

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan menggunakan *Reception Analysis* Stuart Hall. Sebagai penelitian studi khalayak, penelitian ini mencoba memberikan sebuah makna tentang teori Stuart Hall dimana teori tersebut menjadi panutan dan seakan-akan kiblat dari penelitian *audiens*, analisis resepsi (*Reception Analysis*) memandang bawasannya khalayak mampu selektif memaknai dan memilih makna dari sebuah teks media berdasar posisi sosial dan budaya yang mereka miliki (Bertrand & Hughes, 2005 :39).

Metode kualitatif didefinisikan sebagai metode penelitian ilmu-ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan-perbuatan manusia, serta peneliti tidak berusaha menghitung atau mengkuantifikasikan data kualitatif yang telah diperoleh dan dengan demikian tidak menganalisis angka-angka (Afrizal, 2006: 13). Sebagai penelitian analisis resepsi (*Reception analysis*) penelitian ini hanya akan berfokus pada resepsi penonton terhadap masyarakat Indonesia Timur dalam program acara “waktu Indonesia Timur” di NET TV yang kemudian di analisis secara utuh untuk menemukan hasil dalam penelitian analisis resepsi (*Reception analysis*) yaitu bagaimana penggambaran masyarakat Indonesia Timur dalam program acara “Waktu Indonesia Timur” di NET TV pada Mahasiswa di Kota

Malang

3.2 Definisi Konseptual

3.2.1 Analisis resepsi (*Reception analysis*) mempertanyakan metodologi penelitian sosial ilmiah empiris dan juga studi humanistik isi media karena keduanya tak mampu atau tak mengindahkan kemampuan khalayak dalam memberikan makna pada pesan-pesan media. Inti dari pendekatan ini terletak pada atribusi dan konstruksi makna (yang didapat oleh media) oleh khalayak atau masyarakat (Mc Quail, 1997:33).

Dalam teori ini *Stuart Hall* mengatakan bahwa makna yang dimaksudkan dan yang diartikan dalam sebuah pesan bisa terdapat perbedaan. Kode yang digunakan atau sandi (*encode*) dan yang disandi balik (*decode*). Dalam teori ini dimaksudkan sebagai pemahaman serta kesalah pahaman dalam pertukaran pesan dalam proses komunikasi, tergantung pada relasi ekuivalen yang berbentuk diantara *encoder* dan *decoder*, selain itu posisi *encoder* dan *decoder*, jika dipersonifikasikan menjadi pembuat pesan dan penerima pesan.

Menurut *Hall* terdapat tiga tipe utama dari pemaknaan atau pembacaan khalayak terhadap pesan media :

Dominant Hegemonic Position: khalayak secara penuh menerima makna yang disodorkan dan dikehendaki oleh pembuat dan sejalan dengan kode-kode program (yang di dalamnya terkandung sikap, nilai-nilai, keyakinan dan asumsi). Dapat dikatakan *dominant hegemonic position* jika seseorang atau sekelompok orang melakukan pemaknaan sesuai dengan makna dominan (*preffered reading*) yang ditawarkan oleh teks media. Dalam hal ini, khalayak menyetujui atau

sependapat dengan tema dan nilai yang disampaikan melalui tayangan “Waktu Indonesia Timur” di NET TV.

Negotiated Position: khalayak sejalan dengan kode-kode program dalam batas-batas tertentu dan pada dasarnya menerima makna yang disodorkan oleh pembuat tetapi memodifikasinya sedemikian rupa sehingga mencerminkan posisi dan minat pribadinya. Dalam hal ini, khalayak berkompromi dengan tema dan nilai dalam tayangan “Waktu Indonesia Timur” di NET TV. tetapi beberapa hal ada yang disetujuinya namun ada hal lain yang tidak sependapat dengan makna yang dibangun oleh pembuatnya.

Oppositional Position: khalayak yang tidak sejalan dengan kode-kode program dan menolak makna atau pembaca yang disodorkan, dan kemudian menentukan frame alternatif sendiri di dalam menginterpretasikan pesan. Khalayak yang berada pada posisi ini bertentangan dengan tema dan nilai yang disampaikan pembuat tayangan. Khalayak atau masyarakat tidak menyetujui makna yang dibangun oleh pembuat tayangan atau *encoder*.

