

PERSEPSI PEMBACA TENTANG BERITA PEMBANGUNAN DI SURAT KABAR RADAR BOGOR

(The Readers' Perception on The Development News in Radar Bogor Newspaper)

Gusmia Arianti¹, Amiruddin Saleh², Wahyu Budi Priatna³

¹Program Keahlian Komunikasi, Program Diploma IPB

²Fakultas Ekologi Manusia IPB, Jl. Kamper Kampus IPB Dramaga

³Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB, Jl. Kamper Kampus IPB Dramaga

e-mail: gusmiaarianti@gmail.com

ABSTRACT

The existence of newspaper becomes one of the elements that can change the society's role in development, especially in agriculture and rural areas. Radar Bogor is a local newspaper that becomes the reference of information sources for the community of Bogor. The purposes of the study were to analyze the characteristics of the readers, factors of the characteristics of the readers that have a relationship with the readers' perception and influence of the readers' perception on the elements of the development news in Radar Bogor Newspaper toward their behavioral changes. The sample selection method used in the study was Multiple Stage Sampling. The samples included 99 readers. The data analysis was carried out using the descriptive correlational analysis and SEM. The readers' perception on the elements of development news has an influence on the changes of the readers' behavior. Differences of influence on cognitive and affective changes occur because of the way readers obtain the newspaper. Changes in cognitive aspect based on the readers' perception on the elements of the development news in Radar Bogor Newspaper are relatively stronger than their affective changes.

Keywords: development news, newspapers, perception, readers' behaviors, the elements of the development news

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Komunikasi pembangunan menggunakan komunikasi untuk mengubah atau memperbaiki cara hidup masyarakat suatu negara, dengan menggunakan jenis perbedaan pesan untuk mengubah kondisi sosial-ekonomi masyarakat. Media massa sebagai sarana integrasi dan interaksi memiliki kemampuan yang besar untuk menyebarkan pesan-pesan pembangunan. Media massa selama ini memberikan pengaruh dalam memberitakan tentang isu-isu penting kepada khalayaknya (Choudhury 2011).

Studi tentang keefektifan media massa dalam hal ini surat kabar mengenai pembangunan telah menghasilkan kesimpulan, bahwa surat kabar di negara-negara dunia ketiga mampu memainkan peranan yang penting dengan ikut

menggerakkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan. Keberadaan surat kabar menjadi salah satu unsur yang dapat mengubah peran masyarakat dalam pembangunan, terutama bidang pertanian dan pedesaan. Surat kabar Radar Bogor yang merupakan surat kabar lokal terbesar di Bogor dan menjadi acuan sumber informasi pembangunan bagi masyarakat Bogor.

Peran surat kabar sebagai *agent of change* diharapkan mampu memberi pencerahan untuk masyarakat, artinya pesan yang menerangkan program-program pembangunan secara jelas. Upaya untuk mengetahui peran surat kabar Radar Bogor dalam mendukung jurnalisme pembangunan dinilai menjadi penting untuk ditelusuri, karena banyak surat kabar yang tidak lagi "diatur" pemerintah dalam mengimplementasikan jurnalisme pembangunan.

Keterlibatan khalayak dalam menentukan konten dari media massa sangat dibutuhkan, mengingat khalayak bebas dalam memilih media yang akan mereka gunakan. Perilaku pembaca sering kali berorientasi pada tujuan (*goal oriented*) ketika memilih media dan menikmati apa yang disajikan oleh media. Kepuasan pembaca terhadap media sangat ditentukan oleh informasi dan kepuasan yang telah mereka antisipasi sebelumnya.

Sampai saat ini belum ada penelitian yang dilakukan untuk mengetahui secara pasti pemberitaan pembangunan pada media massa khususnya surat kabar Radar Bogor yang materi pemberitaannya sesuai dengan kebutuhan khalayak. Penelitian dibutuhkan untuk mempelajari berita pembangunan pada surat kabar Radar Bogor yang mempengaruhi perilaku pembaca.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ingin menjawab beberapa masalah penelitian yang berkaitan dengan teori *uses and effects* pada perilaku pembaca surat kabar Radar Bogor, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis profil pembaca surat kabar Radar Bogor
2. Menganalisis faktor-faktor karakteristik pembaca yang berhubungan dengan unsur-unsur berita pembangunan pada surat kabar Radar Bogor
3. Menganalisis pengaruh unsur-unsur berita pembangunan terhadap perilaku pembaca surat kabar Radar Bogor

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi merupakan suatu komponen kunci dalam pembangunan berkelanjutan (Adedokun *et al.* 2010).

