pemirsa TV adalah sebagai pengalihan perhatian (penggunaan televisi dan media lainnya untuk lari dari hal-hal rutin dan masalah-masalah serta untuk pelepasan emosi; pengamatan (memperoleh informasi dan mengembangkan opini mengenai isu-isu publik, dan berita); hubungan pribadi (interaksi sosial dan persahabatan) serta identitas pribadi yaitu sebagai referensi pribadi, eksplorasi terhadap realitas dan penguatan nilai.

Dari seluruh jawaban yang diberikan responden dalam angket yang penulis berikan, terlihat adanya kebutuhan pemirsa ATV akan informasi aktual yang terjadi disekitarnya (Malang Raya). Selain itu, format acara yang menarik seperti sarana interkatif yang disediakan pihak ATV, penjelasan yang mudah dicerna masyarakat juga menjadi alasan mereka menonton acara-acara yang disajikan ATV.

Disamping itu, kebutuhan pemirsa ATV akan hiburan dan pendidikan (pengetahuan) juga menjadi alasan mereka menonton siaran ATV. Sebagai sentra agribisnis di Jawa Timur, nampaknya masyarakat di Malang Raya juga membutuhkan tambahan pengetahuan sekaligus untuk menjawab problematika yang sedang dihadapi terutama menyangkut masalah pertanian. Hal ini dapat dilihat dari besarnya perhatian pemirsa untuk mengikuti acara Dialog Pertanian.

Begitu pula dengan sajian acara Fresh Day dan Café Agropolitan yang banyak membahas kebijakan-kebijakan Pemerintah Daerah dalam format interaktif, terlihat adanya perhatian yang besar dari pemirsa ATV untuk menonton acara tersebut. Dari acara ini masyarakat bisa menyampaikan opininya serta sekaligus kontrol terhadap kebijakan Pemerintah Daerah. Dari acara ini diharapkan Pemerintah Daerah serta pengambil kebijakan di daerah mendapat masukan (*feed back*) secara langsung dari masyarakat mengenai kebijakan yang telah diputuskan.

Dari ragam acara yang ditayangkan ATV nampak nuansa kedaerahan yang kental serta kemasan acara yang kurang menarik bila dibandingkan dengan Televisi Swasta Nasional, namun tidak sedikit pemirsa yang dengan setia menyaksikan acara ini sampai tuntas. Hal ini membuktikan adanya pemenuhan kebutuhan akan hiburan dan pendidikan semata, akan tetapi adanya kebutuhan psikologis dan sosial masyarakat di daerah yang menjadi dasar masyarakat menonton tayangan di ATV

### **g Pembahasan Data Wawancara dan Angket**

Dunia menjadi satu dengan semakin mudahnya manusia berkomunikasi melalui perangkat teknologi canggih. Kendala jarak tidak lagi menjadi hambatan dalam berhubungan antarmanusia. Setiap hari informasi masuk dan keluar melalui berbagai perantara baik lisan maupun tulisan, lewat media cetak atau elektronik. Derasnya arus informasi dan semakin intensifnya pola komunikasi antarmanusia di berbagai tempat memerlukan pola penataan informasi dan komunikasi.

Sejak era reformasi perkembangan pers di Indonesia mengalami peningkatan pesat. Di bidang media cetak; koran, majalah, dan tabloid baru terbit dengan semangat meraih pembaca dan iklan sebanyak-banyaknya. Di bidang media elektronik bermunculan stasiun televisi baru yang pada zaman sebelumnya hampir mustahil dapat mengudara. Perkembangan yang lebih dahsyat terjadi di media internet bersamaan dengan merebaknya teknologi komputer. Munculnya industri media baru sangat mempengaruhi pola pikir masyarakat Indonesia. Intervensi pemilik media ke ruang baca, ruang dengar, dan ruang pandang khalayak praktis tak dapat dibendung. Oleh sebab itu diperlukan filter informasi yang dapat melindungi khalayak dari pengaruh negatif sajian media.

Dominasi pemodal besar akan menutup akses publik untuk mendapatkan opini yang berbeda. Padahal, informasi adalah hak publik, sehingga diperlukan proses pendidikan bagi publik agar mampu menyerap informasi yang mencerahkan. Masyarakat harus diberi keleluasan untuk menembus akses informasi. Penting sekali menciptakan iklim komunikasi yang terbuka dan demokratis.

Sejarah pertelevisian menunjukkan, status dan peran Televisi Publik merupakan sebuah perdebatan tak pernah henti di tengah dua karakter televisi lainnya, yakni televisi negara yang sumber dana, kontrol program, dan kebijakan dikuasai negara. Sebagai contoh, peran *TVRI* sejak kelahirannya tahun 1962. Jangan heran jika kesuksesannya hanya diukur dari keberhasilan Departemen Penerangan yang menjadi alat partai yang berkuasa, yakni Golkar, pemerintah, maupun militer. Bentuk lainnya adalah Televisi Swasta, yang era pertumbuhannya

dimulai pasca tahun 1990-an dengan lahirnya RCTI. Ketergantungan pada hubungan rating dan sponsor yang senantiasa mencari pasar luas serta punya daya beli besar, meski di satu sisi, sangat kompetitif dan profesional. Di sisi lain, menjadikan televisi swasta seringkali programnya berkonsentrasi kota-kota besar.

Akibat lebih jauh, muncul suatu persamaan gaya hidup berpegang pada kode-kode sosial budaya dan politik kota besar atau sentralisasi, di sisi lain melahirkan jarak sosial dan budaya wilayah periferal lainnya yang mencapai lebih 60 persen Indonesia. Bisa diduga, wilayah-wilayah bukan kota besar dengan daya beli kecil itu, mengalami keterasingan sekaligus inferioritas terhadap program-program televisian sekaligus terhadap kehidupan sekitarnya. Sementara, pada dinamika politik, sering lebih mencari pameran perhatian sebesar-besarnya setiap detikanya sehingga sering kehilangan peran civic education. Dengan kata lain, seperti yang dikatakan Ashadi Siregar dalam deklarasi Komunitas Televisi Publik, masyarakat selama ini hanya dihidupi dalam dua domain, yakni domain negara dan domain swasta. Sementara, domain publik justru diabaikan. Oleh karena itu, program-program Televisi Publik senantiasa diukur dalam kemampuannya menumbuhkan masyarakat sipil yang sehat, baik program informasi ataupun hiburannya. Misalnya, sinetronnya tidak mengumbar kekerasan, atau cara berpikir instan yang konsumtif, dan sebagainya.