Reception Analysis merupakan analisis penerimaan setiap individu terhadap pesan media berdasarkan *field of experience* dan *frame of reference* masing-masing individu. Analisis penerimaan ini mempunyai argumen, bahwa faktor kontekstual mempengaruhi cara khalayak pemirsa atau pembaca media. Khalayak dilihat sebagai produsen aktif yang memberikan makna, bukan sebagai konsumen media. Secara konseptual, khalayak mengkonsumsi media dalam berbagai cara dan kebutuhan.

3.2.2 Stereotipe Masyarakat Indonesia Timur

Masyarakat Indonesia Timur adalah Masyarakat yang berasal dari Indonesia bagian Timur atau yang biasanya di sebut dengan Kawasan Timur Indonesia (KTI) meliputi Nusa Tenggara Timur, Nusa Tenggara Barat, Bali, Sulawesi, Maluku, dan Papua. Entah sejak kapan sebutan Masyarakat Indonesia Timur (RAKAT) itu menjadi label yang melekat kepada orang-orang yang berasal dari Kawasan Timur Indonesia. Namun banyak pandangan berbeda ketika berbicara tentang Masyarakat Indonesia Timur, karena tidak semua orang yang berasal dari Kawasan Indonesia Timur mengakui bahwa mereka termaksud Masyarakat Indonesia Timur.

Terkadang Masalah stereotipe dalam konteks kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia Timur juga terlihat kompleks, berbagai permasalahan timbul dari aspek sosial, ekonomi dan kebudayaan yang sering kali dihubungkan. Penyebutan atau pelabelan pada Masyarakat Indonesia Timur tersebut kadang memunculkan stereotipe yang mengarah pada deskriminasi terhadap Identitas seseorang atau kelompok masyarakat yang berasal dari Indonesia Timur.

Hal tersebut menjelaskan bahwa Identitas Masyarakat Indonesia Timur sendiri masih menjadi tanda tanya siapakah yang pantas dipanggil dengan sebutan Masyarakat Indonesia Timur. di dalam penelitian ini Konsep penelitian yang akan diteliti oleh penulis adalah bagaimana stereotipe masyarakat Indonesia Timur dalam tayangan Waktu Indonesia Timur di NET TV.

3.3 Unit Analisis

Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis resepsi (*reception analysis*) berdasarkan pembagian *decoding* yang dikemukakan oleh Stuart Hall yaitu :

1. Dominant-Hegemonic Position

Ketika tanpa sengaja khalayak memaknai pesan yang terkonotasi. Posisi ini disebut ideal dalam komunikasi transparan. Dimana setiap individu bertindak terhadap sebuah kode sesuai dengan apa yang dirasakan mendominasi untuk memiliki kekuatan lebih pada kode lainnya.

2. *Negotiated Position* adalah ketika khalayak sudah mampu menerima ideologi yang dominan dan mereka akan bergerak untuk menindak lanjuti dengan beberapa pengecualian.

3. *Oppositional Position* adalah ketika khalayak menerima dan telah mengerti, baik secara literal maupun konotasi-konotasi yang diberikan, namun khalayak menyandinya dengan sangat bertolak belakang. Ini hanya terjadi ketika khalayak memiliki sudut pandang kritis dalam menolak segala bentuk pesan yang disampaikan media dan memilih mengartikannya sendiri.

3.4 Penentuan Informan

Informan yang akan menjadi obyek penelitian adalah :

1. Mahasiswa yang berasal dari Kawasan Timur Indonesia
2. Mahasiswa yang berasal dari Luar Kawasan Timur Indonesia meliputi
(Jawa, Kalimantan, dan Sumatra)
3. Tinggal dan berdomisili di Malang
4. Berusia 18-24 Tahun
5. Pernah menonton tayangan WIT atau menjadi *subscribe YouTube Channel Waktu Indonesia Timur* di NET TV.

Dipilihnya mahasiswa yang berasal dari Kawasan Timur Indonesia sebagai informan, karena mereka yang berasal dari Kawasan Timur Indonesia Timur, lebih mengenal bagaimana kebudayaan di Timur itu sendiri, dan mereka lebih bisa menilai secara intelektual apakah tangan acara Waktu Indonesia Timur ini merepresentasikan identitas mereka dan mampu membentuk stereotipe baru terhadap Masyarakat Indonesia Timur itu sendiri atau tidak. Dan juga dipilihnya masyarakat yang berasal dari luar kawasan Timur Indonesia karena mereka juga mampu menilai apakah stereotipe masyarakat Indonesia Timur ini sendiri sama dengan apa yang ditayangkan dalam program acara Waktu Indonesia Timur di NET TV.

