



UNIVERSITAS INDONESIA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

SKRIPSI

**PEMETAAN PERSEPSI KHALAYAK
TERHADAP CITRA PENYIAR BERITA
TELEVISI DAN PROGRAM BERITA
TELEVISI**

Diajukan oleh:

**WIRDA HARYANY
099501048X**

**Untuk memenuhi syarat mencapai gelar sarjana
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Indonesia
Depok, 2000**

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Indonesia

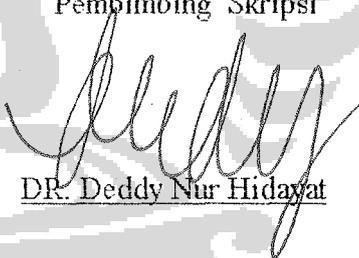
Lembar Pengesahan Skripsi

Nama : Wirda Haryany
NPM. : 099501048x
Judul Skripsi : PEMETAAN PERSEPSI KHALAYAK TERHADAP
CITRA PENYIAR BERITA TELEVISI DAN PROGRAM
BERITA TELEVISI

Panitia Pembimbing Skripsi

Pembimbing Skripsi

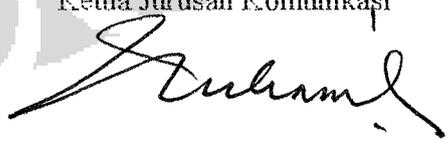
Tanggal


DR. Deddy Nur Hidayat

Ketua Jurusan Komunikasi

Tanggal

08-08-2000


Drs. Zulhasril Nasir, M.Si.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena hanya dengan rahmat dan karunia-Nya jualah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya masih banyak terdapat kekurangan dan jauh dari sempurna, oleh karena itu segala bentuk saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan dan kesempurnaan skripsi ini.

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ayah, Ibu dan saudara-saudaraku tersayang yang telah banyak mendukung dalam pembuatan skripsi ini.

Penghargaan yang sebesar-besarnya juga Saya sampaikan kepada:

- Bapak Prof. Kamanto Sunarto selaku Dekan FISIP UI
- Bapak Zulhasril Nasir selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UI
- Bapak Deddy Nur Hidayat selaku pembimbing skripsi yang telah sangat-sangat banyak membantu dan membimbing selama penulisan skripsi.
- Bapak Pinckey Triputra selaku penguji ahli, atas saran dan masukannya yang sangat berharga untuk skripsi ini
- Buat Fitri dan Mas Nardi, makasih buat foto-fotonya. Kalau tidak ada kalian, mungkin skripsi ini nggak bakalan jadi.
- Bi Henhen dan Teh Mia untuk semua support dan bantuannya.

- Buat Amel, si Mbot yang rela diganggu jam tidurnya dengan bunyi-bunyian yang aneh dan “mengerikan” itu.
- Teman-teman di jurusan Komunikasi '95 terutama Dini (makasih banyak buat bunga dan surprise-nya!), Titut, Meifi, Deddi, Alia (jangan merepet terus Li!), dan Anton, teman seperjuanganku selama PIMNAS dan LPK (mana?? Katanya mau lulus barengan).
- Teman-teman asisten LPK dan MPK, Mas Risang, Mbak Aya, Hendri, Ira, Mas Helmi (makasih buat ojekannya keliling Depok), dan Junarto. (keep the faith, guys!!!!)
- Anak-anak Nomat, para P***** sejati, terutama Manda, Wiwiek, Tianu, Vitro, dan Uchi. (kapan mo' nonton lagi nih!!!!)
- Bocah dari klub Joging Opie, Razi, Diman, dan Isna. (Joging lagi yuuuuk!)
- Buat anak-anak MBUI dan JMC 2000: Budi, Robi.....Un, Patsy, Irene, Ujank, Shinta, Zahroh, Ece, dll yang tidak mungkin disebutkan satu persatu.
- Semus pihak yang bersedia di “siksa” untuk mengisi kuesioner Saya. Skripsi ini tidak akan mungkin terwujud tanpa bantuan kalian semua.

Akhirnya, dengan segala keterbatasan yang dimiliki, penulis berharap semoga skripsi ini tetap dapat bermanfaat dan berguna bagi pembaca.

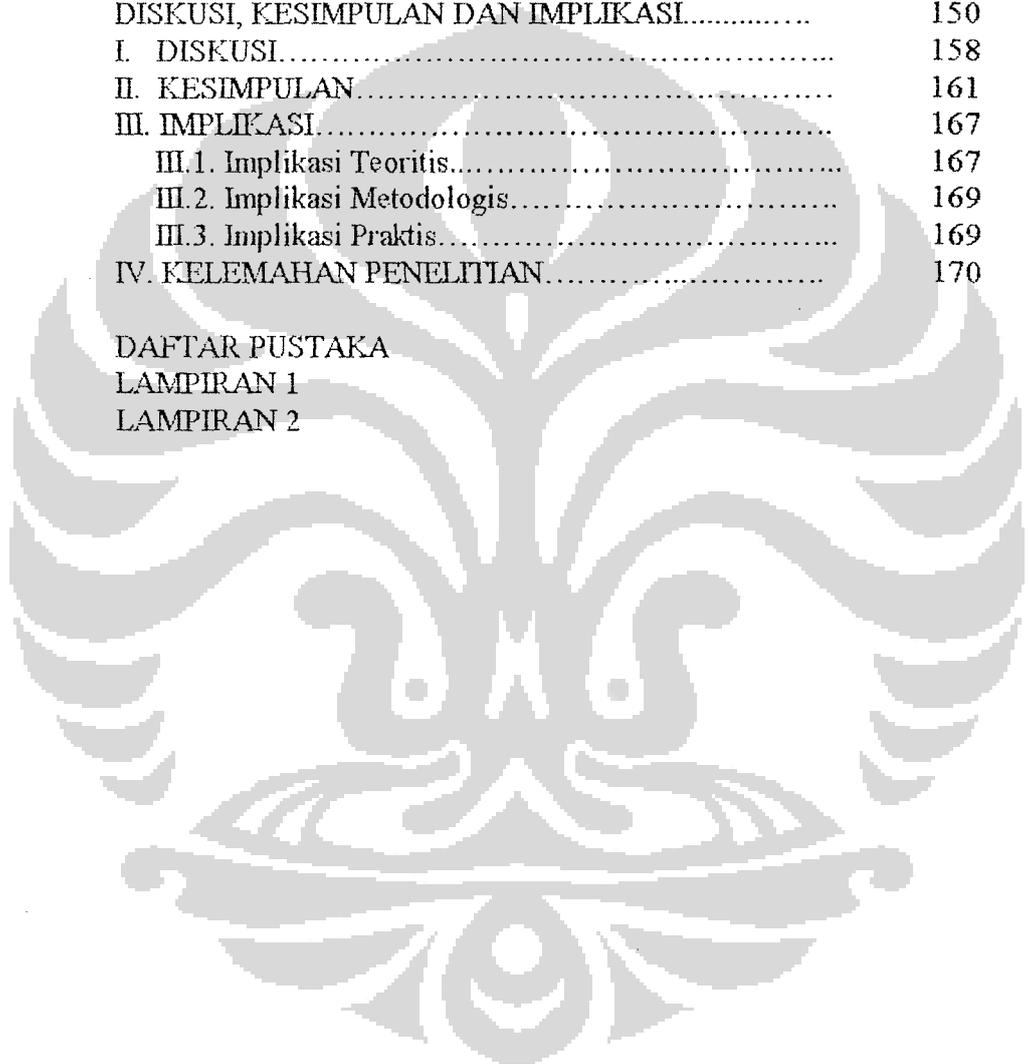
Agustus 2000,

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
Lembar Pengesahan Skripsi.....	i
Kata Pengantar	ii
Daftar Isi	iv
Daftar Tabel	vi
Daftar Gambar	vii
Daftar Lampiran	ix
Abstrak	x
BAB I	
PENDAHULUAN	
I. LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
II. PERMASALAHAN PENELITIAN.....	19
III. TUJUAN PENELITIAN.....	19
IV. SIGNIFIKANSI PENELITIAN.....	20
1. Signifikansi Akademis.....	20
2. Signifikansi Praktis.....	21
BAB II	
TINJAUAN TEORITIS	
I.1. PERSEPSI.....	27
I.2. IMAGE.....	29
I.2.1. IMAGE NEWSCASTER	34
I.2.1. IMAGE TENTANG BERITA TV.....	43
2. MODEL ANALISA.....	46
3. HIPOTESIS TEORI.....	47
BAB III	
METODOLOGI PENELITIAN	
I. METODE PENELITIAN.....	48
a. PENDEKATAN PENELITIAN.....	48
b. SURVEY.....	49
c. POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN.....	49
II. METODE PENGUMPULAN DATA.....	50
III. METODE PENGUKURAN.....	51
III.1. OPERASIONALISASI KONSEP.....	52
IV. METODE ANALISA DATA.....	61
IV.1. Metode Pengujian validitas & Reliabilitas.....	61
IV.2. Metode Analisa Data.....	62
V. HIPOTESIS PENELITIAN.....	63

BAB IV	ANALISA DATA	
	I. PROFIL RESPONDEN.....	66
	II. HASIL PENGUJIAN VALIDITAS.....	70
	III. HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS.....	85
	IV. HASIL PENGUJIAN MDS.....	99
	V. HASIL PENGUJIAN T- TEST.....	137
	VI. PERBANDINGAN IMAGE ANTARA RESPONDEN PRIA DAN WANITA.....	144
BAB V	DISKUSI, KESIMPULAN DAN IMPLIKASI.....	150
	I. DISKUSI.....	158
	II. KESIMPULAN.....	161
	III. IMPLIKASI.....	167
	III.1. Implikasi Teoritis.....	167
	III.2. Implikasi Metodologis.....	169
	III.3. Implikasi Praktis.....	169
	IV. KELEMAHAN PENELITIAN.....	170
	DAFTAR PUSTAKA	
	LAMPIRAN 1	
	LAMPIRAN 2	



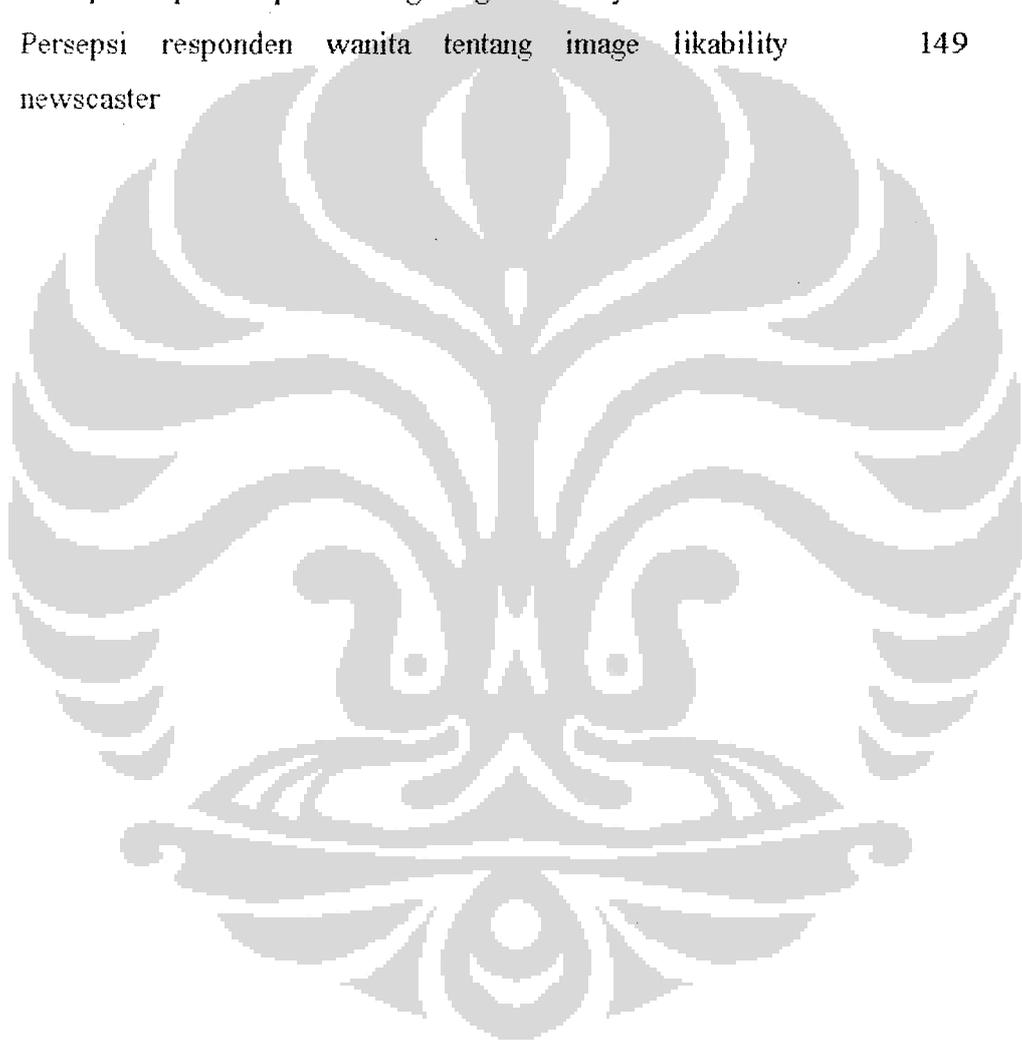
DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel IV.1	Jenis kelamin responden	65
Tabel IV.2	Alasan pemilihan program berita	66
Tabel IV.3	Tujuan menonton program berita	67
Tabel IV.5	Faktor terpenting yang harus dimiliki newscaster	67
Tabel IV.6	Waktu yang dihabiskan untuk menonton berita	68
Tabel IV.7	Kebiasaan menonton berita responden	69
Tabel IV.8	Program berita yang paling sering ditonton	69
Tabel IV.9.	Output factor analysis indikator-indikator kredibilitas Cakrawala dan daya tarik Dentamira Kusuma	70
Tabel IV.10	Output reliability analysis indikator-indikator daya tarik Cakrawala	86
Tabel IV.11	Rangkuman hasil reliability analysis	87
Tabel IV.12	Indikator-indikator yang akan dianalisa dalam Multi Dimensional Scaling	96

DAFTAR GAMBAR

		Halaman
gambar 1	Kredibilitas program berita	101
gambar 2	Daya tarik program berita	103
gambar 3	Kredibilitas dan daya tarik program berita	106
gambar 4	Daya tarik dan kredibilitas program berita (pengujian reliabilitas)	109
gambar 5	Intelektualitas newscaster	110
gambar 6	penampilan fisik newscaster	113
gambar 7	penampilan fisik dan intelektualitas newscaster	115
gambar 8	Penampilan fisik dan intelektualitas newscaster (pengujian reliabilitas)	119
gambar 9	image likability newscaster	120
gambar 10	daya tarik interpersonal newscater	122
gambar 11	image likability dan daya tarik interpersonal newscaster	125
gambar 12	Image likability dan daya tarik interpersonal newscaster (pengujian reliabilitas)	128
gambar 13	image dominance newscaster	129
gambar 14	credibility/competence newscaster	132
gambar 15	Dominance dan credibility newscaster	134
Gambar 16	Dominance dan credibility newscaster (pengujian reliabilitas)	136
Gambar 17	Persepsi responden pria terhadap tingkat intelektualitas newscaster	144
Gambar 18	Persepsi responden wanita terhadap tingkat intelektualitas newscaster	145
Gambar 19	Persepsi responden wanita terhadap image credibility/competence newscaster	146

Gambar 20	Persepsi responden pria tentang image credibility newscaster	146
Gambar 21	Persepsi responden pria tentang penampilan fisik newscaster	147
Gambar 22	Persepsi responden wanita tentang penampilan fisik newscaster	147
Gambar 23	Persepsi responden pria tentang image likability newscaster	148
Gambar 24	Persepsi responden wanita tentang image likability newscaster	149

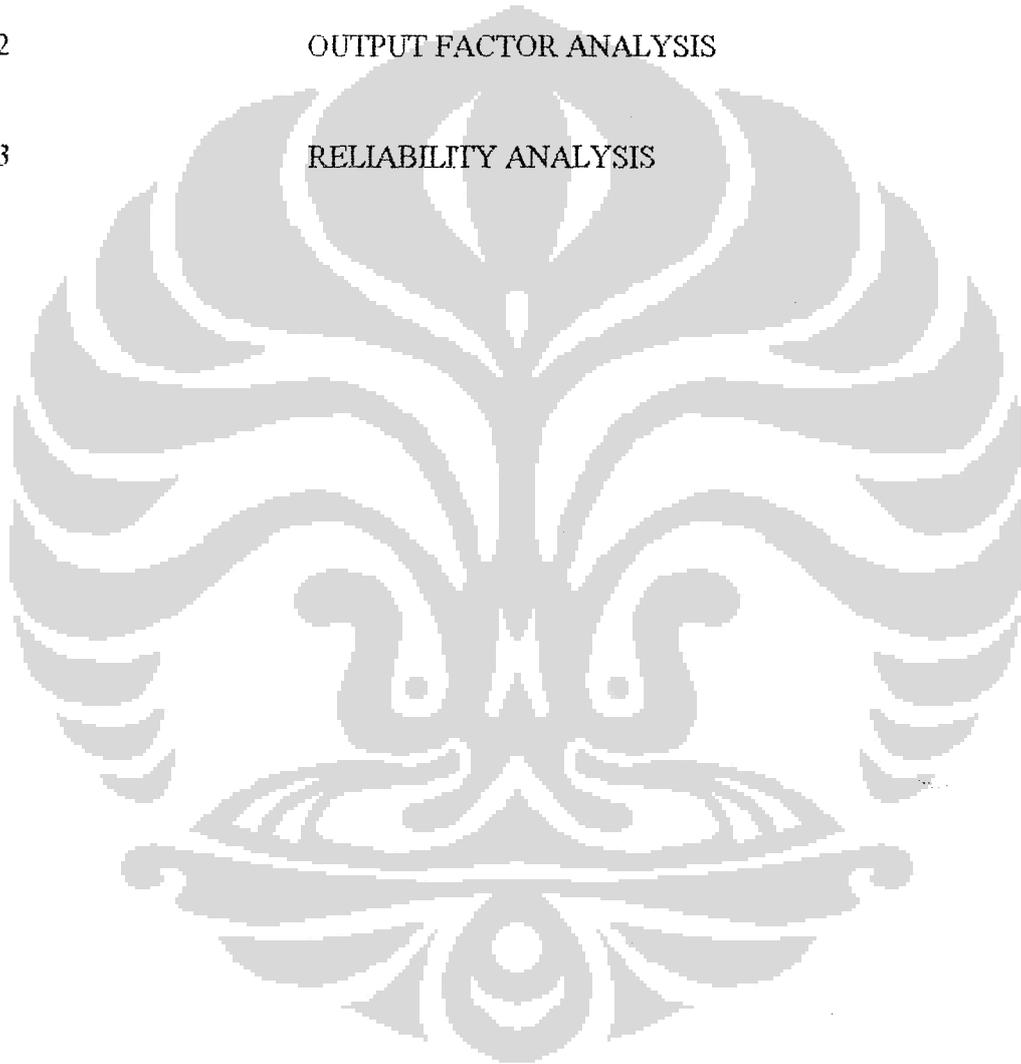


DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN

LAMPIRAN 2 OUTPUT FACTOR ANALYSIS

LAMPIRAN 3 RELIABILITY ANALYSIS



UNIVERSITAS INDONESIA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

ABSTRAK

PEMETAAN PERSEPSI KHALAYAK TERHADAP CITRA PENYIAR BERITA TELEVISI DAN PROGRAM BERITA TELEVISI

(xi + 172 halaman, 12 tabel, 24 gambar, 3 lampiran. Bibliografi: 25buku + 1 artikel : 1979 – 2000)

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana persepsi responden yang mewakili khalayak terhadap penyiar berita di televisi (*newscaster*) dan program berita di stasiun televisi (*newscaster*). Dengan menggunakan teknik Multi Dimensional Scaling akan dihasilkan peta spasial yang berisi pemetaan persepsi responden terhadap *newscaster* maupun *newscast*.

Proses penelitian mencakup dua tahap. Tahap pertama adalah deskripsi. Tahap selanjutnya adalah tahap eksplanatif yang berupaya melihat ada atau tidaknya perbedaan yang signifikan antara responden pria dan wanita dalam hal persepsi terhadap *newscaster* dan *newscast*.

Tahap deskriptif akan didahului beberapa uji statistik yang secara ketat akan menyaring indikator-indikator yang akan dipakai untuk MDS. Uji statistik itu meliputi faktor analisis yang bertujuan untuk menguji apakah tiap indikator telah mengumpul pada dimensi yang akan diukurnya. Faktor analisis membantu mereduksi sejumlah indikator yang ternyata tidak mengukur variabelnya. Kemudian dilakukan pengujian *reliability analysis* yang bertujuan untuk mengukur sejauh mana konsistensi antara jawaban responden. Pada tahapan selanjutnya akan dilakukan prosedur Multi Dimensional Scaling untuk melihat posisi *newscaster* dan *newscaster* dalam benak *audience*. Pada tahap eksplanatif prosedur statistik yang dipakai adalah T-test.

Image terhadap newscaster akan dibatasi menjadi enam macam *image*, yaitu *interpersonal attractiveness, likability, dominance, credibility/competence*, penampilan fisik dan intelektualitas.

Ada delapan newscaster yang akan dibandingkan. Ke delapan newscaster itu adalah Yan Partawijaya (TVRI), Shanta Curanggana (ANTEVE), Teguh Juwarno (RCTI), Tjandra Wibowo (SCTV), Jeremy Teti (SCTV), Tuti Marlina (ANTEVE), Dewi Yudhomiranti (Indosiar) dan Dentamira Kusuma (TPI).

Dari output MDS diketahui bahwa Teguh Juwarno adalah *newscaster* yang relatif paling tinggi nilainya untuk ke-6 tipe *image* tersebut. Teguh dipersepsikan responden paling tinggi daya tarik interpersonalnya, relatif paling tinggi tingkat intelektualitasnya, relatif paling tinggi kredibilitas/kompetensinya, relatif paling dominan dan relatif paling disukai. Urutan selanjutnya adalah Tjandra Wibowo, Jeremy Teti, Dewi Yudhomiranti dan Dentamira Kusuma di urutan yang sama. Kemudian Tuti Marlina, Shanta Curanggana dan Yan Partawijaya. Yan adalah *newscaster* yang nilainya tiap-tiap tipe *image* itu relatif paling rendah. Bisa disebutkan bahwa Yan adalah *newscaster* yang relatif paling tidak menarik dari segi penampilan fisik, relatif paling rendah daya tarik interpersonalnya, relatif paling tidak kredibel dan relatif paling tidak dominan dibandingkan newscaster lainnya.

Image terhadap program berita dilihat dari dua tipe, yaitu kredibilitas dan daya tarik. Dilihat dari dua hal ini, maka Liputan 6 dipersepsikan sebagai program berita yang paling menarik dan juga paling kredibel dibandingkan program berita lainnya. Urutan kedua ditempati Seputar Indonesia, kemudian Fokus, Cakrawala, Lintas 5. Dua program berita yang paling rendah nilainya untuk kredibilitas dan daya tarik adalah program Dunia Dalam Berita.

Hasil pengujian T – test menunjukkan perbedaan yang signifikan antara persepsi responden pria dan responden wanita untuk *image likability, credibility/competence*, penampilan fisik dan intelektualitas. Namun ketika perbedaan itu dipetakan, tidak terbukti bahwa responden pria mempersepsikan newscaster pria lebih tinggi dibandingkan newscaster wanita ataupun sebaliknya.

B A B I

PENDAHULUAN

I. LATAR BELAKANG MASALAH

*“Television is the quintessential form of media,”*¹ demikian kata Donna Woolfolk Cross dalam *Media Speak, How Television Makes Up Your Mind*. Bisa diartikan bahwa televisi adalah bagian yang esensial dari media.

Mass communication (proses dimana informasi diciptakan dan didistribusikan oleh *mass communication organization* untuk konsumsi *audience*) melibatkan media massa. *Mass media technologies multiply, duplicate, or amplify messages for distribution to a large audience.*² Koran, majalah, buku, radio, televisi merupakan jenis-jenis media massa.

Lebih lanjut, dari buku yang sama, Cross mengatakan³ :

“Television is the obvious choice. It is the most selective, the most persuasive, the most influential form of mass communication today” Televisi memang bukan satu-satunya jenis media massa. Tapi televisi, sebagaimana dijelaskan Donna Woolfolk Cross, merupakan bentuk media massa yang paling besar pengaruhnya.

¹ Donna Woolfolk Cross, *“Media Speak, How Television Makes Up Your Mind”*, New York: New American Library, 1983, hal. 1.

² Brent D. Ruben, *“Communication and Human Behaviour”*, New Jersey: Prentice Hall Inc., 1992, hal. 267

³ *ibid*, hal. 8.

Tidak bisa disangkal bahwa televisi telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Sedemikian eratnyanya hingga tidak terbayangkan hidup tanpa televisi.

Televisi publik pertama kali diluncurkan 30 Oktober 1936 dari Alexandra Palace, London. Siaran pertamanya menampilkan film BBC spesial *Television Comes to London*. Sejak saat itu pula televisi dipandang sebagai 'jendela dunia'. Bila dalam situasi biasa pandangan dan pengetahuan kita sangat terbatas, kita bahkan tidak tahu apa yang terjadi di luar ruangan tempat kita berada, maka dengan televisi cakrawala kita menjadi sangat luas. Televisi memungkinkan kita meneropong berbagai peristiwa yang terjadi di berbagai tempat.

Televisi adalah media yang mampu menampilkan audio dan visual sekaligus. Sifatnya ini memudahkan khalayak untuk memahami kejadian dan fakta yang disampaikan. Gambar-gambar televisi yang tampak begitu hidup dan realitas semu itu langsung bicara kepada emosi pemirsa.

Kekuatan TV ada pada penguasaan jarak, ruang dan waktu. Hal ini tidak terlepas dari penggunaan teknologi baru seperti elektromagnetik, kabel dan *fiber* yang ditransmisikan melalui satelit. Kekuatan yang membuat TV lebih spesifik sebagai lembaga penyiaran (*broadcast*). Dengan program-programnya, TV memiliki jangkauan luas, heterogen, mampu bicara aktual, cepat, seketika, informasinya bisa singkat, jelas dan sistematis sehingga tidak perlu mengkerutkan dahi untuk membacanya (Kuswandi, 1997; Putra, 1997).⁴

⁴ diambil Priyo Soemandoyo, *"Wacana Gender dan Layar Televisi"*, Yogyakarta: LP3y dan Ford Foundation, 1999, hal. 26-27

Isi tayangan atau program-program yang disajikan TV beragam. “*Like having read two plays, three newspapers, three or four magazines, on the same day that one has been to a variety show and a lecture and a football match,*” demikian pendapat Williams.⁵ Pendapatnya itu sesuai untuk menggambarkan variasi tayangan yang disajikan TV. Terutama stasiun TV yang bercorak *variety program* dan bukan stasiun TV yang memposisikan dirinya khusus untuk satu program tertentu saja, misalnya CNN, MTV, Discovery Channel, dll. Di Indonesia sendiri stasiun televisi yang ada semuanya bercorak *variety program*. Jadi, stasiun TV yang menayangkan berbagai program acara. Mulai dari berita, olahraga, film, musik, dan lain-lain.

Pemilihan program yang akan ditayangkan disesuaikan dengan “siapa yang memiliki jam menonton terbanyak”. John Ellis dalam *Visible Fictions* berargumen bahwa penonton TV terbanyak berbentuk keluarga inti (*nuclear family*). Jadi, pemilihan program TV disesuaikan dengan karakter keluarga inti yang menonton di lingkungan keluarga mereka. Misalnya saja untuk drama seri. Tema yang banyak diambil adalah yang sesuai dengan kultur keluarga inti seperti kisah-kisah percintaan antara pria dan wanita, stabilitas pernikahan, peranan domestik wanita, pria sebagai pencari nafkah, dan lain-lain. Singkatnya, tema-tema yang bisa menjalin kedekatan (*intimacy*) antara konsep diri penonton dengan tema dari program yang bersangkutan.

Lebih dari itu, untuk menjalin kedekatan, isi tayangan diusahakan mencerminkan kejadian sehari-hari dengan melakukan pengambilan gambar di waktu yang sebenarnya, pemakaian lokasi pengambilan gambar yang mendekati asli, pengambilan gambar close up dan kontinuitas suara.

⁵ Raymond Williams, “*Television: Technology and Cultural Form*”, London: Fontana, hal. 95

Dasar dari pengorganisasian materi televisi adalah segmen. Segmen terdiri dari suara dan gambar berdurasi relatif pendek yang harus diikuti oleh segmen-segmen lain. Segmen-segmen tersebut kemudian terkombinasi dalam bentuk serial atau seri. Ada jadwal yang pasti kapan serial atau seri ini ditayangkan (*scheduling*). *Scheduling* adalah pengaturan siaran sehingga penayangan program-program sesuai dengan kegiatan-kegiatan atau kejadian-kejadian tertentu dalam keluarga.⁶

Segmen merupakan dasar output televisi. Biasanya, antara satu segmen dengan segmen lainnya tidak berhubungan. Perhatian yang diberikan tidak perlu terlalu besar, makna yang dibentuk terbatas pada segmen itu saja. Bukan dimaksudkan untuk membentuk makna yang lebih besar karena antara satu segmen dengan segmen lainnya terpisah.

Segmentasi semacam ini selain dipakai iklan, juga program berita. Pendekatan standar yang dipakai dalam berita adalah pemisahan antara item berita satu dengan lainnya. Setiap item berita punya maknanya sendiri-sendiri dan memang setiap item dibuat untuk mempresentasikan makna tersendiri.

Program televisi sendiri secara garis besar bisa dibagi dua, yaitu *factual* dan *fictional work*. Perbedaan keduanya terletak pada *source* yang akan mengolah materi program ke bentuk suara dan gambar.⁷ *Fictional work* berisi program-program yang sifatnya imajinatif atau khayalan semata seperti drama seri, sandiwara, film, dan lain-lain.

⁶ John Ellis, *Ibid*, hal 116

⁷ John Ellis, *Ibid*, hal 112 - 113

Sedangkan *factual* berisi program-program yang sifatnya faktual, nyata dan merupakan kejadian yang sebenarnya seperti berita dan *talk show*.

Dengan tidak mengecilkkan peranan program-program televisi lainnya, program berita menjadi bagian yang penting dalam keseluruhan rangkaian program televisi. Pada kenyataannya, seluruh stasiun TV swasta yang ada di Indonesia memiliki program berita sendiri. RCTI misalnya. Stasiun TV ini memiliki *Seputar Indonesia*. SCTV memiliki *Liputan 6*, TPI dengan *Lintas Lima-nya*, AN- teve memiliki *Cakrawala*, dan Indosiar dengan *Fokus*. Belum lagi program *breaking news* (semacam *stop press* pada media cetak), seperti *Aktualita* (*breaking news-nya* Anteve) dan *Sekilas Info* (RCTI).

Awalnya, stasiun televisi swasta tidak diperbolehkan menyiarkan berita sendiri. Mereka hanya diperbolehkan merelay berita dari TVRI. Hal ini tercantum dalam SK Menpen no. 111/Kep/Menpen/1990. Walau begitu, ada saja yang membandel. Secara sembunyi-sembunyi mereka menyiarkan berita dengan kedok “informasi”. Secara resmi, siaran berita diperbolehkan dengan diundangkannya UU Pokok Penyiaran.

“Seputar Jakarta” adalah generasi pertama siaran berita TV swasta. Program berita RCTI ini lebih banyak berisi informasi-informasi daerah Jabotabek khususnya berita-berita kriminal. Dalam perkembangannya, “Seputar Jakarta” ganti nama menjadi “Seputar Indonesia”. Haluan beritanya diperkaya dengan berita berdimensi politik, ekonomi, sosial dan budaya. Program ini kemudian disusul *Liputan 6* SCTV di tahun 1996. Setelah itu, menyusul program berita lain di TPI, AN- teve, dan Indosiar.

Angle pemberitaan TV swasta itu sendiri berbeda dari pendahulunya (TVRI). Kalau TVRI lebih banyak mengambil realitas sosial perilaku birokrasi dan pembangunan,

maka angle TV swasta lebih banyak mengambil realitas sosial yang berdimensi sosial, politik, dan juga ekonomi. Dengan melihat obyek dan subyek realitas informasi yang berorientasi pada masyarakat inilah, stasiun TV dianggap lebih populis dan demokratis dibandingkan pola siaran sebelumnya yang cenderung elitis dan birokratis.⁸

Di negara seperti Amerika Serikat, jaringan-jaringan TV berlomba-lomba untuk menyiarkan berita TV secepat mungkin selain eksklusif. Ini disebabkan tingginya tingkat persaingan antara media massa khususnya stasiun-stasiun televisi.⁹

Di Indonesia sendiri program berita tidak lagi berfungsi sebagai pendukung atau pelengkap. Prosentase penayangan berita di TV swasta relatif besar. Sekitar 40% dari keseluruhan program.¹⁰ Otomatis persaingan antara program berita stasiun-stasiun televisi swasta semakin ketat.

Persaingan untuk menjaring audience antara stasiun televisi sangat ketat. Menjaring khalayak pemirsa sebanyak-banyak adalah tujuan setiap stasiun TV. Daya tarik dan perhatian pemirsa dapat diraih melalui program-program bermutu dan menarik. Rating yang tinggi akan menarik pemasang iklan. Iklan adalah masukan utama stasiun televisi swasta. Rating adalah intensitas menonton penonton atau berapa banyak pemirsa yang menonton sebuah program untuk menentukan harga iklan atau *rate*. Pada dasarnya rating adalah sebuah laporan tentang komposisi khalayak dalam memirsa sebuah

⁸ Soemandoyo, *ibid*, hal. 43

⁹ Tom Bethell, *Spreading The News, The Role of The Media*, US Information Agency, hal. 6

¹⁰ "Terobosan Jurnalistik ANTEVE Lewat Tayangan Langsung 'Saksi Mata'", Suara Pembaruan, 16 Februari 1998

program pada jam-jam tertentu.¹¹ Dengan kata lain, rating tinggi berarti pemasukan iklan juga akan tinggi.

Program berita dapat diandalkan stasiun televisi untuk menarik perhatian pemirsa. Menjadi sebuah polemik memang. Di satu sisi, idealisme jurnalistik seharusnya menjadi dasar pemberitaan. Namun disisi lain, terlalu idealis akan membentur kepentingan bisnis dan terlalu mementingkan sisi bisnis akan mengganggu idealisme. *A story's "newsworthiness"* menjadi pertimbangan utama. Berita-berita yang tidak memiliki standar-standar *entertainment* seringkali tidak diacuhkan oleh penonton. Berita-berita yang tidak memiliki daya tarik visual hanya akan mendapat perhatian sekilas saja. *"We like the stories that have wiggle,"* demikian seorang eksekutif pemberitaan stasiun TV berkata. *"Sexy stories. Iran has wiggle. Defectors from Bolshoi have wiggle. Stories about government agencies have no wiggle."*¹²

Setiap program berita harus bisa menampilkan diri semenarik mungkin hingga banyak ditonton. Untuk itu, dukungan kru atau orang-orang pembuat program berita itu sangat penting. Mereka sangat dituntut untuk bertindak taktis, kreatif, efektif selain kerjasama yang solid untuk menciptakan program berita berkualitas tinggi, memenangkan persaingan dengan program berita stasiun televisi lain juga kalau bisa.

Untuk memuaskan *audience*-nya, stasiun televisi harus menyiapkan sumber daya manusianya, baik yang bekerja dibelakang layar maupun tidak, untuk menyajikan hanya yang terbaik. Sebagaimana yang dinyatakan Rodney Tiffen bahwa kelayakan lembaga

¹¹ Sydney W. Head and Christopher H. Sterling, *"Broadcasting in America"*, Boston: Houghton Mifflin, 1982, hal. 384

¹² Cross, *ibid.* hal. 62

berita menentukan tingkat keberhasilannya dengan kemampuan menjaring sebanyak mungkin khalayak.

Secara garis besar, mereka yang terlibat dalam proses produksi berita adalah: ¹³

News Director:

Bertanggung jawab terhadap keseluruhan program berita

Producer:

Bertanggung jawab dalam memilih dan menempatkan berita

Assignment Editor:

Bertanggung jawab dalam penugasan reporter dan *videographers* untuk meliput *event* tertentu

Reporters:

Meliput dan mengumpulkan berita dari tempat kejadian. Kadang-kadang melaporkan *event* tersebut secara *live*

Videographers atau *news photographers:*

Bertugas merekam *event* tersebut dan menentukan bagian mana dari *event* tersebut yang akan diliput (bila reporter berhalangan)

Writer:

Menuliskan teks berita yang nantinya akan dibacakan oleh penyiar berita. Tulisan dibuat berdasarkan catatan yang dibuat reporter dan *videotape* yang tersedia

Editor:

Mengedit hasil rekaman video berdasarkan catatan reporter, *script*, atau instruksi produser.

News anchor/newscaster:

Bertugas membacakan teks/mempresentasikan berita dari studio

Weathercasters:

Bertugas membacakan ramalan cuaca. Dalam mempresentasikan, *weathercasters* cenderung mengarah ke *entertainer* daripada *meteorologist*.