Komunikasi membantu melibatkan masyarakat dalam pembangunan dan dapat memotivasi khalayak untuk berpartisipasi dalam perencanaannya (Adedokun *et al.* 2010; Kheerajit & Flor 2013). Kheerajit dan Flor (2013) menyatakan bahwa komunikasi pembangunan memainkan peran utama dalam distribusi informasi di negara-negara berkembang.

Komunikasi selain bertujuan menginformasikan, juga dapat mempengaruhi perilaku penerima informasi. Teori *Uses and effects* menyatakan bahwa kebutuhan hanya salah satu dari faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya penggunaan media. Karakteristik individu, harapan dan persepsi terhadap media, dan tingkat akses kepada media, akan membawa individu kepada keputusan untuk menggunakan atau tidak menggunakan isi media massa. Unsur-unsur dalam berita (Ngatif *et al.* 2005; Larcinese *et al.* 2011; Pavelka 2014; Castrechini *et al.* 2014) diantaranya: 1) pemilihan topik, 2) nilai berita, 3) aktualitas dan urgensi berita. Rakhmat (1999) menerjemahkan persepsi sebagai pengalaman tentang obyek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan, sehingga memberikan makna pada stimuli inderawi. Menurut Ravich dan Steiner (Zhang 2008) efek psikologi dari media massa mencakup kognisi, perasaan, dan hasrat. Media massa menawarkan informasi yang kaya dalam bidang kognisi, menciptakan perasaan diterima secara luas oleh eksternalisasi informasi, dan menyadari efek maksimum informasi komunikasi. Khalayak media cetak memiliki karakteristik tersendiri dan sangat heterogen. Menurut Schramm (1954), terdapat beberapa faktor yang

mempengaruhi hal-halapa saja yang hendak dibaca diantaranya usia, pendidikan, jenis kelamin, dan status sosial-ekonomi. Brallay (2010) karakteristik khalayak terdiri dari jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan dan etnis.

Kerangka Pemikiran

Efektivitas peran surat kabar Radar Bogor dilihat dari pemberi informasi, pembuatan keputusan dan pendidik dilakukan dengan menganalisis persepsi pembaca terhadap berita pembangunan. Penelitian ini tidak melakukan analisis hubungan peran surat kabar Radar Bogor dengan persepsi pembaca mengenai unsur-unsur berita pembangunan. Analisis karakteristik khalayak pembaca dilakukan secara deskriptif, selanjutnya dilakukan identifikasi faktor-faktor karakteristik pembaca yang memiliki hubungan dengan persepsi pembaca tentang unsur-unsur berita pembangunan. Uji beda dilakukan untuk menganalisis perbedaan karakteristik pembaca terhadap perilaku kognitif dan afektif

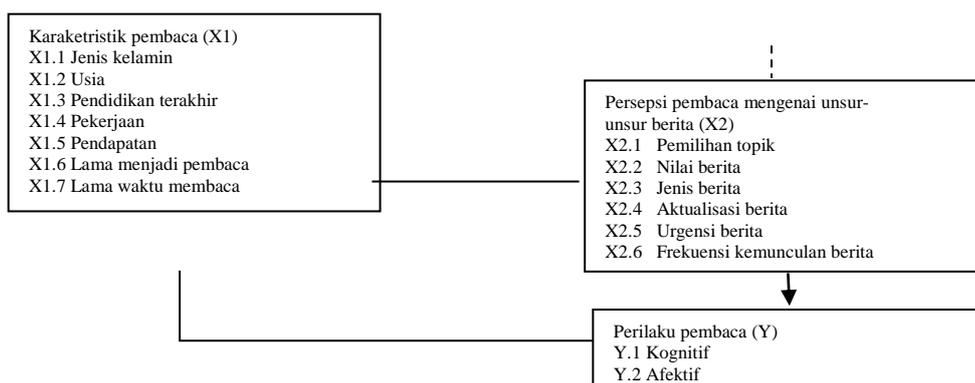
pembaca. Analisis persepsi pembaca mengenai unsur-unsur berita pembangunan di Radar Bogor yang mempengaruhi perilaku pembaca, menggunakan analisis *structural equation modeling* (model persamaan struktural/ SEM).