Karakter utama dari Televisi Publik adalah organisasinya bersifat mandiri dari pengaruh pemerintah, politik, maupun ekonomi, tidak memihak, dan berimbang. Mampu mempertahankan identitas kebangsaan lewat penghormatan partisipasi perbedaan kebudayaan, termasuk memberikan kesempatan pada

kelompok minoritas. Sementara pada peliputan, memberikan liputan yang cukup atas berlangsungnya roda pelaksanaan eksekutif dan legislatif tanpa menjadi propaganda, yang berarti juga menjamin tersiarnya pengumuman-pengumuman penting. Namun, sekaligus mendukung debat dan pemikiran kritis yang mempertemukan pemerintah dan oposisi. Sementara pada aspek perlindungan sosial budaya, mendukung produksi dalam negeri dan porsi besar pada pendidikan seperti pada program anak

Oleh karena itu, sekiranya ATV menjadi Televisi Publik perlu melakukan berbagai transformasi nilai, dari kultur melayani pemerintah menjadi melayani nilai *civil society*, disertai kerja menumbuhkan kembali kepercayaan dan kecintaan masyarakat. Demikian juga transformasi pada organisasi untuk mampu kompetitif, tak kalah pentingnya transformasi pada standardisasi dan kualitas. Ataupun transformasi pada hubungan televisi pusat dengan daerah dalam rangka desentralisasi, dan transformasi pada perpektif hukum.

Televisi Penyiaran Publik merupakan inti pengimbang bias mekanisme pasar. Televisi ini bekerja berdasar prinsip *fairness* dan imparial. Orientasi utamanya, melakukan pemberitaan yang obyektif, dan melayani publik yang beragam untuk menjamin *social diversity* maupun *political diversity*, sebagaimana kondisi Indonesia yang berbhinneka dalam berbagai hal. Isi televisi publik, bisa mengabaikan permintaan pasar, atau *rating*, tetapi lebih mengedepankan fungsi media dalam proses demokrasi (McNair, 1999: 21-22).

Seperti dituturkan Bp. Sutikno (wawancara 15 Maret 2007)

“Saya suka nonton acara ATV News untuk mengetahui fenomena terbaru sekitar kota Batu” (*Kepuasan dasar yang diperoleh adalah **pengamatan***)

Singkatnya, televisi publik berfungsi, pertama, mengcover secara universal seluruh wilayah geografi. Kedua, menyajikan keberagaman selera, kepentingan, kebutuhan, juga keberagaman pendapat dan kepercayaan.

Hasil wawancara dengan Bp. Yoga sebagai berikut;

“Saya sering menonton acara yang berhubungan dengan pertanian terutama tentang bunga anggrek” (Wawancara tgl. 14 Maret 2007). (*Kepuasan yang didapatkan adalah **identitas pribadi***)

Ketiga, melayani kelompok-kelompok minoritas. Keempat, perhatian pada budaya nasional, bahasa, dan identitas bangsa. Kelima, melayani kebutuhan sistem politik dengan menghargai prinsip yang berimbang, imparial terhadap isu-isu konflik. Keenam, memberi perhatian khusus pada kualitas isi media (Mc Quail, 2000: 157). Seperti petikan wawancara berikut dengan Bp. Tanto (Wawancara tgl. 13 Maret 2007)

“Saya lebih sering menonton acara campursari, karena yang main (pengisi acara) adalah teman sendiri”. (*Kepuasan yang didapatkan adalah **hubungan pribadi***)

Pengalaman TV publik di hampir seluruh dunia menunjukkan keharusan adanya kontrol dari publik. Misalnya, ABC Australia mempunyai The National Advisory Council (NAC) atau The Australian Broadcasting Corporation Advisory Council. Begitu juga NHK (Nippon Hoso Kyokai) dalam strukturnya memiliki Board of Governors NHK yang bertanggung jawab dalam menentukan kebijakan-kebijakan penting seperti anggaran, rencana pengembangan stasiun penyiaran,

standar program acara dan lain-lain. TV publik sebetulnya sangat dimungkinkan untuk melakukan pencarian dana (*fund raising*) termasuk menggunakan daya tarik programnya seperti melalui iklan atau sponsor. Dengan catatan kualifikasi, standarisasi, dan etika penempatannya harus tetap di bawah supervisi dan evaluasi publik bukan semata-mata tunduk pada rating dan kemauan pengiklan. Makanya harus ada pembatasan-pembatasan yang jelas, untuk menghindari kekaburan makna TV publik. Harapan normatif dari munculnya TV publik adalah public sphere yakni adanya suatu wilayah yang bebas dari intervensi negara dan juga dominasi pasar.

Perubahan lingkungan strategis, pengurangan subsidi sarana produksi, terbukanya pasar global, dan peningkatan selera konsumen kearah mutu produk pertanian yang lebih tinggi merupakan tantangan yang harus ditanggapi secara sistemik, antara lain dengan mengoptimalkan kegiatan penyebarluasan informasi hasil penelitian dan teknologi pertanian melalui berbagai media, baik media cetak (buku,jurnal, brosur, liflet/folder, dan poster), media elektronik (televisi, radio, CD,surat elektronik, dan internet). Umpan balik dari pengguna berupa informasi adopsi dan kebutuhan teknologi serta informasi masalah-masalah lapangan lainnya diidentifikasi untuk digunakan kembali sebagai masukan dalam perencanaan dan penyempurnaan kegiatan lebih lanjut dalam rangka peningkatan pelayanan kepada masyarakat. Seperti yang dijelaskan oleh Bp. Hariadi (Wawancara tgl. 7 Maret 2007)

“ Dasar didirikannya ATV adalah untuk memberikan informasi kepada masyarakat secara lebih mudah, cepat dan murah, serta Dinas Infokom memerlukan suatu media untuk mensosialisasikan program-program Pemerintah Daerah kepada masyarakat”

Sesuai dengan kajian teori *Uses and Gratification* ragam acara yang ditayangkan oleh ATV dapat menjadikan khalayak (masyarakat) mempunyai alternatif pilihan acara sesuai dengan kebutuhan yang diinginkannya secara psikologis dan sosial. Karena dalam model ini, masyarakat yang aktif memilih suatu acara yang akan ditontonnya. Berbeda dengan kajian model hipodermik yang menganggap masyarakat pasif untuk menerima informasi yang ditayangkan oleh televisi.