Sportscaster:

Mempresentasikan berita-berita olahraga. Selain itu dapat bertugas juga sebagai komentator.

Kerjasama dari seluruh personil inilah yang akan menentukan hasil sebuah program berita, apakah berkualitas atau tidak. *Producer, director, writer* adalah mereka yang bekerja dibelakang kamera. Mereka tidak bisa dilihat oleh *audience*. Biasanya, *audience* lebih memfokuskan perhatian mereka pada siapa yang tampak di layar kaca. Selain *weathercaster* dan *sportscaster*, *newsanchor/newscaster* lah orangnya. Mereka adalah personil yang 'on camera.' Betapapun baiknya kerja personil yang berada di belakang kamera, merekalah yang harus mempresentasikan informasi tersebut. Hasil akhir sebuah program berita sangat ditentukan olehnya. Merekalah yang paling menarik perhatian *audience*.

Newsanchor, sportscaster, weathercasters, aktor, pembawa acara talk show, presenter acara musik adalah contoh-contoh *television presenter* (orang-orang yang tampil mempresentasikan sesuatu di televisi). Mereka adalah orang-orang yang bertugas 'berbicara' kepada *audience*, menginformasikan *audience* tentang berbagai hal,

¹³ Herbert Zettl, "*Television Production Handbook*", California: Woodsworth Publishing Company, 1992

menceritakan tentang berbagai berita politik, ekonomi, olahraga, menginformasikan ramalan cuaca untuk hari ini, dll. Singkatnya, merekalah penghubung antara *audience* dengan TV (program TV yang bersangkutan).

Wajah, senyum dan gaya mereka mungkin sudah tidak asing lagi bagi *audience*. *Audience* bisa menyukai mereka, membenci, mempercayai, tidak percaya, atau bahkan mengagumi mereka. “*They are the guardians of television’s flow, integrating disparate segments of television into a coherent viewing.*”¹⁴ Merekalah yang mempertahankan kontinuitas suatu program atau kontinuitas antara program yang satu dengan yang lain, aspek penting untuk mempertahankan hubungan *audience* dengan televisi.

Audience membangun suatu kedekatan (*intimacy*) dengan *television presenter*. Ada saja *audience* yang merasa cukup dekat dengan mereka sehingga tidak sungkan-sungkan lagi memberikan komentar terhadap penampilan, pengucapan maupun gaya mereka. Tidak jarang, media cetak seperti koran ataupun majalah memuat berita tentang mereka. Bukti bahwa figur-figur yang tampil dalam televisi itu dianggap nyata, orang-orang yang dikenal *audience*.¹⁵

Kedekatan/*intimacy* bisa terbentuk dari peranan yang dijalankan *television presenter*. Bagaimana cara mereka ‘berbicara’ kepada *audience* juga menjadi faktor penyebab lain. *Television presenter* biasanya berbicara dengan melihat langsung ke kamera. Memberikan kesan bahwa mereka langsung berbicara kepada *audience*

Untuk tampil normal di depan kamera, *television presenter* harus bergerak, berpakaian dan memakai make up yang berbeda dari biasanya.

¹⁴ Jane Root, “*Open The Box About Television*”, London: Commedia Publishing Group, 1986, hal. 80

¹⁵ Root, *ibid*, hal. 80

Bagaimana pesan itu disampaikan merupakan faktor yang mempengaruhi penerimaan audience atas pesan tersebut. Seperti yang diungkapkan Tony Schwartz bahwa bila kita ingin mengkomunikasikan sebuah kejadian ataupun situasi, menangkap realitas dari situasi atau kejadian itu tidaklah penting. Yang lebih penting adalah audience bisa ikut merasakan realitas dari situasi ataupun event yang ditampilkan di televisi, seakan-akan mereka benar-benar mengalaminya. Televisi bisa melakukannya dengan merekam dan menciptakan stimuli yang akan mempengaruhi audience melalui televisi. Karena itu, kemampuan *television presenter* untuk mengkomunikasikan event atau situasi tersebut dengan cara yang meyakinkan sangatlah penting.

Dari beberapa macam *television presenter*, penelitian ini akan lebih memfokuskan pada *newsanchor* atau *newscaster*.

Anchor sebenarnya merupakan istilah olahraga. Merujuk pada pelari terakhir dari sebuah tim yang menentukan hasil akhir pertandingan. Selanjutnya, istilah yang akan dipakai dalam tulisan ini adalah *newscaster*.

Tugas utama seorang *newscaster* adalah membacakan, melaporkan atau mempresentasikan berita kepada *audience*. Seringkali di lihat sebagai pribadi yang menjadi pusat/*centre* pada program berita itu sendiri. Biasanya dia sangat dikenal di masyarakat, menjadi semacam bintang kadang-kadang.¹⁶ Inilah yang membuat pekerjaan *newscaster* terkesan glamour. Pada kenyataannya, pekerjaan ini tidaklah mudah. Gaji tinggi dan popularitas yang diperoleh harus dibayar dengan kerja keras.

¹⁶ Maxine K. and Robert M. Reed, "*Career Opportunities in Television, Cable, and Video*", New York: Facts on File Inc, 1986, hal. 81

Sebelumnya telah dijelaskan bahwa televisi memiliki kemampuan menciptakan kedekatan (*immediacy*) dengan *audience*-nya. Seakan-akan apa yang ditayangkan TV itu disiarkan *live* (ditransmisikan dan diterima *audience* pada saat bersamaan). Pada kenyataannya, yang rutin disiarkan secara *live* biasanya berita. Memang selain berita, ada program-program lain yang disiarkan secara *live*. Tapi, yang rutin disiarkan beberapa kali dalam sehari hanya berita.

Kedekatan itu sendiri tidak hanya tercipta karena program disiarkan secara *live*, tapi juga cara presenter menghadapi *audience*-nya. '*Direct address*' adalah cara yang dipakai para presenter. Jadi, presenter berbicara langsung dengan *audience* seakan-akan mereka berada dihadapannya. Sikap seolah-olah sedang bercakap-cakap dengan *audience* menimbulkan kesan dekat/intim. Dengan menatap langsung ke kamera, timbul kesan seolah-olah presenter sedang melakukan kontak mata dengan *audience* dalam situasi percakapan biasa. Menggunakan kata-kata seperti 'saya', 'anda', atau 'kita' juga bentuk *direct address*. *Direct address* juga dilakukan *newscaster*.

Newscaster adalah elemen penting sebuah program berita. *Newscaster* yang menarik dan juga populer akan membuat program berita tersebut disaksikan banyak *audience*.

Tidak semua *newscaster* memiliki pengaruh terhadap teks yang akan dibacakannya dan terlibat dalam pengumpulan berita. Mereka memang terlatih untuk menangkap dan mengikuti petunjuk dan instruksi produser. Namun, kadang hanya itulah yang mereka kerjakan. Tidak semua *newscaster* memiliki latar belakang sebagai reporter. Mereka yang memiliki latar belakang reporter pun mungkin hanya memberikan sedikit

input pada keseluruhan proses produksi berita. Ini bisa dijadikan indikasi bahwa bagi seorang *newscaster*, kemampuan untuk tampil di depan kamera dan mempresentasikan berita dengan baik lebih diutamakan. BBC contohnya. *Newscaster* BBC ada yang hanya memiliki latar belakang aktor dan sama sekali tidak terlibat dalam proses produksi.¹⁷

Bukan berarti setiap orang asal berpenampilan dan mampu tampil dengan baik di depan kamera dapat menjadi *newscaster*. Maxine K dan Robert M. Reed berpendapat bahwa menjadi reporter lebih dulu sebelum mencapai posisi *newscaster* adalah jenjang karir ideal. Selain itu menurutnya, *newscaster* harus ikut serta dalam menentukan berita-berita apa yang akan diturunkan, mampu memberikan komentar-komentar yang sifatnya menjelaskan cuplikan gambar tentang event yang ditampilkan dalam video, dan mewawancarai orang-orang tertentu baik di studio maupun di lokasi kejadian.

Syarat lain yang harus dipenuhi adalah tingkat pendidikannya. *Newscaster* minimal haruslah lulusan komunikasi massa, jurnalistik, atau ilmu politik dan memiliki pengalaman kerja yang cukup di program berita. Skill khusus yang harus dimiliki *newscaster* adalah penampilan yang menarik, kualitas suara yang baik, berintegritas, berkepribadian menarik dan mampu berkomunikasi secara meyakinkan, berwibawa dan memiliki kekuatan yang mampu mempengaruhi dan membuat *audience* percaya dan yakin kepadanya. Namun, harus diakui bahwa penampilan fisik yang menarik merupakan syarat yang lebih diutamakan dibanding kemampuan jurnalistik (van Zoonen, 1998).

Selain pendidikan dan pengalaman kerja, Maxine K dan Robert Reed menekankan pentingnya penampilan dan kemampuan *newscaster* untuk berkomunikasi.

¹⁷ Jane Root, *ibid*, hal. 84

Pendidikan dan pengalaman memang penting, tapi kemampuan sebagai seorang komunikator yang baik mutlak dimiliki. Pendidikan dan pengalaman yang sesuai dengan persyaratan dapat menunjang kemampuan komunikator *newscaster* itu sendiri. Karena itu, setiap *newscaster* harus memiliki tingkat intelektualitas tinggi hingga bisa menjalankan tugasnya dengan baik.

Tingkat intelektualitas tinggi membuat *newscaster* bisa mengikuti perkembangan berita, baik di tingkat lokal, nasional maupun internasional. Selain itu, mereka juga harus mampu mengidentifikasi trend dan *event-event* tertentu, menganalisanya dan mampu membawakan informasi tersebut ke tengah *audience*.

Tidak ada *newscaster* yang ditampilkan ketika BBC menyiarkan *News and Newsreel* tahun 1954. Pertimbangannya, BBC ingin menampilkan otoritas institusinya itu sendiri. *Newscaster* dianggap akan melemahkan otoritas BBC karena mereka dikhawatirkan akan bicara atas nama mereka dan bukan BBC. Perubahan terjadi ketika ITV muncul dengan program beritanya. ITV lebih menekankan segi *entertainment*.

Dibandingkan BBC yang berusaha menampilkan *image* berwibawa, serius, konstan dan datar (tidak menunjukkan emosi), ITV lebih enerjik dan 'manusiawi'. Kepribadian *newscaster*-nya sangat ditonjolkan. *Newscaster* dipilih karena kemampuan komunikasi jurnalistiknya. Kontras dengan BBC, ITV justru menonjolkan pribadi *newscaster*-nya, membuat mereka dikenal *audience*. Sentuhan *newscaster* pada materi yang dipresentasikannya diharapkan mampu membuat berita itu sendiri lebih menghibur, reliabel dan meyakinkan. ITV berhasil membentuk *image* populis dan "TV milik *audience*' dengan cara menekankan *personality newscaster*-nya. Saat itu, BBC masih

berusaha keras untuk tetap menonjolkan institusinya dengan tampil sebagai institusi besar yang berwibawa, independen, sebagai suatu kekuatan yang nyata.¹⁸ Konsep ITV ini pada akhirnya diikuti BBC. Peranan *newscaster* yang berkarakter menjadi sangat besar pada program berita.

Dari contoh ini bisa diketahui *image newscaster* dengan sengaja dibentuk untuk membentuk *image* stasiun TV yang bersangkutan. Karakter Stasiun TV yang impersonal (tidak merujuk orang-orang tertentu) dihidupkan dan dikuatkan oleh *personality newscaster*-nya.¹⁹

Mengenai *personality* atau kepribadian *newscaster*, Maury Green menyatakan bahwa kepribadian dan kualitas penyampai berita menjadi perhatian dan penilaian khalayak. Hal ini pada akhirnya akan berpengaruh pada pendapat pemirsa mengenai keseluruhan tayangan berita.²⁰

Ketika kita membicarakan *image newscaster* (ataupun *television presenter* lainnya) bisa diartikan kombinasi ide-ide dan prediksi kita terhadap seseorang yang tampil di layar televisi. Ide dan prediksi itu bisa sangat bervariasi tergantung dari nilai-nilai yang kita miliki. *Image* bisa timbul dengan mudah ketika kita tidak memiliki pengetahuan apa-apa tentang orang tersebut. Akibatnya, timbul kesan-kesan tertentu. Kemampuan seseorang sebagai komunikator sangat mempengaruhi *image* yang ditampilkannya.²¹

¹⁸ Root, *ibid*, hal. 86

¹⁹ Stuart Allan, "News Culture", Philadelphia: Open University Press, 1999, hal. 100

²⁰ Green, *ibid*, hal. 8

²¹ Baggailey, *ibid*, hal. 4 dan 6

Image itu sendiri bisa dengan sengaja diciptakan stasiun TV yang bersangkutan (atau program beritanya itu sendiri), atau *image* itu tampil dengan sendirinya dari *newscaster*.

Kalau kita memperhatikan program-program berita di stasiun TV nasional akan terlihat perbedaan gaya dan penampilan antara *newscaster* di satu program berita dengan program berita yang lain. Ada yang hanya menampilkan satu orang *newscaster* saja untuk seluruh item berita, ada yang menampilkan dua orang *newscaster*, ada juga yang menampilkan dua orang *newscaster* plus satu orang *sportscaster* dan satu orang *weathercaster*.

Gaya penyampaian mereka ketika menyampaikan berita juga relatif berbeda. Ada yang selama menyampaikan berita, *newscaster* terus melakukan kontak mata kepada *audience*-nya dan hanya setelah selesai menyampaikan satu item berita dia melihat ke bawah (kearah kertas), ada yang ketika membacakan berita tatapan mata di arahkan ke bawah (ke arah kertas) sambil sesekali melihat ke kamera, ada juga menjalin percakapan antara satu orang *newscaster* dengan *newscaster* lainnya atau antara *newscaster* dengan *sportscaster* dan *weathercaster*. Donna Woolfolk Cross mengistilahkan gaya seperti ini "*happy news*". Dikatakan *happy news* apabila ada interaksi atau obrolan singkat antar *newscaster*. Interaksi itu sendiri dilakukan dalam situasi yang menyenangkan dan gembira. Tujuan *happy news* ini menurut Cross adalah untuk membuat *audience* tetap tenang, dan tidak terlalu kesal atau marah karena menyaksikan berita-berita yang ditampilkan.

Peranan *newscaster* sangat penting dalam *happy news*. Wajah-wajah yang tersenyum, berbicara dengan tenang plus obrolan ringan antara *newscaster* diharapkan mampu menciptakan kesan tersebut. Konsep *happy news* ternyata terbukti berhasil.

Dari uraian sebelumnya bisa ditarik kesimpulan bahwa peranan *newscaster* sangatlah penting. *Newscaster* tidak hanya berfungsi membacakan berita saja. Unsur audio dan visual yang melekat pada televisi membuat *newscaster* tidak bisa tampil seadanya saja. Penampilan menjadi salah satu unsur penting. *Audience* bisa melihat dan mendengarkan mereka. Terlebih lagi, program berita biasanya disiarkan secara *live* dari studio. Tidak ada latihan ataupun gladi resik terlebih dulu, walaupun ada sangatlah minim.

Newscaster yang berkarakter dan “berkepribadian” dipercaya lebih baik dari pada *newscaster* yang tampil dengan datar, hanya duduk di depan kamera dalam studio dan membacakan *script* berita. Kemampuan sebagai komunikator yang baik mutlak dimiliki *newscaster*.

Ketika *audience* menyaksikan berita, *newscaster* harus dapat menampilkan dirinya sebagai sosok yang memiliki kekuatan (*appearance of power*). Bagi *audience*, penampilan seperti ini diinterpretasikan sebagai pengaruh yang nyata.²²

Bagi televisi, *intimacy*/ kedekatan dan kontinuitas sangat diperlukan untuk membuat *audience* ‘setia’ menyaksikan. Dalam program berita, *intimacy* bisa tercipta bila terjalin komunikasi antara *newscaster* dengan *audience*, baik komunikasi yang sesungguhnya (benar-benar terjalin komunikasi antara *audience* dengan *newscaster*) atau

²² Jane Root, *ibid*, hal. 84

komunikasi yang 'diciptakan' (seakan-akan terjadi komunikasi antara *audience* dengan *newscaster*).

Dalam situasi percakapan normal, sikap terhadap pesan yang disampaikan orang lain dipengaruhi oleh rasa percaya dan harapan-harapan yang dimiliki.²³ Hal ini juga berlaku dalam hubungannya dengan televisi. Jika *newscaster* (dan juga *TV presenter* lainnya) ingin menarik perhatian dan menciptakan kedekatan dengan *audience*, mereka harus mampu membangun rasa percaya *audience* terhadap mereka. Dengan kata lain, komunikasi yang terjalin harus efektif.

Agar setiap pesan dapat dikomunikasikan secara efektif, menarik perhatian merupakan salah satu syarat. Hanya mementingkan sisi verbal saja tidak cukup. Non verbal juga harus diperhatikan. Tekanan suara, ekspresi wajah, postur, gerak tubuh dan sinyal-sinyal nonverbal lain juga penting. Apalagi, TV memiliki kemampuan untuk menyiarkan sesuatu apa adanya. Jadi, tidak hanya sinyal-sinyal verbal saja yang diperhatikan *audience*, sinyal-sinyal nonverbal juga. Justru sinyal-sinyal nonverbal-lah yang paling berperan dalam membentuk kesan-kesan tertentu.

Sinyal-sinyal nonverbal tertentu bisa diciptakan seperti pakaian dan penampilan keseleruhan (*make up*, asesoris, tatanan rambut), salam, dan waktu. Sinyal-sinyal nonverbal lain bisa diciptakan melalui latihan seperti kontak mata, gerak tubuh. Tapi, ada saja sinyal-sinyal nonverbal yang tidak dapat dikendalikan.

Ada kesan yang timbul dalam benak *audience* tentang *newscaster*. *Audience* seakan membentuk konstruksi sendiri tentang image *newscaster* yang dilihatnya. Image *newscaster* menentukan seberapa besar perhatian *audience* kepadanya.

Berdasarkan hal-hal itulah maka topik penelitian ini dipilih. Karena besarnya perhatian yang diberikan *audience* kepada *newscaster* dan besarnya pengaruh *newscaster* terhadap program berita yang dibawanya bahkan stasiun TV yang bersangkutan. *Newscaster* juga yang mempengaruhi apakah pesan yang disampaikan dapat diterima *audience*. **Bagaimana persepsi *audience* terhadap image *newscaster*** adalah tema inti penelitian ini. *Newscaster* dipandang sebagai seorang komunikator yang menyampaikan pesan kepada *receiver* (*audience*).

Selain itu, juga akan dilihat **bagaimana persepsi *audience* terhadap image program berita yang ada di stasiun-stasiun TV nasional.**

II. PERMASALAHAN PENELITIAN

Ada dua hal yang akan di lihat dalam penelitian ini:

1. Bagaimana persepsi *audience* terhadap image *newscaster* atau pembaca berita sebagaimana *audience* melihat mereka di layar televisi ketika mereka sedang menjabarkan tugasnya
2. Bagaimana persepsi *audience* terhadap image program berita secara keseluruhan seperti isi berita, akurasi, ketajaman dalam memberitakan suatu kejadian, dan lain-lain.

III. TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk:

²³ Baggaley, *ibid*, hal. 4

- ♦ Mengetahui bagaimana *audience* memposisikan *newscaster* dalam benak atau pemikiran mereka dan atau bagaimana *audience* melihat *newscaster* tersebut. Singkatnya, penilaian *audience* terhadap image *newscaster* sebagaimana mereka terlihat di layar kaca
- ♦ Mengetahui bagaimana penilaian *audience* terhadap produk berita yang dihasilkan atau program berita secara keseluruhan. Pada akhirnya, akan dilihat juga preferensi atau pilihan program berita *audience* misalnya program berita mana yang paling disukai, paling dipercaya, paling mudah dimengerti, paling sering ditonton, dan lain-lain.
- ♦ Untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan antara persepsi *audience* terhadap *newscaster* pria dan wanita, dengan kata lain ada tidak ada pengaruh jenis kelamin terhadap image *newscaster* yang terbentuk

IV. SIGNIFIKANSI PENELITIAN

Signifikansi penelitian ini dapat digolongkan dalam dua kategori:

1. Signifikansi Akademis

Memberikan masukan-masukan baru tentang efek peranan dan kemampuan komunikator dalam sebuah proses komunikasi dikaitkan dengan hubungan antara manusia (*audience* dan *newscaster*) melalui perantaraan media (televisi). Walaupun proses komunikasi terjadi melalui perantaraan media (televisi), yang berarti merupakan bagian dari komunikasi massa, proses dimana informasi dihasilkan, didistribusikan oleh organisasi media massa (dalam penelitian ini medianya adalah televisi) untuk

dikonsumsi orang banyak, penelitian ini justru lebih memfokuskan pada hubungan yang skalanya lebih kecil, yaitu hubungan antara manusia (antara *audience* dengan *newscaster*), jadi lingkup penelitiannya adalah pada tingkat individu.

Selain itu, penelitian juga mencoba mengetahui penilaian individu (*audience*) terhadap program berita yang ditontonnya. Dalam hal ini penilaian individu terhadap *messages* atau pesan yang diterimanya. Program berita pada konteks ini dipandang sebagai produk yang dengan sengaja diciptakan dan diproduksi oleh stasiun televisi.

2. Signifikansi Praktis

Memberikan masukan-masukan pada stasiun-stasiun televisi nasional mengenai mutu, kualitas dan kemampuan pembaca berita, juga penilaian terhadap program berita secara keseluruhan sebagaimana dipersepsikan *audience*. Bagaimanapun juga, menjangkau *audience* sebanyak-banyak adalah tujuan setiap pembuat program berita. Karena itu, penilaian *audience* menjadi penting. Masukan-masukan yang ada diharapkan dapat dijadikan acuan untuk meningkatkan kualitas baik pembaca beritanya maupun program berita itu sendiri.

Penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk melakukan penelitian lain yang sifatnya lebih mendalam.

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

Tema penelitian adalah persepsi responden terhadap *image newscaster* dan program pemberitaan di televisi. Ada beberapa konsep yang akan dijelaskan dalam penelitian ini, yaitu persepsi responden, *image newscaster*, dan *image* terhadap program pemberitaan di televisi.

Sebelum menjelaskan konsep tersebut satu persatu, ada satu hal yang harus dijelaskan lebih dulu, yaitu komunikasi. Ada proses komunikasi yang terjadi ketika *newscaster* tampil di layar kaca membacakan berita, menyampaikan pesan-pesan (baik verbal maupun nonverbal) hingga pesan itu di tangkap *audience*.

Larry Samovar, Richard E. Porter dan Nemi C. Jain mendefinisikan komunikasi sebagai:

"A two-way, on-going, behaviour-affecting process in which one person (a source) intentionally encodes and transmits a message through a channel to an intended audience (receivers) in order to induce a particular attitude or behaviour"

Menurut Larry Samovar dkk, komunikasi adalah proses dua arah, berlangsung terus menerus, merupakan proses yang bertujuan mempengaruhi perilaku, dilakukan oleh seseorang (*source*) terhadap orang lain (*receiver*). Dalam proses komunikasi ini, tercakup juga pesan-pesan verbal dan nonverbal yang ditransmisikan secara tidak sengaja (tidak

disadari). Ada beberapa komponen penting yang bisa di tarik dari definisi komunikasi di atas. Pertama adalah *source*.

Source adalah pihak yang ingin berkomunikasi. Keinginan itu bisa timbul karena adanya keinginan untuk pengenalan diri sebagai individu (*emotional*) atau bisa juga karena keinginan untuk berbagi informasi (*infomational*).

Pesan yang ingin di sampaikan *source* tidak bisa disampaikan secara langsung. Perlu ada representasi simbolik dari apa yang ingin di sampaikan. Jadi, *encoding* adalah komponen penting kedua. Aktifitas yang dilakukan dalam diri seseorang (dalam konteks ini berarti *source*) untuk menciptakan pesan yang ingin disampaikan.

Hasil *encoding* adalah *messages* atau pesan. Pesan tidak hanya terbatas pada pesan yang berbentuk verbal saja saja, tetapi juga nonverbal. Pesan-pesan verbal terdiri dari kata-kata yang diucapkan ataupun ditulis. Sedangkan pesan nonverbal mencakup keseluruhan perilaku, penampilan *source* yang bisa di lekatkan suatu arti. Tidak semua perilaku bisa di bilang pesan. Ada dua syarat penting. Pertama perilaku itu harus diobservasi orang lain dan menggambarkan arti tertentu sehingga bisa dilekatkan arti/makna pada perilaku tersebut. Perilaku bisa terjadi karena disengaja ataupun tidak. Disebut sengaja bila perilaku (ataupun pesan yang akan dikirimkan) itu dilakukan secara sadar (biasanya perilaku verbal). untuk Tidak sengaja bila perilaku yang terjadi dilakukan dengan tidak sadar (biasanya perilaku nonverbal).

Bila *encoding* adalah proses internal *source*, maka pesan (sebagai sesuatu yang di sampaikan *source*) merupakan bagian eksternalnya.

Setelah pesan itu terbentuk, untuk sampai pada *receiver* harus ada mediana. Dengan kata lain, *channel* harus ada agar proses komunikasi dapat berjalan. *Channel*

tidak hanya terbatas pada media massa seperti koran, majalah, televisi, radio, dll. Dalam komunikasi yang berjalan secara langsung (*face to face communication*) misalnya, *channel* tetap ada. Ketika mendengarkan orang lain berbicara, maka udara-lah *channel*-nya, atau kalau membaca buku, maka cahaya yang akan merefleksikan kata-kata dalam buku ke retina adalah *channel*-nya.

Komponen berikutnya adalah *receiver*. *Receiver* merujuk pada orang atau orang-orang yang menerima pesan yang disampaikan *source*. *Receiver* ini bisa saja terdiri dari orang-orang yang memang menjadi tujuan *source* atau orang-orang lain yang menerima pesan saat ditransmisikan melalui media.

Pesan yang diterima kemudian diinterpretasikan atau diartikan *receiver* ke dalam bentuk yang mempunyai arti baginya. Proses ini dinamakan *decoding*. *Decoding* berlangsung dalam diri *receiver* dan bisa juga diartikan *information processing*.

Komponen lain dalam proses komunikasi ini adalah respon *receiver*. Dengan kata lain, apa yang akan diperbuat *receiver* terhadap pesan yang di terimanya. Proses komunikasi dikatakan sukses bila respon *receiver* memiliki kesamaan dengan respon yang diharapkan *source* akan terjadi.

Komponen terakhir adalah *feedback*. *Feedback* berupa informasi yang di terima *source* tentang penilaian *receiver* terhadap efektifitas proses komunikasi. Bisa dijadikan acuan bagi *source* untuk menyesuaikan diri dan untuk beradaptasi dalam situasi komunikasi yang terjadi.

Komunikasi dikatakan efektif bila pesan yang dikirimkan sama dengan pesan yang diterima. Lebih jelasnya, hasil interpretasi *receiver* terhadap pesan sama dengan interpretasi *source* terhadap pesan yang dikirimkannya.

Bila proses komunikasi itu diterapkan dalam penelitian ini hasilnya sebagai berikut:

Peranan *source* dipegang *newscaster*. *Newscaster*-lah yang menyampaikan berbagai pesan kepada *audience (receiver)*. Pesan yang di sampaikan terdiri dari pesan-pesan verbal dan nonverbal (baik yang dikirimkan secara sengaja atau tidak). Pesan verbal berupa teks berita yang sebelumnya sudah digarap bersama oleh *writer, reporter, editor, producer*, dll. Sedangkan pesan-pesan nonverbal, seperti penampilan, gerak tubuh, vokal, ekspresi wajah, dll juga turut di sampaikan ke *audience*.

Keseluruhan pesan itu disampaikan melalui media. Dalam penelitian ini, medianya adalah televisi. Pesan-pesan yang diterima itu kemudian di interpretasikan dan diberi makna oleh *receiver*.

Receiver response bisa disinonimkan dengan efek. Larry Samovar dkk menjelaskan bahwa respon minimum misalnya berupa keputusan *receiver* untuk menerima atau mengacuhkan pesan tersebut. Respon maksimum terjadi ketika ada tindakan-tindakan fisik yang dilakukan secara terbuka yang mengarah ke kekerasan.

Pengertian komunikasi yang dilihat dari perspektif mekanistik seperti di atas berguna untuk mengidentifikasi komponen-komponen yang terkait dalam proses komunikasi. Dengan menggunakan perspektif ini, seluruh komponen yang terlibat harus berfungsi dengan baik.

Keterbatasan dari perspektif ini adalah caranya mempresentasikan komunikasi sebagai mesin (ada komponen-komponen, masing-masing memiliki fungsi, ada hubungan yang terjadi antara komponen, dan ada 'jalur' yang baku bagaimana pesan dikirimkan dan diterima). Manusia dipandang sebagai elemen mesin, yang memiliki

tujuan dan menentukan apa yang akan dilakukan dan bereaksi terhadap pesan yang diterimanya. Perspektif ini memandang komunikasi sebagai proses yang linear (satu arah), dari satu titik ke titik lainnya.²⁴

Pada akhirnya, proses komunikasi itu akan menghasilkan efek terhadap *receiver*. Terdapat kontradiksi mengenai seberapa jauh efek yang dapat di timbulkan. Ini karena faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku seseorang sangat beragam. Sukar untuk memastikan kalau perilaku tertentu (misalnya agresifitas anak) disebabkan karena tayangan-tayangan televisi (misalnya film-film kekerasan).

Denis McQuail menyatakan bahwa efek media sebagian besar langsung mempengaruhi tingkat kesadaran karena kemampuannya menampilkan gambaran dunia, kehidupan sosial dan kenyataan sosial. Jadi, lebih mempengaruhi proses belajar seseorang tentang dirinya dan dunianya. Tidak sampai ke tingkat perilaku.²⁵

Dengan kata lain, menurut McQuail, efek yang di timbulkan dapat berupa tambahan pengetahuan tentang informasi faktual berjangka waktu pendek, barangkali juga pembentukan cara pandang terhadap gambaran dunia dan masyarakat berjangka panjang serta kerangka berfikir untuk menafsirkan makna berbagai peristiwa. Tidak terbatas pada perubahan perilaku saja²⁶

Pendekatan mekanistik tidak cukup untuk menggambarkan aktifitas komunikasi secara keseluruhan. Juga tidak cukup untuk menjelaskan proses komunikasi yang difokuskan dalam penelitian ini. Apa yang difokuskan dalam penelitian ini adalah proses internal yang terjadi dalam diri *receiver* (sang penerima pesan). Bagaimana *receiver*

²⁴ Daniel J. Canary, *“Interpersonal Communication”*, New York: St. Martin's Press, Inc, 1994, hal 23-24

²⁵ dalam Greg Philo, *“Seeing and Believing, The Influence of Television”*, London: Routledge, 1990, hal.5

menerima stimuli itu, memprosesnya dan menginterpretasikannya. Hasil interpretasi itulah yang akan dilihat dalam penelitian ini. *Receiver* tidaklah pasif sebagaimana yang di gambarkan pendekatan ini, tapi aktif dalam memproses pesan yang diterima dan menginterpretasikannya secara unik tergantung latarbelakang dan kepribadiannya.²⁷

Psychological Perspective menawarkan pengertian lebih dalam tentang komunikasi. Perspektif ini lebih menekankan pada peranan persepsi. Bahwa makna, terdapat dalam pikiran manusia (*meaning is in the mind*). Komunikasi terjadi ketika stimuli (baik berupa kejadian-kejadian atau perilaku) diterima sebagai simbol. Saling pengertian terjadi ketika individu-individu yang terlibat memiliki persepsi yang sama (*co-orientation*) atau mereka merespon stimuli-stimuli yang di tangkap dengan cara yang sama.

Ada satu konsep yang difokuskan dalam perspektif komunikasi di atas, yaitu persepsi. Konsep persepsi akan dibahas pada bagian berikut.

I.1 Persepsi

Joseph Devito, dalam *The Interpersonal Communication* menyatakan bahwa persepsi adalah proses yang aktif. Melalui proses ini, seseorang 'aware' dengan lingkungan di sekitarnya, baik itu objek-objek, kejadian-kejadian dan terutama tentang orang lain melalui indera yang dimiliki, seperti penglihatan, penciuman, sentuhan, pendengaran dan indera perasa.

²⁶ Denis McQuail, "*Teori Komunikasi Massa*", Jakarta: Erlangga, 1989, hal. 263

²⁷ Bagdaley, *ibid*, hal. 52

Senada dengan Joseph Devito, Larry Samovar dkk juga memandang persepsi sebagai proses aktif dan internal (terjadi dalam diri individu). Didefinisikan sebagai proses yang membuat seseorang sadar akan lingkungannya dengan mengorganisasikan dan menginterpretasi stimuli yang ditangkap panca indera.²⁸

Dari definisinya itu, Larry Samovar menyatakan ada dua dimensi persepsi, yaitu *the physical (organizing)* dan *psychological (interpreting)*. Dimensi fisik mencakup aktifitas internal ketika stimuli-stimuli dari lingkungan diterima dan ditransmisikan ke otak untuk diolah. Dimensi psikologis mencakup aktifitas pengolahan stimuli, termasuk di dalamnya menciptakan struktur, stabilitas dan pemberian makna terhadap stimuli.

Persepsi terjadi melalui tiga tahap:

1. *Sensory Stimulation Occurs.*

Pada tahapan ini, panca indera menerima rangsangan-rangsangan tertentu. Tidak semua rangsangan itu diterima, sebelumnya terjadi proses seleksi yang mencakup *selective attention* dan *selective exposure*. Dalam *selective attention*, seseorang hanya menangkap stimuli-stimuli yang sekiranya dapat memenuhi kebutuhannya atau dirasa menyenangkan.

Dalam *selective exposure*, seseorang hanya memusatkan perhatian pada orang-orang atau pesan-pesan yang mampu mengkonfirmasi kepercayaan yang dimiliki, memberikan kontribusi terhadap tujuan atau yang terbukti akan memberikan kepuasan.

2. *Sensory Stimulation Is Organized*

²⁸ Larry A. Samovar et al, *ibid*, hal. 109

Setelah stimuli-stimuli di tangkap, proses selanjutnya adalah mengorganisasikan stimuli-stimuli tersebut berdasarkan kriteria-kriteria tertentu, misalnya berdasarkan kriteria *proximity* (kedekatan) atau kriteria *resemblance* (kesamaan).

3. *Sensory Stimulation Is Interpreted - Evaluated*

Proses ini sifatnya sangat subjektif karena menyangkut interpretasi dan evaluasi yang sangat dipengaruhi faktor-faktor internal individu seperti pengalaman, kebutuhan, keinginan, nilai-nilai, kepercayaan tentang apa yang ada dan seharusnya. Brunner dan Postman menyebut keseluruhan faktor internal ini dengan sebutan 'set'. Dalam konteks broadcast, 'set' merupakan kesiapan individu dalam merespon stimulus dengan cara-cara tertentu, merespon objek-objek dan karakteristik-karakteristik tertentu dibandingkan lainnya. Dengan 'set' itu pula individu selektif dalam mencermati event-event dalam lingkungannya.²⁹

1.2 Image

Ketika mempersepsikan sesuatu, yang dilakukan adalah menciptakan *image-image* internal tentang objek-objek fisik maupun sosial dan *event-event* tertentu yang ditemui dalam lingkungan.³⁰

Menurut Baggaley, inti persepsi adalah interpretasi yang didefinisikan sebagai hipotesis yang dibentuk berdasarkan hasil observasi. Hipotesis itu sendiri sangat dipengaruhi pemberian label pada informasi-informasi yang diterima dan dilakukan dengan cara-cara tertentu.

²⁹ Baggaley, *ibid*, hal. 54

³⁰ Larry A. Samovar, Ricard Porter, and Nemi C. Jain, "*Understanding Intercultural Communication*", California: Wadsworth Publishing Company, 1981, hal. 106

Dengan kata lain, ketika seseorang melakukan observasi atau mengamati sesuatu, stimuli-stimuli yang didapat dari hasil observasi itu akan diinterpretasikan. Kalau kata Larry Samovar, Richard Porter dan Nemi C. Jain (sebagaimana yang disebutkan dalam paragraf 1), dari hasil observasi itu, seseorang akan menciptakan *image-image* internal tentang stimuli yang diperolehnya. Inilah isi dari persepsi itu sendiri. Inilah yang dihasilkan ketika seseorang mempersepsikan sesuatu.

Pemberian label juga berlaku di dunia televisi. *Television presenter* di berikan label dengan cara yang berbeda-beda. *Labelling* itu akan mempengaruhi persepsi terhadap *TV presenter* (yang juga berarti *image* terhadap *TV presenter* tersebut). Pada akhirnya, persepsi ini akan mempengaruhi interpretasi terhadap apa yang disampaikan *TV presenter*.³¹

Menurut Jon Baggaley dalam *Dynamic of Television*, *image* seseorang yang tampil di televisi bisa didefinisikan sebagai kombinasi ide-ide dan prediksi-prediksi tentang orang tersebut. Ide-ide dan prediksi-prediksi yang terbentuk bisa bervariasi tergantung nilai-nilai yang di miliki *audience* (yang melihat orang tersebut).

Image terhadap sesuatu merupakan hasil (*output*) keterlibatan dalam proses pengolahan informasi, yang termasuk di dalamnya proses seleksi dan kategorisasi *input* yang diterima (keduanya termasuk proses yang terjadi dalam persepsi).