Karakteristik pembaca terdiri dari: jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, pendapatan, lama menjadi pembaca dan lama waktu untuk membaca surat kabar (Schramm 1954; Brallay 2010). Unsur-unsur berita yang diamati meliputi: pemilihan topik, nilai berita, jenis berita, aktualisasi berita, urgensi berita dan frekuensi kemunculan berita pembangunan yang dibutuhkan

Peran surat kabar Radar Bogor:

- Pemberi informasi
- Mendidik
- Menghibur
- Fungsi kontrol

oleh masyarakat (Kusumaningrat & Kusumaningrat 2011; Sumadiria 2011; Larcinese *et al.* 2011; Castrechini *et al.* 2014). Perilaku yang diamati meliputi: aspek kognitif dan afektif (Zhang 2008).



Gambar 1 Kerangka pemikiran penelitian

Hipotesis penelitian

1. Faktor-faktor karakteristik pembaca berhubungan nyata dengan persepsi pembaca mengenai unsur-unsur berita pembangunan di surat kabar Radar Bogor.
2. Faktor-faktor karakteristik pembaca berbeda nyata dalam perilaku pembaca surat kabar Radar Bogor.

3. Persepsi pembaca mengenai unsur-unsur berita pembangunan di surat kabar Radar Bogor berpengaruh nyata terhadap perilaku pembaca.

METODE

Desain Penelitian

Penelitian didesain sebagai penelitian survai deskriptif eksplanatori yang bersifat korelasional dan pengaruh. Deskriptif korelasional dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor karakteristik pembaca yang memiliki hubungan dengan persepsi pembaca mengenai unsur-unsur berita pembangunan pada surat kabar Radar Bogor. Fokus penelitian adalah menganalisis pengaruh persepsi pembaca surat kabar Radar Bogor mengenai unsur-unsur berita pembangunan terhadap perilaku pembaca (kognitif dan afektif).

Lokasi dan Waktu

Penelitian dilakukan di Surat Kabar Radar Bogor yang beralamat di Graha Pena Bogor Jl. KH. R. Abdullah Bin Muhammad Nuh No. 30 Taman Yasmin, Bogor. Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan alasan bahwa surat kabar Radar Bogor dalam proses pengembangan diri dan telah cukup lama bergerak dalam bidang industri surat kabar.

Penelitian diawali dengan uji coba instrumentasi selama tiga hari terhadap 30 responden pembaca surat kabar Radar Bogor. Pengumpulan data dilaksanakanselama dua bulan mulai Februari-Maret 2015.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi penelitian adalah pembaca surat kabar Radar Bogor di Kota Bogor yang beromlah 7 700

eksemplar. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian adalah *Multiplestage sampling* yang dilakukan dengan dua tahap: Pertama pemilihan Kecamatan untuk menjadi subpopulasi dan pemilihan pembaca untuk dijadikan sampel penelitian. Kedua, responden dipilih secara *convenience sampling*, yaitu responden yang memenuhi syarat sebagai berikut: responden yang kebetulan ditemui berkenan diwawancarai, sering membaca surat kabar Radar Bogor, dan sebanyak mungkin dapat memberikan informasi yang dipercaya. Jumlah responden yang diambil sebagai sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin sebanyak 99 responden.

Data dan Instrumen Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder, baik dalam bentuk deskriptif, kualitatif maupun kuantitatif. Data primer berasal dari peubah yang diteliti berupa karakteristik pembaca, persepsi pembaca mengenai unsur-unsur berita pembangunan dan perilaku pembaca yang diperoleh langsung dari responden dengan menggunakan instrumen dalam bentuk kuesioner. Data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen perusahaan berupa data dan informasi dari perusahaan pada periode terkait dengan penelitian, serta gambaran umum usaha. Data sekunder juga diperoleh melalui penelusuran kepustakaan melalui buku, literatur, internet dan tulisan-tulisan ilmiah yang berkaitan dengan topik yang dibahas dalam penelitian.

Instrumentasi yang digunakan pada penelitian berupa kuesioner yang berisi daftar pertanyaan dan pernyataan yang berhubungan dengan peubah-peubah penelitian. Oleh

karena itu, kuesioner terbagi menjadi tiga bagian yaitu: karakteristik pembaca, unsur-unsur berita pembangunan dan perilaku pembaca.

Pengumpulan dan Analisis Data

Pengumpulan data primer dihasilkan terutama dari wawancara dengan menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil uji coba kuesioner kepada 30 responden, menghasilkan nilai koefisien validitas produk momen 0.369 – 0.780, nilai koefisien reliabilitas *alpha Cronbach's* sebesar 0.886. Data yang dikumpulkan dilengkapi hasil pengamatan di lapangan dan kepustakaan yang relevan.