Pada tahap ini kegiatan pengelolaan informasi hasil penelitian dan teknologi pertanian sudah harus dapat menjawab tantangan dan peluang lingkungan strategis pembangunan pertanian nasional. Sebagaimana dikemukakan oleh Kinnel (1995) sebagai pusat informasi bertanggung jawab untuk memberikan pelayanan yang berkualitas sehingga dapat memuaskan pemirsanya. Berdasarkan hal tersebut maka penjangkaran umpan balik atau masukan dari pemirsa baik dari jam tayang, format acara, dan cakupan siaran perlu dilakukan dalam rangka mewujudkan pelayanan yang prima kepada masyarakat.

Dalam kondisi sulit seperti sekarang ini, guna menjamin terciptanya fundamental ekonomi yang *solid* Indonesia harus mampu mengidentifikasi sektor yang dapat menggerakkan perekonomian nasional dengan cepat. Sektor-sektor itu adalah sektor yang didukung oleh sumberdaya domestik. Di antara sektor yang mengandalkan sumberdaya domestik dan mempunyai peluang usaha baru adalah bidang agribisnis, yang merupakan sinergi antara pertanian, agroindustri dan jasa-jasa yang menunjang pertanian. Oleh karena itu investasi harus difokuskan ke

bidang agribisnis, termasuk infrastruktur pendukungnya agar diperoleh *economic return* dan distribusi *income* yang tinggi.

Harus diakui bahwa pembangunan masa lalu pada tingkat tertentu telah berhasil memecahkan masalah tenaga kerja, kemiskinan, dan stabilitas makro-ekonomi nasional dengan fokus pertanian yang merupakan salah satu sub-sistem agribisnis yaitu on-farm. Setidaknya dalam dua kali krisis yaitu tahun 1986 dan tahun 1998 pertanian tetap tegar menghadapi krisis. Akan tetapi situasi ini memunculkan masalah baru yaitu rendahnya produktivitas pertanian dan disparitas pendapatan antar sektor, sehingga ketimpangan antar sektor menjadi masalah. Dualisme ekonomi juga muncul akibat kekeliruan model pembangunan masa lalu.

Oleh karena itu sektor pertanian secara terpisah tidak akan mampu menjadi penggerak ekonomi masa depan. Tetapi pertanian dapat menjadi kekuatan yang sangat besar apabila dikombinasi dengan agroindustri, perdagangan, dan jasa-jasa penunjang. Dalam keyakinan kita, yang mampu menjadi penggerak ekonomi masa mendatang adalah sektor agribisnis, suatu sektor yang selama ini pada taraf tertentu telah berlangsung, dan sebenarnya merupakan bisnis terbesar di Indonesia tetapi selama ini terabaikan dan tidak difokus. Maka sangat strategis jika di masa mendatang kita memilih strategi besar yaitu membangun sistem agribisnis yang tangguh disertai oleh usaha-usaha agribisnis untuk menggerakkan ekonomi nasional.

Membangun sistem dan usaha agribisnis yang kokoh berarti membangun pertumbuhan sekaligus pemerataan sehingga terjadi keseimbangan antar sektor.

Ini juga berarti menciptakan *meaningful employment* di luar sektor pertanian (sub-sistem on farm), sehingga beban pertanian yang terlalu berat menampung tenaga kerja dapat teratasi. Karena sebahagian besar sumberdaya terdapat di daerah pedesaan maka dengan membangun sistem dan usaha agribisnis sekaligus juga membangun daerah, sehingga ketimpangan kota-desa teratasi. Migrasi dari desa ke kota dapat dicegah secara alami, karena kesempatan kerja tersedia di desa.

Dengan pilihan strategi besar membangun sistem dan usaha agribisnis dengan konsep yang benar, perekonomian nasional dapat pulih dengan lebih cepat, dan dalam jangka panjang, ekonomi bertumbuh dengan sehat, diiringi pemerataan, dengan keseimbangan sektoral yang harmonis. Dengan demikian di masa mendatang pembangunan nasional akan digerakkan oleh agribisnis (agribusiness led development). Dengan pilihan strategi besar membangun sistem dan usaha agribisnis dengan konsep yang benar, perekonomian nasional dapat pulih dengan lebih cepat, dan dalam jangka panjang, ekonomi bertumbuh dengan sehat, diiringi pemerataan, dengan keseimbangan sektoral yang harmonis. Dengan demikian di masa mendatang diharapkan pembangunan nasional akan digerakkan oleh agribisnis (*agribusiness led development*).

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Televisi saat ini adalah sarana elektronik yang paling digemari dan dicari orang. Untuk mendapatkan televisi tidak lagi sesusah zaman dahulu dimana perangkat komunikasi ini adalah barang yang langka dan hanya kalangan tertentu yang sanggup memilikinya. Saat ini televisi telah menjangkau lebih dari 90 persen penduduk di negara berkembang. Televisi yang dulu mungkin hanya menjadi konsumsi kalangan dan umur tertentu saat ini bisa dinikmati dan sangat mudah dijangkau oleh semua kalangan tanpa batasan usia. Siaran-siaran televisi akan memanjakan orang-orang pada saat-saat luang seperti saat liburan, sehabis bekerja bahkan dalam suasana sedang bekerjapun orang-orang masih menyempatkan diri untuk menonton televisi. Suguhan acara yang variatif dan menarik membuat orang tersanjung untuk meluangkan waktunya duduk di depan televisi. Televisi hadir sebagai sarana untuk memperlancar hubungan dan komunikasi antar manusia. Banyak perubahan dan kemajuan yang terjadi pada masyarakat abad kedua puluh dengan datangnya media masa televisi.

Dari hasil paparan di atas dapat disimpulkan secara umum ATV memberikan manfaat bagi pembangunan Kota Batu melalui program siaran yang ditayangkan, baik sebagai sarana promosi yang efektif bagi produk-produk unggulan barang dan jasa yang ada di Kota Batu serta media hiburan dan pendidikan bagi masyarakat. Disisi lain, ATV juga merupakan sarana ideal yang

mudah, cepat dan mudah bagi Pemerintah Kota Batu untuk mensosialisasikan program-program Pemerintah Daerah kepada masyarakat. Dengan semakin seringnya ATV menjadi tempat program studi banding bagi Dinas Infokom daerah lain, maka secara tidak langsung rekaman program ATV yang sering dibawa para tamu dari luar daerah sebagai “cinderamata” merupakan sarana promosi tidak langsung bagi segenap potensi yang ada di Kota Batu. Bagi masyarakat Kota Batu kehadiran ATV bukan hanya sekedar memberi hiburan alternative bagi warga tetapi akselerasi adopsi inovasi pertanian guna mendukung usaha tani dan peningkatan pendapatan serta pengembangan komoditas spesifik lokasi sekaligus pengembangan ilmu pengetahuan dapat dilaksanakan.