Baggaley menyatakan, dalam situasi pembicaraan normal, reaksi dan sikap seseorang terhadap pesan yang di sampaikan orang lain sangat di pengaruhi hubungan antara kepercayaan dan harapan yang mewarnai interaksi tersebut. Hal ini juga berlaku ketika seseorang yang tampil di TV ingin memperoleh perhatian *audience*. Mereka harus

mengikuti prinsip-prinsip dan kondisi yang berlaku dalam situasi pembicaraan normal atau dengan kata lain dalam komunikasi antara manusia.

Ketika *audience* sering melihat seseorang tampil di TV dan tidak memiliki pengetahuan apapun tentang mereka, kesan terhadap orang tersebut akan terbentuk dengan sendirinya sesuai dengan kriteria-kriteria yang dimiliki *audience*, misalnya kesan apakah mereka humoris, menyenangkan, dan lain-lain.

Pesan-pesan nonverbal memegang peranan penting dalam penciptaan kesan tentang diri kita dan pembentukan kesan tentang orang lain.³² Albert Mehrabian menyatakan bahwa dalam pembentukan kesan terhadap orang lain, pesan-pesan verbal hanya memiliki andil 7%, sisanya untuk pesan-pesan non verbal. Perhitungan Mehrabian adalah sebagai berikut:

$$7\% \text{ VERBAL IMPACT} + 38\% \text{ VOCAL IMPACT} + 55\% \text{ FACIAL IMPACT} = \text{TOTAL FEELING}$$

Bisa ditarik kesimpulan bahwa dalam pembentukan *image*, pesan-pesan nonverbal lebih besar pengaruhnya dibandingkan pesan-pesan verbal.

Hal senada juga diungkapkan Lyons (1972) dan Argyle (1975). Pesan yang disampaikan melalui televisi bisa berbentuk verbal dan nonverbal. Bagaimana pesan verbal diinterpretasikan dipengaruhi pesan nonverbalnya. Namun, bila pesan verbal bertentangan dengan nonverbal, maka pesan nonverbal-lah yang paling mempengaruhi *audience*. Lebih jauh Baggaley menjelaskan bahwa bila *audience* memiliki *image*

³¹ Baggaley, *Ibid*, hal. 56

³² Brent D. Ruben, "*Communication and Human Behaviour*", New Jersey: Prentice Hall, 1992, hal. 234

yang relatif sama terhadap seseorang ataupun kelompok yang tampil di televisi berarti reaksi *audience* terhadap subjek tersebut juga sama (*the audience's general reaction on the subject is united*). Hal ini bisa terjadi karena *audience* sudah memiliki pengetahuan lebih dulu atau karena pembuat *image* berhasil membentuk proyeksi yang kuat tentang dirinya. Baggeley mengibaratkan *image* seseorang di TV seperti karikatur, yang terbentuk karena adanya seleksi dan penguatan intensitas terhadap karakteristik-karakteristik tertentu dan melemahkan yang lainnya.

Dengan kata lain, ada manipulasi yang dilakukan televisi terhadap penampilan 'performer-nya', sengaja dilakukan dengan tujuan membentuk kesan-kesan tertentu dalam benak *audience* terhadap mereka.

Usaha untuk menampilkan refleksi "semu" tadi merupakan bagian dari proses pembentukan *image*. *Image*, baik dibentuk secara sengaja oleh subjek dan mediana ataupun diberikan langsung oleh *audience* berdasarkan kriteria yang dimiliki, sangat menentukan seberapa besar perhatian *audience* terhadap mereka.

Penelitian ini akan menekankan pada *image* yang terbentuk dalam benak *audience* terhadap *newscaster* (pembaca berita TV) dan program berita yang ditayangkan secara keseluruhan. Jadi, persepsi *audience* terhadap *image newscaster* dan program berita yang ditayangkan televisi nasional. Karena *image* yang ditimbulkan bisa beraneka, maka tipe *image* itu sendiri akan dibatasi.

Garis merah dari uraian di atas adalah bahwa ketika kita mempersepsikan sesuatu, kita terlibat dalam proses pengolahan informasi. Proses kognitif yang meliputi kegiatan pengorganisasian dan penginterpretasian stimuli. Stimuli berasal dari lingkungan, dan bisa berupa objek-objek ataupun event tertentu. Melalui proses kognitif ini, kita

menciptakan *image-image* internal dari apa yang bisa ditangkap panca indera. Tidak semua stimuli diolah memang, ada seleksi dulu untuk menentukan stimuli mana yang diolah.

Ketika membicarakan *image newscaster*, kita membicarakan tentang *image* yang sengaja diciptakan. Sengaja diciptakan karena *image newscaster* itu mungkin akan mempengaruhi program berita bahkan stasiun TV yang bersangkutan. *Image* juga akan mempengaruhi penerimaan *audience* terhadap apa yang disampaikan *newscaster*. Inilah inti dari penelitian ini, meneliti bagaimana khalayak ‘melihat’ *newscaster* sebagai seorang komunikator. Dengan kata lain, bagaimana khalayak *audience* mempersepsikan *image newscaster*.

Bagaimana *TV presenter* dilihat *audience*-nya (dalam konteks penelitian ini *newscaster*) sangat tergantung pada kemampuannya memproyeksikan dirinya (*self image*). Jon Baggaley menyatakan bahwa ketika tampil di televisi, kemampuan akademis, menjadi kurang begitu penting. Kemampuan untuk “memproyeksikan diri” (*self-projection*) lebih penting. *Expert* bisa berarti dua hal: benar-benar ahli dibidangnya (misalnya dalam bidang akademis) atau aktor yang bisa menampilkan dirinya sebagai seorang ahli. Dalam konteks program berita di televisi, agar penyiaran berita menjadi efisien, sangat penting untuk mereka yang benar-benar ahli dipresentasikan kepada *audience* sesuai dengan keahliannya atau aktor yang sebenarnya tidak ahli tapi dipresentasikan sebagai ahli. Ini semua berhubungan dengan teknik presentasi.

Bagaimana kita mengkomunikasikan *image* tentang siapa kita dan bagaimana kita ingin orang lain ‘melihat’ kita seperti yang kita inginkan, merupakan salah satu fungsi komunikasi interpersonal, tepatnya *self presentation*.

Self presentation atau *impression management* didefinisikan Leathers (1992) sebagai berikut: *individual's conscious attempt to exercise control over selected communicative behaviours and cues "for purposes of making a desired impression"*

Bisa disimpulkan bahwa *self presentation* dilakukan secara sengaja melalui perilaku komunikasi tertentu untuk menimbulkan kesan pada orang lain sebagaimana yang diinginkan.

Ada fungsi komunikasi interpersonal lainnya, yaitu *relational* (tentang bagaimana hubungan dibangun dan kemudian dipertahankan atau dihilangkan) dan *instrumental* (bagaimana kita membuat orang lain melakukan sesuatu untuk kita). Namun, dalam penelitian ini yang akan difokuskan adalah *self presentation/impression management*. Bukan bagaimana *image* itu dibangun dan dikomunikasikan, tetapi *image* seperti apa yang dilihat seseorang tentang orang lain (bagaimana persepsi *audience* tentang *image newscaster*). Bukan pertanyaan tentang 'bagaimana' dan 'kenapa' yang ingin dijawab, tetapi pertanyaan 'apa'.

Tanpa disadari, fungsi *self presentation/impression management* ini sebenarnya dipraktekkan dalam kehidupan sehari-hari. Misalnya, kita ingin orang melihat kita sebagai orang yang pintar, kompeten, ahli, efektif atau bahkan kita ingin orang lain melihat kita sebagai orang yang lemah karena sedang membutuhkan bantuan mereka.

1.2.1. *image newscaster*

Untuk memberikan gambaran tentang *image* yang 'ditampilkan' *newscaster*, ada beberapa pendekatan yang akan digunakan dalam penelitian ini.

a. Leathers (1992) menyatakan ada empat tipe image yang bisa ditampilkan berdasarkan sinyal-sinyal nonverbal.³³ Masing-masing *image* memiliki indikator-indikator sendiri. Uraian selanjutnya tentang tipe *image* akan langsung diarahkan ke *newscaster* sebagai komunikator. (Dalam penelitian ini, *image* yang ditampakkan *newscaster* lebih ditekankan pada yang berasal dari sinyal nonverbal. Sebab, pesan verbal pada konteks penelitian ini mengacu pada teks berita yang dibacakan dan sebelumnya sudah disusun lebih dulu, kecuali kalimat-kalimat tertentu. Isi berita itu akan dibahas pada bagian tersendiri, yaitu tentang image terhadap program berita).

1. LIKABILITY

Disini, komunikator ingin dilihat sebagai orang yang menyenangkan dan disukai. Ada sinyal-sinyal nonverbal tertentu yang bisa mengindikasikan *likability*.

- ◆ Komunikator mampu memperlihatkan perilaku-perilaku yang mencerminkan kedekatan atau keintiman dengan *audience*-nya. Perilaku itu misalnya jarak interaksi yang relatif dekat, orientasi tubuh yang langsung menghadap ke *audience*, tubuh yang bersandar ke arah depan, senyuman yang tulus, gerak tubuh yang santai, posisi tubuh yang 'terbuka', menatap langsung ke *audience* dan menampilkan mimik muka yang menyenangkan. Ada kecenderungan bahwa seseorang akan lebih memperhatikan sesuatu yang dekat dengannya. Pengaruh yang signifikan antara jarak dengan penerimaan pesan dapat diilustrasikan dengan keberadaan media-media komunikasi.
- ◆ Komunikator mampu menyiratkan ketertarikan dan perhatian melalui gerak tubuh, kepala, kontak mata langsung dan senyuman

³³ Daniel J. Canary and Michael J. Cody, "*Interpersonal Communication*", New York: ST. Martin's Press, 1993, hal. 127-130

- ♦ Komunikator mampu berpakaian sesuai kriteria *audience* tentang cara berpakaian yang baik.
- ♦ Mampu berbicara dengan suara yang menyenangkan, santai, ekspresif, ramah, terkesan percaya diri, dinamis, terkesan hidup dan menarik

2. INTERPERSONAL ATTRACTIVENESS

Komunikator ingin menampilkan dirinya sebagai orang yang menarik secara interpersonal. Dengan kata lain ketika komunikator itu berkomunikasi, orang yang diajak berkomunikasi olehnya akan menganggap komunikator itu menarik. Indikator-indikator yang mampu mengindikasikan hal tersebut diantaranya:

- ♦ Mampu menampilkan perilaku nonverbal yang terkesan spontan dan tidak dibuat-buat.
- ♦ Ekspresif. Bisa ditunjukkan melalui mimik wajah, volume suara yang cocok, suara yang terkesan hangat, senyuman, dan tawa. Tinggi rendahnya frekuensi perilaku nonverbal juga menentukan apakah komunikator dipandang sebagai orang yang menarik atau tidak
- ♦ Setting atau tempat komunikator berbicara yang mampu mempersempit jarak dengan *audience* dan meningkatkan kapasitas kontak visual

3. DOMINANCE

Komunikator yang memiliki tipe *image dominance* ingin dilihat sebagai orang yang penting, memiliki kekuatan dan terkesan menonjol/dominan. Ada beberapa perilaku nonverbal yang dapat menampilkan *image* ini:

- ◆ Pandangan mata memiliki kemampuan untuk menampilkan image ini. Komunikator yang mampu menatap audience dalam-dalam (*staring, not just looking*) memiliki *image* ini. Leathers menyatakan bahwa kesan dominan akan meningkat ketika frekuensi komunikator melakukan kontak mata juga meningkat.
- ◆ Berbicara dengan suara keras, tegas, tidak terkesan lembut
- ◆ Berbicara dengan penuh keyakinan, dan tidak takut-takut
- ◆ Perilaku nonverbal seperti gerakan tubuh yang terbatas, duduk membungkuk, kepala yang ditundukkan, sering memalingkan kepala dan gerakan-gerakan
- ◆ tubuh seperti gemetar, berkeringat mengindikasikan image yang kurang dominan.

4. CREDIBILITY/COMPETENCE

Orang yang ingin dianggap sebagai ahli, jadi memiliki kemampuan, keahlian, keterampilan atau pengetahuan tertentu adalah orang yang memiliki tipe *image credibility* atau *competence*. Perilaku nonverbal yang menandakan *credibility/competence* diantaranya:

- ◆ Komunikator yang mampu mempertahankan frekuensi kontak mata yang tinggi (tapi tidak terus menerus) dianggap kompeten. Melihat kebawah sebelum berbicara, dan jarang melakukan kontak mata dianggap kebalikannya
- ◆ Berbicara dengan kecepatan yang relatif cepat dan pendek.
- ◆ Penampilan komunikator sesuai dengan harapan atau kriteria orang-orang yang berinteraksi dengan mereka.
- ◆ Ada kesesuaian antara pesan-pesan verbal dengan nonverbal. Selain dianggap kompeten, komunikator juga dianggap dapat dipercaya

- ◆ Komunikator yang tersenyum pada waktu yang tidak tepat dan terkesan tidak tulus selain dianggap tidak dapat dipercaya, juga tidak kompeten
- ◆ Perilaku seperti gerak mata yang berpindah-pindah, dan menjilat bibir harus dihindari agar dianggap kompeten dan kredibel.

b. Selain perilaku nonverbal, ada kemampuan-kemampuan komunikasi tertentu yang mengindikasikan apakah seseorang kompeten atau tidak.

Weinstein mendefinisikan *communicative competence* sebagai:³⁴

“the ability to accomplish interpersonal tasks.... interpersonal competence boils down to the ability to manipulate other’s responses

Bisa diartikan bahwa *communicative competence* merupakan kemampuan untuk menjalankan fungsi-fungsi interpersonal. Kompetensi itu sendiri menurut Weinstein merupakan kemampuan untuk memanipulasi respon orang lain.

Hal senada juga diungkapkan Malcolm R. Parks:

“Communicative competence represents the degree to which individuals satisfy and perceive that they have satisfied their goals within the limits of a given social situation without jeopardizing their ability to pursue their other subjectively more important goals”

Intinya, Parks berpendapat bahwa kompetensi berkaitan dengan kemampuan untuk mencapai satu tujuan tanpa mengorbankan tujuan lain yang lebih penting.

³⁴ Malcolm R. Parks, *“Communicative Competence and Interpersonal Control”*, dalam *“Handbook of Interpersonal Communication”* edited by Mark L. Knapp and Gerald R. Miller, California: Sage Publications Inc., 1994, hal. 593

Daniel J. Canary dan Michael J. Cody dalam *Interpersonal Communication* menyebutkan enam kriteria yang digunakan untuk menilai seberapa besar kompetensi komunikasi seseorang:³⁵

1. *Adaptability*

Adaptability atau *flexibility* menurut Spitzberg dan Cupach (1989) adalah kriteria paling standar untuk menilai kompetensi. Duran (1983) mengartikan *adaptability* sebagai kemampuan mengubah perilaku dan tujuan ketika berinteraksi

2. *Conversational involvement*

Cegala (1991) menjelaskan bahwa kompetensi komunikasi mencakup kemampuan untuk terlibat dalam percakapan. Secara kognitif, komunikator terlibat dalam percakapan dan mendemonstrasikan keterlibatannya dengan melakukan interaksi.

Menurut Cegala, kemampuan atas kriteria ini bisa dinilai dari:

- *responsiveness* mencakup kemampuan untuk mengetahui apa yang dikatakan, peranan apa yang dijalankan dan merasa ikut ambil bagian dalam interaksi.
- *perceptiveness* berarti menyadari bagaimana respon yang diberikan orang lain dan seberapa besar perhatian komunikator terhadap orang lain.
- *attentiveness* adalah kemampuan untuk mendengarkan orang lain, memfokuskan diri pada percakapan yang terjalin dan tidak sibuk dengan pikirannya (komunikator) sendiri.

3. *Conversational management*

Kompetensi kriteria ini dinilai dari siapa yang mengontrol perubahan-perubahan arah, intensitas, arus interaksi dan seberapa lancar interaksi yang terjalin. Lebih spesifik lagi, jalannya interaksi itu bisa dilihat dari aktifitas pergantian antara pembicara satu

³⁵ Daniel J. Canary and Michael J. Cody, *ibid*, hal. 382-385

dengan yang lain dalam interaksi yang bersangkutan, penggantian topik, mengajukan pertanyaan, intonasi suara, menganggukkan kepala.

4. *Empathy*

Mengacu pada kemampuan untuk menunjukkan pada orang lain bahwa komunikator mengerti situasi yang sedang dialami orang tersebut dan mampu merasakan bagaimana reaksi emosionalnya.

Gladstein (1986) menyatakan bahwa empati mencakup *cognitive understanding* (pengambilan peran/*role taking*) dan merasakan emosi yang sama (*emotional contagion*). Dengan berempati, komunikator menempatkan dirinya di tempat orang lain berusaha merasakan apa yang dirasakan orang lain.

5. *Effectiveness*

Mengacu pada kemampuan untuk mencapai tujuan yang diinginkan tanpa mengorbankan tujuan yang lain. Bila komunikasi dinilai berdasarkan standar efektifitas, maka ada perilaku yang terlihat kompeten dan ada yang tidak. Secara langsung maupun tidak langsung memperoleh informasi yang diinginkan, dan mampu mempertahankan situasi dimana orang lain mau melakukan/mendengarkan apa yang disampaikan.

6. *Appropriateness*

Mengacu pada kemampuan komunikator untuk mencapai tujuannya melalui interaksi yang tepat (Spitzberg dan Cupach). *Appropriateness* adalah usaha komunikator yang berusaha mencocokkan perilaku komunikasinya dengan situasi dan kondisi dimana interaksi terjadi.

c. Daniel J. Canary dan Michael J. Cody dalam *Interpersonal Communication* menyatakan bahwa perbedaan kepribadian akan membawa perbedaan dalam hubungan interpersonal. *Personality* atau kepribadian adalah keseluruhan dari perilaku individu dan kecenderungan emosinya. Kepribadian merupakan organisasi dari ciri-ciri pembawaan kemampuan-kemampuan dan kebiasaan-kebiasaan.

Untuk memberikan gambaran yang lebih luas mengenai bentuk-bentuk kepribadian yang ada, penelitian ini akan mengacu pada hasil-hasil penelitian terdahulu, terutama yang berkaitan dengan kepribadian. Penelitian terdahulu yang dijadikan acuan dalam penelitian ini adalah:

1. *Index of Adjustment and Values* (Bills et al. 1951). Penelitian ini digunakan untuk mengukur ketidaksesuaian antara konsep diri ideal dengan konsep diri sebenarnya.³⁶ Ada tiga tahapan yang dijalani penelitian ini. Pertama, mengetahui karakter-karakter apa saja yang menurut responden dapat diterima olehnya. Kedua, mereka menilai diri mereka berdasarkan karakteristik yang menurut mereka diterima (ada dalam diri mereka berdasarkan tahap pertama). Tahapan ketiga adalah menilai konsep ideal mereka.

Walaupun responden dimintai menilai diri mereka sendiri, dasar-dasar penilaian ini juga bisa digunakan untuk menilai orang lain. Namun, yang dijadikan acuan dari penelitian ini adalah kategori-kategori kepribadian yang dijadikan dasar penilaian konsep diri. Kategori-kategori kepribadian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah: *clever, competent, confident, fashionable, intellectual, considerate, nervous, sincere, dan tough*. Setelah disesuaikan, masing-masing kategori itu akan menjadi indikator yang

³⁶ John P. Robinson and Phillip R. Shaver, "*Measures of Social Psychological Attitudes*", Michigan: Institute for Social Research, 1980, hal 88

digunakan sebagai dasar penilaian responden (sebagai audience) terhadap karakter *newscaster*.

2. **Sherwood's Self Concept Inventory** (Sherwood 1962). Pengukuran ini didasarkan pada teori identitas diri dari Miller. Digunakan untuk mengukur konsep diri dan konsep diri yang ideal. Yang diambil dari penelitian ini adalah karakteristik-karakteristik kepribadian yang akan digunakan sebagai dasar penilaian responden terhadap *newscaster*. Karakter yang diambil adalah *likable, calm, intelligent* dan *anxious*

Dari beberapa literatur, terdapat kecenderungan yang sama sehubungan dengan image *newscaster* pria dan image *newscaster* wanita. *Newscaster* pria dianggap lebih memiliki kewenangan, kekuatan, kemampuan untuk mempengaruhi orang lain, lebih dipercaya, lebih kredibel dibandingkan *newscaster* wanita. *Newscaster* wanita dianggap "menggangu" pesan atau informasi yang disampaikan. Ini karena wanita lebih dipandang karena penampilannya dan daya tarik seksualnya dibandingkan kredibilitas dan kompetensinya.

Dalam "*Open The Box About Television*" terdapat komentar tentang *newscaster* wanita: "*female newsreader are distracting. If they are pretty I can't concentrate on what they say, and if they are ugly I'm put off completely. Woman are absolutely dreadful on television*". Karena penampilan dan daya tariknya *newscaster* wanita dianggap

mengganggu informasi yang disampaikan. Sementara daya tarik *newscaster* pria dianggap tidak mengganggu pesan yang disampaikan.³⁷

Stereotipe yang menyatakan bahwa tempat yang cocok bagi wanita adalah dirumah dan menjalankan peran-peran domestiknya nampaknya mempengaruhi persepsi audience terhadap image *newscaster* wanita. Kualitas suara wanita dianggap sebagai salah satu faktor kurangnya "*authority*". "Tidak ada seorang pun yang percaya jika seorang wanita menyampaikan berita tentang peperangan". Suara wanita dianggap tidak cocok untuk menyampaikan berita. Selain itu, mereka juga dianggap tidak mampu menciptakan "situasi yang tenang" diantara item-item berita yang berisi kekacauan, perang, bencana, dll, sebagaimana seharusnya dilakukan *newscaster*.³⁸

Penelitian ini juga akan mencoba menganalisa hal tersebut. Apakah perbedaan jenis kelamin mempengaruhi persepsi seseorang terhadap *image* *newscaster* dan apakah memang ada perbedaan antara *image* *newscaster* pria dan wanita.

1.2.2 . Image tentang berita televisi

Pada bagian ini, akan dijabarkan tentang berita dan kriteria-kriteria apa yang seharusnya ada dalam berita televisi. Kriteria itu nantinya akan dijadikan dasar penilaian audience terhadap berita televisi.

News atau berita bisa dibedakan menjadi tiga bentuk, demikian pendapat Stuart Allan, yaitu:³⁹

³⁷ Jane Root, *ibid*, hal. 89

³⁸ Jane Root, *ibid*, hal. 88

³⁹ Stuart Allan, "*News Culture*", Philadelphia: Open University Press, 1999, hal. 3

1. *News as an object of policy formation.* Berita sebagai objek pembentukan kebijakan. Berita berperan sebagai pemberi petunjuk kepada pemerintah tentang apa yang dianggap penting. Berita dipandang sebagai agen demokrasi.
2. *News as on abject of commodification.* Berita dilihat dari sudut pandang ekonomi. Berita merupakan komoditi yang bisa diperjualbelikan. *Audience* merupakan konsumen yang menjadi target para pemasang iklan.
3. *News as an object of public opinion.* Berita berperan untuk mempertahankan adanya wahana silang pendapat dalam masyarakat, yang satu sisi dibingkai oleh negara dan kepentingan ekonomi pada kedua sisinya, tentang berbagai isu. Terjadinya dialog-dialog publik merupakan perilaku yang dipengaruhi berita.

Tuchman mendefinisikan berita sebagai:

“a social resource wich, through it’s very construction, implies a series of particular constraints or limits on the form of knowledge wich can be generated and called ‘reality’ ” ⁴⁰

Hall dkk menjelaskan bahwa fakta-fakta yang disajikan berita televisi harus disusun sedemikian rupa sehingga dianggap ‘cerita yang dapat dipercaya: Proses presentasi berita kepada *audience* akan merefleksikan penjelasan dan interpretasi yang paling dapat dipercaya dan paling kredibel menurut penyiar beritanya, tim berita dan komentator-komentator ahli yang dijadikan tempat berkonsultasi tim berita itu sendiri. Fakta-fakta yang menggambarkan situasi itu sendiri harus dapat diterjemahkan ke sinyal-sinyal audiovisual dan diorganisir sebagai ke dalam bentuk lisan dan tulisan.

⁴⁰ Stuart Allan, *ibid*, hal. 65

Satu hal penting yang membedakan cara pemberitaan di media cetak dengan media elektronik adalah bila media cetak ditulis untuk mata sedangkan berita di media elektronik ditulis untuk didengarkan bukan dibaca seperti media cetak. Jadi, berita di media elektronik ditulis untuk telinga. Cara paling efektif adalah membuatnya dalam konteks percakapan. Menuliskan berita dengan konteks percakapan (seperti sedang bercakap-cakap) lebih mudah ditangkap telinga *audience*⁴¹

Ada kontradiksi yang hampir selalu muncul dalam pembahasan mengenai berita. Yaitu, kontradiksi antara segi bisnis dan segi ideal dari berita. Sebagai kekuatan bisnis, persaingan media massa begitu besar dalam dekade terakhir. Persaingan yang tajam menuntut pengelolaan yang berdasarkan kiat bisnis. Hal ini sangat mempengaruhi program yang ditayangkan media massa (dalam konteks penelitian ini, televisi). Termasuk juga program beritanya. Program berita televisi harus mengikuti 'rule' program televisi lainnya, yaitu menarik sebanyak mungkin pemirsa dan membuat mereka terus menyaksikan program berita sampai *commercial break*. Hal ini membuat berita-berita yang ditampilkan dalam program adalah berita yang sebisa mungkin dapat mendongkrak rating program yang bersangkutan. Singkatnya, program berita harus disajikan dalam bentuk yang paling dapat menarik perhatian *audience*.

Di sisi lain, program berita memiliki tuntutan untuk menyajikan berita apa adanya, obyektif, netral, dan tidak memihak. Terbenturnya berbagai kepentingan menyebabkan sisi ini terabaikan. Misalnya kepentingan modal dan kepentingan penguasa. Kepentingan-kepentingan itu pada akhirnya dapat menekan kepentingan khalayak luas.

⁴¹ Stuart Allan, *ibid*, hal.65

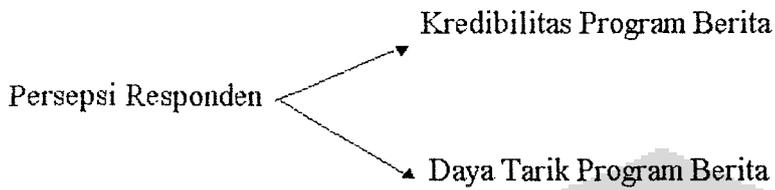
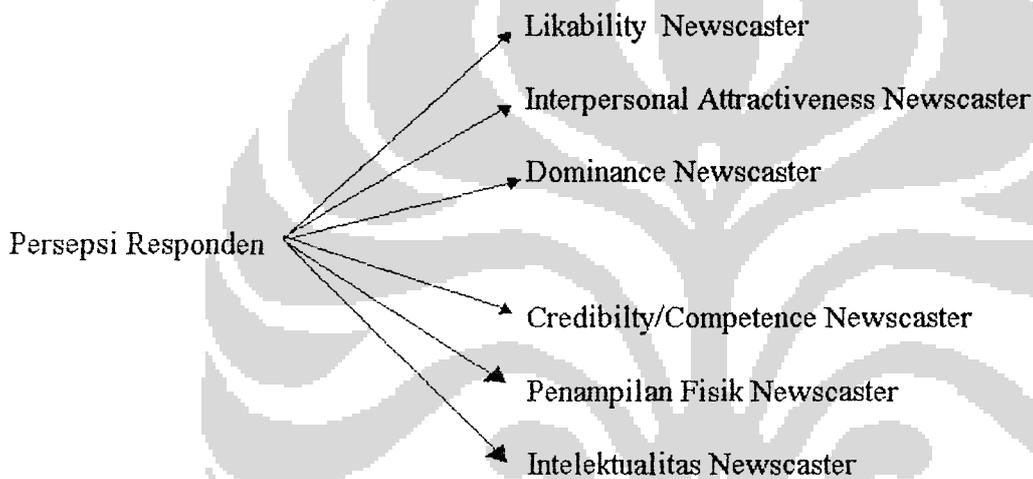
Mencampuradukkan antara bisnis dan idealisme media massa menjadi sebuah lingkaran tak berujung. Pers beranjak dari idealisme, yang menghasilkan khalayak pembaca, yang implikasinya sekaligus juga penambahan pelanggan dan animo iklan. Mereka yang berhasil mempertahankan keseimbangan pada titik optimal antara idealisme dan bisnislah yang akan memenangkan persaingan.

Dari uraian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa ada 2 hal penting yang harus dipenuhi sebuah program berita. Yang pertama adalah program berita harus memiliki daya tarik yang dapat 'mengikat' audience untuk terus menonton program berita tersebut. Kedua adalah kredibilitas program berita. Hal ini sangat penting. *Audience* tidak akan menonton suatu program berita bila program berita itu dinilai tidak kredibel. Supaya dianggap kredibel, program berita itu harus menyajikan berita-berita yang dapat dipercaya. "*Without public trust, respect and credibility, any journalist is mute*", demikian pendapat Frederick Shook.

Penelitian ini tidak bermaksud mempertentangkan kedua hal tersebut. Yang akan dilihat dalam penelitian ini adalah bagaimana persepsi responden terhadap kredibilitas dan daya tarik suatu program berita dibandingkan program berita yang lain.

2. Model Analisa

Penelitian ini merupakan penelitian yang melihat persepsi responden terhadap dua hal, yaitu *newscaster* (penyiar berita televisi) dan *newscast* (program berita televisi), sehingga model analisa yang digambarkan di bawah ini hanya merupakan alur pemikiran peneliti dalam melihat permasalahan penelitian yang akan diteliti.

Model I*Model Analisa II***3. Hipotesis Teori**

Penelitian ini juga akan mencoba menganalisa apakah perbedaan jenis kelamin mempengaruhi persepsi seseorang terhadap image newscaster dan apakah ada perbedaan antara image newscaster pria dan wanita

Ada satu hipotesis yang akan diuji:

Hipotesis teori: faktor jenis kelamin *newscaster* mempengaruhi persepsi *audience* terhadap citra *newscaster*.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

I. METODE PENELITIAN

a. Pendekatan Penelitian

Ada dua pendekatan yang dapat dipakai dalam penelitian sosial, yaitu kualitatif dan kuantitatif. Dalam penelitian ini, pendekatan yang dipakai adalah **kuantitatif**. Charles Ragin (1994) menjelaskan bahwa pada pendekatan kuantitatif, data yang dipakai adalah data yang dipadatkan/diringkas. Pendekatan ini memadatkan data untuk mendapat gambaran menyeluruh.⁴²

Ciri pendekatan kuantitatif lainnya, yang juga akan diterapkan dalam penelitian ini, menitikberatkan pada variabel-variabel, *reliability* dan *validity* sebagai kunci utama.

Sedangkan jenjang analisa dalam penelitian ini berawal pada tahap eksplorasi. Eksplorasi bertujuan mengumpulkan informasi tentang suatu masalah menyangkut pokok-pokok atau garis besar secara umum dan bersifat penelitian penjajakan. Ini terjadi ketika penggambaran persepsi responden tentang *image newscaster* dan program berita televisi dilakukan.

Tahapan selanjutnya adalah eksplanatif. Penelitian ini juga akan menganalisa hubungan antara jenis kelamin dengan *image newscaster*. Ada atau tidaknya hubungan antara jenis kelamin *newscaster* dengan *image* yang terbentuk dalam benak *audience*.

b. Survey

Sehubungan dengan penggunaan metode kuantitatif, maka metode pengumpulan data primer yang digunakan adalah **survey**. Metode ini adalah metode yang lazim dipakai dalam penelitian sosial. Survey menghasilkan informasi kuantitatif tentang orang-orang atau dunia sosial.⁴³ Dengan survey, responden (orang-orang yang menjadi subjek penelitian) ditanya tentang berbagai hal, mulai dari perilaku, kepercayaan, opini, karakteristik, harapan, pengetahuan dan sikap.

Dalam penelitian ini, survey akan dijalankan terhadap sejumlah orang yang terpilih dari populasinya untuk menjadi sampel penelitian (**sample survey**).

c. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dapat diartikan sekumpulan unsur atau elemen yang menjadi objek penelitian. Elemen penelitian itu biasanya merupakan satuan analisis dan merupakan himpunan semua hal yang ingin diketahui (*universum*).⁴⁴ Dalam penelitian ini, populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa Universitas Indonesia. Dengan kata lain, unit analisa penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Indonesia.

Dari populasi akan dipilih 100 orang untuk dijadikan sampel. Sampel adalah bagian dari populasi dimana penelitian akan difokuskan.

Teknik penarikan sampel yang dipergunakan adalah sampel probabilita (teknik penarikan sampel yang memungkinkan anggota populasi memiliki kesempatan sama untuk diikutsertakan atau dipilih ke dalam sampel).

⁴² W. Laurence Neuman, *"Social Research Methods, Qualitative and Quantitative Approaches"*, USA: Allyn & Bacon, 1997, hal. 14

⁴³ W. Laurence Neuman, *ibid*, hal 228

⁴⁴ Dr. Manasse Malo, *ibid*, hal. 89

Teknik penarikan sampel probabilita yang dipakai adalah *cluster sampling* (penarikan sampel secara berkelompok). Teknik ini dipakai bila tidak ada kerangka sampel (daftar populasi untuk menarik sampel). *Cluster sampling* membagi populasi ke dalam kelompok-kelompok. Kelompok atau cluster ini dapat dianalogikan populasi mini. Dalam penelitian ini, dasar pengelompokan adalah lokasi tempat tinggal. Untuk memudahkan penarikan sampel, area yang diambil adalah kecamatan Tebet. Setelah menentukan kecamatan, tahap pertama yang dilakukan adalah mengambil secara acak 1 Rukun Warga (RW) yang ada. Tahap kedua, memilih secara acak 3 Rukun Tetangga (RT) yang ada di RW tersebut. Tahapan terakhir adalah memilih penduduk dari RT tersebut untuk. Pemilihan dilakukan secara sengaja/*purposif*.

Dengan menggunakan mekanisme simple random sampling, terpilih Rukun Warga (RW) 01. Dengan cara yang sama pula, terpilih RT 014, RT 05 dan RT 010 sebagai area penarikan sampel.

II. METODE PENGUMPULAN DATA

Data dikumpulkan untuk mendapatkan data atau informasi yang dapat menjelaskan dan atau menjawab permasalahan penelitian secara obyektif.⁴⁵ Ada beberapa teknik yang bisa diterapkan dalam pengumpulan data.

Instrumen atau alat pengumpulan data primer yang dipakai dalam penelitian ini adalah kuesioner atau daftar pertanyaan. Teknik kuesioner adalah teknik pengumpulan data melalui daftar pertanyaan yang diisi oleh para responden sendiri. Dalam teknik kuesioner

⁴⁵ Dr. Manasse Malo dan Dra Sri Trisnoningtias MA, "*Metode Penelitian Masyarakat*", Pusat Antar Universitas Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Indonesia, hal 109.

ini, responden memiliki peranan yang sangat penting dalam memperoleh data yang dibutuhkan.

Bentuk-bentuk pertanyaan yang dipakai dalam kuesioner adalah pertanyaan tertutup dengan jawaban yang standar atau baku dan pertanyaan setengah terbuka yang disamping menyediakan sejumlah alternatif jawaban juga memberikan kemungkinan kepada responden untuk mengemukakan jawabannya sendiri sesuai dengan kehendaknya.

Untuk data sekunder, akan disertakan data dan informasi dari berbagai literatur yang relevan dengan tema penelitian.

III. METODE PENGUKURAN

Ada beberapa konsep yang akan diukur dalam penelitian ini, yaitu persepsi responden tentang image newscaster dan image program berita yang ditontonnya. Konsep-konsep besar tersebut masih abstrak sifatnya, karena itu

akan diturunkan lagi sehingga dapat diukur dan diberi skor. Konsep akan diturunkan ke dalam beberapa dimensi dan dimensi itu akan diturunkan ke dalam variabel. Variabel akan diukur dengan indikator-indikator.

Indikator-indikator akan diukur dengan teknik *Itemized Rating Scale*. Teknik ini memiliki angka atau deskripsi singkat untuk tiap-tiap kategori yang dipakai pada masing-masing indikator. Responden dapat memilih kategori mana, yang telah ditentukan sebelumnya, paling mewakili objek yang sedang dinilai.⁴⁶

⁴⁶ Naresh K. Malhotra, "*Marketing Research, an Applied Orientation*", New Jersey: Prentice Hall Inc., hal. 1996, hal 292.

Ada tiga macam itemized rating scale, namun yang dipakai dalam penelitian ini hanya *Likert Scale* dan *Semantic Differential*.

Likert Scale adalah skala yang mengharuskan responden untuk menunjukkan derajat persetujuan atau ketidaksetujuan untuk tiap-tiap pernyataan tentang objek stimuli.⁴⁷ Biasanya ada lima kategori untuk tiap-tiap item skala, berkisar dari “sangat setuju” sampai “sangat tidak setuju”. Skor untuk tiap-tiap pernyataan juga berkisar antara 1 sampai 5 atau -2 sampai +2 (dalam penelitian ini, skor berkisar antara 1 sampai 5).