Data yang diperoleh dari lapangan dilakukan pembersihan data (*cleaning data*), dikoding dan ditabulasikan dengan menggunakan *Microsoft Excel* 2010. Hasil tabulasi data tersebut, selanjutnya diolah dengan menggunakan *software* SPSS versi 19.0. Analisis data pada pendekatan penelitian kuantitatif, menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial yang disajikan dalam bentuk tabel, bagan dan uraian. Analisis statistik deskriptif (frekuensi, persentase, kuartil dan total rentang skor) digunakan untuk menganalisis deskripsi peubah karakteristik dan persepsi pembaca surat kabar Radar Bogor. Analisis statistik inferensial digunakan untuk menguji hubungan antara faktor karakteristik dengan persepsi pembaca tentang unsur-unsur berita pembangunan dengan menggunakan analisis korelasi *rank* Spearman. Uji beda digunakan untuk melihat perbedaan karakteristik pembaca terhadap perilaku kognitif dan afektif. Analisis pengaruh peubah *independen*

(unsur berita) terhadap peubah *dependen* menggunakan teknik *structural equation modeling* (model persamaan struktural/SEM). Pengujian dengan SEM digunakan karena pengukuran peubah persepsi pembaca mengenai unsur-unsur berita pembangunan, dan peubah perilaku pembaca dilakukan dengan menggunakan peubah latennya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Pembaca Surat Kabar Radar Bogor

Analisis karakteristik pembaca digunakan untuk mengetahui gambaran karakteristik pembaca surat kabar Radar Bogor. Hasil penyebaran yang dilakukan terhadap pembaca surat kabar Radar Bogor, diketahui bahwa sebagian besar pembaca adalah laki-laki dengan kisaran usia 20-29 tahun yang umumnya berada pada posisi mapan dalam pekerjaan, sehingga cenderung lebih memilih untuk membaca surat kabar agar mendapatkan lebih banyak informasi aktual dan terpercaya. Sebagian besar pembaca berpendidikan sarjana yaitu sebesar 48 persen. Pendapatan yang dianalisis adalah pendapatan per bulan yang diterima pembaca, sebagian besar adalah pembaca yang berpendapatan Rp 2 600 000 – Rp 5 000 000. Sebagian besar memiliki jenis pekerjaan sebagai pegawai swasta dan profesional yang mengaku surat kabar Radar Bogor digunakan sebagai bahan untuk mencari informasi yang berkaitan dengan aktivitas yang terjadi di Bogor. Sebagian besar pembaca surat kabar Radar Bogor memperoleh surat kabar dari loper koran yang tersebar di beberapa tempat di daerah Bogor Utara dan Bogor Tengah. Pembaca

surat kabar Radar Bogor sebagian besar menggunakan surat kabar Radar Bogor sebagai acuan sumber informasi mereka kurang dari 30 bulan.

Frekuensi membaca surat kabar mempengaruhi persepsi pembaca terhadap suatu peristiwa. Pembaca sebagian besar membaca surat kabar sebanyak 3-4 kali dalam satu minggu. Frekuensi tersebut menggambarkan bahwa pembaca memiliki ketertarikan untuk membaca surat kabar Radar Bogor. Sebagian besar pembaca dapat membaca surat kabar Radar Bogor selama satu jam setiap harinya. Hal ini mengindikasikan bahwa surat kabar masih menjadi alternatif sumber informasi yang digunakan oleh pembaca untuk memenuhi kebutuhan informasinya. Tema berita yang paling disukai oleh pembaca surat kabar Radar Bogor adalah tema pembangunan. Berita pembangunan yang disajikan surat kabar Radar Bogor menjadi tema yang disukai oleh pembaca karena tema berita tersebut menyajikan informasi yang berkaitan pembangunan yang terjadi di wilayah Bogor. Pembaca merasa

penting mengetahui pembangunan apa saja yang terjadi wilayah mereka.

Persepsi Pembaca mengenai Unsur-Unsur Berita Pembangunan

Persepsi pembaca mengenai unsur-unsur berita pembangunan di surat kabar Radar Bogor dapat diketahui dengan melakukan perhitungan skor jawaban pada setiap indikator yang diberikan kepada pembaca. Persepsi pembaca mengenai unsur-unsur berita pembangunan di surat kabar Radar Bogor adalah tinggi dengan skor 385.38. Hal ini mengindikasikan bahwa pembaca memiliki penilaian yang tinggi mengenai unsur-unsur berita pembangunan di surat kabar Radar Bogor. Pembaca menilai informasi yang disajikan surat kabar Radar Bogor sudah sesuai dengan kebutuhannya. Surat kabar Radar Bogor telah menyajikan informasi sesuai dengan yang dibutuhkan oleh pembaca. Tim redaksi dan wartawan Radar Bogor sebaiknya terus meningkatkan kuantitas dan kualitas pemberitaan pembangunan karena dibutuhkan oleh para pembacanya.