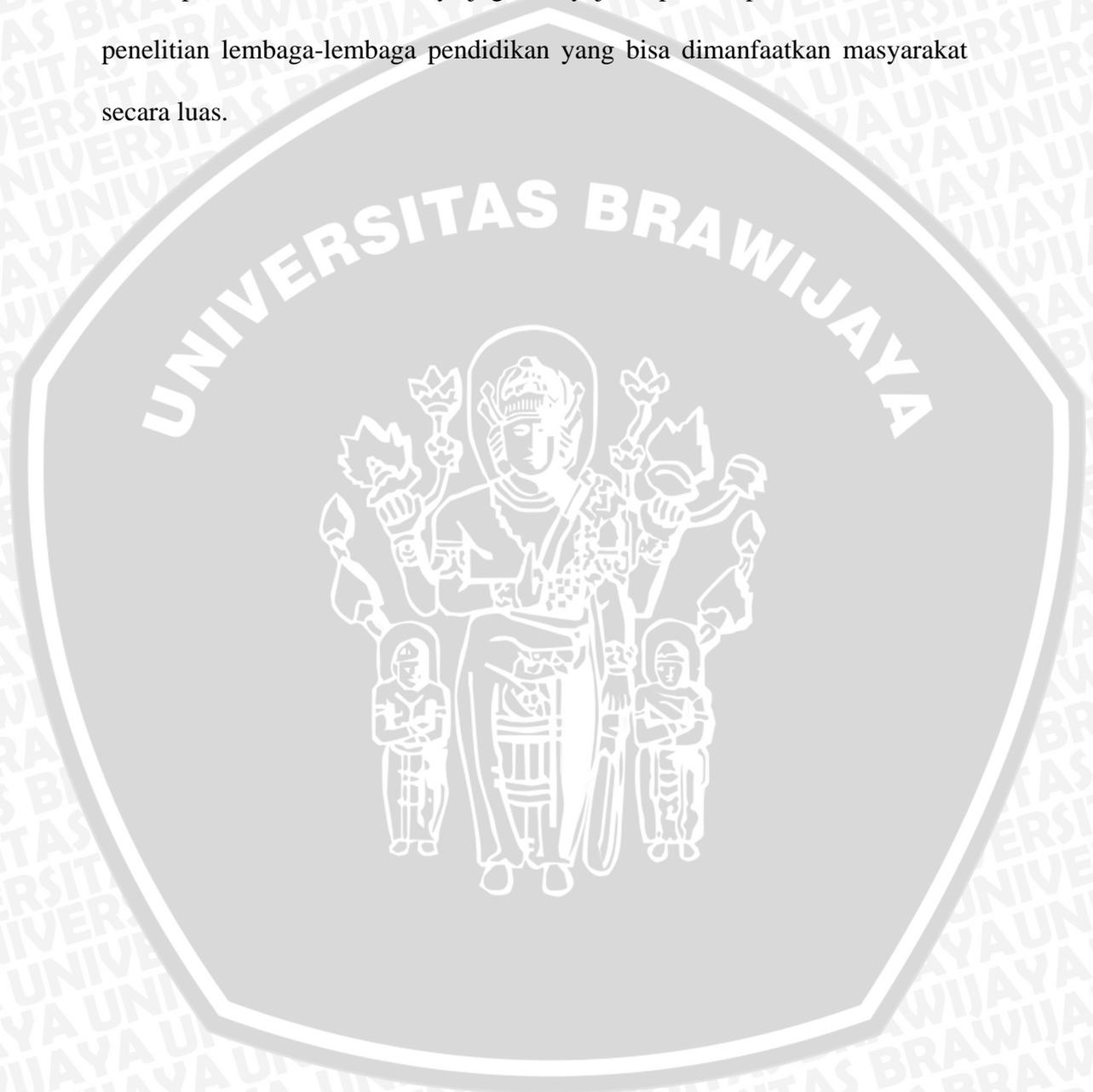
## 5.2 Saran

Untuk lebih mendukung pengembangan usaha agribisnis di Kota Batu sebaiknya ATV ;

- a. Memperbanyak sajian mata acara yang mampu mendukung kegiatan agribisnis.
- b. Sajian mata acara bukan hanya dikemas dalam bentuk penyajian profil suatu keberhasilan usaha, akan tetapi juga disertai kiat-kiat khusus yang mendukung keberhasilan tersebut.
- c. Sebaiknya ATV juga bekerjasama dengan lembaga-lembaga terkait yang mampu menjawab permasalahan petani dan usaha agribisnis secara luas sehingga kendala yang dihadapi masyarakat dapat segera terakomodasi.
- d. ATV hendaknya juga menyajikan mata acara yang dapat mengakomodir kepentingan usaha agribisnis dalam memasarkan produk-produknya, dengan

cara menyajikan tingkat kebutuhan suatu daerah akan produk-produk tertentu dan cara-cara memasarkannya.

- e Secara periodik ATV hendaknya juga menyajikan produk-produk terbaru hasil penelitian lembaga-lembaga pendidikan yang bisa dimanfaatkan masyarakat secara luas.