Semantic differential adalah teknik pengukuran yang sering diaplikasikan untuk mengetahui makna yang terbentuk dalam diri seseorang terhadap suatu obyek atau *stimulus* tertentu.⁴⁸ Tidak ada pernyataan yang perlu dibaca responden karena skala ini hanya mengharuskan responden menandai skor antara -3 sampai +3 atau 1 sampai 7 dari dua kutub adjektif. *Range* skor yang dipakai dalam penelitian ini adalah 1 sampai 7.

III. 1. Operasionalisasi Konsep

1. *Image newscaster*

Ada 4 tipe image yang dipakai untuk menggambarkan image newscaster, yaitu *likability*, *personal attractiveness*, *dominance*, dan *competence/credibility*. Masing-masing tipe *image* itu akan dioperasionalisasikan sebagai berikut:

3. *Image likability* akan diukur dengan menggunakan skala interval. *Likability* akan diukur sebagai skor rata-rata penilaian responden terhadap *newscaster* sebagai orang yang menyenangkan dan mudah disukai. Jawaban-jawaban

⁴⁷ Naresh K. Malhotra, *Ibid*, hal. 292

⁴⁸ Thomas Kinnear and James R. Taylor, “*Riset Pemasaran*”, diterjemahkan Johannes Jarnarto, Jakarta: Erlangga, 1988, hal. 315

responden terhadap tiap-tiap indikator memiliki variasi kategori sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju (menggunakan Likert scale). Kategori “sangat setuju” memiliki skor 5, “setuju” berskor 4, “netral” memiliki skor 3, “tidak setuju” dan “sangat tidak setuju” masing-masing memiliki skor 2 dan 1. Semakin tinggi skor berarti *newscaster* yang bersangkutan semakin dipersepsikan responden sebagai orang yang menyenangkan dan mudah disukai. Singkatnya, digambarkan sebagai berikut:

KONSEP	DIMENSI	definisi operasional	INDIKATOR	KATEGORI	SKALA
IMAGE	Likability	skor rata-rata penilaian responden terhadap <i>newscaster</i> sebagai “orang yang menyenangkan dan gampang disukai”	- mampu menampilkan perilaku yang mencerminkan kedekatan dgn <i>audience</i> -memiliki mimik muka menyenangkan -memiliki senyum tulus -mampu menampilkan perhatian kepada <i>audience</i> -mampu menampilkan kertarikan terhadap apa yang dibicarakan -mampu berpakaian sesuai dengan kriteria/selera <i>audience</i> -memiliki suara yang menyenangkan -mampu bersikap santai -terkesan percaya diri -menghidupkan suasana	-sgt setuju -setuju -netral -tidak setuju -sangat tidak setuju	Interval
			-sgt setuju -setuju -netral -tidak setuju -sgt tidak setuju	interval	

			-memiliki kepribadian yang menarik -ekspresif -menceriminkan keramahan		
--	--	--	--	--	--

2. Tipe *image* kedua adalah *interpersonal attractiveness*. Konsep ini akan diukur sebagai ‘skor rata-rata penilaian responden terhadap *newscaster* sebagai orang yang mampu menampilkan kesan menarik ketika berhubungan/berkomunikasi dengan orang lain’. Variabel akan diukur dengan skala interval. Skor akan ditentukan terhadap jawaban responden yang disusun dalam bentuk Likert. Jadi, memiliki variasi jawaban untuk masing-masing indikator “sangat setuju”, “setuju”, “netral”, “tidak setuju” dan “sangat tidak setuju”. Range skor adalah 5 (sangat setuju) sampai 1 (sangat tidak setuju). Semakin tinggi skor, *newscaster* semakin dipersepsikan sebagai orang yang menarik. Singkatnya digambarkan sebagai berikut:

konsep	dimensi	definisi operasional	Indicator	kategori	skala
IMAGE	Inter-personal Attractiveness	skor rata-rata penilaian responden terhadap <i>newscaster</i> sebagai “orang yang ketika b’hubungan dengan orang lain menarik terkesan menarik”	- menampilkan perilaku spontan -tidak terkesan dibuat-buat -suara yang menarik -suara yang menarik, tidak datar dan terkesan ‘hangat’ -mampu menampilkan ekspresi emosional -mampu menyesuaikan volume vokal, tinggi-rendah suara -menampilkan diri sebagai pribadi yang terbuka	-sgt setuju -setuju -netral -tidak setuju -sangat tidak setuju	interval

3. Tipe *image* ketiga adalah *dominance*. Konsep ini akan diukur sebagai “skor rata-rata penilaian responden terhadap *newscaster* sebagai orang dominan, memiliki kekuatan dan kekuasaan”. Akan diukur dengan skala interval. Skor akan diberikan terhadap jawaban responden yang disusun dengan menggunakan skala Likert. Variasi jawaban: “sangat setuju” (skor 5), “setuju” (skor 4), “netral” (skor 3), “tidak setuju” (skor 2) dan “sangat tidak setuju” (skor 1). Semakin tinggi skor, berarti *newscaster* yang bersangkutan semakin dipersepsikan sebagai orang yang memiliki kekuatan dan kekuasaan.

Digambarkan sebagai berikut:

konsep	dimensi	definisi operasional	indikator	kategori	skala
IMAGE	Dominance	skor rata-rata penilaian responden terhadap <i>newscaster</i> sebagai “orang yang memiliki kekuatan dan penting”	-tidak terkesan takut-takut -mampu menampilkan sikap tegas -mampu berbicara dengan suara keras -memiliki pandangan mata yang menyiratkan kekuasaan -tidak terkesan lembut -terkesan tegang -tidak memiliki suara yang lembut	-sgt setuju -setuju -netral -tidak setuju -sangat tidak setuju	interval

4. Responden juga akan diminta menilai kompetensi komunikasi *newscaster*. Pada kompetensi komunikasi, responden akan dimintai menilai kemampuan berkomunikasi *newscaster* ketika membawakan program beritanya.

Konsep kompetensi komunikasi akan diukur sebagai “skor penilaian responden terhadap kompetensi komunikasi *newscaster*”. Variabel ini akan diukur pada skala interval. Skor diberikan terhadap jawaban yang disusun dengan menggunakan skala likert. Kategori jawaban responden akan berkisar pada “sangat setuju” (skor 5), “setuju” (skor 4), “netral” (skor 3), “tidak setuju” (skor 2) dan “sangat tidak setuju” (skor 1). Semakin tinggi skor, semakin tinggi pula kompetensi komunikasi *newscaster* yang dipersepsikan responden. Singkatnya digambarkan sebagai berikut:

konsep	dimensi	definisi operasional	indikator	kategori	skala
Communi- cative Compe- tence		skor rata-rata penilaian responden tentang kompetensi komunikasi <i>newscaster</i>	<ul style="list-style-type: none"> -mampu bersikap tenang -mampu berbicara dengan tenang -mampu membuat audience tetap tenang apapun berita yang disampaikan -mampu menyesuaikan gaya bicara dengan isi berita -mampu menyesuaikan mimik muka dengan isi berita -mampu menyesuaikan intonasi suara sesuai dengan isi berita -mampu berbicara dengan jelas -mampu berbicara dengan bahasa Indonesia yang baik -mampu berbicara dengan artikulasi yang baik -mampu membuat audience mengerti pesan yang disampaikan dengan mudah -mampu membuat suasana santai -mampu membuat suasana yang akrab dengan audience -mampu membangun kedekatan dengan 	<ul style="list-style-type: none"> -sgt setuju -setuju -netral -tidak setuju -sangat tidak setuju 	interval

<p>commu- nicative compe- tence</p>		<p>skor rata-rata penilaian responden terhadap kompetensi komunikasi newscaster</p>	<p>audience -mampu membangun suasana yang dekat dengan audience -mampu membuat audience tidak bosan -mampu membuat audience tertarik untuk terus menonton program berita bersangkutan -mampu membuat audience merasa terlibat dengan program berita yang bersangkutan -mampu menciptakan kesan seakan sedang bercakap-cakap dengan audience -mampu membuat perpindahan dari satu item berita ke item berita selanjutnya dengan mulus/tidak janggal -mampu menampilkan ekspresi emosional tertentu yang sesuai dengan isi berita -mampu menyesuaikan gerak tubuh dengan topik berita -mampu membuat audience mendengarkan apa yang disampaikan dengan seksama -ekspresif -mencerminkan sikap yang terbuka kepada audience -mampu menciptakan suasana yang memudahkan audience mengerti pesan yang disampaikan. -tidak terkesan berlebihan -tidak mendramatisir isi berita -menyampaikan berita apa adanya -mampu membuat audience percaya pada berita yang disampaikan -tidak membingungkan</p>	<p>-sgt setuju -setuju -netral -tidak setuju -sangat tidak setuju</p>	<p>interval</p>
--	--	---	--	---	-----------------

			-mampu menyampaikan informasi yang mudah dimengerti orang lain -mampu membuat audience tetap merasa "baik" walaupun berita yang disampaikan mengecewakan dan menyedihkan		
--	--	--	---	--	--

9. Untuk mengetahui penilaian responden terhadap karakter/kepribadian *newscaster*, akan dipergunakan *semantic differential*. Karakter/kepribadian itu akan dibagi ke dalam beberapa dimensi. Kepribadian yang positif sifatnya akan diletakkan di sebelah kiri dan sementara karakter yang sifatnya negatif akan diletakkan sebelah kanan. Skor akan berkisar antara 1 sampai 7. Skor untuk kutub positif maksimal 7 sedangkan skor untuk kutub negatif maksimal 1.

Ada dua dimensi yang akan diukur, yaitu dimensi fisik dan intelektual

1. dimensi fisik

----penampilan fisik *newscaster*

menarik	-----	membosankan
trendy	-----	kuno
pantas	-----	kurang cocok
modern	-----	ketinggalan jaman
cantik/tampan	-----	jelek

2. dimensi intelektual

pintar	-----	bodoh
intelektual	-----	kurang berpendidikan
berwawasan luas	-----	sempit wawasan

percaya diri	-----	minder
bijaksana	-----	gegabah
kritis	-----	pasif

Setiap stasiun televisi memiliki wakil *newscaster* dalam penelitian ini. Tidak semua *newscaster* akan dimasukkan dalam penelitian ini. Untuk menghindari bias dalam pemilihan, *newscaster* dipilih secara acak. Mereka yang dipilih adalah yang sedang menjalankan tugas (menyiarkan berita) tanggal 17 dan 18 April 2000 pada program berita sore dan petang hari dengan pertimbangan komposisi sampel yang diambil. Di asumsikan, *audience* lebih banyak menonton berita pada jam-jam tersebut setelah beraktifitas.

Diutamakan *newscaster* yang menjalankan tugas tanggal 17 April 2000 dari masing-masing stasiun televisi. Berarti ada 6 orang *newscaster* yang diambil dari masing-masing stasiun televisi pada tanggal 17 April 2000. Dalam MDS, minimal 8 stimulus yang ditampilkan. Sisanya (berarti 2 orang *newscaster* lagi) diambil secara acak pada tanggal 18 April 2000.

2. *image newscast/program berita*

Ada dua hal yang akan dinilai responden sehubungan dengan program berita televisi:

1. Daya tarik program berita. Konsep daya tarik akan diukur sebagai “skor penilaian responden terhadap tinggi rendahnya daya tarik suatu program berita”. Variabel ini akan diukur pada skala interval. Skor diberikan terhadap jawaban yang disusun dengan menggunakan skala likert. Kategori

jawaban responden akan berkisar pada “sangat setuju” (skor 5), “setuju” (skor 4), “netral” (skor 3),

2. “tidak setuju” (skor 2) dan “sangat tidak setuju” (skor 1). Semakin tinggi skor, semakin tinggi pula daya tarik suatu program berita di mata responden.

Singkatnya dapat digambarkan sebagai berikut:

KONSEP	DIMENSI	VARIABEL	INDIKATOR	KATEGOR I	SKALA
daya tarik program berita		skor rata-rata penilaian responden terhadap daya tarik program berita	-tidak pernah bosan menonton program berita ybs -mampu meramu berita yg disajikan sehingga jadi tontonan menarik -cara penyajian menarik -program berita menjadi nilai jual stasiun TV	-sgt setuju -setuju -netral -tdk setuju -sangat tidak setuju	interval

2. Kredibilitas. Konsep ini diukur sebagai “skor rata-rata penilaian responden terhadap tingkat kepercayaan suatu program berita”. Variabel ini akan diukur pada skala interval. Skor diberikan terhadap jawaban yang disusun dengan menggunakan skala likert. Kategori jawaban responden akan berkisar pada “sangat setuju” (skor 5), “setuju” (skor 4), “netral” (skor 3), “tidak setuju” (skor 2) dan “sangat tidak setuju” (skor 1). Semakin tinggi skor, semakin tinggi pula daya tarik suatu program berita di mata responden. Singkatnya dapat digambarkan sebagai berikut:

KONSEP	DIMENSI	VARIABEL	INDIKATOR	KATEGORI	SKALA
kredibilitas		skor rata-rata penilaian responden tentang tingkat kepercayaan suatu program berita	-kebenaran program tidak perlu diragukan -sumber informasi terpercaya -fakta yang disajikan meyakinkan -informasi yang disajikan akurat	-sgt setuju -setuju -netral -tidak setuju -sangat tidak setuju	interval

IV. METODE ANALISA

IV. 1. METODE PENGUJIAN VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Indikator-indikator yang ada di instrumen penelitian sebelumnya akan diuji validitas dan reliabilitasnya. Metode analisa validitas dalam penelitian ini konformatori sifatnya. Artinya, pengujian validitas ini diterapkan untuk menguji indikator-indikator yang dipakai dalam instrumen penelitian. Tujuannya untuk mengetahui seberapa jauh indikator-indikator itu mampu mengukur konsep yang hendak diukur. Indikator-indikator dan variabel-variabel penelitian akan dianalisa melalui *factor analysis*.

Dalam analisis faktor, keseluruhan indikator akan dimasukkan untuk kemudian dianalisa mana indikator yang valid (benar-benar mengukur konsep) dan mana yang tidak. Hal ini dapat diketahui dengan melihat skor *KMO Measure of Sampling Adequacy* dan *significance*. Juga melihat pengumpulan indikator-indikator dan seberapa besar nilai korelasi indikator dengan faktor. Hasil faktor analisis dikatakan layak bila skor *KMO Measure of Sampling Adequacy* lebih besar dari 0,5 dan *significance* lebih kecil dari 0,05 (5%). Indikator-indikator itu juga harus memiliki nilai korelasi dengan faktor lebih besar dari 0,5 dan mengumpul di faktor yang sama.

Reliability analysis dipakai untuk mengetahui konsistensi jawaban responden. Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk mengetahui konsistensi jawaban responden. Namun, dalam penelitian ini yang dipakai adalah *Alpha Cronbach*. Dalam *reliability analysis*, indikator-indikator dari variabel yang sama dianalisa bersamaan. Nilai alpha cronbach yang layak adalah lebih besar dari 0,5.

IV. 2. METODE ANALISA DATA

Indikator-indikator yang telah melewati *validity* dan *reliability analysis* akan dianalisa dengan menggunakan metode **analisa multivariat**. Metode ini digunakan karena dalam penelitian ini jumlah variabel yang dianalisa lebih dari dua. metode analisa yang dipakai adalah *Multidimensional Scaling (MDS)*.

MDS merupakan representasi multidimensional dari seperangkat item (atau orang-orang) berdasarkan pengukuran jarak antara tiap pasangan item. Pengukuran itu beragam mulai dari korelasi sampai penilaian responden tentang persamaan masing-masing pasangan item.⁴⁹ Naresh Malhotra dalam *Marketing Research* menyatakan bahwa MDS juga merupakan prosedur untuk merepresentasikan persepsi dan preferensi responden melalui peta spasial. Hubungan antara stimuli direpresentasikan melalui representasi geometri antara titik-titik dalam peta spasial.

Salah satu fungsi penting MDS yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah *image measurement*. Jadi, untuk mengetahui bagaimana persepsi responden terhadap *image newscaster* dan *newscast*.

⁴⁹ Marshall Scott Poole and Robert D. McPhee, "*Methodology in Interpersonal Communication Research*" dan "Handbook of Interpersonal Communication", California: Sage Publications Inc, hal. 1994, hal. 75

Pendekatan MDS yang dipakai dalam penelitian ini ialah *derived approaches*. Konsekuensi penggunaan pendekatan ini harus terlebih dulu menentukan atribut-atribut dari stimuli yang akan diteliti. Pendekatan ini dipakai untuk memudahkan identifikasi persepsi berdasarkan atribut yang dipakai. Responden sendiri bisa dikelompokkan berdasarkan atributnya. Pendekatan ini mengharuskan responden menilai stimuli berdasarkan atribut-atribut tertentu dengan menggunakan *semantic differential* dan *Likert scale*.

Prosedur MDS yang dipakai dalam penelitian ini adalah *metric MDS*. Prosedur ini mengasumsikan, seluruh data input akan dianalisa pada level interval. Hal ini lebih menguntungkan karena output MDS berskala *metric*, sehingga ada hubungan yang kuat antara output dan input.

Dengan MDS, akan didapat peta spasial yang menggambarkan persepsi responden terhadap *image newscaster* dan program berita televisi sesuai dengan atribut-atribut yang dipakai (dijejaskan dalam operasionalisasi konsep).

Selain menggambarkan persepsi responden, penelitian ini juga akan menganalisa hubungan antara jenis kelamin *newscaster* dan jenis kelamin responden terhadap *image newscaster*. Berhubung sampel akan dibedakan antara yang berjenis kelamin pria dan wanita, maka akan dilakukan pengujian hipotesis dengan dua sampel melalui Tes - t.

V. HIPOTESIS PENELITIAN

Ada hipotesis penelitian yang bisa ditarik sehubungan dengan tinjauan teoritis mengenai perbedaan persepsi antara pria dan wanita dengan persepsi mereka terhadap *image newscaster*. Bila dikaitkan dengan operasionalisasi konsep, maka hipotesis itu akan menjadi sebagai berikut:

hipotesis penelitian:

1. image interpersonal attractiveness

ho : tidak terdapat perbedaan skor rata-rata image interpersonal attractiveness antara responden pria dan wanita

h1 : terdapat perbedaan skor rata-rata image interpersonal attractiveness antara responden pria dan wanita

2. image credibility/competence

ho : tidak terdapat perbedaan skor rata-rata image credibility/competence antara responden pria dan wanita

h1 : terdapat perbedaan skor rata-rata image credibility/competence antara responden pria dan wanita

3. image dominance

ho : tidak terdapat perbedaan skor rata-rata image dominance antara responden pria dan wanita

h1 : terdapat perbedaan skor rata-rata image dominance antara responden pria dan wanita

4. image likability'

ho : tidak terdapat perbedaan skor rata-rata image likability antara responden pria dan wanita

h1 : terdapat perbedaan skor rata-rata image likability antara responden pria dan wanita

5. penampilan fisik

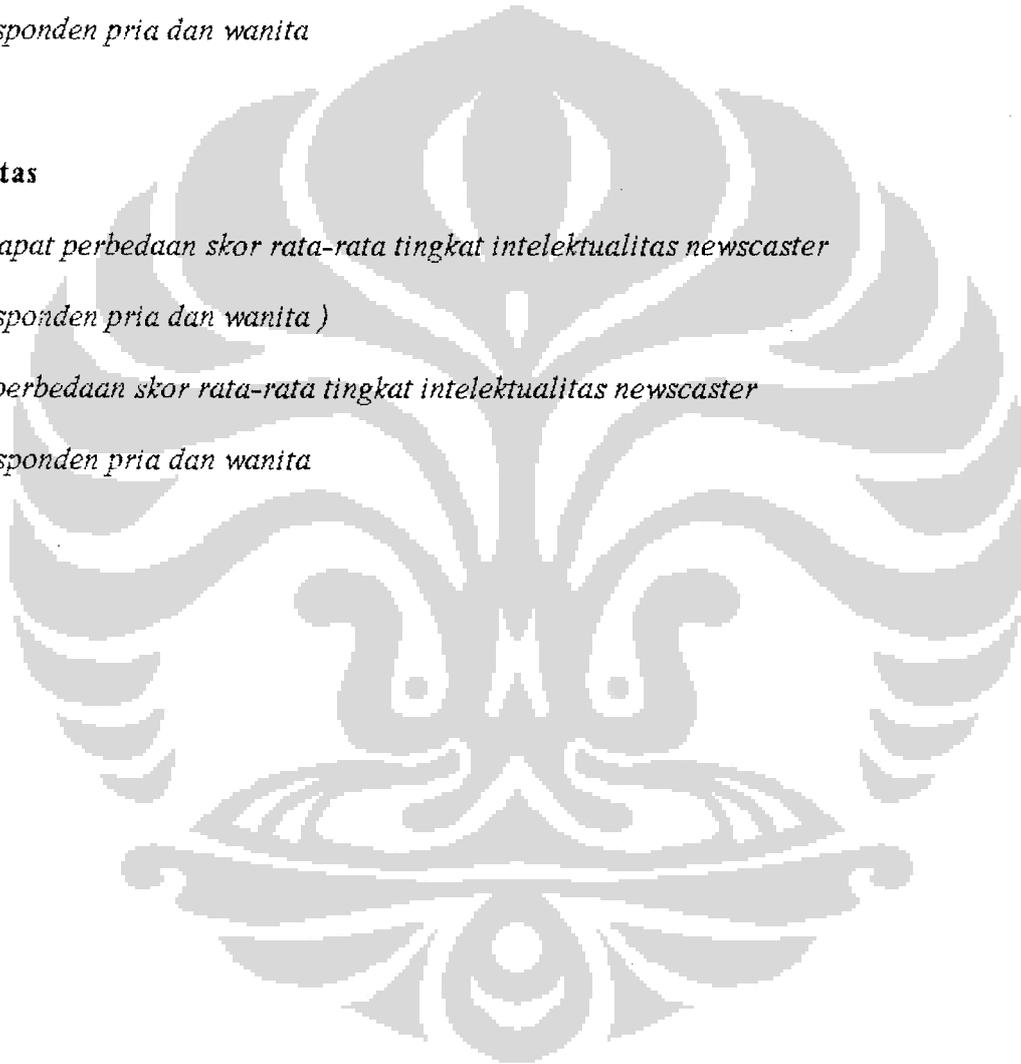
*ho : tidak terdapat perbedaan skor rata-rata tingkat penampilan fisik newscaster
antara responden pria dan wanita*

*h1 : terdapat perbedaan skor rata-rata tingkat penampilan fisik newscaster
antara responden pria dan wanita*

6. intelektualitas

*ho : tidak terdapat perbedaan skor rata-rata tingkat intelektualitas newscaster
antara responden pria dan wanita)*

*h1 : terdapat perbedaan skor rata-rata tingkat intelektualitas newscaster
antara responden pria dan wanita*



BAB IV

ANALISA DAN INTERPRETASI DATA

I. Profil Responden

Responden penelitian ini berasal dari kalangan umum, tidak terbatas pada kelompok tertentu, batas usia juga tidak diperhitungkan. Responden dipilih berdasarkan metode cluster sampling. Teknik penarikan sample secara lebih spesifik telah dijelaskan pada bab III.

1. Jenis Kelamin Responden

Tabel IV. 1

No	Jenis Kelamin	Freq
1	Pria	50
2	Wanita	50

Dari table di atas dapat diketahui bahwa proporsi jumlah responden pria dan wanita sebanding, masing-masing 50 orang untuk masing-masing jenis kelamin responden. Seimbangny jumlah responden disengaja untuk kepentingan analisa penelitian ini

2. Alasan pemilihan program berita

Tabel IV.2.

No	Alasan Pemilihan	Freq.
1	Penyiar berita	11
2	Ada/tidak segmen wawancara	3
3	Kedalaman informasi yang diperoleh	44
4	Keragaman informasi yang diperoleh	45
5	Rasa percaya terhadap program berita	22
6	Memiliki waktu untuk menonton satu program berita dan tidak untuk program lain	9

Untuk item pertanyaan ini, setiap responden diperbolehkan menjawab lebih dari satu jawaban. Sebagian besar responden memilih satu program berita karena informasi yang dapat mereka peroleh dari program tersebut beragam (45 orang). Kedalaman informasi juga menjadi alasan pemilihan program berita. Sebanyak 44 orang memilih program berita karena alasan ini. Kepercayaan terhadap satu program berita juga termasuk alasan paling penting mengapa seorang memilih program berita (dipilih 22 orang)

Sembilan orang memilih program berita karena mereka memiliki waktu untuk menonton program berita tersebut dan tidak punya waktu untuk menonton program berita lain. Sedangkan yang memilih program berita karena penyiaranya hanya 5 orang.

3. Tujuan menonton program berita

Tabel IV.3.

No	Tujuan menonton program berita	Freq.
1	Memperluas wawasan	2
2	Mendapatkan hiburan	9
3	Memperoleh informasi	93

Sebagian besar responden (93 orang) menonton program berita untuk memperoleh informasi. Sisanya, untuk mendapatkan hiburan 9 orang dan memperluas wawasan 2 orang.

5. Faktor terpenting yang harus dimiliki newscaster

Tabel IV.5.

No	Faktor yang harus dimiliki	Freq.
1	Memiliki cara penyampaian yang baik	8
2	Penampilan yang menarik	41
3	Memahami isi berita	1
4	Mampu mempengaruhi audience	1
5	Latar belakang jurnalistik	58
6	Latar belakang pendidikan yang tinggi	18

Untuk pertanyaan ini, setiap responden diperbolehkan menjawab lebih dari satu

item jawaban. Dua hal penting yang harus dimiliki newscaster menurut responden adalah latar belakang jurnalistik (dipilih 58 orang) dan penampilan yang menarik (dipilih 41 orang). Latar belakang pendidikan yang tinggi juga dianggap penting, walaupun hanya dijawab oleh 18 orang responden. Karena tugas utama newscaster adalah menyampaikan berita kepada audience, maka cara penyampaian berita yang baik juga harus diperhatikan (dipilih 8 orang).

6. Waktu yang dihabiskan untuk menonton berita

Tabel IV.6.

No	Waktu yang dihabiskan untuk menonton berita	Freq.
1	< 15 menit	4
2	15 menit – 30 menit	30
3	30 menit – 1 jam	49
4	> 1 jam	17

Dari table dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden memiliki jam menonton berita yang relatif tinggi. Sebagian responden (48 orang) menghabiskan 30 menit sampai 1 jam untuk menonton program berita.

Sebanyak 30 orang responden mengaku menghabiskan waktu sekitar 15 – 30 menit untuk menonton berita. 17 orang mengaku menonton berita lebih dari 1 jam. Hanya 4 responden yang menonton berita kurang dari 15 menit.

7. Kebiasaan menonton program berita

Tabel IV.7.

No	Kebiasaan menonton berita	Freq.
1	Menonton dari awal hingga akhir program berita	18
2	Hanya menonton item berita yang dianggap menarik	34
3	Menonton dari satu program ke program lainnya	42
4	Menonton satu program berita saja tapi tidak seluruhnya	8

Sebagian besar responden menonton dari satu program berita ke berita lain (42 orang). Bisa disimpulkan bahwa sedikit banyak mereka juga tahu bagaimana program berita disajikan sehingga mereka memiliki kemampuan untuk memberika penilaian terhadap suatu program berita. Selain itu, mereka tidak menonton satu program berita dari awal hingga akhir (hanya 18 responden yang melakukan hal ini), tapi mereka menonton item-item berita yang dianggap paling menarik saja (42 orang). Kalaupun mereka menonton satu program berita, mereka tidak menonton seluruhnya.

8. Program berita yang paling sering ditonton.

No	Program berita	Freq
1	Seputar Indonesia (RCTI)	42
2	Liputan 6 (SCTV)	44
3	Fokus (Indosiar)	7
4	Lintas 5 (TPI)	3
5	Cakrawala (Anteve)	5
6	Dunia Dalam Berita (TVRI)	1
7	Berita Nasional (TVRI)	0

Dua program berita yang paling banyak ditonton responden (86%) adalah Seputar Indonesia dan Liputan 6. Sisanya, sebanyak 7 orang memilih Fokus, 5 orang menonton Cakrawala dan 3 orang menonton Lintas 5.

Dunia Dalam Berita hanya dipilih oleh 1 orang responden. Tidak ada responden yang memilih Berita Nasional.

I. Hasil pengujian validitas

Untuk melakukan pengujian validitas dipakai analisa faktor. Secara bertahap, indikator-indikator dari dua variabel yang berbeda akan dimasukkan ke dalam factor analysis. Hal ini dilakukan untuk menguji validitas indikator-indikator suatu konsep dibandingkan dengan indikator-indikator dari konsep lainnya. Jadi, selain melihat apakah indikator-indikator itu benar-benar mengukur konsepnya sendiri (*construct validity*), juga membuktikan bahwa indikator-indikator itu hanya mengukur satu konsep dan tidak mengukur konsep lainnya.

hasil pengujian factor analysis

1). Daya Tarik Cakrawala dan Image Dominance Dentamira Kusuma

Tabel I.1 Output Factor Analysis Indikator Kredibilitas Cakrawala dan Daya Tarik Dentamira K.

	Factor 1	Factor 2
CADAY12	,00964	,75606
CADAY14	,20946	,78851
CADAY10	-,06536	,73887
CADAY11	,10037	,73070
CADAY18	,04451	,69092
CADAY19	-,06748	,68102
DKDOM26	,53528	-,14954
DKDOM27	,64777	-,20977
DKDOM28	,71813	-,02544
DKDOM31	,83829	,14117

---bersambung

Sambungan...

DKDOM32	,84371	,13394
DKDOM33	,77929	,15036
DKDOM35	,79213	,07841
DKDOM30	,75056	,06457
DKDOM34	,69474	,13952

(Catatan: Hanya tabel output factor analysis variabel daya tarik program Cakrawala dan image dominance yang ditampilkan dalam bab ini. Selanjutnya, seluruh tabel output factor analysis akan ditampilkan pada bagian lampiran).

Dari 10 indikator yang sedianya akan mengukur variabel daya tarik program Cakrawala (caday10 s.d. caday19). ada 6 indikator yang valid berdasarkan hasil faktor analisis. Ke-6 indikator itu seluruhnya mengumpul di faktor 2 itu adalah: saya tidak pernah bosan menonton program Cakrawala (caday10), Cakrawala merupakan sumber informasi utama (caday11), mampu meramu program berita menjadi tontonan menarik (caday12), Cakrawala disajikan dengan sangat menarik (caday 14), penyiar berita merupakan nilai jual Cakrawala (caday18) dan berbagai peristiwa yang terjadi mampu ditampilkan dengan jelas (caday19).

Untuk variabel yang mengukur image dominance Dentamira Kusuma, ada 9 indikator yang valid dan seluruhnya mengumpul di faktor 1. Indikator itu adalah dkdom26, dkdom27, dkdom28, dkdom31, dkdom32, dkdom33, dkdom35, dkdom30, dkdom34)

2). Daya Tarik Dentamira Kusuma dan Kredibilitas Program Cakrawala

Dari 9 indikator yang sedianya akan mengukur variabel kredibilitas program Cakrawala ada 6 indikator yang valid berdasarkan hasil faktor analisis. Semuanya mengumpul di faktor 1 dengan nilai korelasi ke faktor masing-masing di atas 0,7.

Indikator itu adalah cakred1 (kebenaran berita tidak perlu diragukan lagi), cakred2 (seluruh informasi berasal dari sumber terpercaya), menyajikan informasi apa adanya (cakred3), fakta-fakta yang disajikan Cakrawala menyakinkan (cakred4), tidak ada manipulasi dalam pemberitaan Cakrawala (cakred7), Cakrawala menyajikan informasi objektif (cakred8) dan informasi yang disajikan Cakrawala akurat (cakred9).

Enam indikator dan sembilan indikator yang ada, dapat dinyatakan valid berdasarkan hasil faktor analisis. Indikator-indikator itu adalah menampilkan perilaku spontan (dkattr13), tidak terkesan dibuat-buat (dkattr14), memiliki suara yang terkesan hangat (dkattr15), memiliki wajah yang ekspresif (dkattr17), memiliki kesan orang yang murah senyum (dkattr18), terkesan memiliki sifat periang (dkattr19), memiliki sikap yang menyenangkan (dkattr20), dan tidak terkesan monoton ketika membacakan teks berita (dkattr21).

3). Penampilan Fisik dan Intelektualitas Jeremy Teti

Berdasarkan hasil faktor analisis, seluruh indikator dari variabel penampilan Jeremy Teti valid. Bisa dilihat dari factor loading-nya. Seluruh indikator mengumpul di satu faktor (faktor 2) dengan nilai korelasi ke faktor 2 seluruhnya di atas 0.7.

Hal yang sama juga berlaku untuk indikator dari variabel intelektualitas Dentamira Kusuma. Seluruh indikator secara statistik dinyatakan valid. Mengumpulnya seluruh indikator di satu faktor (faktor 1) dengan nilai korelasi ke faktor 1 lebih besar dari 0.7 menjadi indikasinya.

4). Penampilan Fisik Dentamira K. dan Intelektualitas Jeremy Teti

Seluruh indikator variabel penampilan fisik Dentamira dapat dinyatakan valid. Terbukti dari mengumpulnya seluruh indikator di faktor 1 dengan korelasi lebih besar dari 0.5.

Begitu juga dengan indikator intelektualitas Jeremy Teti. Seluruhnya dapat dinyatakan valid dengan melihat nilai korelasi ke faktor dan pengumpulan indikator di faktor yang sama.

5). Kredibilitas Dunia Dalam Berita dan Image Likability Dentamira Kusuma

Ada 7 dan 10 indikator variabel kredibilitas program Dunia Dalam Berita yang dapat dinyatakan valid. Ke-7 indikator itu semuanya mengumpul di faktor 1 dengan korelasi ke faktor 1 seluruhnya lebih besar dari 0.7. Indikator-indikator itu adalah kebenaran berita tidak perlu diragukan lagi (dunkre1), seluruh informasi berasal dari sumber terpercaya (dunkre2), Dunia Dalam Berita menyajikan informasi apa adanya (dunkre3), fakta yang disajikan meyakinkan (dunkre4), personil program berita tidak perlu diragukan kemampuannya (dunkre5), sumber informasi yang benar (dunkre6), tidak ada manipulasi dalam pemberitaan (dunkre7), dan informasi yang disajikan objektif (dunkre8) dan informasi yang disajikan akurat (dunkre9).

Untuk variabel image likability Dentamira Kusuma, ada 8 indikator yang dapat dinyatakan valid. Bisa dibuktikan dari mengumpulnya indikator-indikator ini di faktor yang sama (faktor 2) dengan nilai korelasi ke faktor berkisar antara 0.5 sampai 0.8. Indikator yang valid adalah mampu menciptakan kedekatan dengan penonton (dklike2), memiliki sifat yang terbuka (dklike3), mampu menghidupkan suasana (dklike4), berpenampilan sesuai selera penonton (dklike5), mampu membuat penonton merasa

dekat (dklike6), memiliki suara yang menyenangkan (dklike7), memiliki sikap yang ekspresif (dklike8), dan memiliki sikap yang ramah (dklike9)

6). Image Daya Tarik Interpersonal dan Image Dominance Shanta Curanggana

Ada 9 indikator yang sedianya akan mengukur image daya tarik interpersonal Shanta C. Hanya 8 indikator yang valid untuk mengukur variabel tersebut. Semuanya mengumpul di faktor yang sama (faktor 1) dengan nilai korelasi ke faktor berkisar antara 0.6 sampai 0.7. Indikator-indikator itu adalah scattr13 (menampilkan perilaku spontan), scattr14 (tidak terkesan dibuat-buat), scattr15 (memiliki suara yang terkesan hangat), scattr17 (memiliki wajah ekspresif), scattr18 (memiliki kesan orang yang mudah senyum), scattr19 (terkesan memiliki sifat periang), scattr20 (terkesan memiliki sikap menyenangkan), dan tidak terkesan monoton ketika membacakan berita.

Untuk mengukur variabel image dominance Shanta Curanggana ada 5 indikator yang valid. Kelimanya mengumpul di faktor 2. Indikator itu adalah scdom24, scdom28, scdom31, scdom32 dan scdom33.

7). Daya Tarik Seputar Indonesia dan Image Likability Shanta Curanggana

Ada tujuh dari 10 indikator variabel image likability yang dapat dinyatakan valid berdasarkan hasil faktor analisis. Ke-7 indikator itu seluruhnya mengumpul di faktor 1. Ketujuh indikator itu adalah mampu menciptakan kedekatan dengan penonton (sclike2), memiliki sifat yang terbuka (sclike3), mampu menghidupkan suasana (sclike4), berpenampilan sesuai selera penonton (sclike5), mampu membuat penonton merasa dekat

dengannya (sclike6), sclike7 (memiliki suara yan menyenangkan), dan memiliki kepribadian yang disukai orang lain (sclike11).

Sedangkan untuk variabel daya tarik Seputar Indonesia, ada enam indikator yang dapat dinyatakan valid dan semuanya mengumpul di faktor 2 dengan nilai korelasi terkecil 0.63165 dan nilai korelasi ke faktor 2 terbesar 0.76300. Keenam indikator itu adalah tidak bosan menonton program berita (siday10), sumber informasi yang utama (siday11), kemampuan program untuk meramu berita menjadi tontonan menarik (siday12), cara penyajian program yang menarik (siday14), penyiar berita yang memiliki nilai jual (siday15), tidak menjemukan (siday18) dan berbagai peristiwa tergambar jelas melalui video

8). image penampilan fisik dan intelektualitas Shant Curanggana

Seluruh indikator dari variabel penampilan fisik Shanta Curanggana dapat dinyatakan valid. Hal ini diketahui dari mengumpulnya seluruh indikator di satu faktor (faktor 2) dengan korelasi ke faktor lebih besar dari 0.6.