Tabel 1 Skor persepsi pembaca mengenai unsur-unsur berita pembangunan di surat kabar Radar Bogor

No	Indikator	Skor	Kategori
1	Pemilihan topik	394.10	Tinggi
2	Nilai berita	384.33	Tinggi
3	Jenis berita	384.33	Tinggi
4	Aktualitas berita	363.00	Tinggi
5	Urgensi berita	401.50	Tinggi
6	Frekuensi berita	385.00	Tinggi
	Rata-rata	385.38	Tinggi



Hubungan Faktor Karakteristik dengan Persepsi Pembaca mengenai Unsur-Unsur Berita Pembangunan

Pembaca merupakan individu yang aktif dalam memilih atau menyeleksi berita. Perbedaan kebutuhan informasi individu mengakibatkan terjadinya perbedaan persepsi pembaca terhadap berita tersebut. Adanya perbedaan persepsi mengindikasikan akan terjadi perbedaan pengetahuan dan sikap mereka terhadap informasi yang

disampaikan oleh berita dalam surat kabar tersebut.

Teori *uses and effect* menganggap bahwa khalayak memiliki kebebasan dalam memilih media yang akan mereka baca. Khalayak yang dianggap aktif, berarti khalayak dianggap sebagai bagian penting dari penggunaan media dan diasumsikan mempunyai tujuan tertentu. Seseorang akan menggunakan media jika dirasa media tersebut dapat memenuhi kebutuhan informasinya.

Tabel 2 Nilai koefisien korelasi karakteristik pembaca dengan unsur-unsur berita pembangunan pada surat kabar Radar Bogor

Karakteristik pembaca	Koefisien korelasi (rs) unsur-unsur berita pembangunan					
	Pemilihan topik	Nilai berita	Jenis berita	Aktualitasi berita	Urgensi berita	Frekuensi berita
Usia	0.06	0.12	0.01	0.04	0.09	0.04
Pendidikan	0.22*	0.26**	0.09	0.16	0.11	0.19
Pendapatan	0.20*	0.36**	0.07	0.10	0.16	0.16
Lama menjadi pembaca	-0.17	-0.05	-0.01	-0.11	-0.05	-0.05
Frekuensi membaca	-0.01	0.13	-0.04	0.03	0.12	0.01
Lama waktu membaca	0.34**	0.19	0.16	0.31**	0.20	0.43**

Ket : **Berhubungan sangat nyata pada $p < 0.01$
 *Berhubungan nyata pada $p < 0.05$

rs=koefisien korelasi *rank* Spearman

Tingkat pendidikan seseorang sangat mempengaruhi cara mereka bertindak dan berperilaku. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor tingkat pendidikan memiliki hubungan sangat nyata positif ($p < 0.01$) dengan nilai berita surat kabar Radar Bogor. Pendidikan yang berbeda akan menentukan proses penerimaan pesan. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka semakin tinggi nilai berita yang diinginkan. Kecenderungan khalayak dengan pendidikan yang tinggi akan memilih berita dengan nilai yang tinggi. Tingkat pendidikan berhubungan nyata positif ($p < 0.05$)

dengan pemilihan topik berita. Semakin tinggi tingkat pendidikan khalayak maka semakin selektif dalam menentukan topik berita yang akan dibaca. Pendapatan per bulan memiliki hubungan yang sangat nyata positif ($p < 0.01$) dengan nilai berita. Semakin tinggi tingkat pendapatan seseorang maka semakin tinggi nilai berita yang dipilih. Pendapatan per bulan memiliki hubungan yang nyata positif ($p < 0.05$) dengan pemilihan topik. Semakin tinggi tingkat pendapatan seseorang maka semakin selektif dalam memilih topik berita.

Lama waktu membaca surat kabar Radar Bogor memiliki

hubungan sangat nyata positif ($p < 0.01$) dengan aktualitas berita. Semakin memiliki nilai kekinian suatu berita untuk pembaca, maka ia akan semakin sering membaca surat kabar tersebut. Lama waktu membaca memiliki hubungan sangat nyata positif ($p < 0.01$) dengan frekuensi berita di surat kabar Radar Bogor. Semakin lama khalayak membaca surat kabar sangat tergantung pada seberapa sering berita tersebut di muat dalam surat kabar Radar Bogor.