## DAFTAR PUSTAKA

- Anonymous, 2002. *Pedoman Umum Pengembangan Kawasan Agropolitan dan Pedoman Program Rintisan Pengembangan Kawasan agropolitan*. Badan Pengembangan Sumberdaya Manusia Pertanian. Departemen Pertanian R.I. Jakarta.
- Budiardjo M., 1994. *Dasar-dasar Ilmu Politik*, LP3S, Gramedia, Jakarta.
- Chen, M., 1996. *Anak-anak dan Televisi*, Gramedia, Jakarta.
- Crawford, R., 1991. *In the Era of Human Capital; The Emergence of Talent, Intelligence, and Knowledge as the Worldwide Economic Force and What It Means to Managers and Investors*. : Harper ,USA.
- Departemen Perindustrian dan Perdagangan, dan Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, 2000. *Panduan Operasional Pengembangan Ekonomi Lokal*, Jakarta.
- Deddy I.M., 2003. *Jurnalistik Televisi*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan Republik Indonesia, 1998. *Peranan Media Massa Lokal Bagi Pengembangan Kebudayaan Daerah*. CV. Kidang Masyarakat, Bandung.
- Denis, M., 1994, *Teori Komunikasi Massa (Suatu Pengantar)*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Effendy O.U., 1990. *Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek)*, PT. Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Gunawan S., 2000. *Pembangunan Ekonomi Melalui Pengembangan Pertanian*, PT. Bina Rena Pariwisata, Jakarta.
- Irwanto, Focus Group Discussion (FGD), 1998. *Pusat Kajian Pembangunan Masyarakat*, Unika Indonesia Atma Jaya, Jakarta,
- James, W.E., S. Naya, Meyer G.M., 1987. *Asian Development Economic Success and Policy Lesson*. International Center.
- James, L., 1998, *Media Komunikasi Kebudayaan Suatu Pendekatan Global*. Yayasan Obor Indonesia, Jakarta.

- Moleong, L. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Mosher, A.T., 1976. *Thinking About Rural Development*. A.D.C ,New York.
- Mondry. 2006. *Komunikasi Media Masa Dalam Pembangunan*. Yayasan Pembangunan Nasional, Malang.
- Nerlove, M., 1994. *Reflection on the Economic Organization of Agriculture: Traditional, Modern, and Transitional*. Staff Working Paper, Department of Agricultural and Resource Economics, Univ. of Maryland, U.S.A.
- Pasaribu, M., 1999. *Kebijakan dan Dukungan PSD-PU dalam Pengembangan Agropolitan*. Makalah pada Seminar Sehari Pengembangan Agropolitan dan Agribisnis serta Dukungan Prasarana dan Sarana, Jakarta.
- Rakhmat J., 2002. *Metode Penelitian Komunikasi*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Saragih, B. dan S.M.H. Tampubolon S.M.H., 1989. *Agricultural Development in Four Repelitas; Review of Policy Trends and Performance*. In, N. Mihira (ed), *Indonesia: Two Decades of Economic Development*. Institute of Developing Economies, Tokyo.
- Simatupang, P., 1995. *Industrialisasi Pertanian Sebagai Strategi Agribisnis dan Pembangunan Pertanian Dalam Era Globalisasi*, Orasi Pengukuhan sebagai Ahli Peneliti Utama. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian, Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Departemen Pertanian.
- Saragih, B., 1999. *Pembangunan Agribisnis Sebagai Penggerak Utama Ekonomi Daerah di Indonesia*, Makalah pada Seminar Sehari Pengembangan Agropolitan dan Agribisnis serta Dukungan Prasarana dan Sarana, Jakarta.
- Solahuddin, S., 1998. *Strategi dan Kebijakan Pembangunan Pertanian Sebagai Penggerak Perekonomian Nasional*. Makalah disampaikan pada SILAKNAS ICMI, Yogyakarta.
- Soenarno. 2003. *Pengembangan Kawasan Agropolitan Dalam Rangka Pengembangan Wilayah*. Makalah Seminar Nasional Agroindustri dan Pengembangan Wilayah. Departemen Permukiman dan Prasarana Wilayah R.I. Jakarta.
- Uton R.H., 1999. *Aspek Agropolitan Dalam Kebijakan Penataan Ruang Wilayah di Indonesia*. Makalah pada Seminar Sehari Pengembangan Agropolitan dan Agribisnis serta Dukungan Prasarana dan Sarana, Jakarta.,.

Wahyudi J.B., *Teknologi Informasi dan Produksi Citra Bergerak*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1992.

White, B., 1990. *Agro-industry, Rural Industrialisation, and Rural Transformation (Agroindustri, Industrialisasi Pedesaan dan Transformasi Pedesaan)*, In, Sayogyo and M. Tambunan (Eds.), *Rural Industrialisation (Industrialisasi Pedesaan)*. Pusat Studi Pembangunan, Lembaga Penelitian Institut Pertanian Bogor dan Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia, Cabang Jakarta.

Yotopoulos, P.A., 1990. *Exchange Rates and State-Led Capitalism: What can the NIC's Learn from Japan*. Stanford University, U.S.A. Paper prepared for the Annual Convention of the East Asian Economic Association, Bandung, Indonesia.

#### **Journal**

Kinnel, M. 1994. *Quality Management and Library and Information Services: Comparative Advantage for Information Revolution FLA Journal*

Mubyarto dan Santoso., 2003. Artikel, *Pembangunan Pertanian Berkelanjutan (kritik terhadap paradigma agribisnis)*, www.ekonomi rakyat.org

World Bank. 1993. *East Asian Miracle: Economic Growth and Public Policy*, Oxford University.U.S.A.

Simatupang, P. 2003. *The Jakarta Post 14 April dan 15 April*

#### **Web site**

[www.redaksi@bogor.net](mailto:www.redaksi@bogor.net)

[www.ekonomirakyat.org](http://www.ekonomirakyat.org)

[www.yahoo.geocities.com](http://www.yahoo.geocities.com)

[www.tripod.com](http://www.tripod.com)

Lampiran 1 : Kuesioner

**Pengantar:**

Sehubungan dengan penelitian tentang **Pemanfaatan Siaran Televisi Lokal Dalam mendukung Pembangunan Masyarakat Agropolitan**, peneliti sangat mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi daftar pertanyaan yang telah disediakan.

Atas kesediaan Bapak/Ibu akan sangat berharga dan bermanfaat besar bagi penelitian ini. Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

**Petunjuk:**

- Isilah identitas responden dengan benar dan lengkap untuk memudahkan pendataan penelitian ini.
- Mohon jawablah semua pertanyaan dengan memberi tanda silang (x) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan keadaan Bapak/Ibu.

**Identitas Responden:**

Nomer Responden : .....

Usia Responden : .....

Pekerjaan Responden : .....

Jenis Kelamin : .....