Indikator-indikator variabel intelektualitas Shanta Curanggana juga dapat dinyatakan valid. Seluruh indikator mengumpul di faktor 1 dengan nilai korelasi ke faktor 1 berkisar antara 0.5 sampai 0.8.

9). Kredibilitas Seputar Indonesia dan Image Daya Tarik Teguh Juwarno

Dari 9 indikator, ada 7 indikator dari variabel kredibilitas program Seputar Indonesia yang dinyatakan valid. Ketujuh indikator tersebut mengumpul di faktor 1. Mereka adalah kebenaran program berita tidak perlu diragukan lagi (sikred1), seluruh

informasi berasal dari sumber terpercaya (sikred2), informasi yang disajikan apa adanya (sikred3), fakta-fakta yang disampaikan sangat meyakinkan (sikred4), itidak ada manipulasi dalam penyajian informasi (sikred7), informasi yang objektif (sikred8), dan informasi yang disajikan akurat (sikred9).

Dari variabel image “Teguh Juwarno menarik”, ada 7 indikator yang dapat dinyatakan valid. Seluruhnya mengumpul di faktor 2 dengan nilai korelasi terkecil 0.67128 dan nilai korelasi terbesar 0.85746. Yaitu, menampilkan perilaku yang spontan (tjattr13), tidak terkesan dibuat-buat (tjattr14), memiliki wajah yang ekspresif (tjattr17), memiliki kesan orang yang mudah senyum (tjattr18), terkesan memiliki sifat periang (tjattr19), memiliki sikap yang menyenangkan (tjattr20) dan tjattr21.

10). Image Dominance dan Image Kredibilitas Teguh Juwarno

Indikator-indikator yang mengumpul di faktor 1 adalah indikator dari variabel kredibilitas Teguh Juwarno. Seluruhnya ada 8 (dari jumlah keseluruhan 20) indikator dengan nilai korelasi berkisar antara 0.60661 sampai 0.82363. Indikator itu adalah tjcred42, tjcred43, tjcred44, tjcred45, tjcred48, tjcred49, tjcred50 dan tjcred51.

Untuk variabel image dominance Teguh Juwarno ada 6 indikator yang dinyatakan valid dari jumlah seluruhnya 15 indikator. Keseluruhannya mengumpul di faktor 2. Indikator itu adalah tjdom28 (menampilkan kepribadian yang kuat), tjdom31 (sangat yakin pada diri sendiri), tjdom32 (penuh percaya diri), tjdom33 (kharismatis), tjdom34 (menampilkan kesan terpercaya) dan tjdom 35 (menampilkan kesan yang meyakinkan).

11). Image Likability dan Image Daya Tarik Tuti Marlina

Dari variabel image likability Teguh Juwarno diketahui ada 7 indikator yang valid, yaitu *tjlike2* (mampu menciptakan kedekatan dengan penonton), memiliki sikap yang terbuka (*tjlike3*), mampu menghidupkan suasana (*tjlike4*), *tjlike5* (berpenampilan sesuai selera penonton), *tjlike6* mampu membuat penonton merasa dekat dengannya dan *tjlike7* (memiliki suara yang menyenangkan) dan memiliki kepribadian yang mudah disukai orang lain (*tjlike11*).

Sedangkan dari variabel image daya tarik Tuti Marlina terdapat 6 indikator yang valid. Seluruhnya mengumpul di faktor 2. Ke-6 indikator itu adalah, *tmattr15* (memiliki suara yang terkesan hangat), *tmattr 17* (memiliki wajah yang ekspresif), *tmattr18* (memiliki kesan orang yang murah senyum), *tmattr19* (terkesan memiliki sifat yang periang), *tmattr20* (memiliki sikap yang menyenangkan) dan *tmattr21* (tidak monoton ketika membacakan teks berita).

12). Image Kredibilitas dan Image Dominance Tuti Marlina

Dari 20 indikator, ada 11 indikator dari variabel image kredibilitas Tuti Marlina yang dinyatakan valid. Seluruhnya mengumpul di faktor 1 dengan nilai korelasi ke faktor 1 berkisar antara 0.5 sampai dengan 0.8.

Hanya empat indikator yang cukup valid mengukur image dominance Tuti Marlina, yaitu *tndom28*, *tndom31*, *tndom32* dan *tndom33*. Dua indikator lainnya tidak cukup valid karena keduanya nyasar ke faktor1.

13). Image Likability Tuti Marlina dan Image Daya Tarik Tjandra Wibowo

Dari variabel image likability Tuti Marlina ada 8 indikator yang dinyatakan valid dari jumlah keseluruhan 12 indikator. Seluruhnya mengumpul di faktor 1 dengan nilai korelasi ke faktor 1 berkisar antara 0.6 sampai 0.7. Ke-8 indikator tersebut adalah *tmlike2*, *tmlike3*, *tmlike4*, *tmlike5*, *tmlike6*, *tmlike7*, *tmlike10*, dan *tmlike11*.

Hanya 6 indikator yang dapat dinyatakan valid dari variabel image daya tarik Tjandra Wibowo. Semuanya mengumpul di faktor 2 dengan korelasi ke faktor 2 berkisar antara 0.6 sampai 0.8. Ke-6 indikator itu adalah *twattr15*, *twattr17*, *twattr18*, *twattr19*, *twattr20*, dan *twattr21*.

14). Image Kredibilitas dan Image Dominance Tjandra Wibowo

12 indikator dari variabel image kredibilitas Tjandra Wibowo dapat dinyatakan valid. Seluruhnya mengumpul di faktor 2. Indikator-indikator itu *twcred39*, *twcred42*, *twcred43*, *twcred44*, *twcred47*, *twcred49*, *twcred50*, *twcred51*, *twcred52*, *twcred55* dan *twcred56*.

Sementara itu, 7 indikator dari variabel image dominance Tjandra Wibowo dapat dinyatakan valid. Seluruhnya mengumpul di faktor 2. Ke-7 indikator itu adalah *twdom22*, *twdom25*, *twdom28*, *twdom29*, *twdom31*, *twdom32* dan *twdom33*.

15). image Likability Tjandra Wibowo dan Image Daya Tarik Yan Partawijaya

Dari variabel image likability Tjandra Wibowo ada 7 indikator yang valid. Semuanya berada di faktor 2. Indikator-indikator itu adalah twlike2, twlike3 twlike4, twlike5, twlike6, twlike7 dan twlike11.

Sedangkan dari variabel image daya tarik Yan Partawijaya ada 8 indikator yang dinyatakan valid. Seluruhnya mengumpul di faktor 2. Ke-8 indikator tersebut adalah ypatr13, ypatr14, ypatr15, ypatr17, ypatr18 ypatr19, ypatr20 dan ypatr21.

16). Penampilan fisik dan Intelektualitas Tjandra Wibowo

Seluruh variabel penampilan fisik Tjandra Wibowo dapat dinyatakan valid. Hal ini terlihat dari pengelompokan seluruh indikator di faktor yang sama (faktor 1) dan nilai korelasi ke faktor seluruhnya lebih besar dari 0.7.

Hal yang sama juga berlaku untuk indikator-indikator dari variabel intelektualitas Tjandra Wibowo. Seluruh indikator berada di faktor yang sama (faktor 2) dan memiliki nilai korelasi antara 0.5 sampai 0.8.

17). image Kredibilitas dan Dominance Yan Partawijaya

Faktor 1 berisikan 10 indikator dari total 20 indikator variabel kredibilitas Yan Partawijaya. Nilai korelasi indikator pada variabel itu seluruhnya lebih besar dari 0.5. Ke-10 indikator itu adalah ypcred43, ypcred44, ypcred46, ypcred47 ypcred48, ypcred49, ypcred50 dan ypcred51.

Faktor 2 berisikan indikator-indikator dari variabel image dominance Yan Partawijawa. Ada 5 indikator yang mengelompok di faktor. Indikator-indikator itu adalah ypdm24, ypdm28, ypdm31, ypdm32 dan ypdm33.

18). Penampilan Fisik dan Intelegualitas Yan Partawijaya

Seluruh indikator dari variabel penampilan fisik Yan Partawijaya berkumpul di faktor yang sama dengan korelasi ke faktor lebih besar dari 0.6. Hal ini mengindikasikan bahwa seluruh indikator valid. Ada satu indikator yang tidak valid dari variabel intelegualitas Yan (ypsmart6). Lima indikator lainnya dapat dikatakan valid. Diketahui dari pengumpulannya lima indikator di faktor yang sama dengan korelasi ke faktor lebih besar dari 0.7.

19). Image kredibilitas Shanta Curanggana dan Daya Tarik program Lintas 5

Untuk variabel image kredibilitas Shanta Curanggana ada 10 indikator yang valid dari keseluruhan 20 indikator yang sedianya akan mengukur kredibilitas Shanta Curanggana. Seluruhnya berkumpul di faktor 1 dengan nilai korelasi di atas 0.6. Ke-10 indikator yang valid itu adalah sccred42 sccred43, sccred44, sccred45, sccred46, sccred47, sccred48, sccred 49, sccred50, dan sccred51.

Sedangkan untuk variabel daya tarik program Lintas 5 ada 5 indikator yang dinyatakan valid. Seluruhnya berada di faktor 2. Indikator itu adalah lindsay10, lindsay11, lindsay 12, lindsay13, lindsay14 dan lindsay18.

20). image Dominance Jeremy Teti dan Daya Tarik program Liptan 6

Faktor dua berisi indikator-indikator dari variabel image dominance Jeremy Teti. Ada 4 indikator yang valid dengan nilai korelasi ke faktor 2 berkisar antara 0.5 sampai

0.8. Indikator yang dapat dinyatakan valid yaitu *jtdom28*, *jtdom31*, *jtdom32* dan *jtdom33*.

Untuk variabel daya tarik program Liputan 6, indikator yang dinyatakan valid mengumpul di faktor 1. Indikator yang valid itu adalah *lipday10*, *lipday11*, *lipday12*, *lipday14*, *lipday18* dan *lipday19*.

21). Kredibilitas program Berita Nasional dan image likability Yan Partawijaya

Semua indikator yang valid dari variabel kredibilitas program Berita Nasional berada di faktor 2. Ada 7 indikator yang valid dan semuanya memiliki korelasi ke faktor 2 lebih besar dari 0.7. Indikator-indikator itu adalah *naskre1*, *naskre2*, *naskre3*, *naskre4* dan *naskre7*, *naskre8* dan *naskre9*.

Sedangkan indikator-indikator yang valid dari variabel image likability Yan Partawijaya mengumpul di faktor 1. Indikator-indikator itu adalah *yplike2*, *yplike3*, *yplike4*, *yplike7*, *yplike5* (mampu membuat penonton merasa dekat dengannya), *yplike6* (mampu membuat penonton merasa dekat dengannya), *yplike9* (memiliki sikap yang ramah), *yplike11* (memiliki kepribadian yang mudah disukai orang lain), dan *yplike12* (memiliki senyum yang tulus).

22). Kredibilitas program Liputan 6 dan daya tarik program Berita Nasional

Dari variabel kredibilitas diketahui ada 7 indikator yang dinyatakan valid. Seluruhnya mengumpul di faktor 1 dengan nilai korelasi berkisar antara 0.6 sampai 0.8. Indikator yang dimaksud adalah *lipkre1*, *lipkre2*, *lipkre3*, *lipkre4*, *lipkre6*, *lipkre7*, *lipkre8* dan *lipkre9*. Sementara itu, hanya 7 indikator dari variabel daya tarik Berita

Nasional yang valid. Seluruhnya mengumpul di faktor 2. Indikator-indikator itu adalah naday11, naday12, naday13, naday14, naday17, dan naday 18 dan naday 19.

23). Image likability Dewi Yudhomiranti dan Daya Tarik program FOKUS

Dari variabel image likability Dewi Yudhomiranti diketahui ada 7 variabel yang valid dari total indikator keseluruhan 12. Semuanya mengumpul di faktor 1 dengan korelasi ke faktor 1 berkisar antara 0.6 sampai 0.8. Indikator-indikator yang valid itu adalah dylike2, dylike3, dylike4, dylike5, dylike6, dylike7 dan dylike11.

Sementara itu, dari variabel daya tarik program FOKUS, 6 indikator dari 10 indikator valid. Ke-6 indikator yang mengumpul di faktor 2 itu adalah foday10, foday11, foday12, foday14, foday16, foday18 dan foday19.

24). Image Kredibilitas dan Image Dominance Dewi Yudhomiranti

Dari 20 indikator yang sedianya akan mengukur variabel image kredibilitas Dewi Yudhomiranti, 11 indikator bisa dikatakan valid. Ke-11 indikator itu mengumpul di faktor 1. Kesebelas indikator itu adalah dycred43, dycred44, dycred45, dycred46, dycred47, dycred48, dycred49, dycred51 dan dycred56

Enam dari 15 indikator yang sedianya akan mengukur variabel image dominance Dewi Yudhomiranti yang mengumpul di faktor 2 bisa dikatakan valid. Indikator-indikator itu adalah dydom22, dydom23, dydom28, dydom31, dydom32 dan dydom33.

25). Penampilan Fisik dan Intelektualitas Dewi Yudhomiranti

Ada lima indikator yang mengukur variabel penampilan fisik Dewi Yudhomiranti. Kelimanya mengumpul di faktor yang sama (faktor 1) dengan korelasi ke faktor berkisar

antara 0.7 sampai dengan 0.8. dengan hasil ini, bisa disimpulkan bahwa kelima indikator tersebut valid.

Hal yang sama juga berlaku untuk indikator yang mengukur intelektualitas Dewi Yudhomiranti. ke-6 indikator itu mengumpul di faktor 2 dengan nilai korelasi terlemah 0.67719 dan korelasi terkuat 0.83589.

26). Kredibilitas Fokus dan Image Daya Tarik Jeremy Teti

Indikator yang valid dari variabel kredibilitas program Fokus adalah indikator yang mengumpul di faktor 2. Dari 9 indikator yang ada, 7 indikator dinyatakan valid, semuanya memiliki nilai korelasi antara 0.6 dan 0.8. Indikator itu adalah fokre2, fokre3, fokre4, fokre7, fokre8 dan fokre9 dan fokre9.

Ada 6 dari 9 indikator variabel image daya tarik Jeremy Teti yang valid. Semuanya mengumpul di faktor 1. Ke-6 indikator itu adalah jtattr15, jtattr17 jtattr18, jtattr19, jtattr20 dan jtattr21.

27). image Kredibilitas dan Image Daya Tarik Dentamira Kusuma

10 indikator yang mengumpul di faktor 1 adalah indikator yang valid untuk mengukur image kredibilitas Dentamira Kusuma. Korelasi ke-10 indikator tersebut terhadap faktor 1 berkisar antara 0.5 sampai 0.8. Indikator-indikator yang valid itu adalah dkcred44, dkcred46, dkcred47, dkcred48, dkcred49, dkcred50, dkcred51 dkcred42 dan dkcred56.

Variabel image daya tarik Dewi Yudhomiranti dapat diukur dengan indikator-indikator yang mengumpul di faktor 2. Indikator-indikator itu adalah dyattr13, dyattr14, dyattr15, dyattr17, dyattr18, dyattr19, dyattr20 dan dyattr21.

28). Penampilan Fisik Teguh Juwarno dan Intelegualitas Tuti Marlina

Seluruh indikator penampilan fisik Teguh Juwarno dapat dinyatakan valid berdasarkan hasil faktor analisis. Kelima indikator mengumpul di faktor 2 dengan nilai korelasi ke faktor 2 seluruhnya lebih besar dari 0.7.

Sama halnya dengan indikator yang mengukur variabel Intelegualitas Tuti Marlina. Keenam indikator mengumpul di faktor yang sama (faktor 1) dengan nilai korelasi ke faktor 1 berkisar antara 0.73792 sampai 0.88364. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa keenam indikator itu valid.

29). Intelegualitas Teguh Juwarno dan Penampilan Fisik Tuti Marlina

Seluruh indikator yang mengukur intelegualitas Teguh Juwarno valid. Mereka semua mengumpul di faktor yang sama (faktor 1) dan memiliki nilai korelasi ke faktor yang lebih besar 0.7.

Ada satu indikator dari variabel penampilan fisik Tuti Marlina yang tidak valid, yaitu tmlook5. Indikator ini tidak memiliki korelasi yang kuat ke faktor 2 sebagaimana indikator yang lain.

30). Image Likability Jeremy Teti dan Kredibilitas Program Lintas 5

Sebanyak 8 indikator dari variabel image likability Jeremy Teti yang mengumpul di faktor 1 dapat dinyatakan valid. Variabel itu adalah jtlike2, jtlike3, jtlike4, jtlike5, jtlike6, jtlike7, jtlike11 dan jtlike12 .

Untuk variabel kredibilitas Lintas 5, ada 7 dari total 9 indikator yang dapat dinyatakan valid. Indikator-indikator itu adalah linkre 1, linkre2, linkre3, linkre4 linkre7, linkre8 dan linkre9. Keenamnya mengumpul di faktor 2.

31). Kredibilitas Jeremy Teti dan Daya Tarik Program Dunia Dalam Berita.

Hanya 11 indikator yang cukup valid untuk mengukur variabel kredibilitas Jeremy Teti. Ke-11 indikator mengumpul di faktor 1 dengan korelasi yang relatif kuat, yaitu antara 0.5 sampai 0.8.

Untuk variabel daya tarik Dunia Dalam Berita, ada 7 indikator yang valid. Ke-8 indikator itu mengumpul di faktor 1 dengan korelasi terlemah 0.65832 dan korelasi terkuat 0.84075.

III. Hasil pengujian reliabilitas

Selain validitas, reliability atau konsistensi jawaban responden juga perlu dianalisa. *Reliability* yang sekarang akan dianalisa adalah reliability dalam arti homogeneity, yaitu konsistensi hasil-hasil pengukuran antar tiap indikator dalam suatu instrumen pengukuran--- *Over indicators/internal consistency*. Dalam penelitian ini, untuk melihat internal consistency dipakai *cronbach's alpha*. Jadi, indikator yang telah

dinyatakan valid dalam faktor analisis akan dilihat reliabilitasnya dengan cronbanch's alpha.

I. Indikator-Indikator Daya Tarik Program Cakrawala

Tabel IV.2. Output Reliability Analysis Indikator-Indikator Daya Tarik Cakrawala

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
CADAY12	16,2500	9,0379	,6060	,8027
CADAY14	16,4300	8,6516	,6857	,7865
CADAY10	16,4800	8,4339	,5931	,8065
CADAY11	16,9000	8,7172	,6137	,8007
CADAY18	16,2300	8,9062	,5796	,8077
CADAY19	16,1600	9,2267	,5418	,8150

Reliability Coefficients

N of Cases = 100,0

N of Items = 6

Alpha = ,8305

(catatan : hanya tabel output reliability analysis untuk variabel daya tarik program Cakrawala yang ditampilkan dalam bab Analisa Data. Tabel output reliability analysis untuk variabel-variabel lain akan ditampilkan dalam pada lampiran 3)

Ada 100 responden yang memberikan jawaban terhadap 6 item pertanyaan itu. Ke-6 pertanyaan itu (caday10,caday11, caday`12, caday14, caday18, caday19) memiliki skor alpha 0.8305. Dengan skor aplha ini, bisa dikatakan internal consistency dari keenam indikator itu bisa dikategorikan baik/reliabel.

Berikut adalah rangkuman hasil reliability analysis yang dilakukan terhadap indikator-indikator dari 62 variabel yang telah lolos factor analysis. Indikator-indikator dalam rangkuman seluruhnya memiliki internal consistency yang baik.

Tabel IV.2. Rangkuman Hasil Reliability Analysis

No	Variabel	Indikator yang reliabel	Alpha
1	cakred (kredibilitas program Cakrawala)	cakred1 cakred2 cakred3 cakred4 cakred7 cakred8 cakred9	.8951
2	dkcred (kredibilitas/kompetensi Dentamira Kusuma)	dkcred42 dkcred44 dkcred45 dkcred46 dkcred47 dkcred48 dkcred49 dkcred50 dkcred51 dkcred56	.9032
3	dkattr (daya tarik interpersonal Dentamira Kusuma)	dkattr13 dkattr14 dkattr15 dkattr17 dkattr18 dkattr19 dkattr20 dkattr21	.7984
4	dkdom (image dominance Dentamira Kusuma)	dkdom26 dkdom27 dkdom28 dkdom30 dkdom31 dkdom32 dkdom33 dkdom34 dkdom35	.8854
5	dklike (image likability Dentamira Kusuma)	dklike2 dklike3 dklike4 dklike5 dklike6 dklike7 dklike10 dklike11	.8361
6	dklook (penampilan fisik Dentamira Kusuma)	dklook1 dklook2 dklook3 dklook4	.9046

		dklook5	
7	dksmart (intelektualitas Dentamira Kusuma)	dksmart1 dksmart2 dksmart3 dksmart4 dksmart5 dksmart6	.9358
8	dunday (daya tarik program Dunia Dalam Berita)	dunday10 dunday11 dunday12 dunday13 dunday14 dunday17 dunday18	.8826
9	dunkre (kredibilitas program Dunia Dalam Berita)	dunkre1 dunkre2 dunkre3 dunkre4 dunkre5 dunkre6 dunkre7 dunkre8 dunkre9	.9038
10	dyattr (daya tarik interpersonal Dewi Yudhomiranti)	dyattr13 dyattr14 dyattr15 dyattr17 dyattr18 dyattr19 dyattr20 dyattr21	.8955
11	dycred (kredibilitas/kompetensi Dewi Yudhomiranti)	dycred42 dycred43 dycred44 dycred45 dycred46 dycred47 dycred48 dycred49 dycred50 dycred51 dycred56	.9312
12	dydom (image dominance Dewi Yudhomiranti)	dydom22 dydom23 dydom28 dydom31 dydom32 dydom33	.9138

13	dylike (image likability Dewi Yudhomiranti)	dylike2 dylike3 dylike4 dylike5 dylike6 dylike7 dylike11	.9139
14	dylook (penampilan fisik Dewi Yudhomiranti)	dylook1 dylook2 dylook3 dylook4 dylook5	.9567
15	dysmart (intelektualitas Dewi Yudhomiranti)	dysmart1 dysmart2 dysmart3 dysmart4 dysmart5 dysmart6	.9401
16	foday (daya tarik program Fokus)	foday10 foday11 foday12 foday14 foday18 foday19	.8686
17	fokre (kredibilitas program Fokus)	fokre2 fokre3 fokre4 fokre7 fokre8 fokre9	.8780
18	jtattr (daya tarik interpersonal Jeremy Teti)	jtattr15 jtattr17 jtattr18 jtattr19 jtattr20 jtattr21	.8874
19	jtlook (penampilan fisik Jeremy Teti)	jtlook1 jtlook2 jtlook3 jtlook4 jtlook5	.9318
20	jtsmart (intelektualitas Jeremy Teti)	jtsmart1 jtsmart2 jtsmart3	.9387

		jtsmart4 jtsmart5 jtsmart6	
21	jtlike (image likability Jeremy Teti)	jtlike2 jtlikr3 jtlike4 jtlike5 jtlike6 jtlike7 jtlikr11 jtlikr12	.8895
22	jtdom (image dominance Jeremy Teti)	jtdom28 jtdom30 jtdom31 jtdom32 jtdom33	.8874
23	jtcred (kredibilitas/kompetensi Jeremy Teti)	jtcred42 jtcred43 jtcred44 jtcred45 jtcred46 jtcred47 jtcred48 jtcred49 jtcred50 jtcred51	.8951
24	tjlook (penampilan fisik Teguh Juwarno)	tjlook1 tjlook2 tjlook3 tjlook4 tjlook5	.8948
25	tjsmart (intelektualitas Teguh Juwarno)	tjsmart1 tjsmart2 tjsmart3 tjsmart4 tjsmart5	.7129
26	tjlike (image likability Teguh Juwarno)	tjlike2 tjlike3 tjlike4 tjlike5 tjlike6 tjlike7 tjlike11	.7904
27	tjattr (daya tarik interpersonal Teguh Juwarno)	tjattr13 tjattr14 tjattr17 tjattr18 tjattr19	.7889

		tjattr20 tjattr21	
28	tjdom (image dominance Teguh Juwarno)	tjdom28 tjdom31 tjdom32 tjdom33 tjdom34 tjdom35	.8267
29	tjcred (kredibilitas/kompetensi Teguh Juwarno)	tjcred42 tjcred43 tjcred44 tjcred45 tjcred48 tjcred49 tjcred50 tjcred51	.8770
30	sclook (penampilan fisik Curanggana)	sclook1 sclook2 sclook3 sclook4 sclook5	.9196
31	scsmart	scsmart1 scsmart2 scsmart3 scsmart4 scsmart5 scsmart6	.9181
32	sclike (image likeability Shanta Curanggana)	sclike2 sclike3 sclike4 sclike5 sclike6 sclike7 sclike11	.8917
33	scattr (daya tarik interpersonal Shanta Curanggana)	scattr14 scattr15 scattr17 scattr18 scattr19 scattr20 scattr21	.8824
34	scdom (image dominance Shanta Curanggana)	scdom24 scdom28 scdom31 scdom32 scdom33	.8713

35	sccred (kredibilitas/kompetensi Shanta Curanggana)	sccred42 sccred43 sccred44 sccred45 sccred46 sccred47 sccred48 sccred49 sccred49 sccred50 sccred51	.9324
36	tmlook (penampilan fisik Tuti Marlina)	tmlook1 tmlook2 tmlook3 tmlook4	.9365
37	tmsmart (intelektualitas Tuti Marlina)	tmsmart1 tmsmart2 tmsmart3 tmsmart4 tmsmart5	.9217
38	tmlike (image likability Tuti Marlina)	tmlike2 tmlike3 tmlike4 tmlike5 tmlike6 tmlike7 tmlike10 tmlike11	.8793
39	tmattr (daya tarik interpersonal Tuti Marlina)	tmattr15 tmattr17 tmattr18 tmattr19 tmattr20 tmattr21	.8625
40	trndom (image dominance Tuti Marlina)	trndom28 trndom31 trndom32 trndom33	.8882
42	tmcred (kredibilitas/kompetensi Tuti Marlina)	tmcred39 tmcred42 tmcred43 tmcred44 tmcred45 tmcred46 tmcred47 tmcred48	.9126

		tmcred49 tmcred50 tmcred51 tmcred56	
43	twlook (penampilan fisik Tjandra Wibowo)	twlook1 twlook2 twlook3 twlook4 twlook5	.9337
44	twsmart (intelektualitas Tjandra Wibowo)	twsmart1 twsmart2 twsmart3 twsmart4 twsmart5	.9079
45	twlike (image likeability Tjandra Wibowo)	twlike2 twlike3 twlike4 twlike5 twlike6 twlike7 twlike11	.8810
46	twattr (daya tarik interpersonal Tjandra Wibowo)	twattr15 twattr17 twattr18 twattr19 twattr20 twattr21	.8831
47	twdom (image dominance Tjandra Wibowo)	twdom22 twdom25 twdom28 twdom29 twdom31 twdom32 twdom33	.8899
48	twcred (kredibilitas/kompetensi Tjandra Wibowo)	twcred39 twcred42 lecred43 twcred44 twcred45 twcred46 twcred47 twcred48 twcred49 twcred50 twcred51 twcred56	.9142

49	yplook (penampilan fisik Yan Partawijaya)	yplook1 yplook2 yplook3 yplook4 yplook5	.9054
50	ypsmart (intelektualitas Yan Partawijaya)	ypsmart1 ypsmart2 ypsmart3 ypsmart4 ypsmart5 ypsmart6	.9205
51	yplike (image likability Yan Partawijaya)	yplike2 yplike3 yplike4 yplike5 yplike6 yplike7 yplike9 yplike11 yplike12	.9090
52	ypattr (daya tarik interpersonal Yan Partawijaya)	ypattr3 ypattr4 ypattr5 ypattr17 ypattr18 ypattr19 ypattr20 ypattr21	.8934
53	ypdom (image dominance Yan Partawijaya)	ypdom24 ypdom28 ypdom31 ypdom32 ypdom33	.8995
54	ypcred (kredibilitas/kompetensi Yan Partawijaya)	ypcred42 ypcred43 ypcred44 ypcred45 ypcred46 ypcred47 ypcred48 ypcred49 ypcred50 ypcred51	.9180
55	sikred (kredibilitas Seputar Indonesia)	sikred1 sikred2 sikred3 sikred4	.8882

		sikred7 sikred8 sikred9	
56	siday (daya tarik Seputar Indonesia)	siday10 siday11 siday12 siday14 siday18 siday19	.7949
57	linkre (kredibilitas Lintas 5)	linkre1 linkre2 linkre3 linkre4 linkre7 linkre8 linkre9	.8801
58	linday (daya tarik Lintas 5)	linday10 linday11 linday12 linday14 linday18 linday19	.7962
59	lipkre (kredibilitas Liputan 6)	lipkre1 lipkre2 lipkre3 lipkre4 lipkre7 lipkre8 lipkre9	.8783
60	lipday (daya tarik Liputan 6)	lipday10 lipday11 lipday12 lipday14 lipday18 lipday19	.8859
61	naskre (kredibilitas Berita Nasional)	naskre1 naskre2 naskre3 naskre4 naskre7 naskre8 naskre9	.9221
62	naday (daya tarik Berita Nasional)	naday11 naday12 naday13 naday14	.8970

		naday17 naday18	
--	--	--------------------	--

Dalam tabel IV.2 telah dijabarkan indikator-indikator yang telah dinyatakan reliabel berdasarkan hasil *reliability analysis*. Dengan kata lain, indikator-indikator yang ada pada tabel IV.2 adalah indikator yang telah dinyatakan valid berdasarkan hasil *factor analysis* dan reliabel berdasarkan hasil *reliability analysis*. Tahapan selanjutnya adalah mencari indikator-indikator yang tidak hanya mengukur variabel-variabel *image* dari satu stimulus (*newscaster* ataupun *newscast*) saja, tapi juga dapat mengukur stimulus yang lainnya. Misalnya indikator look1, look2, look3 dan look4 tidak hanya dapat mengukur penampilan fisik untuk Teguh Juwarno, tapi juga dapat mengukur penampilan fisik untuk ke-7 *newscaster* yang lainnya. Indikator-indikator seperti inilah yang nantinya akan dianalisa dalam muliti dimensional scaling (MDS).

Indikator-Indikator dari masing-masing variabel *image* yang akan dianalisa dalam multi dimensional scaling akan dijabarkan dalam tabel berikut:

TABEL IV.12. INDIKATOR-INDIKATOR YANG DIANALISA DALAM MDS

TEGUH JUWARNO					
tjlook	tjsmart	tjlike	tjattr	tjdom	tjcred
tjlook1	tjsmart1	tjlike2	tjattr17	tjdom28	tjcred42
tjlook2	tjsmart2	tjlike3	tjattr18	tjdom31	tjcred44
tjlook3	tjsmart3	tjlike4	tjattr19	tjdom32	tjcred45
tjlook4	tjsmart4	tjlike4	tjattr20	tjdom33	tjcred47
	tjsmart5	tjlike5	tjattr21		tjcred49
		tjlike6			tjcred50
		tjlike7			tjcred51
		tjlike11			

DENTAMIRA KUSUMA					
dklook	dksmart	dklike	dkattr	dkdom	dkcred
dklook1	dksmart1	dklike2	dkattr17	dkdom28	dkcred42
dklook2	dksmart2	dklike3	dkattr18	dkdom31	dkcred44
dklook3	dksmart3		dkattr19	dkdom32	dkcred45
dklook4	dksmart4	dklike4	dkattr20	dkdom33	dkcred47
	dksmart5	dklikr5	dkattr21		dkcred49
		dklike6			dkcred50
		dklike7			dkcred51
		dklike11			

SHANTA CURANGGANA					
sclook	scsmart	sclike	scattr	scdom	sccred
sclook1	scsmart1	sclike2	scattr17	scdom28	sccred42
sclook2	scsmart2	sclike3	scattr18	scdom31	sccred44
sclook3	scsmart3	sclike4	scattr19	scdom32	sccred45
sclook4	scsmart4	sclike5	scattr20	scdom33	sccred48
	scsmart5	sclike6	scattr21		sccred49
		sclike7			sccred50
		sclike11			sccred51

TUTI MARLINA					
tmlook	tmsmart	tmlike	tmattr	tmdom	tmcred
tmlook1	tmsmart1	tmlike2	tmattr17	tmdom28	tmcred42
tmlook2	tmsmart2	tmlike3	tmattr18	tmdom31	tmcred44
tmlook3	tmsmart3	tmlike4	tmattr19	tmdom32	tmcred45
tmlook4	tmsmart4	tmlike5	tmattr20	tmdom33	tmcred48
	tmsmart5	tmlike6	tmattr21		tmcred49
		tmlike7			tmcred50
		tmlike11			tmcred51

JEREMY TETI					
jtlook	jtsmart	jtlike	jtattr	jtjom	jtcred
jtlook1	jtsmart1	jtlike2	jtattr17	jtjom28	jtcred42
jtlook2	jtsmart2	jtlike3	jtattr18	jtjom31	jtcred44
jtlook3	jtsmart3	jtlike4	jtattr19	jtjom32	jtcred45
jtlook4	jtsmart4	jtlike5	jtattr20	jtjom33	jtcred48
	jtsmart5	jtlike6	jtattr21		jtcred49
		jtlike7			jtcred50
		jtlike11			jtcred51

TJANDRA WIBOWO

twlook	twsmart	twlike	twattr	twdom	twcred
twlook1	twsmart1	twlike2	twattr17	twdom28	twcred42
twlook2	twsmart2	twlike3	twattr18	twdom31	twcred44
twlook3	twsmart3	twlike4	twattr19	twdom32	twcred45
twlook4	twsmart4	twlike5	twattr20	twdom33	twcred48
	twsmart5	twlike6	twattr21		twcred49
		twlike7			twcred50
		twlike11			twcred51

YAN PARTAWIJAYA

yplook	ypsmart	yplike	ypattr	ypdom	ypcred
yplook1	ypsmart1	yplike2	ypattr17	ypdom28	ypcred42
yplook2	ypsmart2	yplike3	ypattr18	ypdom31	ypcred44
yplook3	ypsmart3	yplike4	ypattr19	ypdom32	ypcred45
yplook4	ypsmart4	yplike5	ypattr20	ypdom33	ypcred48
	ypsmart5	yplike6	ypattr21		ypcred49
		yplike7			ypcred50
		yplike11			ypcred51

DEWI YUDHOMIRANTI

dylook	dysmart	dylike	dyattr	dydom	dycred
dylook1	dysmart1	dylike2	dyattr17	dydom28	dycred42
dylook2	dysmart2	dylike3	dyattr18	dydom31	dycred44
dylook3	dysmart3	dylike4	dyattr19	dydom32	dycred45
dylook4	dysmart4	dylike5	dyattr20	dydom33	dycred48
	dysmart5	dylike6	dyattr21		dycred49
		dylike7			dycred50
		dylike11			dycred51

SEPUTAR
INDONESIA

CAKRAWALA

FOKUS

LINTAS 5

sikred	siday	cakred	caday	fokre	foday	linkre	linday
sikred2	siday11	cakred2	caday11	fokre2	foday11	linkre2	linday11
sikred3	siday12	cakred3	caday12	fokre3	foday12	linkre3	linday12
sikred4	siday14	cakred4	caday14	fokre4	foday14	linkre4	linday14
sikred7	siday18	cakred7	caday18	fokre7	foday18	linkre7	linday18
sikred8		cakred8		fokre8		linkre8	
sikred9		cakred9		fokre9		linkre9	

LIPUTAN 6		BERITA NASIONAL		DUNIA DALAM BERITA	
Lipkre	lipday	naskre	naday	dunkre	dunday
lipkre2	lipday11	naskre2	naday11	dunkre2	dunday11
lipkre3	lipday12	naskre3	naday12	dunkre3	dunday12
lipkre4	lipday14	naskre4	naday14	dunkre4	dunday14
lipkre7	lipday18	naskre7	naday18	dunkre7	dunday18
lipkre8		naskre8		dunkre8	
lipkre9		naskre9		dunkre9	

Dari tabel di atas terlihat bahwa indikator yang mengukur masing-masing image sama untuk tiap-tiap *cases*, baik itu *newscaster*/penyiar berita maupun *newscast* (program berita). Indikator-indikator inilah yang akan dimasukkan ke dalam multi dimensional scaling. Dengan kata lain, indikator yang akan dianalisa dalam multi dimensional scaling adalah indikator yang valid berdasarkan hasil *factor analysis*, reliabel berdasarkan hasil *reliability analysis* dan sama, baik antara variabel yang mengukur *image newscaster* maupun antara variabel yang mengukur *newscast*.

IV. hasil pengujian multi dimensional scaling

Data yang akan dianalisa melalui multi dimensional scaling akan menghasilkan peta spasial yang merepresentasikan persepsi responden tentang *image newscaster* dan *newscast*.

Pertama, akan ditampilkan peta spasial untuk masing-masing atribut (*image*). Peta spasial itu akan terdiri dari dua dimensi. Selanjutnya akan ditampilkan peta spasial yang terdiri dari dua atribut sekaligus sebagai perbandingan. Tiap-tiap peta spasial itu juga akan terdiri dari dua dimensi.