Dengan demikian, hipotesis tentang “Faktor-faktor karakteristik pembaca berhubungan nyata dengan persepsi pembaca mengenai unsur-unsur berita pembangunan di surat kabar Radar Bogor”, dapat diterima. Peubah karakteristik pendidikan dan pendapatan per bulan memiliki hubungan dengan pemilihan topik dan nilai berita; lama waktu membaca surat kabar dalam satu hari berhubungan dengan pemilihan topik, frekuensi dan aktualisasi berita.

Pengaruh karakteristik pembaca dan unsur-unsur berita pembangunan pada surat kabar Radar Bogor terhadap perilaku pembaca

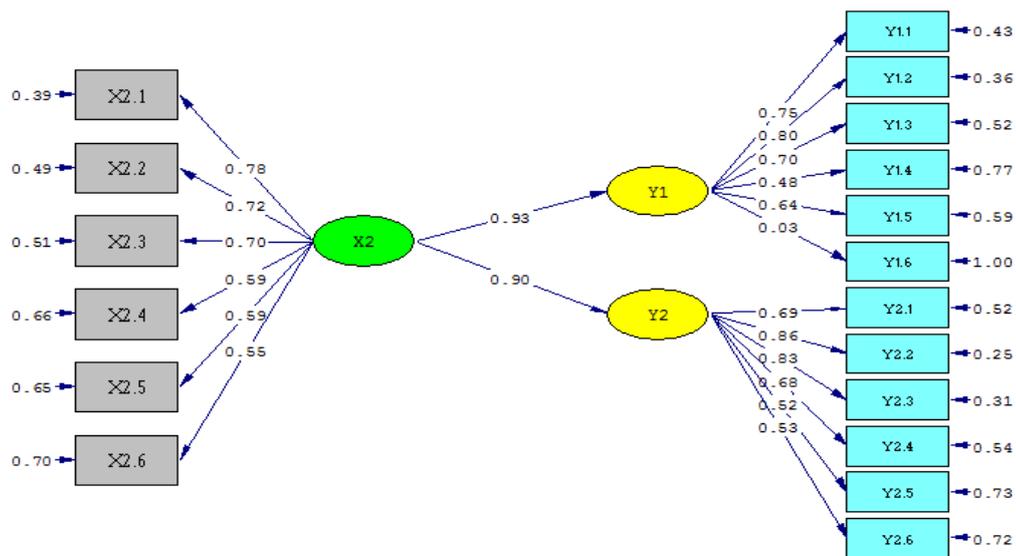
Faktor karakteristik pembaca sebagian besar mempengaruhi

Tabel 3 Hasil uji beda karakteristik dengan perilaku pembaca Radar Bogor tahun 2015

Karakteristik pembaca	Kognitif	Afektif
Jenis Kelamin	0.48	0.02
Usia	0.95	1.36
Pendidikan	0.58	1.09
Pendapatan	1.38	2.22
Pekerjaan	1.21	1.27
Cara memperoleh surat kabar	3.36**	3.98**
Lama menjadi Pembaca	0.57	0.37
Frekuensi Membaca	1.27	1.10

Ket: **Berhubungan sangat nyata pada $p < 0.01$

perilaku baik kognitif ataupun afektif dari pembaca. Berdasarkan uji beda yang dilakukan antara perbedaan karakteristik pembaca terhadap kognitif (pengetahuan) dan afektif (sikap) menghasilkan perbedaan kognitif (pengetahuan) dan afektif (sikap) pada pembaca berdasarkan cara memperoleh surat kabar Radar Bogor. Pembaca yang memperoleh surat kabar Radar Bogor dari keluarga (suami/istri/anak) memberikan pengaruh lebih besar terhadap kognitif dan afektif pembaca. Peran keluarga sangat besar dalam menentukan perilaku seseorang. Adanya kelompok rujukan (*reference group*) yang primer yaitu keluarga dijadikan sebagai alat ukur untuk menilai diri sendiri dan membentuk sikap. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan, bahwa “Faktor-faktor karakteristik pembaca berbeda nyata dalam perilaku pembaca surat kabar Radar Bogor”, dapat diterima, meskipun hanya satu faktor karakteristik, yaitu cara memperoleh surat kabar.