## A. Acara yang bersifat Hiburan dan Pendidikan

1. Bapak/Ibu menonton tayangan Campursari Salam karena ingin mendapatkan hiburan yang sesuai dengan keinginan anda?
  - a. Sangat setuju
  - b. Setuju
  - c. Ragu-ragu
  - d. Tidak setuju
  - e. Sangat tidak setuju
2. Bapak/Ibu sering meluangkan waktu untuk menonton tayangan Serial Pendidikan?
  - a. Sangat setuju
  - b. Setuju
  - c. Ragu-ragu
  - d. Tidak setuju
  - e. Sangat tidak setuju
3. Menyaksikan tayangan Dialog Pertanian merupakan suatu kebutuhan bagi Bapak/Ibu ?
  - a. Sangat setuju
  - b. Setuju
  - c. Ragu-ragu
  - d. Tidak setuju
  - e. Sangat tidak setuju
4. Bapak/Ibu menonton tayangan Pengobatan Cina karena ingin menambah pengetahuan ?
  - a. Sangat setuju
  - b. Setuju
  - c. Ragu-ragu
  - d. Tidak setuju
  - e. Sangat tidak setuju
5. Apakah Bapak/Ibu faham dengan penjelasan dari narasumber dalam tayangan Kokiku di ATV ?
  - a. Sangat faham
  - b. Faham
  - c. Cukup faham
  - d. Tidak faham
  - e. Sangat tidak faham
6. Tayangan Campursari Salam memiliki kelebihan dibandingkan tayangan acara yang lainnya ?
  - a. Sangat setuju
  - b. Setuju
  - c. Ragu-ragu
  - d. Tidak setuju
  - e. Sangat tidak setuju

## B. Acara yang bersifat penyampaian opini dan kontrol terhadap kebijakan Pemerintah

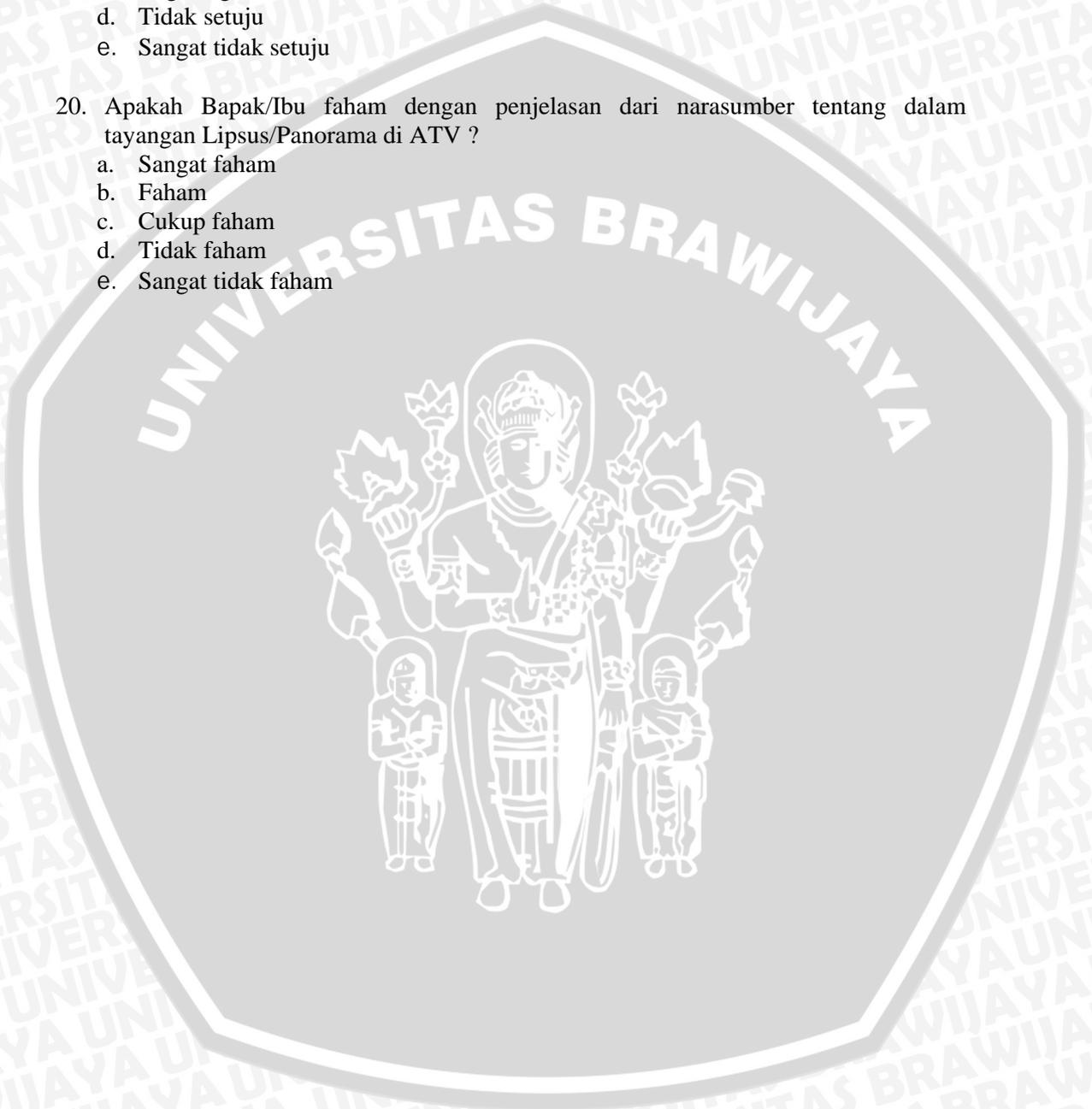
7. Adanya format interaktif membuat Bapak/Ibu tertarik untuk berpartisipasi dalam acara Café Agropolitan?
  - a. Sangat setuju
  - b. Setuju
  - c. Ragu-ragu
  - d. Tidak setuju
  - e. Sangat tidak setuju
8. Keberadaan narasumber untuk menjelaskan topik lebih mendalam membuat Bapak/Ibu yakin bahwa acara Café Agropolitan berbobot untuk ditonton ?
  - a. Sangat setuju
  - b. Setuju
  - c. Ragu-ragu
  - d. Tidak setuju
  - e. Sangat tidak setuju
9. Bapak/Ibu sering meluangkan waktu untuk menonton tayangan Fresh Day di ATV ?
  - a. Sangat setuju
  - b. Setuju
  - c. Ragu-ragu
  - d. Tidak setuju
  - e. Sangat tidak setuju
10. Menyaksikan tayangan Café Agropolitan merupakan suatu kebutuhan bagi Sudara/I ?
  - a. Sangat setuju
  - b. Setuju
  - c. Ragu-ragu
  - d. Tidak setuju
  - e. Sangat tidak setuju
11. Bapak/Ibu menonton tayangan Fresh Day karena ingin menambah pengetahuan ?
  - a. Sangat setuju
  - b. Setuju
  - c. Ragu-ragu
  - d. Tidak setuju
  - e. Sangat tidak setuju
12. Bapak/Ibu menonton tayangan Café Agropolitan tidak hanya sekedar ingin mengisi waktu luang saja?
  - a. Sangat setuju
  - b. Setuju
  - c. Ragu-ragu
  - d. Tidak setuju
  - e. Sangat tidak setuju