Sebelumnya, indikator-indikator yang akan dipakai dalam MDS di compute menjadi satu (menjadi nilai rata-rata/*mean*) sesuai dengan variabel-variabelnya masing-masing.

Dalam penelitian ini, data input untuk analisa MDS akan diolah dengan bantuan SPSS (Statistical Program for Social Science) 9.0 dan 10.0

Output yang akan ditampilkan dalam bagian analisa data ini adalah *derived stimulus configuration (peta spatial)*, nilai *stress* dan *RSQ*. *Stress* dalam multi dimensional scaling berfungsi untuk mengukur kecocokan antara data input dengan konfigurasi akhir. Konfigurasi akhir yang dimaksud adalah peta spatial yang dihasilkan.

Kruskal membuat standar nilai stress sbb:

stress =	20% (0.2)	---	buruk
	10% (0.1)	---	cukup
	5% (0.05)	---	baik
	2,5% (0.025)	---	sangat baik
	0	---	sempurna

Semakin sedikit titik yang ditampilkan dalam *scatterplot of Linear Fit* berarti nilai *stress* semakin kecil (semakin baik). Karena satu titik berarti dapat mewakili beberapa *cases* sekaligus. Berarti kecocokan antara data input dengan konfigurasi akhir sangat tinggi.

Sedangkan *RSQ* atau *R Square* atau bisa juga disebut *Index of Fit* berfungsi untuk mengindikasikan sebaik apa konfigurasi MDS yang dihasilkan dapat menjelaskan data input. *RSQ* berkisar antara 0 sampai dengan 1. Dengan nilai 1 adalah sempurna.

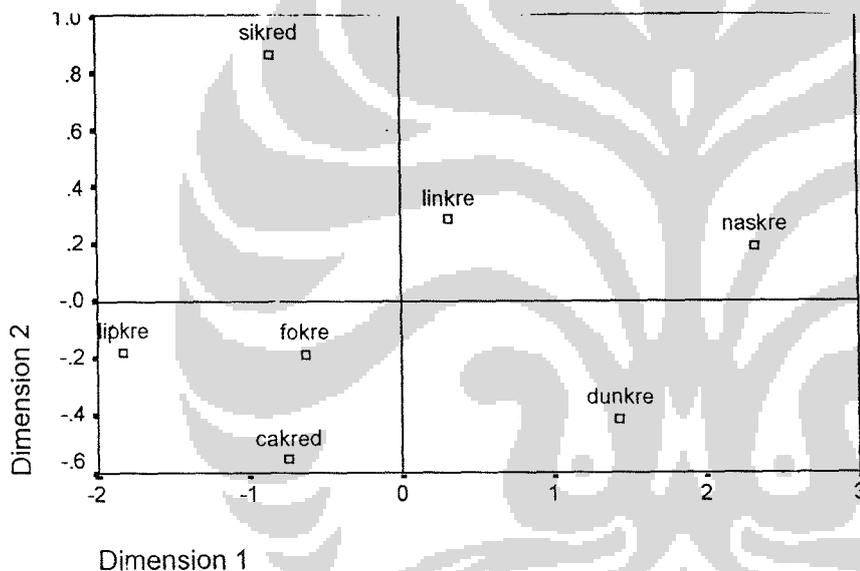
1. Kredibilitas dan Daya Tarik Program Berita

Ada tujuh stimulus yang akan dibandingkan pada bagian ini. Ketujuh program berita yang menjadi stimulus adalah Seputar Indonesia (RCTI), Liputan 6 Sore (SCTV),

Fokus (Indosiar), Cakrawala (ANTEVE), Lintas 5 (TPI), Berita Nasional (TVRI) dan Dunia Dalam Berita (TVRI). Atribut yang akan dipakai untuk membandingkan ketujuh program berita itu adalah kredibilitas program berita dan daya tarik program berita.

Peta spasial akan disajikan dalam bentuk dua dimensi. Untuk lebih memperjelas perbedaan antara stimulus, selain peta spasial dengan dua atribut, akan disajikan juga peta spasial dengan satu atribut.

gambar 1. Variabel kredibilitas program berita.



Stress = 0.04674

RSQ = .98892

Nilai stress untuk variabel kredibilitas program berita adalah 0.04674. Bila merujuk pada skala Kruskal, nilai ini bisa dikategorikan baik. Berarti ada kecocokan antara data input dengan konfigurasi akhir. Jawaban responden tentang kredibilitas program berita relatif sama.

Dari gambar 1 dapat dilihat bagaimana posisi masing-masing kredibilitas program berita dipikiran responden.

Dimensi 1 (sumbu x) diidentifikasi sebagai sumbu kredibilitas program berita. Bila titik perpotongan antara sumbu Y dengan sumbu X adalah 0, maka daerah negatif pada sumbu X (yang berarti ada di sebelah kiri) adalah sumbu kredibilitas positif sedangkan daerah positif pada sumbu X (yang berarti di sebelah kanan) adalah sumbu kredibilitas negatif. Tingkat kredibilitas itu bergerak dari kanan (sumbu kredibilitas negatif yang memiliki tingkat kredibilitas minimal) ke kiri (sumbu kredibilitas positif yang memiliki tingkat kredibilitas maksimal).

Program berita yang ada di daerah negatif pada sumbu X memiliki tingkat kredibilitas lebih tinggi dibandingkan program berita yang ada di daerah positif sumbu X.

Liputan 6, Seputar Indonesia, Fokus dan Cakrawala berada di daerah negatif sumbu X, sedangkan Lintas 5, Dunia Dalam Berita dan Berita Nasional berada di daerah positif sumbu X. Dari *Stimulus Coordinates* diketahui bahwa pada dimensi 1, titik koordinat Liputan 6 adalah -1.8284, Seputar Indonesia di titik koordinat -.8531, Cakrawala di -.7490, Fokus di -.6330, Lintas 5 di .3025, Dunia Dalam Berita di 1.4333, sedangkan Berita Nasional di titik koordinat 2.3277. Dari peta spatial dan titik koordinat diketahui bahwa Liputan 6 berada di daerah negatif sumbu X yang paling kecil koordinatnya sedangkan Berita Nasional berada di sumbu X positif yang paling besar koordinatnya.

Dari sini bisa ditarik kesimpulan bahwa Liputan 6 dipersepsikan responden sebagai program berita yang paling tinggi tingkat kredibilitasnya. Seputar Indonesia memiliki tingkat kredibilitas yang relatif lebih kecil dibandingkan Liputan 6. Disusul program Cakrawala, kemudian program berita Fokus. Lintas 5 memiliki tingkat

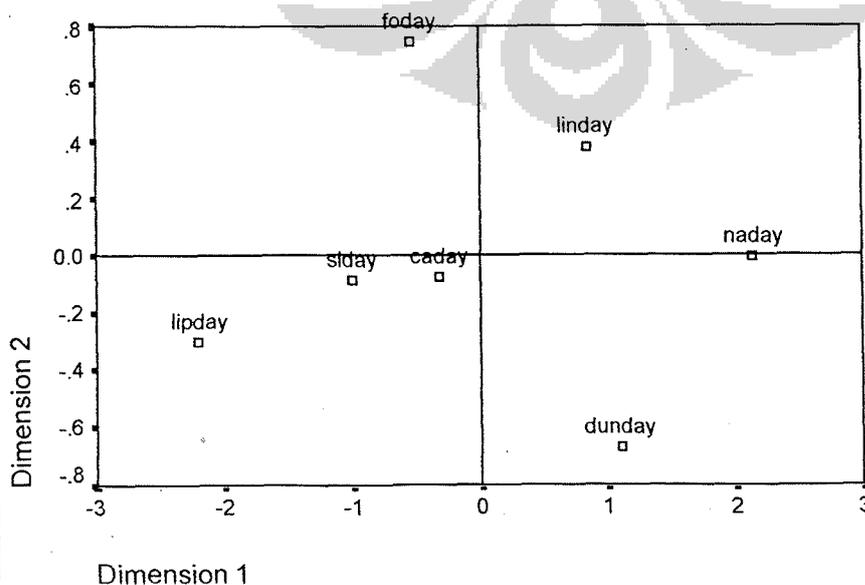
kredibilitas yang relatif lebih kecil dibandingkan 4 program berita tadi. Dunia Dalam Berita ternyata dipersepsikan responden memiliki tingkat kredibilitas yang relatif lebih rendah lagi dibandingkan Lintas 5. Berita Nasional adalah program berita yang dipersepsikan responden memiliki tingkat kredibilitas yang paling rendah dibandingkan ke-6 program berita lainnya.

Urutan program berita berdasarkan tingkat kredibilitas pada peta spatial sejalan dengan urutan program berita berdasarkan nilai rata-rata (mean).

Liputan 6 memiliki nilai rata-rata yang relatif paling tinggi dibandingkan program berita lainnya untuk variabel tingkat kredibilitas. Nilai *mean* untuk Liputan 6 adalah 3.7550. Seputar Indonesia berada di urutan kedua dengan mean 3.4600. Urutan ke tiga dan keempat dimiliki Cakrawala dan Fokus dengan mean masing-masing 3.4317 dan 3.4250.

Program berita yang dipersepsikan kurang tingkat kredibilitasnya, Lintas 5, Dunia Dalam Berita, dan Berita Nasional, berada di urutan ke 5, 6 dan 7 dengan mean berturut-turut 3,2133, 3,1283 dan 2,8583.

gambar 2. Daya Tarik Program Berita



Stress = 0.05689 RSQ = .98294

Ada tujuh stimulus yang dibandingkan tingkat daya tariknya. Ketujuh stimulus itu adalah Liputan 6 (lipday), Seputar Indonesia (siday), Dunia Dalam Berita (dunday), Berita Nasional (naday), Fokus (foday), Cakrawala (caday) dan Lintas 5 (linday).

Dengan stress sebesar 5.7% bisa ditarik kesimpulan bahwa ada kecocokan antara data input dengan konfigurasi akhir. Hanya 5.7% dari keseluruhan varian yang tidak dapat dijelaskan oleh model MDS yang dihasilkan. RSQ sebesar 0.98294 mengindikasikan bahwa konfigurasi MDS yang dihasilkan dapat menjelaskan 98% dari keseluruhan data input.

Dari gambar 2 bisa diketahui persepsi responden terhadap daya tarik program berita. Ada dua dimensi yang ditampilkan. Dimensi 1 berhasil diidentifikasi sebagai dimensi daya tarik program berita. Titik potong antara sumbu X dan sumbu Y memiliki titik koordinat (0.0). Program berita yang terletak di daerah negatif sumbu X (berarti di sebelah kiri titik 0 dimensi 1) akan memiliki tingkat daya tarik yang relatif lebih tinggi dibandingkan program berita yang terletak di daerah positif sumbu X (yang terletak di sebelah kanan titik 0 dimensi 1). Tingkat daya tarik bergerak dari daerah positif sumbu X (yang memiliki tingkat daya tarik minimal) ke daerah negatif sumbu X (yang memiliki tingkat daya tarik maksimal).

Program berita yang terletak di daerah negatif sumbu X adalah Liputan 6, Seputar Indonesia, Fokus, Cakrawala memiliki tingkat daya tarik yang relatif lebih tinggi

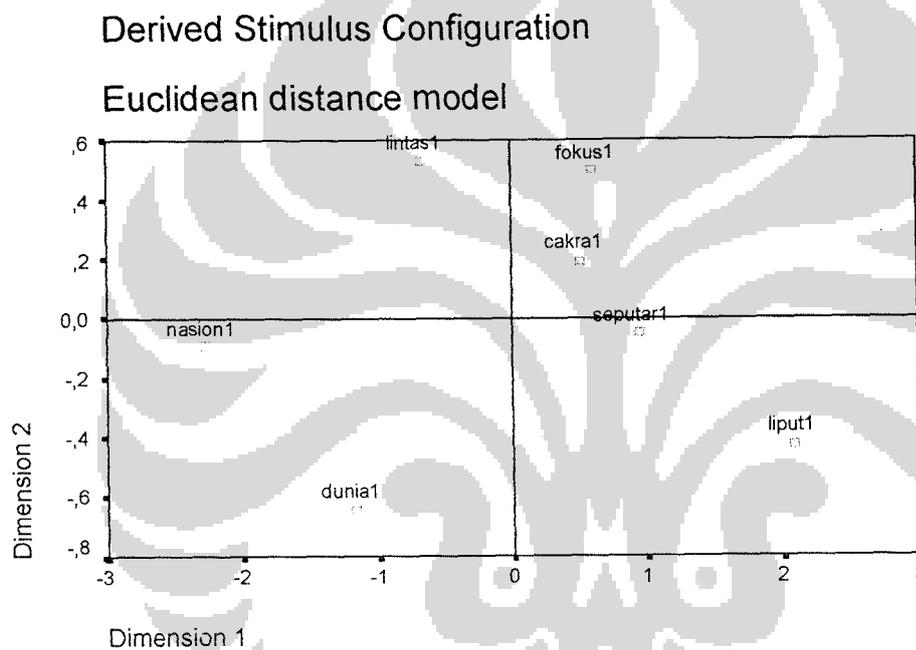
dibandingkan program berita yang terletak di daerah positif sumbu X. Namun kalau dilihat dari titik koordinat masing-masing program berita di sumbu X diketahui Liputan 6 yang berada di titik koordinat pada sumbu X : -2.2077 memiliki tingkat daya tarik Liputan 6 relatif paling tinggi dibandingkan ke-6 program lainnya. Seputar Indonesia (titik koordinat di sumbu X : -1.0045) memiliki tingkat daya tarik yang relatif tinggi juga walaupun kalah dibandingkan Liputan 6. Fokus (titik koordinat sumbu X : -.5363) memiliki tingkat daya tarik yang relatif sedikit lebih tinggi dibandingkan Cakrawala (titik koordinat di sumbu X : -.3215) yang sama-sama berada di sumbu X negatif walaupun tidak setinggi Liputan 6 dan Seputar Indonesia. Program berita yang dipersepsikan rendah daya tariknya adalah Lintas 5, Dunia Dalam Berita dan Berita Nasional. Lintas 5 (titik koordinat di sumbu X : .8349) relatif lebih tinggi daya tariknya dibandingkan Dunia Dalam Berita (titik koordinat di sumbu X : 1.0948) dan Berita Nasional (titik koordinat di sumbu X : 2.1403). Dilihat dari posisinya di peta spasial, Berita Nasional dipersepsikan responden sebagai program berita yang relatif paling tidak menarik dibandingkan ke-6 program berita lainnya.

Urutan program berita ini sejalan dengan besarnya nilai rata-rata masing-masing program berita. Nilai rata-rata Liputan 6 untuk variabel tingkat daya tarik tertinggi dibandingkan ke-6 program berita lainnya, yaitu 3.8100. Seputar Indonesia memiliki nilai rata-rata kedua tertinggi sebesar 3.4625. Disusul Fokus dengan nilai rata-rata 3.2425. Cakrawala yang pada peta spasial berada di sumbu X negatif dan berdasarkan titik koordinat memiliki tingkat daya tarik yang relatif lebih kecil dibandingkan Liputan 6, Seputar Indonesia dan Fokus memiliki nilai rata-rata 3.2375. Dunia Dalam Berita (mean

= 2.8050) hanya sedikit lebih baik nilai rata-rata dari Berita Nasional (mean = 2.4625) yang memiliki nilai rata-rata terkecil dari segi daya tarik program berita.

Bisa disimpulkan bahwa urutan program berita berdasarkan peta spasial dan nilai rata-rata untuk variabel daya tarik program berita adalah sama.

gambar 3 : kredibilitas dan daya tarik program berita



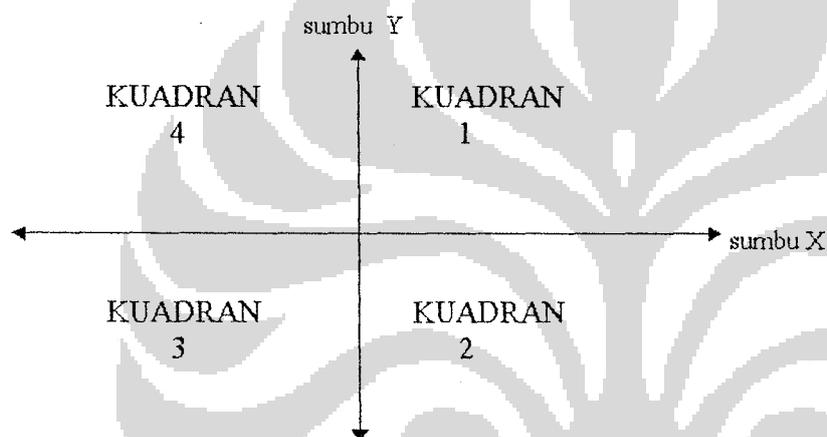
stress = .00171 RSQ = .99999

Ketujuh stimulus itu kemudian dianalisa dengan menggunakan dua atribut sekaligus, kredibilitas dan daya tarik program berita. Dengan begitu akan diketahui bagaimana kesamaan, jarak dan pengelompokkan ketujuh stimulus yang ada.

99.9% dari keseluruhan varian yang ada mampu dijelaskan oleh model MDS yang dihasilkan. Hal ini bisa diketahui dari RSQ sebesar .99999. Dari stress bisa diketahui bahwa antara data input dengan konfigurasi akhir yang dihasilkan sangat cocok. Stress

sebesar .00171 memastikan hal itu. Jawaban responden untuk kedua variabel itu relatif sama.

Peta spasial dengan dua atribut seperti yang tampak pada gambar akan dianalisa per kuadran. Kuadran 1 berada di kanan atas, kuadran dua berada di kanan bawah, kuadran 3 berada di kiri bawah sedangkan kuadran 4 berada di kiri atas. Untuk lebih jelasnya letak kuadran akan digambarkan sbb:



Ada dua dimensi yang ditampilkan pada peta spasial di gambar 3. Bisa dipastikan bahwa dimensi 1 mewakili atribut daya tarik program berita. Dengan begitu, dimensi 2 otomatis mewakili atribut kredibilitas program berita.

Dengan berpedoman pada nilai rata-rata masing-masing stimulus dan peta spasial pada gambar 1 tentang daya tarik program berita dan peta spasial pada gambar 2 tentang kredibilitas program berita, diketahui bahwa kuadran 2 adalah kuadran positif-positif. Dalam arti, kuadran 1 berisi program berita yang tingkat daya tarik dan tingkat kredibilitasnya relatif lebih tinggi dibandingkan program-program berita lain. Ada dua program berita yang berada di kuadran 2, yaitu Seputar Indonesia dan Liputan 6. Bisa disimpulkan bahwa responden mempersepsikan kedua program berita ini paling memiliki

kesamaan dalam hal daya tarik dan kredibilitas. Jarak antara kedua program berita ini relatif dekat dan berada di kuadran yang sama. Mean atau nilai rata-rata untuk kedua program berita ini juga relatif paling tinggi dibandingkan yang lain.

Berdasarkan peta spasial pada gambar 3, Dunia Dalam Berita dan Berita Nasional memiliki jarak yang relatif dekat dan berada di kuadran yang sama. Keduanya dipersepsikan responden paling memiliki kesamaan/mirip dalam hal kredibilitas dan daya tarik. Kuadran 3 ini bisa disebut kuadran negatif-negatif. Program berita yang ada di kuadran ini memiliki tingkat daya tarik yang relatif paling kecil dibandingkan program berita yang lain. Begitu juga dengan tingkat kredibilitas. Program berita di kuadran 3 adalah program berita yang relatif paling tidak kredibel. Mean/nilai rata-rata dari kedua program berita tersebut juga mengindikasikan hal yang sama. Berita Nasional dan Septar Indonesia, dua program berita yang ada di kuadran tiga memiliki nilai rata-rata yang relatif paling kecil dibandingkan yang lainnya.

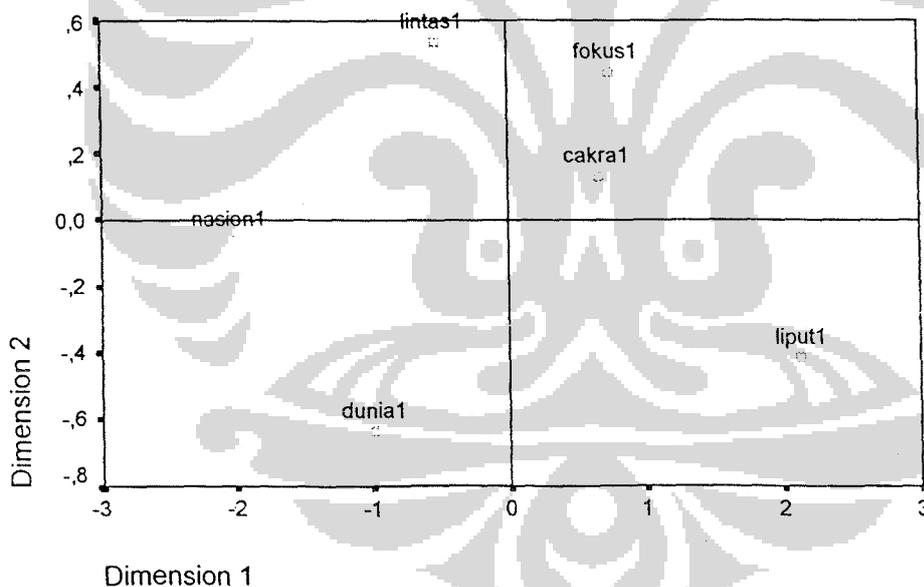
Kuadran 1 berisi program berita dengan tingkat kredibilitas dan tingkat daya tarik yang sedang/menengah kalau dibandingkan dengan program-program berita yang ada di kuadran 3. Bedanya, program Cakrawala dan Fokus yang berada di kuadran 1 memiliki tingkat kredibilitas dan daya tarik yang lebih tinggi dibandingkan Lintas 5 di kuadran 4.

Responden mempersepsikan Fokus dan Cakrawala memiliki kesamaan dalam hal daya tarik dan kredibilitas, terlihat dari dari posisi keduanya yang relatif dekat dan sama-sama berada di kuadran 1.

Hanya ada satu program berita di kuadran 4, yaitu Lintas 5. Berdasarkan nilai rata-ratanya baik untuk tingkat kredibilitas dan daya tarik, program berita ini relatif kurang menarik dan kurang kredibel dibandingkan program berita yang ada di kuadran 2 dan 3. Tidak ada program berita lain yang dipersepsikan responden memiliki kesamaan dengan Lintas 5. Tidak ada program berita lain yang berada di kuadran 4 dan memiliki jarak yang relatif dekat dengan Lintas 5.

Pada MDS, reliable atau tidaknya output yang dihasilkan bisa diperiksa dengan menghilangkan salah satu stimulus, kemudian peta spasial dengan jumlah stimulus yang lengkap dan peta spasial dengan jumlah stimulus yang telah dihilangkan dibandingkan.

Gambar 4. Daya tarik dan kredibilitas program berita (penguji reliabilitas)



Ketika gambar 3 dan gambar 4 dibandingkan terlihat bahwa kedua peta spasial itu relatif sama. Walaupun pada gambar 4, stimulus Seputar Indonesia dihilangkan. Tapi, persepsi responden pada kedua peta tersebut relatif sama, baik dari urutan, posisi dan kedekatan

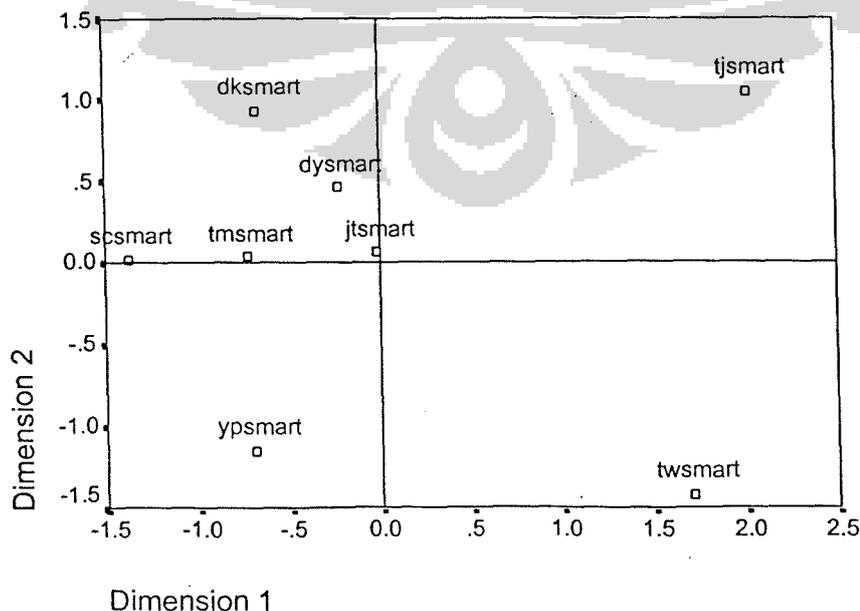
antar stimulus. Dapat disimpulkan bahwa peta spasial untuk variable daya tarik program berita dan kredibilitas program berita relatif baik.

2. Intelektualitas dan Penampilan Fisik Newscaster.

Ada delapan stimulus (*newscaster*) yang akan dibandingkan tingkat intelektualitas dan daya tarik fisiknya. Kedelapan *newscaster* itu adalah Teguh Juwarno (Seputar Indonesia/RCTI), Jeremy Teti (Liputan 6/SCTV), Dentamira Kusuma (Lintas 5/TPI), Tuti Marlina (Cakrawala/ANTEVE), Shanta Curanggana (Cakrawala/ANTEVE), Yan Partawijaya (Berita Nasional/TVRI), Dewi Yudhomiranti (Fokus/Indosiar) dan Tjandra Wibowo (Liputan 6/SCTV).

Untuk memudahkan analisa, peta spasial akan ditampilkan dengan bentuk dua dimensi. Selain peta spasial dengan dua atribut (intelektualitas dan penampilan fisik), juga akan ditampilkan peta spasial dengan 1 atribut (peta spasial intelektualitas dan peta spasial untuk penampilan fisik).

gambar 5. intelektualitas newscaster



Stress = .06357

RSQ = .87238

Tingkat kesamaan antara data input dengan konfigurasi akhir sangat tinggi. Ini terlihat dari nilai stress yang diperoleh. Berdasarkan standar Kruskal, nilai stress yang diperoleh tergolong baik. Sementara dari nilai RSQ diketahui bahwa sekitar 87% dari keseluruhan varian yang ada mampu dijelaskan oleh model MDS yang dihasilkan.

Pada gambar 4 terlihat bagaimana persepsi responden tentang tingkat intelektualitas ke-8 *newscaster* yang ada. Ada dua dimensi yang ditampilkan. Dimensi 1 berhasil diidentifikasi sebagai dimensi intelektualitas *newscaster*. Kalau titik potong antara sumbu X dan sumbu Y berada pada titik koordinat (0.0), maka *newscaster* yang posisinya berada di daerah positif sumbu X (yang berarti terletak di sebelah kanan titik potong antara sumbu X dan sumbu Y) akan memiliki tingkat intelektualitas yang lebih tinggi dibandingkan *newscaster* yang berada di daerah negatif sumbu X (yang berarti terletak di sebelah kiri titik potong antara sumbu X dan sumbu Y). Jadi, tingkat intelektualitas akan bergerak dari kiri (daerah negatif sumbu X yang memiliki tingkat intelektualitas minimal) ke arah kanan (daerah positif sumbu X yang memiliki tingkat intelektualitas maksimal).

Dari gambar diketahui bahwa *newscaster* yang berada di sumbu positif sumbu X adalah Teguh Juwarno dan Tjandra Wibowo. Bedanya Teguh terletak di sisi paling kanan dengan titik koordinat di sumbu X adalah 2.0210 sementara Tjandra berada di 1.7104. Berarti, Teguh Juwarno adalah *newscaster* yang dipersepsikan responden memiliki tingkat intelektualitas tertinggi. Tjandra berada di posisi kedua. Tingkat

intelektualitasnya dipersepsikan relatif lebih rendah dibandingkan Teguh, tapi masih relatif lebih tinggi dibandingkan *newscaster* lainnya.

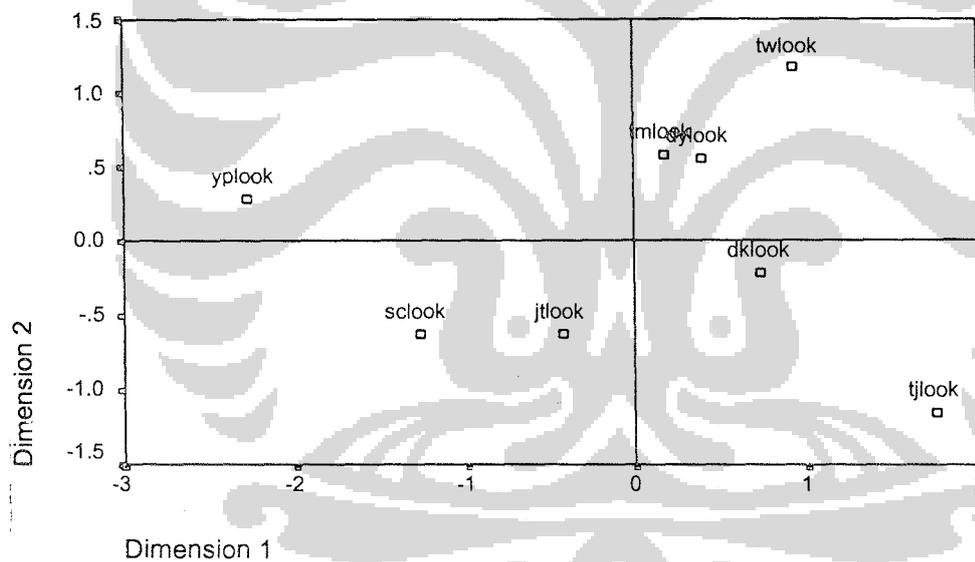
Enam *newscaster* lainnya berada di daerah negatif sumbu X. Jeremy Teti (posisi di titik koordinat sumbu X -0.0188) dipersepsikan responden memiliki tingkat intelektualitas yang relatif lebih rendah dibandingkan Tjandra dan Teguh, tapi masih relatif lebih tinggi dibandingkan Dewi yang berada di koordinat -0.6759 . Dentamira Kusuma memiliki tingkat intelektualitas yang relatif lebih tinggi dibandingkan Tuti Marlina, Yan Partawijaya dan Shanta Curanggana. Yan Partawijaya yang posisinya di titik koordinat sumbu X: -0.6999 memiliki tingkat intelektualitas yang relatif sama dengan Dentamira Kusuma yang posisinya di titik koordinat sumbu X: -0.6759 . Keduanya dipersepsikan memiliki tingkat intelektualitas yang relatif lebih tinggi dibandingkan Shanta Curanggana (titik koordinat di sumbu X : -1.3774) yang dipersepsikan memiliki tingkat intelektualitas terendah dibandingkan *newscaster* lainnya.

Urutan *newscaster* berdasarkan variabel tingkat intelektualitas pada peta spasial sejalan dengan urutan *newscaster* berdasarkan besarnya nilai rata-rata/mean.

Mean untuk kedelapan *newscaster* adalah sebagai berikut: Teguh Juwarno dengan mean 5.6600, Tjandra Wibowo dengan mean 5.6120, Jeremy Teti dengan mean 5.3273, Dewi Yudhomiranti dengan mean 5.2788, Dentamira Kusuma dengan mean 5.1838. Tuti Marlina dan Yan Partawijaya berturut-turut memiliki nilai rata-rata sebesar 5.1660 dan 5.1254. Shanta Curanggana adalah *newscaster* yang memiliki mean untuk variabel tingkat kredibilitas terendah, yaitu 5.1020.

Berdasarkan nilai rata-ratanya, diketahui bahwa Teguh Juwarno memiliki tingkat intelektualitas yang relatif paling tinggi. Disusul Tjandra Wibowo yang memiliki tingkat intelektualitas sedikit lebih rendah dibanding Teguh. Jeremy Teti berada di urutan ketiga setelah Teguh dan Tjandra. Kemudian berturut-turut Dewi Yudhomiranti, Dentamira Kusuma dan Tuti Marlina. Shanta Curanggana dipersepsikan memiliki tingkat intelektualitas paling rendah.

gambar 6: penampilan fisik newscaster



stress = .07276 RSQ = .94623

Nilai stress berdasarkan skala Kruskal tergolong baik. Ada kecocokan antara data input dengan konfigurasi akhir yang dihasilkan. RSQ sebesar .94623 mengindikasikan bahwa kualitas konfigurasi MDS yang dihasilkan cukup baik untuk menjelaskan data input.

Sebesar 95% dari keseluruhan data input dapat dijelaskan oleh konfigurasi akhir yang dihasilkan.

Seperti halnya variabel tingkat intelektualitas, tingkat penampilan fisik juga digambarkan pada peta spasial dua dimensi. Sumbu X (atau dimensi 1) diidentifikasi sebagai sumbu penampilan fisik newscaster. Daerah positif di sebelah kanan titik potong sumbu X dan sumbu Y akan ditempati newscaster yang memiliki tingkat penampilan fisik yang relatif lebih menarik dibandingkan newscaster yang berada di daerah negatif di sebelah kiri titik potong sumbu X dan sumbu Y. Jadi tingkat penampilan fisik newscaster bergerak dari sisi sebelah kiri sumbu X (tingkat penampilan fisik minimal) ke sisi sebelah kanan sumbu X (tingkat penampilan fisik maksimal).

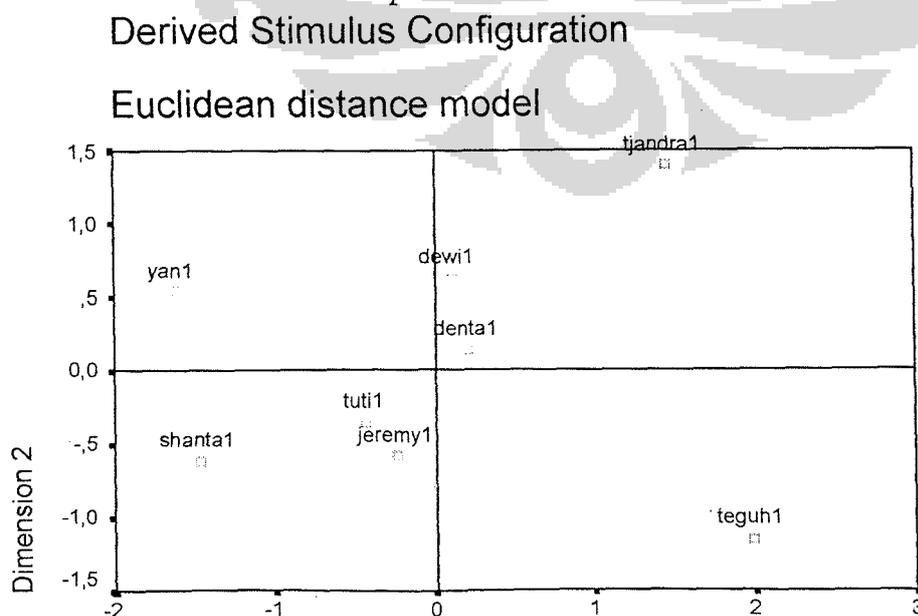
Ada 4 orang newscaster yang berada di daerah positif sumbu X. Namun Teguh Juwarno dipersepsikan responden sebagai newscaster yang paling menarik tingkat penampilannya. Posisinya di sisi paling kanan peta spasial (titik koordinat di sumbu X : 1.7514) mengindikasikan hal tersebut. Tjandra Wibowo (di titik koordinat .9339) dipersepsikan memiliki tingkat penampilan fisik yang relatif menarik walaupun masih relatif kurang menarik kalau dibandingkan Teguh Juwarno.

Dentamira Kusuna yang posisinya di titik koordinat sumbu X: .7424 dipersepsikan memiliki tingkat penampilan fisik yang relatif lebih menarik dibandingkan Tuti, Dewi, Jeremy, Shanta dan Yan, tapi masih relatif kurang menarik kalau dibandingkan Teguh dan Tjandra. Dewi yang posisinya di titik koordinat sumbu X: .3996 adalah newscaster yang tingkat penampilan fisiknya relatif kurang menarik bila dibandingkan Teguh, Tjandra, dan Dentamira. Tuti Marlina yang posisinya di sumbu X

.1744 dipersepsikan responden sebagai *newscaster* paling menarik nomor 5 setelah Teguh, Tjandra, Dentamira dan Dewi.

Ketiga *newscaster* yang dipersepsikan relatif paling tidak menarik adalah Jeremy Teti, Shanta Curanggana dan Yan Partawijaya. Bila dilihat posisinya di sumbu X (-.4410), maka Jeremy Teti dipersepsikan responden kurang menarik bila dibandingkan ke lima *newscaster* di sumbu X positif, tapi masih relatif lebih menarik dibandingkan Shanta dan Yan. Shanta (yang posisinya di sumbu X: -1.2785) masih relatif lebih menarik dibandingkan Yan (posisi di sumbu X -2.2821). Urutan tingkat penampilan fisik di peta spasial sejalan dengan urutan tingkat penampilan fisik berdasarkan nilai rata-rata (mean). Teguh memiliki nilai rata-rata terbesar yaitu 5.48. Disusul Tjandra Wibowo (mean 5.22), Dentamira Kusuma (mean 5.19), Dewi Yudhomiranti (mean 5.15), Tuti Marlina (4.98), Jeremy Teti (4.86), Shanta Curanggana (mean 4.55). Yan Partrawijaya memiliki nilai mean terkecil untuk tingkat penampilan fisik (mean 4.35). Berdasarkan nilai rata-rata, Yan juga dipersepsikan responden sebagai *newscaster* paling tidak menarik dari segi penampilan fisik.