Keterangan:

X2.1= topik berita, X2.2= nilai berita, X2.3= jenis berita, X2.4= aktualisasi berita, X2.5=urgensi berita, X2.6= frekuensi berita, Y1.1= persepsi kognitif topik berita, Y1.2= persepsi kognitif nilai berita, Y1.3= persepsi kognitif jenis berita, Y1.4= persepsi kognitif aktualisasi berita, Y1.5= persepsi kognitif urgensi berita, Y1.6= persepsi kognitif frekuensi berita Y2.1= persepsi afektif topik berita, Y2.2= persepsi afektif nilai berita, Y2.3= persepsi afektif jenis berita, Y2.4= persepsi afektif aktualisasi berita, Y2.5= persepsi afektif urgensi berita, Y2.6= persepsi afektif frekuensi berita.

Gambar 2 Model persamaan struktural yang di uji dan besar hubungan

Berdasarkan hasil analisis pada model persamaan struktural diperoleh nilai *Chi-square* (χ^2)= 194.08 untuk df = 123, dengan nilai-p = 0.00005, nilai RMSEA = 0.077 (Gambar 2). Pengujian signifikan dari model persamaan struktural diperlihatkan pada Gambar 2. Hasil nilai-t indikator topik berita, nilai berita, jenis berita, aktualisasi berita, dan urgensi berita terhadap peubah perilaku kognitif dan afektif adalah signifikan (nilai-t \geq 1.96), sedangkan indikator frekuensi berita hanya signifikan terhadap peubah perilaku afektif saja.

Nilai-nilai kecocokan untuk model persamaan struktural, seperti untuk nilai RMSEA = 0.077, GFI = 0.98 dan nilai CN = 243.33 mengindikasikan telah menunjukkan kesesuaian dengan data penelitian. Nilai-nilai tersebut mengindikasikan bahwa peubah unsur-unsur berita yang dipersepsikan sesuai (*fit*) untuk menjelaskan perilaku kognitif dan afektif pembaca. Berdasarkan hasil

analisis model struktural (Gambar2) perilaku kognitif berdasarkan persepsi pembaca terhadap unsur-unsur berita pembangunan di surat kabar Radar Bogor relatif lebih kuat (0.93) dibandingkan dengan perilaku afektif (sikap) pembaca dengan nilai koefisien adalah 0.90. Hal ini mengindikasikan kuatnya pengaruh perilaku kognitif yang diakibatkan oleh persepsi pembaca terhadap unsur-unsur berita pembangunan di surat kabar Radar Bogor. Pengaruh kognitif muncul akibat seseorang membaca informasi dari berita yang disajikan surat kabar terhadap suatu peristiwa.

Pengaruh afektif lebih rendah daripada kognitif menandakan bahwa sekali pun pembaca membaca mengenai suatu hal dan merubah pengetahuannya, belum tentu pembaca akan memberikan respon terhadap berita yang dibacanya. Pengetahuan tidak selalu menjamin bahwa seseorang akan melakukan

sesuatu terhadap hal yang telah diketahui sebelumnya. Hasil penelitian dari analisis struktural model diketahui bahwa persepsi unsur-unsur berita signifikan mempengaruhi kognitif sebesar 0.93. Hal ini berarti setiap peningkatan satu satuan pada peubah unsur-unsur berita pembangunan, rata-rata akan meningkatkan 93 persen pada kognitif, dengan asumsi pengaruh yang lain tetap. Persepsi pembaca tentang unsur-unsur berita signifikan mempengaruhi afektif sebesar 0.90. Hal ini berarti setiap peningkatan satu satuan pada peubah unsur-unsur berita pembangunan, rata-rata akan meningkatkan 90 persen pada afektif, dengan asumsi pengaruh yang lain tetap (*ceteris paribus*). Koefisien determinasi (R^2) dari model untuk kognitif adalah 0.87 yang mengindikasikan bahwa persepsi pembaca tentang unsur-unsur berita mampu menjelaskan 87 persen dari varian dalam kognitif pembaca surat kabar Radar Bogor.

Koefisien determinasi (R^2) untuk kognitif lebih besar daripada afektif dengan nilai 0.82 yang artinya persepsi pembaca tentang unsur-unsur berita pembangunan mampu menjelaskan 82 persen dari afektif pembaca surat kabar Radar Bogor. Nilai 82 persen menjelaskan, bahwa peubah unsur-unsur berita dapat mendorong terjadinya sikap (afektif) pembaca terhadap berita pembangunan. Hasil koefisien determinasi afektif lebih kecil daripada kognitif mengindikasikan bahwa, seorang individu yang mengetahui tentang suatu hal (memiliki pengetahuan) tidak menjamin akan merubah sikapnya (afeksi).