13. Apakah Bapak/Ibu faham dengan penjelasan dari narasumber tentang fenomena yang terjadi dalam tayangan Fresh Day?
  - a. Sangat faham
  - b. Faham
  - c. Cukup faham
  - d. Tidak faham
  - e. Sangat tidak faham
14. Keberadaan format Café Agropolitan yang interaktif mendorong Bapak/Ibu menonton tayangan tersebut hingga tuntas ?
  - a. Sangat setuju
  - b. Setuju
  - c. Ragu-ragu
  - d. Tidak setuju
  - e. Sangat tidak setuju

### C. Acara yang menyajikan fakta yang terjadi di sekitar Kota Batu

15. Bapak/Ibu menonton tayangan berita Agropolitan News karena ingin mendapatkan informasi yang aktual ?
  - a. Sangat setuju
  - b. Setuju
  - c. Ragu-ragu
  - d. Tidak setuju
  - e. Sangat tidak setuju
16. Bapak/Ibu sering meluangkan waktu untuk menonton tayangan berita Buletin di ATV ?
  - a. Sangat setuju
  - b. Setuju
  - c. Ragu-ragu
  - d. Tidak setuju
  - e. Sangat tidak setuju
17. Menyaksikan tayangan berita Agropolitan News merupakan suatu kebutuhan bagi Sudara/I ?
  - a. Sangat setuju
  - b. Setuju
  - c. Ragu-ragu
  - d. Tidak setuju
  - e. Sangat tidak setuju
18. Bapak/Ibu menonton tayangan Lipsus/Panorama karena ingin menambah pengetahuan ?
  - a. Sangat setuju
  - b. Setuju
  - c. Ragu-ragu
  - d. Tidak setuju
  - e. Sangat tidak setuju

19. Saudara menonton tayangan Travelling tidak hanya karena sekedar ingin mengisi waktu luang saja ?
  - a. Sangat setuju
  - b. Setuju
  - c. Ragu-ragu
  - d. Tidak setuju
  - e. Sangat tidak setuju
  
20. Apakah Bapak/Ibu faham dengan penjelasan dari narasumber tentang dalam tayangan Lipsus/Panorama di ATV ?
  - a. Sangat faham
  - b. Faham
  - c. Cukup faham
  - d. Tidak faham
  - e. Sangat tidak faham



Lampiran 2 : Surat Ijin Dan Selesai Survey/Riset



PEMERINTAH KOTA BATU  
BADAN KESATUAN BANGSA DAN PERLINDUNGAN MASYARAKAT  
(COMMISSION OF NATION AWARENESS AND PEOPLE PROTECTION)  
Jl. Ridwan No. 17 Telp. (0341) 598811 Batu 65311

Batu, 20 Pebruari 2007

Nomor : 072/179/422.303/2007  
Sifat : Segera  
Lampiran : -  
Perihal : Ijin Penelitian

Kepada  
Yth. **Kepala Dinas Infokom Dan Perpustakaan  
Kota Batu**

di

B A T U

Menunjuk surat pengantar dari Ketua Jurusan Administrasi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tanggal 20 Pebruari 2007 Nomor : 1153/J.10.1.14/PG/2007 Perihal Riset / Survey bersama ini diberitahukan bahwa :

Nama : AMIRUL SALAM  
NIM : 0110313008-31  
Jurusan : Administrasi Publik  
Fakultas / Universitas : Ilmu Administrasi / Universitas Brawijaya Malang  
Alamat : Jl. Mayor Jendral Haryono No. 163 Malang

Bermaksud mengadakan Ijin Penelitian pada Instansi yang Saudara pimpin dengan ketentuan sebagai berikut :

Tema/Judul : Pemanfaatan Siaran Televisi Lokal Dalam Mendukung Pembangunan Masyarakat Agropolitan  
Lokasi : Dinas Infokom Dan Perpustakaan Kota Batu.  
Waktu : 23 Pebruari 2007 s.d 23 Maret 2007

Selama melakukan kegiatan wajib mentaati peraturan dan tata tertib yang berlaku dan melaporkan secara tertulis hasil kegiatannya kepada instansi setempat.

Demikian untuk menjadikan maklum.

an. **WALIKOTA BATU**  
KEPALA BAKESBANG DAN LINMAS  
KOTA BATU

**Drs. SUKARTO, MM**  
Pembina Tk. I  
NIP. 510 138 966

Tembusan :  
Yth. Ketua Jurusan Administrasi Publik  
Fakultas Ilmu Administrasi UNIBRAW Malang

Lampiran 3 : Tabulasi Data Responden

No	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	Tot
1	4	4	4	3	4	4	4	3	3	5	3	5	3	5	5	4	4	4	5	5	81
2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	5	3	5	4	5	4	4	5	4	81
3	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	5	83
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	5	4	79
5	3	4	3	4	5	5	4	4	4	4	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	87
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5	83
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	5	82
8	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	81
9	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	91
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
11	5	3	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	89
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	83
13	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	81
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	87
15	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	78
16	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	84
17	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	97
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	81
19	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	90
20	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	75
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	81
23	5	4	5	5	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	83
24	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	76
25	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	74
26	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	86
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	77
28	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	81
29	3	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	78
30	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	91
31	4	4	4	3	4	4	4	3	3	5	3	5	3	5	4	4	4	4	5	5	80
32	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	5	3	5	4	5	4	4	5	4	81
33	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	5	83
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	5	4	79
35	3	4	3	4	5	5	4	4	4	4	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	87
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	4	5	83	
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	80
38	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	82
39	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	91
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
41	5	3	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	90
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	83
43	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	81
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	87
45	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	79
46	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	85
47	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	97

48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	81
49	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	90
50	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	75
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	81
53	5	4	5	5	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	83
54	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	76
55	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	74
56	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	86
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	77
58	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	81
59	3	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	78
60	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	88