Gambar 7: Intelektualitas dan Penampilan Fisik *Newscaster*.

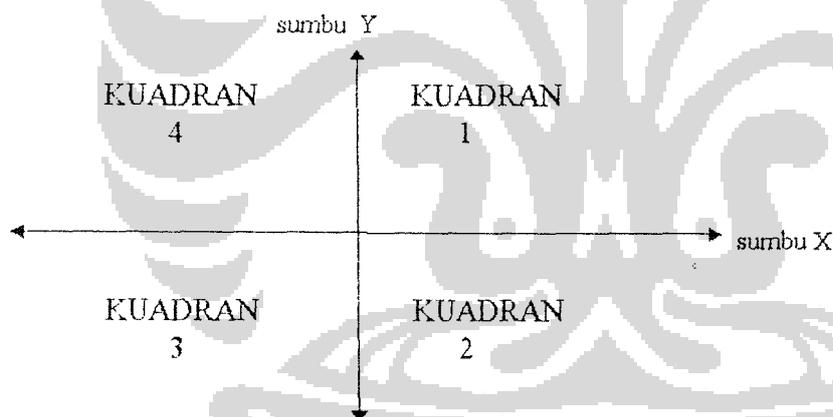


Stress = .08291

RSQ = .96371

Dua atribut yang telah sekaligus akan dimasukkan ke dalam analisa, yaitu intelektualitas dan penampilan fisik. Peta spatial akan dibuat dalam bentuk dua dimensi. Ada delapan stimulus yang akan dibandingkan, yaitu Teguh Juwarno, Tjandra Wibowo, Yan Partawijaya, Dentamira Kusuma, Tuti Marlina, Jeremy Teti, Shanta Curanggana dan Dewi Yudhomiranti.

Untuk peta spatial dengan dua atribut ini, analisa akan dilakukan perkuadran. Kuadra 1 adalah kuadran yang terletak di kanan atas, kuadran 2 terletak di kanan bawah, kuadran 3 di kiri bawah, sedangkan kuadran 4 terletak di kiri atas. Untuk lebih jelasnya, letak kuadran-kuadran akan digambarkan berikut ini:



Dengan berpedoman pada nilai rata-rata dan peta spatial di gambar 4 dan gambar 5, bisa disimpulkan bahwa dimensi 1 mewakili atribut penampilan fisik newscaster. Dimensi dua otomatis akan mewakili atribut intelektualitas newscaster.

Kuadran 2 adalah kuadran positif-positif. Dalam arti newscaster yang berada di kuadran ini memiliki tingkat intelektualitas dan tingkat penampilan fisik yang relatif paling tinggi dibandingkan newscaster di kuadran lain. Dilihat dari peta spatial hanya 1 orang newscaster yang posisinya di kuadran 2, yaitu Teguh Juwarno. Teguh

dipersepsikan responden sebagai newscaster yang relatif paling menarik dari segi penampilan fisik dan relatif paling tinggi tingkat intelektualitasnya.

Berlawanan dengan kuadran 2 adalah kuadran 4 yang bisa disebut kuadran negatif-negatif. Kuadran ini berisi newscaster yang dari segi penampilan fisik relatif paling tidak menarik dan relatif paling rendah tingkat intelektualitasnya dibandingkan newscaster lainnya. Yan Partawijaya digambarkan responden sebagai newscaster yang relatif paling tidak menarik dan relatif paling rendah tingkat intelektualitasnya dibandingkan newscaster yang ada di tiga kuadran lain.

Kuadran 3 dan kuadran 1 adalah kuadran yang dari segi penampilan fisik dan intelektualitas tergolong menengah bila dibandingkan newscaster yang ada di kuadran 2 dan 4.

Namun, berdasarkan nilai rata-ratanya, newscaster yang ada di kuadran 1 relatif lebih menarik dibandingkan newscaster yang ada di kuadran 3. Ada tiga newscaster di kuadran 1, yaitu Tjandra Wibowo, Dewi Yudhomiranti, dan Dentamira Kusuma. Berdasarkan posisi ketiganya di kuadran 1, persepsi responden terhadap ketiganya relatif sama. Ketiganya dipersepsikan relatif menarik dari segi penampilan fisik (walaupun kalah dengan Teguh Juwarno di kuadran 2). Selain itu, ketiganya juga relatif memiliki tingkat intelektualitas yang sama dan relatif lebih tinggi dibandingkan newscaster di kuadran 4 dan 3. Hanya saja, kalau dicermati lebih jauh posisi mereka di kuadran 1, kemiripan itu lebih mengarah Dewi dan Denta. Posisi Dewi dan Denta di kuadran 1 relatif lebih dekat dibandingkan posisi Dewi dan Denta ke Tjandra. Posisi Tjandra di kuadran 1 relatif lebih tinggi dibandingkan posisi Denta dan Dewi.

Dari sini, bisa disimpulkan bahwa Dewi dan Denta cenderung dipersepsikan oleh responden sama (untuk atribut intelektualitas dan penampilan fisik). Tjandra, walaupun sama-sama berada di kuadran I, dipersepsikan relatif lebih menarik dari segi penampilan fisik dan relatif lebih tinggi tingkat intelektualitasnya dibandingkan Denta dan Dewi.

Shanta Curanggana, Tuti Marlina dan Jeremy Teti adalah newscaster yang berada di kuadran 3. Seperti halnya Dewi, Denta dan Tjandra, mereka tergolong menengah tingkat intelektualitas dan penampilan fisiknya. Tapi, relatif lebih rendah dibandingkan Dewi, Denta dan Tjandra.

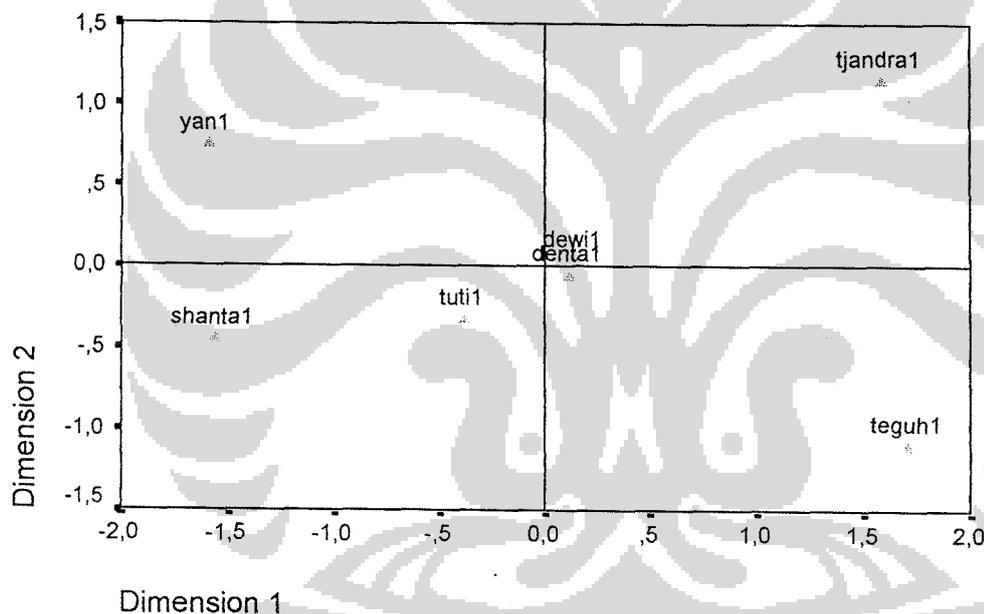
Berdasarkan posisi mereka di peta spasial, bisa disimpulkan bahwa ketiganya memiliki kesamaan dalam hal tingkat intelektualitas dan tingkat penampilan fisiknya. Namun, bila dicermati lebih jauh posisi mereka di kuadran 3, terlihat bahwa posisi Tuti lebih dekat ke Jeremy dibandingkan Tuti dan Jeremy ke Shanta. Posisi Shanta di kuadran 3 relatif sedikit lebih rendah dibandingkan Tuti dan Jeremy.

Dengan melihat posisi Tuti, Jeremy dan Shanta di kuadran 3, bisa disimpulkan bahwa tingkat intelektualitas Tuti dan Jeremy relatif lebih tinggi dibandingkan Shanta. Demikian pula halnya dengan tingkat penampilan fisiknya. Jeremy Teti dan Tuti Marlina dipersepsikan responden relatif lebih menarik dibandingkan Shanta Curanggana.

Sama dengan atribut sebelumnya, reliabilitas akan dilihat melalui perbandingan antara dua peta spasial. Yang pertama (gambar 7) dengan jumlah stimulus lengkap dan gambar 8 dimana stimulus yang ada dihilangkan 1. Posisi, urutan dan letak stimulus-stimulus tersebut relatif sama. Teguh misalnya, masih tetap dipersepsikan sebagai

newscaster yang paling tinggi tingkat intelektualitas dan penampilan fisiknya, begitu juga Tjandra. Sementara Yan, masih dipersepsikan responden rendah untuk kedua atribut tadi. Posisi dan letak newscaster lainnya juga relatif tetap. Bisa disimpulkan peta spasial untuk atribut intelektualitas dan penampilan fisiknya memiliki reliabilitas yang relatif baik. Peta spasial dengan stimulus yang dikurangi dapat dilihat pada gambar di bawah ini.

Gambar 8 : intelektualitas dan penampilan fisik newscaster (pengujian reliabilitas)



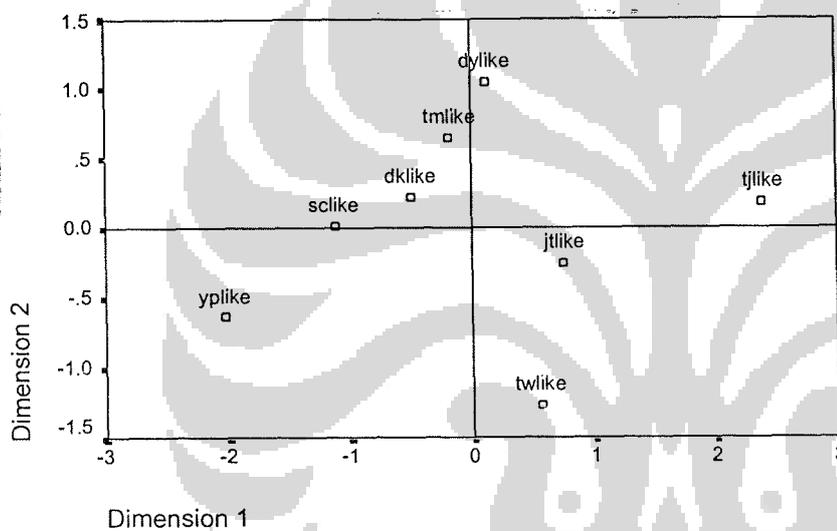
3. Image Likability dan Interpersonal Attractiveness

Delapan stimulus akan dimasukkan ke dalam MDS untuk dibandingkan image likability dan interpersonal attractiveness-nya. Delapan stimulus itu adalah Shanta Curanggana (Cakrawala/ANTEVE), Jeremy Teti (Liputan 6/SCTV), Tuti Marlina (Cakrawala/ANTEVE), Teguh Juwarno (Seputar Indonesia/RCTI), Tjandra Wibowo

(Liputan 6SCTV), Dewi Yudhomiranti (Fokus/Indosiar), Dentamira Kusuma (Lintas 5/TPI) dan Yan Partawijaya (Berita Nasional/TVRI),

Peta spasial akan ditampilkan dalam dua dimensi. Sebelumnya akan dianalisa dulu posisi masing-masing newscaster untuk masing-masing atribut. Tahapan selanjutnya, akan dilihat posisi masing-masing newscaster di peta spasial dengan dua atribut sekaligus.

gambar 9: Image Likability Newscaster



Stress = .07256

RSQ = .88756

Berdasarkan skala Kruskal, nilai *stress* yang diperoleh untuk output MDS *image likability* tergolong baik. Ada kecocokan antara data input dengan konfigurasi akhir yang dihasilkan. Sedangkan berdasarkan nilai RSQ, diketahui bahwa 88% dari keseluruhan data input dapat dijelaskan oleh model MDS yang dihasilkan.

Pada gambar 7 dapat dilihat posisi masing-masing *newscaster* di peta spasial dengan dua dimensi yang dihasilkan. Dimensi 1 (berarti sumbu X) berhasil diidentifikasi sebagai dimensi *likability newscaster*. Titik potong antara sumbu X dan sumbu Y ada di

koordinat (0.0). Titik potong ini membagi sumbu X dan sumbu Y menjadi 2. Pada sumbu X, daerah sebelah kanan titik potong adalah daerah positif sumbu X sedangkan daerah sebelah kiri titik potong adalah daerah negatif sumbu X.

Newscaster yang berada di daerah negatif sumbu X akan memiliki tingkat *likability* yang lebih rendah dibandingkan *newscaster* yang berada di daerah positif sumbu X. Jadi, tingkat *likability* itu sendiri akan bergerak dari sisi kiri (daerah negatif sumbu X/tingkat *likability* minimal) ke sisi kanan (daerah positif sumbu X/tingkat *likability* maksimal).

Newscaster yang berada di daerah negatif sumbu X adalah Yan Partawijaya, Shanta Curanggana, Dentamira Kusuma, dan Tuti Marlina. Berdasarkan posisi mereka pada peta spasial, maka Yan Partawijaya dipersepsikan responden sebagai *newscaster* yang relatif paling tidak *likable* (paling tidak disukai/paling tidak menyenangkan) dibandingkan *newscaster* lainnya. Posisi Yan di peta spasial ada pada sisi paling kiri dengan titik koordinat di sumbu X -2.0269. Posisi Shanta di sumbu X: -1.1321. Dia juga relatif kurang tingkat *likability*-nya walaupun tidak serendah Yan. Tingkat *likability* Dentamira Kusuma (koordinat di sumbu X -.5024) sedikit lebih baik dari Shanta dan Yan. Tuti Marlina, walaupun posisinya di daerah negatif sumbu X juga (titik koordinat di sumbu X: -.1799) tapi masih sedikit lebih baik tingkat *likability*-nya.

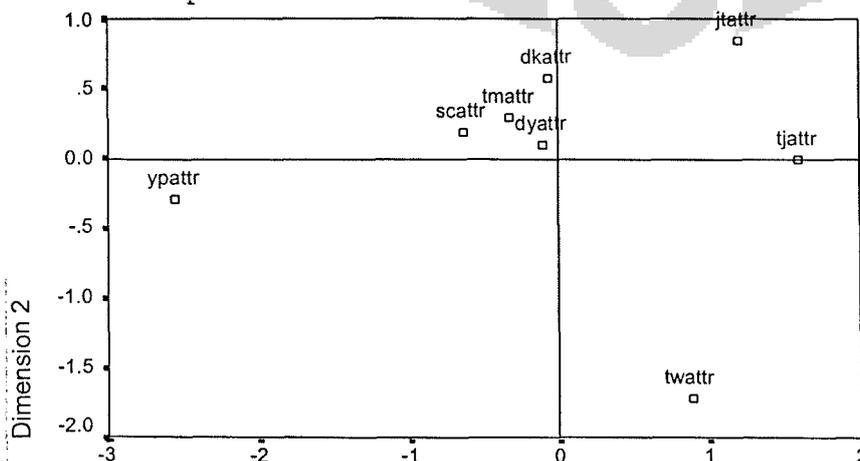
Empat orang *newscaster* yang berada di daerah positif sumbu X adalah Dewi Yudhomiranti, Jeremy Teti, Tjandra Wibowo dan Teguh Juwarno. Posisi mereka di koordinat sumbu X adalah 2.3963 (Teguh), .1219 (Dewi Yudhomiranti), .5967 (Tjandra), dan .7534 (Jeremy). Berdasarkan posisi mereka di peta spasial, Dewi

memiliki tingkat *likability* yang relatif lebih rendah dibandingkan *newscaster* lain di daerah positif sumbu X. Tjandra memiliki tingkat *likability* yang relatif lebih tinggi dibandingkan Dewi. Jeremy Teti berada di urutan kedua. Sedangkan Teguh Juwarno dipersepsikan responden sebagai *newscaster* yang relatif paling *likable* dibandingkan 7 *newscaster* lainnya. Dia memiliki tingkat *likability* yang relatif paling tinggi.

Urutan *newscaster* berdasarkan tingkat *likability* pada peta spasial juga sejalan dengan nilai rata-rata *newscaster* untuk variabel yang sama. Teguh Juwarno yang dipersepsikan responden sebagai *newscaster* yang relatif paling *likable* memiliki nilai rata-rata tertinggi, yaitu 3,6386. Sedangkan Yan Partawijaya yang dipersepsikan responden sebagai *newscaster* yang relatif paling tidak *likable* memiliki nilai rata-rata yang terkecil, yaitu 3.0329.

Urutan *newscaster* lainnya di peta spasial juga sama dengan urutan mereka berdasarkan besarnya nilai rata-rata. Jeremy Teti yang berada di posisi kedua memiliki nilai rata-rata 3.3386, kemudian berturut-turut Tjandra Wibowo dengan *mean* 3,3100 di posisi ketiga, Dewi Yudhomiranti dengan *mean* 3.2714, Tuti Marlina dengan *mean* 3.2200, Dentamira Kusuma dengan *mean* 3.1414, Shanta Curanggana dengan *mean* 3.0700 di urutan ke-7.

Gambar 10: *Interpersonal Attractiveness*



Stress = .07158

RSQ = .86367

Delapan stimulus yang akan dibandingkan tingkat *interpersonal attractiveness*-nya adalah Teguh Juwarno (tjattr), Tjandra Wibowo (twattr), Tuti Marlina (tmattr), Yan Partawijaya (ypattr), Dewi Yudhomiranti (dyattr), Dentamira Kusuma (dkattr), Jeremy teti (jtattr), Shanta Curanggana (scattr).

Posisi masing-masing *newscaster* berdasarkan atribut *interpersonal attractiveness* terlihat jelas pada gambar 8. Ada dua dimensi pada peta spatial. Dimensi yang mewakili atribut *interpersonal attractiveness* adalah dimensi 1 (di sumbu X). Sumbu X memiliki dua daerah, yaitu daerah positif dan negatif. Daerah positif terletak di sebelah kanan titik potong sumbu X dan sumbu Y (titik koordinat 0.0) sedangkan daerah negatif terletak di sisi sebelah kiri titik potong sumbu X dan sumbu Y.

Newscaster yang berada di daerah negatif sumbu X akan memiliki tingkat daya tarik interpersonal yang relatif lebih rendah dibandingkan *newscaster* yang berada di daerah positif sumbu X. Jadi, tingkat daya tarik akan bergerak dari daerah negatif (tingkat daya tarik interpersonal minimal) ke daerah positif (tingkat daya tarik interpersonal maksimal).

Newscaster yang berada di daerah negatif sumbu X adalah Yan Partawijaya (koordinat di sumbu X: -2.5514), Shanta Curanggana (koordinat: -.6382), Tuti Marlina (koordinat: -.3255), Dewi Yudhomiranti (koordinat: -.1048) dan Dentamira Kusuma (koordinat: -.0699).

Dari posisi mereka di peta spatial terlihat bahwa Yan Partawijaya dipersepsikan responden sebagai *newscaster* yang relatif paling rendah tingkat daya tarik

interpersonalnya. Shanta Curanggana sedikit lebih tinggi tingkat daya tarik interpersonalnya dibandingkan Yan, tapi masih relatif lebih rendah dibandingkan 6 *newscaster* lainnya. Tuti Marlina relatif lebih tinggi daya tarik interpersonalnya. Dentamira Kusuma adalah *newscaster* yang paling tinggi daya tarik interpersonalnya dibandingkan *newscaster* lain yang berada di daerah negatif sumbu X.

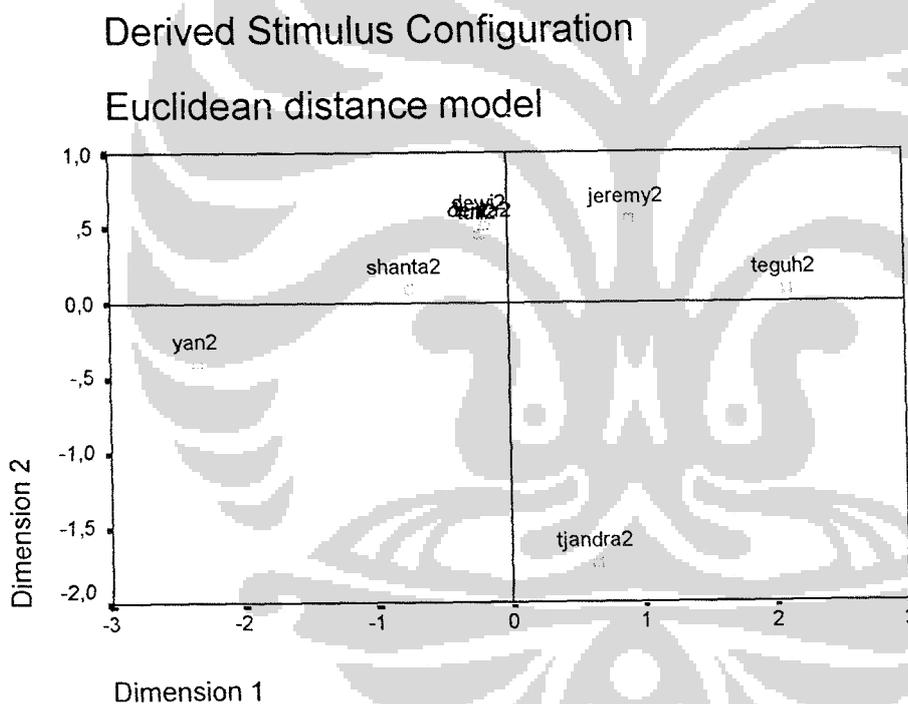
Hanya tiga *newscaster* yang berada daerah positif sumbu X. Mereka dipersepsikan responden sebagai *newscaster* yang memiliki daya tarik interpersonal tinggi. Namun, kalau dicermati lebih jauh terutama dengan memperhatikan titik koordinat mereka di sumbu X, akan terlihat bahwa Tjandra Wibowo (yang berada di koordinat .8972) dipersepsikan responden memiliki tingkat daya tarik interpersonal yang relatif lebih rendah dibandingkan Jeremy dan Teguh, walaupun masih lebih tinggi dibandingkan *newscaster* yang berada di daerah negatif sumbu X.

Jeremy Teti (yang berada di koordinat 1.2011 sumbu X) sedikit lebih tinggi tingkat daya tarik interpersonalnya dibandingkan Tjandra Wibowo. Namun, diantara kedelapan *newscaster* yang diperbandingkan, Teguh Juwarno (yang berada di koordinat 1.5915) memiliki tingkat daya tarik interpersonal yang relatif paling tinggi.

Ketika di bandingkan nilai rata-rata masing-masing *newscaster* untuk variabel daya tarik interpersonal, terlihat bahwa Yan Partawijaya yang dipersepsikan memiliki daya tarik interpersonal terendah juga memiliki nilai rata-rata yang paling rendah untuk variabel yang sama. Sementara Teguh Juwarno yang dipersepsikan memiliki daya tarik interpersonal tertinggi berdasarkan peta spasial, juga memiliki daya tarik interpersonal tertinggi berdasarkan nilai rata-rata.

Urutan *newscaster* baik berdasarkan peta spasial maupun berdasarkan nilai rata-ratanya juga sama. Jeremy Teti yang berada di urutan kedua tingkat daya tarik interpersonalnya memiliki nilai rata-rata tertinggi kedua untuk variabel yang sama. Kemudian berturut-turut diurutan ketiga Tjandra Wibowo (mean: 3.3420), di urutan keempat Dentamira Kusuma (mean: 3.2720), ke-5 Dewi Yudhomiranti (mean: 3.1740), urutan ke-6 Tuti Marlina (mean: 3.1580), dan ke-7 Shanta Curanggana (mean: 3.0700).

gambar 11 : Image Likability dan Interpersonal Attractiveness Newscaster

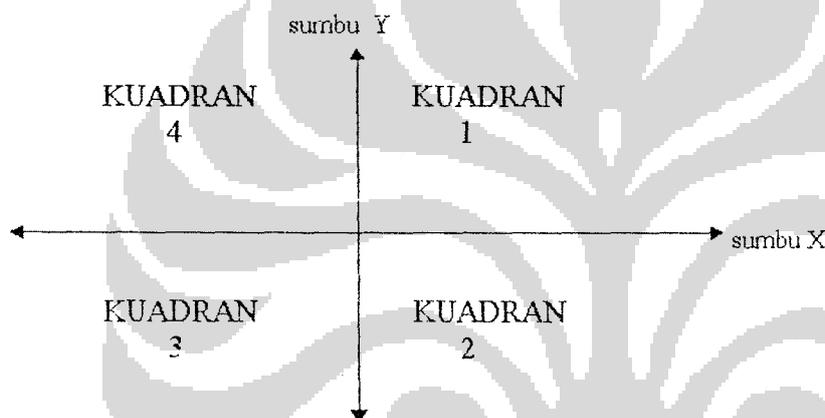


stress = .08839 RSQ = .96811

Ketika delapan stimulus dimasukkan dengan dua atribut (*likability* dan *interpersonal attractiveness*) stress menunjukkan bahwa ada kecocokan antara data input dengan konfigurasi akhir yang dihasilkan. Berdasarkan standar Kruskal, nilai stress itu tergolong

baik. Sedangkan nilai RSQ menunjukkan proporsi varian yang dapat dijelaskan oleh konfigurasi akhir sebesar 97%.

Peta spasial dengan dua atribut akan dianalisa perkuadran. Kuadran 1 adalah kuadran yang terletak di kanan atas, kuadran 2 di kanan bawah, kuadran 3 di kiri bawah sedangkan kuadran 4 terletak di kiri atas. Jelasnya digambarkan sebagai berikut:



Berpedoman pada nilai rata-rata dan peta spasial pada gambar 8 tentang *image likability* dan gambar 9 tentang *interpersonal attractiveness* diidentifikasi dimensi 1 (sumbu X) sebagai sumbu/dimensi *likability*. Sedangkan otomatis dimensi 2 akan dimiliki atribut *interpersonal attractiveness*.

Kuadran 1 adalah kuadran positif-positif. Artinya, newscaster yang posisinya di kuadran 1 adalah newscaster yang memiliki tingkat *likability* dan tingkat daya tarik interpersonal relatif paling tinggi. Hanya ada dua newscaster di kuadran 1, Teguh Juwarno dan Jeremy Teti.

Sedangkan kuadran 3 adalah kuadran negatif-negatif. Dalam arti, newscaster yang berada di kuadran 3 memiliki tingkat *likability* yang relatif paling rendah dan relatif

paling rendah pula daya tarik interpersonalnya. Hanya ada satu *newscaster* di kuadran ini, Yan Partawijaya.

Berbeda dengan kuadran 1 dan 3, kuadran 2 dan 4 adalah kuadran menengah/sedang. Ditempati *newscaster* yang tingkat daya tarik interpersonal dan tingkat *likability* sedang bila dibandingkan *newscaster* di kuadran 1 dan 3. Namun, bila membandingkan nilai rata-rata mereka untuk kedua atribut yang dipakai, bisa disimpulkan bahwa kuadran 2 ditempati *newscaster* yang relatif lebih tinggi daya tarik interpersonal dan tingkat *likability*-nya.

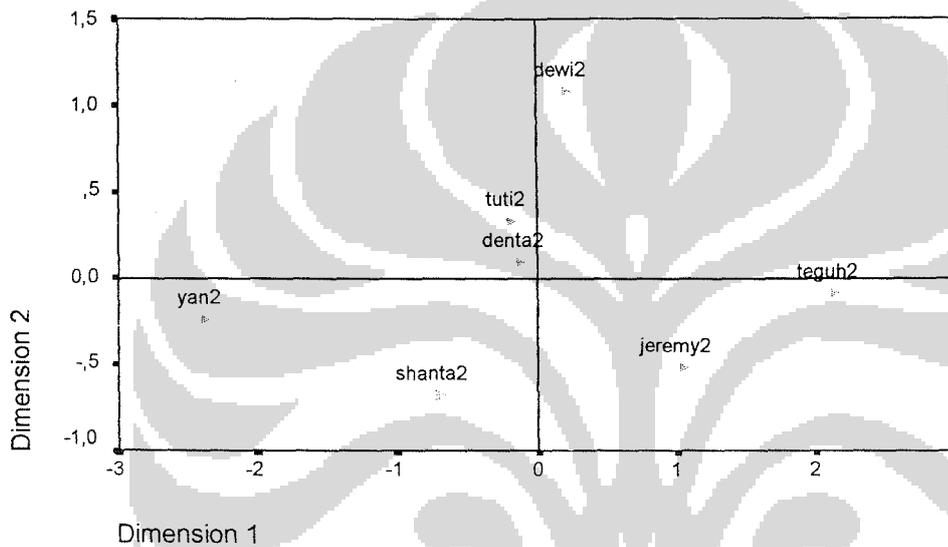
Kuadran 2 hanya ditempati satu *Newscaster*, yaitu Tjandra Wibowo dari Liputan 6 SCTV. Tingkat daya tarik interpersonal dan image *likability*-nya relatif tinggi dibandingkan *newscaster* yang berada di kuadran 3 dan 4. Relatif lebih rendah dibandingkan *newscaster* di kuadran 1.

Kuadran 3 ditempati Shanta Curanggana, Tuti Marlina, Dewi Yudhomiranti, dan Dentamira Kusuma. Kalau dilihat dari posisi mereka di peta spasial yang sama-sama di kuadran 4, bisa disimpulkan bahwa persepsi responden untuk daya tarik interpersonal dan *likability* relatif sama.

Namun bila dilihat posisi mereka di kuadran 4 bisa disimpulkan bahwa kemiripan itu lebih mengarah kepada Tuti Marlina, Dewi Yudhomiranti dan Dentamira Kusuma dibandingkan kepada Shanta. Posisi Shanta cenderung lebih rendah dibandingkan ketiga *newscaster* tadi.

Sedangkan posisi Dewi, Tuti dan Denta sangat dekat, bahkan berimpit. Jarak yang sangat dekat ini mengindikasikan tingkat kemiripan yang tinggi antara ketiga *newscaster* dalam pikiran responden.

Gambar 12. Likability dan Interpersonal Attractiveness (pengujian reliabilitas)



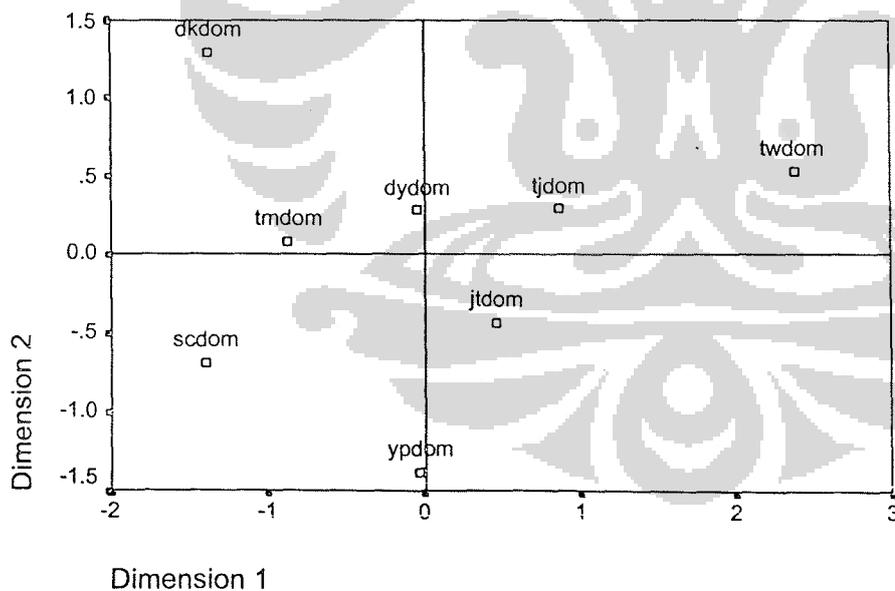
Pengujian reliabilitas menunjukkan menunjukkan bahwa peta spasial untuk variable likability dan interpersonal attractiveness reliable. Hal ini terlihat dari output yang dihasilkan, antara peta spasial berisi delapan stimulus (gambar 11) dengan peta spasial berisi stimulus yang telah dikurangi satu (gambar 12) pada dua variabel yang sama. Ketika dibandingkan, hasil keduanya cukup konsisten. Kecuali untuk stimulus Jeremy dan Shanta yang letaknya agak berbeda di kedua peta tersebut. Tapi, posisi dan kedekatan antara stimulus relatif sama. Bisa disimpulkan, kedua peta memberikan hasil yang konsisten/reliable.

4. Image Dominance dan Credibility/Competence Newscaster

Delapan stimulus yang akan dibandingkan *image dominan* dan kredibilitasnya adalah Teguh Juwarno (Seputar Indonesia/RCTI), Tjandra Wibowo (Liputan 6/SCTV), Yan Partawijaya (Berita Nasional/TVRI), Tuti Marlina (Cakrawala/ANTEVE), Shanta Curanggana (Cakrawala/ANTEVE), Dewi Yudhomiranti (Fokus/Indosiar), Dentamira Kusuma (Lintas 5/TPI), dan Jeremy Teti (Liputan 6/SCTV).

Pada tahap pertama, akan ditampilkan peta spatial untuk masing-masing atribut. Kemudian akan ditampilkan peta spatial dengan memasukkan dua atribut sekaligus untuk melihat posisi dan pengelompokkan *newscaster* terhadap *newscaster* lainnya.

gambar 13. Image Dominance Newscaster



stress = .08362

RSQ = .84257

Delapan stimulus yang akan dibandingkan tingkat dominasinya adalah Teguh Juwarno (tjdom), Tjandra Wibowo (twdom), Jeremy Teti (jtdom), Yan Partawijaya (ypdom), Shanta Curanggana (scdom), Tuti Marlina (tndom), Dewi Yudhomiranti (dydom), dan Dentamira Kusuma (dkdom).

Ada dua dimensi yang ditampilkan pada peta spatial ini. Dimensi satu (sumbu X) diidentifikasi sebagai dimensi dominan. Titik potong antara sumbu X dan sumbu Y berada pada koordinat (0.0). Titik potong ini membelah sumbu X menjadi dua, daerah positif (sebelah kanan titik potong sumbu X dan Y) dan daerah negatif (sebelah kiri titik potong sumbu X dan Y). Newscaster yang berada di daerah positif sumbu X akan memiliki tingkat dominasi yang lebih besar daripada newscaster yang berada di daerah negatif sumbu X. Jadi, tingkat dominasi bergerak dari daerah negatif sumbu X (tingkat dominasi minimal) ke daerah positif sumbu X (tingkat dominasi maksimal).

Newscaster yang berada di daerah positif sumbu X adalah Tjandra Wibowo, Teguh Juwarno, dan Jeremy Teti. Lebih spesifik lagi, posisi mereka masing-masing di sumbu X adalah 2.3932 (Tjandra), .8597 (Teguh) dan .4663 (Jeremy). Dari posisi mereka di peta spatial, dapat disimpulkan bahwa Tjandra dipersepsikan responden sebagai *newscaster* yang relatif paling tinggi tingkat dominasinya. Teguh Juwarno berada di urutan berikutnya. Tingkat dominasinya relatif lebih rendah dibandingkan Tjandra Wibowo walaupun masih lebih tinggi dibandingkan Jeremy Teti yang berada di urutan ke-3.

Newscaster yang berada di daerah negatif sumbu X dipersepsikan responden memiliki tingkat dominasi yang relatif lebih rendah dibandingkan *newscaster* yang

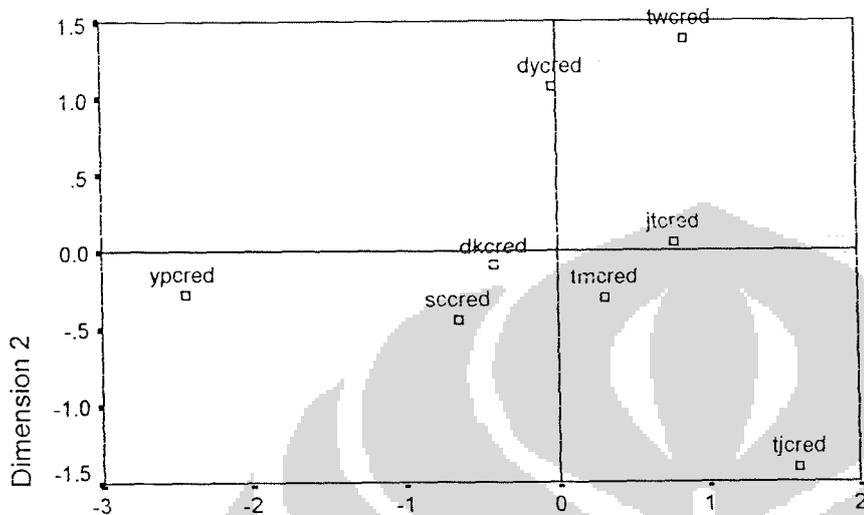
berada di daerah positif sumbu X. Lima *newscaster* yang berada di daerah ini adalah Dwi Yudhomiranti, Yan Partawijaya, Tuti Marlina, Dentamira Kusuma, dan Shanta Curanggana. Dibandingkan *newscaster* lain di daerah itu, Yan Partawijaya (dengan koordinat di sumbu X: -.0333) dipersepsikan memiliki tingkat dominasi yang relatif lebih tinggi dibandingkan Dewi Yudhomiranti yang posisi di sumbu X: -.0434. Dewi memiliki tingkat dominasi yang relatif lebih rendah dibandingkan Yan (dan *newscaster* di daerah positif sumbu X). Tuti Marlina yang posisinya di sumbu X -.8756 memiliki tingkat dominasi yang relatif lebih rendah dibandingkan Dewi dan Yan, namun masih relatif lebih tinggi dibandingkan Dentamira Kusuma yang posisinya di sumbu X: -1.3714.