Berdasarkan uraian diatas, hipotesis penelitian yang menyatakan, bahwa "Persepsi pembaca mengenai unsur-unsur berita pembangunan di surat kabar Radar Bogor berpengaruh nyata terhadap perilaku pembaca", dapat

diterima. Persepsi pembaca mengenai unsur-unsur berita pembangunan di surat kabar Radar Bogor memberikan pengaruh terhadap perilaku kognitif dan afektif pembaca.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Karakteristik pembaca surat kabar Radar Bogor umumnya laki-laki dewasa dengan tingkat pendidikan tinggi yang memiliki penghasilan tergolong menengah, bekerja sebagai pegawai swasta atau profesional. Pembaca memperoleh surat kabar Radar Bogor dari loper koran dengan lama menjadi pembaca kurang dari tiga tahun dan sering membaca surat kabar Radar Bogor untuk setiap minggunya.
2. Karakteristik memiliki hubungan dengan persepsi pembaca mengenai unsur-unsur berita pembangunan pada surat kabar Radar Bogor, yang terlihat pada tingkat pendidikan, pendapatan per bulan dan lama waktu membaca surat kabar dalam satu hari. Faktor-faktor tersebut memiliki hubungan dengan nilai berita, pemilihan topik, frekuensi berita, dan aktualisasi berita
3. Karakteristik pembaca untuk cara memperoleh surat kabar Radar Bogor menimbulkan perbedaan perilaku, baik pada kognitif maupun afektif. Persepsi pembaca mengenai unsur-unsur berita pembangunan memiliki pengaruh terhadap perilaku pembaca.

Saran

1. Redaksi pemberitaan pembangunan di surat kabar Radar Bogor perlu meningkatkan kualitas dan kuantitas berita pembangunannya yang memberikan banyak manfaat bagi masyarakat Bogor.

2. Pemerintah perlu memanfaatkan surat kabar lokal sebagai sarana untuk mengefektifkan komunikasi pembangunan.
3. Perlu penelitian lanjutan dengan populasi yang lebih luas dan aspek pemberitaan pembangunan yang lebih terperinci untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adedokun MO, Adeyemo CW, Olorunsola EO. 2010. The impact of communication on community development. *J Communication*. 1(2): 101-105.
- Brallay B. 2010. Alabama newspaper readers perception of newspaper credibility [internet]. Alabama (US): University of Alabama. hlm 1-27; [diunduh 2014 Des 26]. <http://comj.ua.edu/wp-content/uploads/2010/07/Bralley-final-credibility.pdf>
- Castrechini A, Pol E, Olmos JG. 2014. Media representations of environmental issues: From scientific to political discourse. *Revue Européenne de Psychologie Appliquée*, siap terbit.
- Choudhury PS. 2011. Media in development communication. *Global Media Journal*. 2(2): 2249-5835.
- Kheerajit C, Flor AG. 2013. Participatory development communication for natural resources management in Ratchaburi Province, Thailand. *Social and Behavioral Sciences*. 103: 703-709. <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.10.390>
- Kusumaningrat H, Kusumaningrat P. 2012. *Jurnalistik Teori dan Praktik*. Bandung (ID): Remaja Rosdakarya.
- Larcinese VR, Puglisi R, Snyder JM Jr. 2011. Partisan bias in economic news: evidence on the agenda-setting behavior of U.S. newspapers. *Journal of Public Economics*. 95: 1178-1189. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jubeco.2011.04.006>
- Ngatif MS, Harsoyo, Subejo. 2005. Pemberitaan pertanian oleh surat kabar daerah: Studi kasus pada rubrik Kanda Raharja SKH Kedaulatan Rakyat. *STPP Yogyakarta*. 1(2): 111-124.
- Pavelka J. 2014. The factors affecting the presentation of events and the media coverage of topics in the mass media. *Social and Behavioral Sciences*. 140: 623-629. <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.482>
- Rakhmat J. 1999. *Psikologi Komunikasi*. Bandung (ID): Remaja Rosdakarya.
- Schramm W. 1954. *The Process and Effects of Mass Communication*. Urbana (US): University of Illinois Press.
- Sumadiria ASH. 2011. *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature Panduan Praktis Jurnalis Profesional*. Bandung (ID): Remaja Rosdakarya
- Zhang X. 2008. On perspectives of audience studies. *Asian Social Science*. 4(12): 38-41