3.5 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di kota Malang karena kota Malang merupakan kota pendidikan di Jawa Timur. Sebagai kota pendidikan , pelajar

yang melanjutkan studi di kota Malang juga sangat heterogen, memiliki berbagai latar belakang suku, ras, dan agama yang berbeda.

Kota Malang juga sebagai tempat berkumpulnya perantauan-perantauan dari Timur, diantaranya orang Papua, Maluku, Sulawesi, dan Kepulauan Nusa Tenggara untuk menuntut Ilmu. Sehingga di Kota Malang berdiri sebuah komunitas perkumpulan dari masyarakat yang berasal dari Indonesia Timur yang disingkat “Rakat”. Host acara Waktu Indonesia Timur yaitu Abdur arsyad menempuh Strata 1 nya di Universitas Muhammadiyah Malang, dan Arie Kriting juga menempuh Diploma-3 nya di Institut Teknologi Malang.

Menurut data yang telah penulis peroleh dari Biro Administrasi Akademik di 3 kampus besar di kota Malang, Mahasiswa yang berasal dari Indonesia Timur semakin banyak di tiap tahunnya. Berikut data yang penulis peroleh di 3 Universitas di kota Malang tahun 2019-2020.

NO	NAMA PTN/PTS	NT T	NTB	MALUKU & MALUKU UTARA	PAPUA & PAPUA BARAT	BALI	SULAWESI
1	Universitas Muhammadiyah Malang (3.400)	1,1 %	5,1%	1,1%	1,9%	1,9%	2,4%
2	Universitas Tribhuwana Malang (1.348)	12,1 %	8,2 %	12,1%	17,8%	1,2%	5,2%
3	Universitas Merdeka Malang (1.561)	13,2 %	6,1%	9,1%	8,6%	4,2%	6,2%

Tabel 3.1 Data Mahasiswa Indonesia Timur di 3 Universitas kota Malang

Data di atas menunjukkan Bahwa setiap tahun mahasiswa yang berasal dari Indonesia Timur yang melanjutkan studi di Malang termaksud banyak. Oleh karena itu peneliti memilih kota Malang sebagai lokasi penelitian.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa metode untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan untuk penelitian yaitu :

1. Data Primer

Data Primer adalah hasil wawancara dengan Mahasiswa yang berasal dari kawasan Timur Indonesia dan yang berasal dari luar kawasan Timur Indonesia yang melanjutkan studi di kota Malang, berdomisili di kota Malang, berusia 18-24 tahun, dan pernah menonton atau menjadi *Subscriber YouTube Channel* “Waktu Indonesia Timur NET”

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah seluruh data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber untuk mendukung metode pengumpulan data penelitian dari berbagai sumber yang sudah ada. Data tersebut berupa jurnal online, *e-book*, situs web dan lain-lain.

3.7 Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam tayangan acara ini berdasarkan *reception analysis* terhadap penonton program acara Waktu Indonesia Timur di NET TV Dan

YouTube Channel Waktu Indonesia Timur NET, yang difokuskan pada stereotipe masyarakat Indonesia Timur, Kemudian dianalisis dengan menggunakan teori analisis resepsi (*Reception Analysis*) Stuart Hall yang membagi menjadi tiga kategori proses *decoding*, yaitu :

1. Dominant-Hegemonic Position

Dominant-Hegemonic Position adalah ketika tanpa sengaja khalayak memaknai pesan yang terkonotasi. Posisi ini disebut ideal dalam komunikasi transparan. Dimana setiap individu bertindak terhadap sebuah kode sesuai dengan apa yang dirasakan mendominasi untuk memiliki kekuatan lebih pada kode lainnya.

2. Negotiated Position

Negotiated Position adalah ketika khalayak sudah mampu menerima ideologi yang dominan dan mereka akan bergerak untuk menindak lanjuti dengan beberapa pengecualian.

3. Oppotional Position

Oppotional Position adalah ketika khalayak menerima dan telah mengerti, baik secara literal maupun konotasi-konotasi yang diberikan, namun khalayak menyandinya dengan sangat bertolak belakang. Ini hanya terjadi ketika khalayak memiliki sudut pandang kritis dalam menolak segala bentuk pesan yang disampaikan media dan memilih mengartikannya sendiri.