Lampiran 4 : Validitas dan Reliabilitas

**Reliability**

\*\*\*\*\* Method 2 (covariance matrix) will be used for this analysis  
 \*\*\*\*\*

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Correlation Matrix

	VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005
VAR00001	1.0000				
VAR00002	.2466	1.0000			
VAR00003	.3394	.1547	1.0000		
VAR00004	.5038	.0000	.3858	1.0000	
VAR00005	.1564	.1627	.1962	.3626	1.0000
VAR00006	.4102	.0000	.2734	.5105	.5834
VAR00007	.3698	.0000	.1547	.3981	.3253
VAR00008	.3470	-.1547	.2919	.4761	.5585
VAR00009	.1510	.2041	.3789	.4875	.3984
VAR00010	.0038	.0000	.0048	-.1396	.1057
VAR00011	-.0921	.1384	-.1156	.2865	.4187
VAR00012	.0232	.0000	.0291	.0249	.1833
VAR00013	.2992	.1363	.1223	.3401	.1730
VAR00014	.1182	.0000	.0048	.1067	.2566
VAR00015	.0909	.2212	.1824	.1956	.7914
VAR00016	.2534	.0619	.2605	.3878	.3142
VAR00017	.0102	.1384	-.1156	-.0441	.2837
VAR00018	-.1754	-.1248	.0116	-.1391	.3776
VAR00019	.0314	.0000	.0395	.0903	.1798
VAR00020	-.0516	.1494	.0739	-.1348	.1750
VAR00021	.4180	.2194	.3615	.5178	.6966

	VAR00006	VAR00007	VAR00008	VAR00009	VAR00010
VAR00006	1.0000				
VAR00007	.6498	1.0000			
VAR00008	.4503	.3093	1.0000		
VAR00009	.3184	.2041	.5683	1.0000	
VAR00010	.0885	.3093	.1388	.1894	1.0000
VAR00011	.2375	.2768	.3725	.5085	.3725
VAR00012	.1709	.0000	.2615	.0000	.5521
VAR00013	.1347	.2727	.5103	.3340	.0042
VAR00014	.3297	.1547	.1388	.0000	.4258
VAR00015	.4407	.2949	.3649	.2709	.1596
VAR00016	.7597	.4335	.2567	.3034	.0843
VAR00017	.2375	.1384	.3725	.3390	.2441
VAR00018	.2141	.2496	.2201	.1529	.2201
VAR00019	.1768	.2834	.0921	.0000	.3551
VAR00020	.2019	.4482	.0647	.1830	.4807
VAR00021	.7350	.6363	.6633	.5822	.4462

-

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Correlation Matrix

	VAR00011	VAR00012	VAR00013	VAR00014	VAR00015
VAR00011	1.0000				
VAR00012	.3120	1.0000			
VAR00013	.3510	.0256	1.0000		
VAR00014	-.0128	.5521	.0042	1.0000	
VAR00015	.2449	.1385	.0402	.1596	1.0000
VAR00016	.0206	.1629	-.0743	.2567	.3652
VAR00017	.1954	.1820	.1245	.2441	.2449
VAR00018	.2798	.2814	.0102	.1042	.3312
VAR00019	.0118	.4259	-.0811	.2236	.2507
VAR00020	.2978	.2526	.0652	.0647	.2203
VAR00021	.4993	.4562	.3785	.4122	.5974

	VAR00016	VAR00017	VAR00018	VAR00019
VAR00020				
VAR00016	1.0000			
VAR00017	.2263	1.0000		
VAR00018	.1113	.1762	1.0000	
VAR00019	.2211	.1294	.5412	1.0000
VAR00020	.1369	.4218	.3804	.4065
VAR00021	.5699	.4507	.4283	.4452

	VAR00021
VAR00021	1.0000

N of Cases = 60.0

Reliability Coefficients 21 items

Alpha = .7340 Standardized item alpha = .8677

Lampiran 5 : Frekuensi Tabel

**Frequency Table**

**ITEM1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	12	20.0	20.0	20.0
	4	38	63.3	63.3	83.3
	5	10	16.7	16.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

**ITEM2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	6	10.0	10.0	10.0
	4	48	80.0	80.0	90.0
	5	6	10.0	10.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

**ITEM3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	8	13.3	13.3	13.3
	4	46	76.7	76.7	90.0
	5	6	10.0	10.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

**ITEM4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	6	10.0	10.0	10.0
	4	40	66.7	66.7	76.7
	5	14	23.3	23.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

**ITEM5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	42	70.0	70.0	70.0
	5	18	30.0	30.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	



**ITEM6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	4	6.7	6.7	6.7
	4	36	60.0	60.0	66.7
	5	20	33.3	33.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

**ITEM7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	6	10.0	10.0	10.0
	4	48	80.0	80.0	90.0
	5	6	10.0	10.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

**ITEM8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	6	10.0	10.0	10.0
	4	46	76.7	76.7	86.7
	5	8	13.3	13.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

**ITEM9**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	4	6.7	6.7	6.7
	4	52	86.7	86.7	93.3
	5	4	6.7	6.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

**ITEM10**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	6	10.0	10.0	10.0
	4	46	76.7	76.7	86.7
	5	8	13.3	13.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	



**ITEM11**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	6	10.0	10.0	10.0
	4	42	70.0	70.0	80.0
	5	12	20.0	20.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

**ITEM12**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	2	3.3	3.3	3.3
	4	44	73.3	73.3	76.7
	5	14	23.3	23.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

**ITEM13**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	10	16.7	16.7	16.7
	4	42	70.0	70.0	86.7
	5	8	13.3	13.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

**ITEM14**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	6	10.0	10.0	10.0
	4	46	76.7	76.7	86.7
	5	8	13.3	13.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

**ITEM15**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	1.7	1.7	1.7
	4	38	63.3	63.3	65.0
	5	21	35.0	35.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	



**ITEM16**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	5	8.3	8.3	8.3
	4	34	56.7	56.7	65.0
	5	21	35.0	35.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

**ITEM17**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	6	10.0	10.0	10.0
	4	42	70.0	70.0	80.0
	5	12	20.0	20.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

**ITEM18**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	8	13.3	13.3	13.3
	4	38	63.3	63.3	76.7
	5	14	23.3	23.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

**ITEM19**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	2	3.3	3.3	3.3
	4	38	63.3	63.3	66.7
	5	20	33.3	33.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

**ITEM20**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	28	46.7	46.7	46.7
	5	32	53.3	53.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	