Namun, yang dipersepsikan responden memiliki tingkat dominasi terendah adalah Shanta Curanggana yang posisinya di sumbu X: -1.3955.

Kalau nilai rata-rata tiap-tiap *newscaster* ikut dianalisa, tampak ada kecocokan antara urutan *newscaster* berdasarkan hasil MDS dengan besarnya nilai rata-rata. Mean Tjandra Wibowo untuk variabel *dominance* terbesar dibandingkan mean *newscaster* lain untuk variabel yang sama, yaitu 3.9275. Teguh Juwarno di urutan kedua memiliki mean 3.6550. Jeremy Teti dengan nilai rata-rata 3.6050 berada di urutan ketiga.

Newscaster yang berada di daerah negatif sumbu X memiliki nilai rata-rata yang relatif lebih rendah dibandingkan *newscaster* di daerah positif sumbu X. Yan Partawijaya memiliki nilai rata-rata 3.4725 di urutan ke-4. Urutan ke lima, enam dan tujuh ditempati Dewi Yudhomiranti (mean: 3.4650), Tuti Marlina (mean: 3.3475), Dentamira Kusuma (mean: 3.3450). *Newscaster* yang memiliki tingkat dominasi terendah adalah Shanta Curanggana dengan mean 3.3150.

gambar 14: Credibility/Competence Newscaster



Stress = .08527 RSQ = .87946

Ada kecocokan antara data input dengan konfigurasi akhir yang dihasilkan, hal ini terlihat dari nilai stress yang diperoleh. Menurut standar Kruskal, stress yang diperoleh untuk output MDS ini tergolong baik. Nilai RSQ mengindikasikan sebanyak 88% dari keseluruhan varian, mampu dijelaskan oleh model MDS yang dihasilkan.

Teguh Juwarno (tjcred), Jeremy Teti (jtored), Tjandra Wibowo (twcred), Yan Partawijaya (ypcred), Shanta Curanggana (sccred), Tuti Marlina (tmcred), Dentamira Kusuma (dkcred) dan Dewi Yudhomiranti (dycred) adalah stimulus yang akan dibandingkan tingkat kredibilitasnya.

Dari dua dimensi yang ada, dimensi 1 (sumbu X) mewakili tingkat kredibilitas *newscaster*. Sumbu X itu sendiri terbagi menjadi dua daerah oleh titik potong yang juga membelah sumbu Y. Daerah sebelah kanan sumbu X adalah daerah positif sedangkan daerah di sebelah kiri sumbu X adalah daerah negatif. Tingkat kredibilitas itu sendiri

bergerak dari daerah negatif sumbu X (tingkat kredibilitas minimal) ke daerah positif sumbu X (tingkat kredibilitas maksimal). Dengan begitu, *newscaster* yang berada daerah negatif sumbu X akan memiliki tingkat kredibilitas yang relatif lebih rendah dibandingkan *newscaster* yang berada di daerah positif sumbu X.

Newscaster yang berada di daerah positif sumbu X adalah Teguh Juwarno, Tjandra Wibowo, dan Tuti Marlina. Mereka dipersepsikan responden memiliki tingkat kredibilitas yang relatif lebih tinggi dibandingkan Dentamira Kusuma, Yan Partawijaya, Dewi Yudhomiranti, Shanta Curanggana.

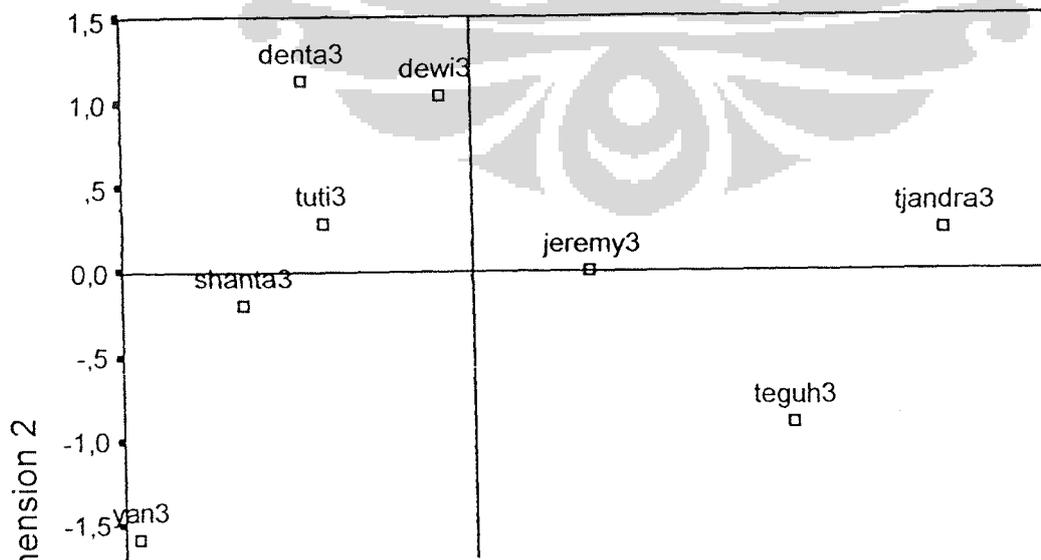
Posisi keempatnya di sumbu X adalah 1.5944 (Teguh), .8581 (Tjandra), .7812 (Jeremy), dan .3069 (Tuti). Dengan memperhatikan posisi mereka di peta spatial, bisa disimpulkan bahwa Teguh adalah *newscaster* yang dipersepsikan responden relatif paling tinggi tingkat kredibilitasnya. Tjandra berada di urutan kedua dan diikuti Jeremy. Tuti Marlina dipersepsikan responden memiliki tingkat kredibilitas yang relatif lebih rendah dibandingkan Teguh, Tjandra dan Jeremy.

Daerah negatif sumbu X juga ditempati empat orang *newscaster* dengan koordinat masing-masing *newscaster* di sumbu X sebagai berikut : Dewi Y (-.0296), Dentamira Kusuma (-.4161), Shanta (-.6539) dan Yan Partawijaya (-.2.4410). Walaupun keempatnya berada di daerah yang sama dan dipersepsikan responden memiliki tingkat kredibilitas yang relatif lebih rendah dibandingkan *newscaster* di daerah positif sumbu X, tapi kalau memperhatikan posisi mereka di peta akan terlihat bahwa tingkat kredibilitas satu *newscaster* berbeda dibandingkan lainnya.

Dewi Yudhomiranti lebih tinggi tingkat kredibilitasnya dibandingkan tiga *newscaster* lain di daerah negatif sumbu X. Dentamira relatif sedikit lebih rendah tingkat kredibilitasnya dibandingkan Dewi. Shanta memiliki tingkat kredibilitas yang lebih rendah lagi dibandingkan dei dan Denta. Namun, yang dipersepsikan responden paling rendah tingkat kredibilitasnya adalah Yan Partawijaya.

Nilai rata-rata yang diperoleh masing-masing *newscaster* untuk variabel tingkat kredibilitas berbeda-beda sesuai dengan urutan mereka berdasarkan peta spatial/output MDS. Teguh Juwarno yang dipersepsikan memiliki tingkat kredibilitas tertinggi juga memiliki nilai rata-rata terbesar untuk variabel tingkat kredibilitas, yaitu 3.4329. Tjandra yang berada di urutan kedua memiliki nilai rata-rata 3.3614. Disusul Jeremy di urutan ketiga dengan mean 3.2457 kemudian Tuti Marlina dengan mean 3.2400. Urutan ke lima, enam dan tujuh ditempati Dewi (mean: 3.2386), Dentamira (mean: 3.2386), Shanta (mean: 3.0771). Yan Partawijaya berada di urutan terakhir dengan mean 2.9143. Yan dipersepsikan responden sebagai *newscaster* yang paling tidak kredibel dibandingkan tujuh *newscaster* lainnya.

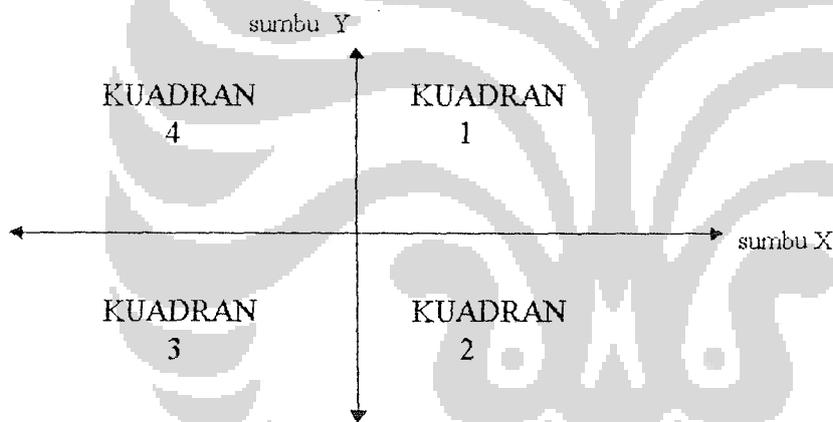
gambar 15: Dominance dan Credibility/Competence



stress = .08352 RSQ = .95625

Berdasarkan standar Kruskal, stress yang diperoleh untuk konfigurasi MDS ini baik dan mengindikasikan adanya kecocokan antara data input dengan konfigurasi akhir MDS yang dihasilkan. Dari nilai RSQ diketahui bahwa 95% dari keseluruhan varian yang ada dapat dijelaskan oleh konfigurasi MDS.

Peta spasial dengan dua dimensi ini akan dianalisa perkuadran. Kuadran 1 berada di kanan atas, kuadran dua di kiri bawah, kuadran 3 di kiri bawah sedangkan kuadran 4 terletak di kiri atas. Untuk lebih jelasnya digambarkan sebagai berikut:



Kuadran 1 adalah kuadran positif-positif, artinya *newscaster* yang berada di kuadran ini memiliki tingkat kredibilitas dan tingkat dominasi yang relatif paling tinggi. Teguh dipersepsikan responden sebagai *newscaster* yang paling kredibel dan kompeten juga memiliki tingkat dominasi tertinggi.

Kuadran negatif-negatif adalah kuadran yang memiliki tingkat kredibilitas dan tingkat dominasi yang relatif paling rendah. Yan Partawijaya berada di kuadran ini bersama dengan Shanta Curanggana. Namun, kalau dilihat dari nilai rata-ratanya

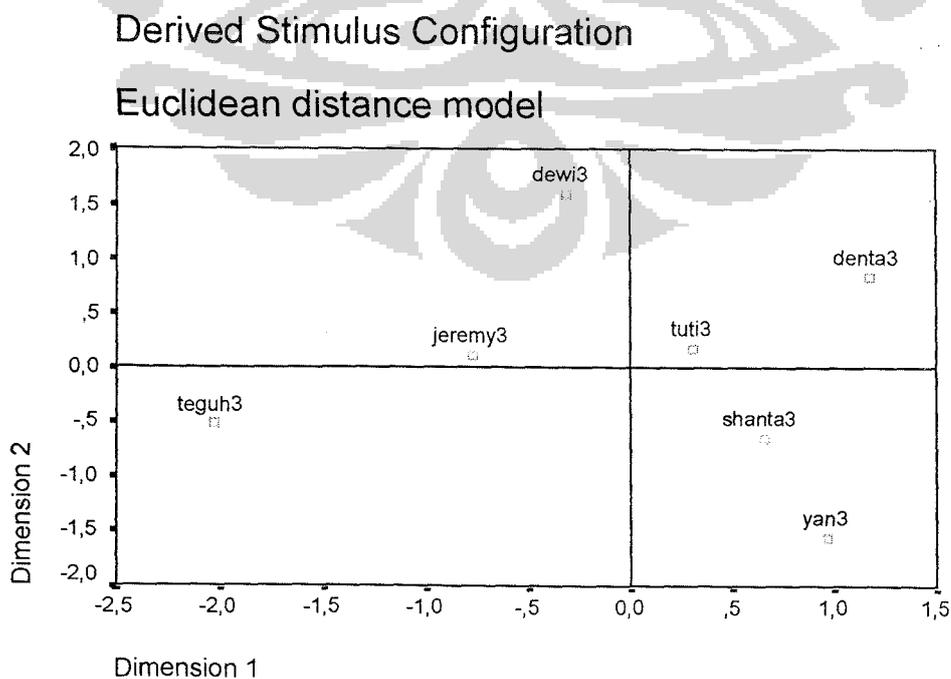
dipastikan bahwa Shanta memiliki tingkat kredibilitas dan tingkat dominasi yang relatif lebih tinggi dibandingkan Yan.

Kuadran 2 dan 4 berisi newscaster dengan tingkat kredibilitas dan tingkat dominasi yang menengah bila dibandingkan newscaster yang berada di kuadran 1 dan 3. Namun, bisa dipastikan bahwa newscaster yang berada di kuadran 2 memiliki tingkat kredibilitas dan tingkat dominasi yang relatif lebih tinggi dibandingkan newscaster di kuadran 4.

Kuadran 2 ditempati Tjandra dan Jeremy. Berdasarkan posisinya di peta spasial, Teguh dan Jeremy dipersepsikan responden relatif sama dalam hal tingkat dominasi dan kredibilitas. Namun, berdasarkan nilai rata-rata, Jeremy relatif lebih rendah tingkat kredibilitas dan tingkat dominasinya dibandingkan Teguh.

Newscaster di kuadran 3 memiliki tingkat kredibilitas dan tingkat dominasi yang relatif lebih rendah dibandingkan *newscaster* di kuadran 1 dan 2. Kuadran ini ditempati oleh Dentamira Kusuma, Tuti Marlina dan Dewi Yudhomiranti.

Gambar 16: image dominance dan credibility/competence newscaster (pengujian reliabilitas)



Ketika dibandingkan antara gambar 15 yang berisi delapan stimulus dengan gambar 16 yang berisi tujuh stimulus (pada atribut yang sama), dapat dilihat bahwa ada perubahan posisi newscaster. Teguh yang tadinya berada di kuadran 2 pada gambar 15 ternyata berada pada kuadran 4. Posisi kuadran stimulus-stimulus lain juga mengalami perubahan. Tapi, kalau diperhatikan lebih lanjut, dapat dilihat bahwa kedekatan dan urutan newscaster-newscaster itu relatif sama. Jadi, bisa disimpulkan bahwa peta spasial yang menggambarkan persepsi responden untuk kedua variabel tersebut cukup konsisten/reliable.

V. hasil pengujian T-test

Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui ada atau tidak adanya perbedaan yang signifikan antara responden pria dan wanita dalam mempersepsi *newscaster*. Pada tahapan ini, akan dilihat ada atau tidaknya perbedaan yang signifikan antara responden pria dan wanita ketika mempersepsi image *likability*, *interpersonal attractiveness*, *dominance*, dan *credibility/competence newscaster*. Selain itu juga akan dibandingkan persepsi responden terhadap penampilan fisik dan intelektualitas *newscaster*.

Alat statistik yang dipergunakan untuk keperluan ini adalah t -test. T -test adalah alat statistik yang digunakan untuk melihat ada atau tidaknya perbedaan rata-rata yang signifikan antara dua sampel. T - test dipakai bila standar deviasi dari populasi tidak diketahui dan jumlah sampel tidak besar. Jumlah sampel dikatakan besar bila lebih besar dari 120 cases. Jumlah sampel sebesar ini tidak memungkinkan penggunaan t-test. Pada bab 3 telah dijabarkan hipotesis penelitian yang akan diuji dalam penelitian ini. T -test akan dipakai untuk menguji keberlakuan hipotesis-hipotesis tersebut.

hypothesis testing 1:

ho : tidak terdapat perbedaan skor rata-rata image interpersonal attractiveness

antara respopnden pria dan wanita.

h1 : terdapat perbedaan skor rata-rata image interpersonal attractiveness

antara responden pria dan wanita

T -test menunjukkan hasil sebagai berikut:

Variable	Number of Cases	Mean	SD	SE of Mean
laki-laki	50	3,2880	,367	,052
perempuan	50	3,1780	,434	,061

Mean Difference = ,1100
Levene's Test for Equality of Variances: F= ,225 P= ,636

t-test for Equality of Means	Variances	t-value	df	2-Tail Sig	SE of Diff	95% CI for Diff
Equal	1,37	98	,174	,080	(-,050; ,270)	
Unequal	1,37	95,39	,174	,080	(-,050; ,270)	

Responden laki-laki dan perempuan akan dibandingkan persepsinya untuk variabel image *interpersonal attractiveness*. Nilai rata-rata responden pria untuk image ini sebesar 3.2880, lebih besar 0.1100 dibandingkan responden wanita yang memiliki nilai rata-rata 3.1780.

Pada bagian t -test for equality of means, mana yang akan dijadikan dasar analisa

T- test didasarkan pada asumsi adanya varians yang sama. Asumsi bisa dilakukan

karena jumlah sampel yang dipakai tepat sama.⁵⁰

⁵⁰ Joseph.F. Healey, *"Statistics : A Tool For Social Research"*, California: Wadsworth Publishing Company, 1995, hal 204

T value yang diperoleh sebesar 1.37 dengan df (degree of freedom) 98. Signifikan atau tidak perbedaan antara dua sampel untuk variabel ini diketahui dari nilai 2 - tailed sig. 2 tailed sig yang diperoleh sebesar .174 (lebih besar dari 0.05 --- batas nilai signifikansi) menunjukkan bahwa perbedaan skor rata-rata antara pria dan wanita untuk variabel *image interpersonal attractiveness* tidak signifikan. Artinya, H_1 ditolak dan H_0 diterima.

hypothesis testing 2 :

H_0 : tidak terdapat perbedaan skor rata-rata *image credibility/competence* antara responden pria dan wanita

H_1 : terdapat perbedaan skor rata-rata *image credibility/competence* antara responden pria dan wanita

T-test menunjukkan hasil sebagai berikut:

Variable	Number of Cases	Mean	SD	SE of Mean
laki-laki	50	5,3521	,840	,119
perempuan	50	4,9893	,676	,096

Mean Difference = ,3629
Levene's Test for Equality of Variances: F= 2,737 P= ,101

t-test for Equality of Means			95%		
Variances	t-value	df	2-Tail Sig	SE of Diff	CI for Diff
Equal	2,38	98	,019	,152	(,060; ,665)
Unequal	2,38	93,70	,019	,152	(,060; ,666)

Skor rata-rata responden pria untuk *image credibility* adalah 5.3521. Sedangkan untuk responden wanita sebesar 4.9893. Terdapat perbedaan nilai rata-rata antara keduanya sebesar .3629.

Berdasarkan nilai 2 tailed sig, diketahui bahwa perbedaan nilai rata-rata antara kedua sampel itu (pria dan wanita) signifikan. Hal ini diketahui dari perbedaan nilai 2 tailed sig dengan nilai alpha. Nilai alpha yang sebesar 0.05 lebih besar dari nilai 2 tailed sig yang sebesar 0.019. Dengan begitu, dapat disimpulkan bahwa H_0 yang menyatakan tidak terdapat perbedaan yang signifikan ditolak. Sedangkan H_1 yang menyatakan ada perbedaan yang signifikan diterima.

hypothesis testing 3

H_0 : tidak terdapat perbedaan skor rata-rata *image dominance* antara responden pria dan wanita

H_1 : terdapat perbedaan skor rata-rata *image dominance* antara responden dan wanita

Variable	Number of Cases	Mean	SD	SE of Mean	
laki-laki	50	3,5544	,347	,049	
perempuan	50	3,4788	,397	,056	
Mean Difference = ,0756					
Levene's Test for Equality of Variances: F= ,547 P= ,461					
t-test for Equality of Means					
				95%	
Variances	t-value	df	2-Tail Sig	SE of Diff	CI for Diff
Equal	1,01	98	,313	,075	(-,072; ,224)
Unequal	1,01	96,33	,313	,075	(-,072; ,224)

Skor rata-rata responden pria untuk image dominance sebesar 3.5545 sedangkan untuk responden wanita sebesar 3.4788. Perbedaan mean keduanya sebesar 0.0756. Perbedaan skor rata-rata keduanya tidak signifikan. Hal ini terlihat dari nilai 2 tailed sig yang lebih besar dari 0.05.

Dengan begitu bisa disimpulkan bahwa H_0 yang menyatakan tidak ada perbedaan antara kedua sampel dapat diterima. Sedangkan H_1 yang menyatakan ada perbedaan yang signifikan antara kedua sampel ditolak.

hypothesis testing 4

H_0 : tidak terdapat perbedaan skor rata-rata image likability antara responden pria dan wanita

H_1 : terdapat perbedaan skor rata-rata image likabilitu antara responden pria dan wanita

T- test menunjukkan hasil sebagai berikut:

Variable	Number		SD	SE of Mean
	of Cases	Mean		
laki-laki	50	3,3318	,415	,059
perempuan	50	3,1739	,345	,049

Mean Difference = ,1579				
Levene's Test for Equality of Variances: F= 1,425 P= ,235				

t-test for Equality of Means				95%
Variances	t-value	df	2-Tail Sig	SE of Diff
Equal	2,07	98	,041	,076
Unequal	2,07	94,81	,041	,076

CI for Diff				
(,006; ,309)				

(,006; ,309)				

Skor rata-rata 50 responden pria untuk *image likability* adalah 3.3318 sedangkan skor rata-rata 50 responden perempuan untuk variabel yang sama 3.1739. Perbedaan mean antara kedua sampel tersebut sebesar .1579.

Nilai 2 tailed sig untuk variabel ini sebesar .041. Nilai ini lebih kecil dari alpha 0.05. Dengan begitu, bisa disimpulkan bahwa perbedaan nilai rata-rata responden pria dan wanita untuk *image likability* signifikan. Jadi, H_0 yang menyatakan tidak ada perbedaan antara kedua kelompok sampel ditolak sedangkan H_a yang menyatakan ada perbedaan antara kedua kelompok sampel itu diterima.

Hypothesis testing 5

H_0 : tidak terdapat perbedaan skor rata-rata tingkat penampilan fisik antara responden pria dan wanita

H_a : terdapat perbedaan skor rata-rata tingkat penampilan fisik antara responden pria dan wanita

T-test menunjukkan hasil sebagai berikut:

Variable	Number of Cases	Mean	SD	SE of Mean
laki-laki	50	5,1106	,783	,111
perempuan	50	4,7825	,718	,101

Mean Difference = ,3281
Levene's Test for Equality of Variances: F= 1,138 P= ,289

t-test for Equality of Means		95%			
Variances	t-value	df	2-Tail Sig	SE of Diff	CI for Diff
Equal	2,18	98	,031	,150	(,030; ,626)
Unequal	2,18	97,26	,031	,150	(,030; ,626)

Skor rata-rata responden pria untuk variabel penampilan fisik sebesar 5.1106 sedangkan responden wanita sebesar 4.7825. Perbedaan nilai rata-rata untuk kedua kelompok itu sebesar .3281.

Nilai 2 tailed sig untuk variabel ini sebesar .031 pada alpha 0.05. Berarti skor alpha lebih besar dari nilai 2 tailed sig. Dengan begitu, bisa disimpulkan bahwa perbedaan skor rata-rata untuk responden pria dan responden wanita adalah signifikan. Jadi, H_1 yang menyatakan ada perbedaan yang signifikan antara skor rata-rata pria dengan skor rata-rata wanita diterima sedangkan H_0 yang menyatakan tidak ada perbedaan antara keduanya ditolak.

hypothesis testing 6

H_0 : tidak terdapat perbedaan skor rata-rata tingkat intelektualitas newscaster antara responden pria dan wanita

H_1 : terdapat perbedaan skor rata-rata tingkat intelektualitas newscaster antara responden pria dan wanita

T- test menunjukkan hasil sebagai berikut:

Variable	Number of Cases	Mean	SD	SE of Mean
laki-laki	50	5,5230	,717	,101
perempuan	50	5,2460	,636	,090

Mean Difference = ,2770
Levene's Test for Equality of Variances: F= ,871 P= ,353

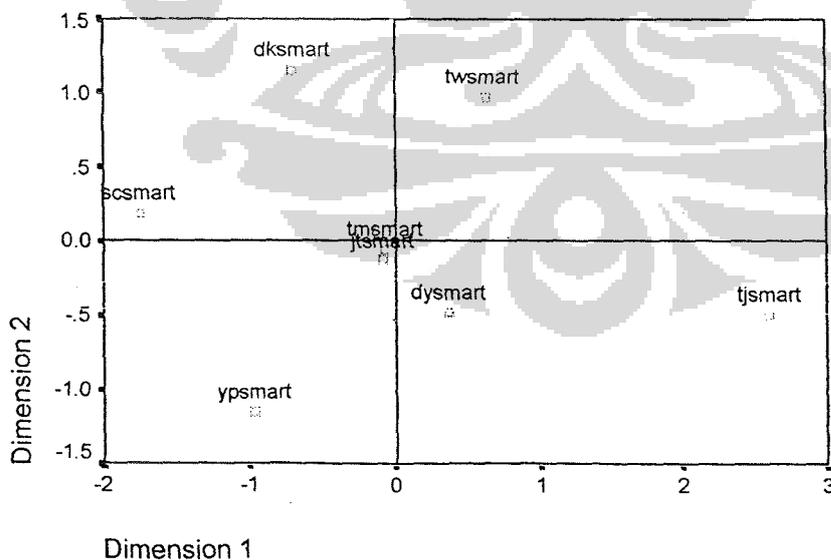
t-test for Equality of Means		95%			
Variances	t-value	df	2-Tail Sig	SE of Diff	CI for Diff
Equal	2,04	98	,044	,135	(,008; ,546)
Unequal	2,04	96,61	,044	,135	(,008; ,546)

Mean responden pria untuk tingkat intelektualitas sebesar 5.5230 sedangkan mean untuk responden wanita sebesar 5.2460. Perbedaan keduanya sebesar .2770. Nilai 2 tailed sig yang dihasilkan untuk variabel tingkat intelektualitas sebesar .044 pada alpha 0.05. Karena nilai alpha lebih besar dibandingkan tingkat intelektualitas, bisa disimpulkan bahwa perbedaan nilai rata-rata untuk kedua sampel itu signifikan. Berarti H_1 yang menyatakan ada perbedaan skor rata-rata antara responden pria dan wanita diterima sedangkan H_0 yang menyatakan tidak ada perbedaan antara keduanya ditolak.

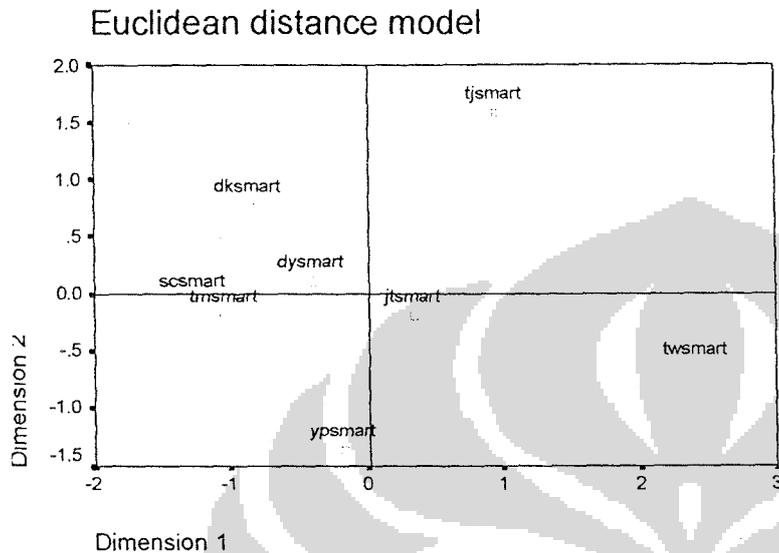
VI. perbandingan image antara responden pria dan wanita

1. Perbandingan tingkat intelektualitas

Gambar 17. Persepsi responden pria thd tingkat intelektualitas newscaster



Gambar 18: persepsi responden wanita thd tingkat intelektualitas newscaster
Derived Stimulus Configuration



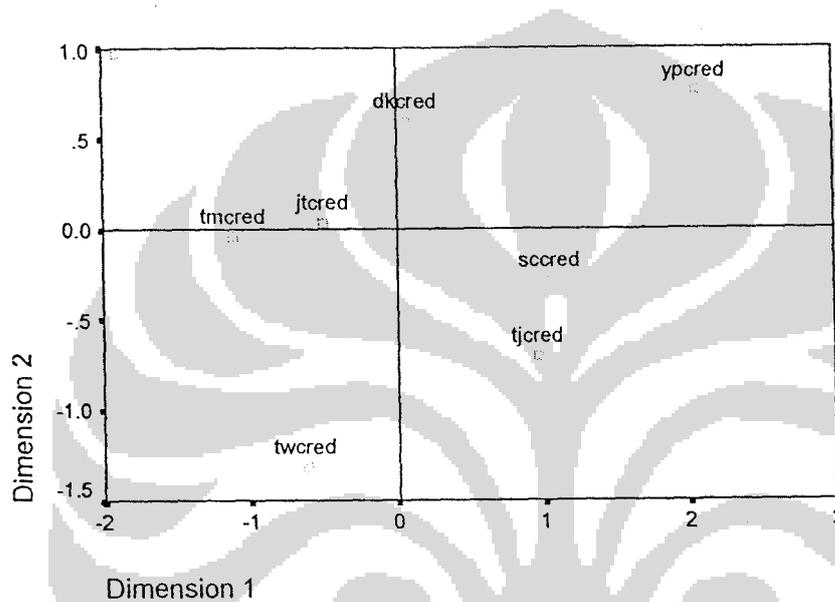
Perbedaan yang paling terlihat adalah posisi *newscaster* yang memiliki tingkat intelektualitas paling tinggi.

Sedangkan posisi *newscaster* yang memiliki tingkat intelektualitas tertinggi menurut responden wanita adalah Tjandra Wibowo. Teguh Juwarno berada di urutan kedua dan Jeremy Teti ke-3. Urutan selanjutnya adalah Yan Partawijaya, Dewi Yudhomiranti, Dentamira Kusuma, Tuti Marlina dan Shanta Curanggana sebagai *newscaster* dengan tingkat intelektualitas terendah.

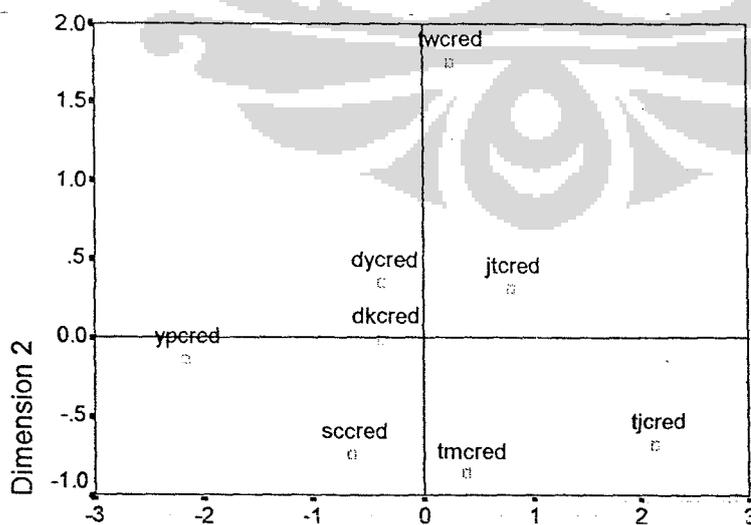
Responden pria memposisikan Teguh Juwarno sebagai *newscaster* dengan tingkat intelektualitas tertinggi, dan Tjandra berada di urutan kedua sedangkan Dewi di urutan ketiga. Yan Partawijaya yang dipersepsikan responden perempuan di urutan keempat ternyata diposisikan di nomor 7 oleh responden pria. Baik responden pria maupun wanita memposisikan Shanta Curanggana sebagai *newscaster* dengan tingkat intelektualitas terendah.

2. Perbandingan image credibility/competence

gambar 19 : Persepsi responden wanita tentang image credibility/competence newscaster



Gambar 20: persepsi responden pria ttg image credibility newscaster

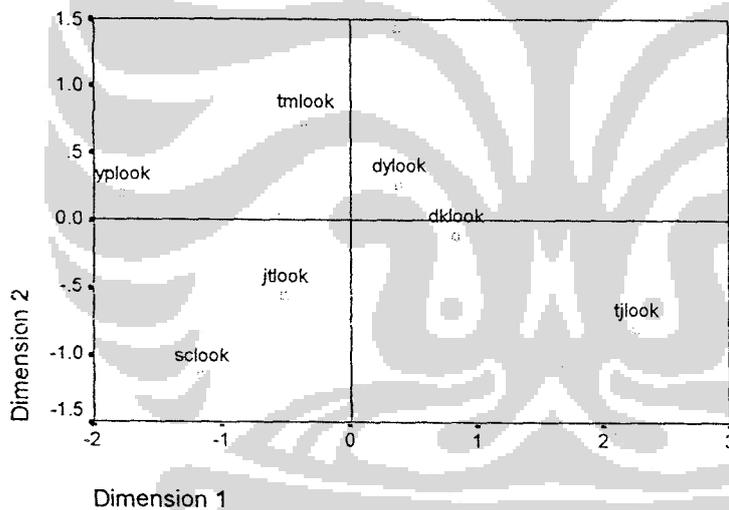


Kalau dibandingkan, terlihat perbedaan antara responden pria dan wanita dalam mempersepsi *newscaster* berdasarkan *image credibility*. Teguh misalnya, dipersepsikan responden pria berada di posisi pertama, sedangkan berdasarkan responden wanita, Teguh berada di posisi 5.

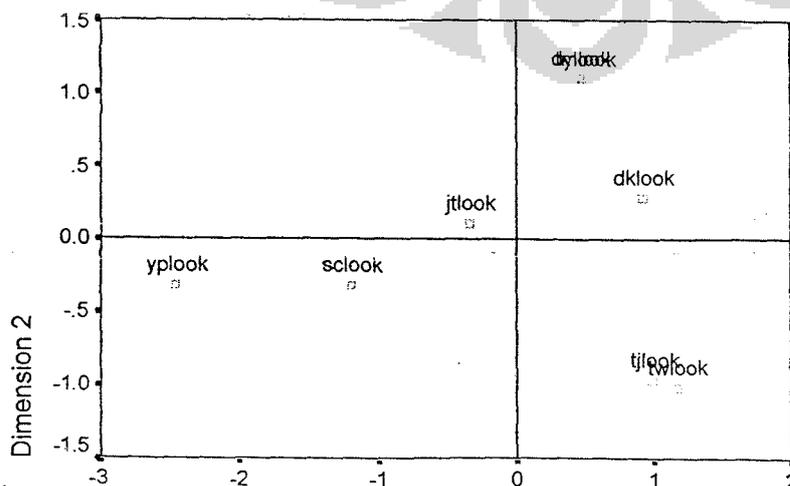
Tuti Marlina yang diposisikan responden wanita nomor 1 untuk *image credibility* malah diposisikan responden pria di nomor 3. Sedangkan Tjandra yang diposisikan responden wanita di nomor 2 malah diposisikan responden pria di urutan ke-5

3. Perbandingan tingkat penampilan fisik *newscaster*

*gambar 21: Persepsi responden pria tentang penampilan fisik *newscaster**



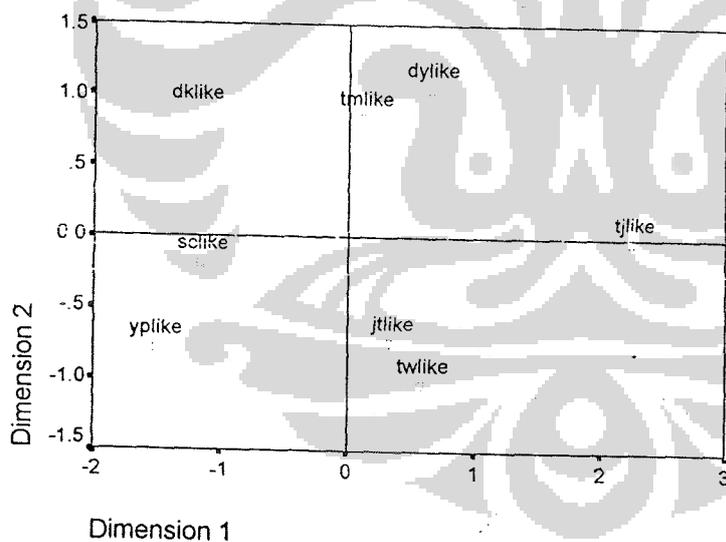
*Gambar 22: persepsi responden wanita ttg penampilan fisik *newscaster**



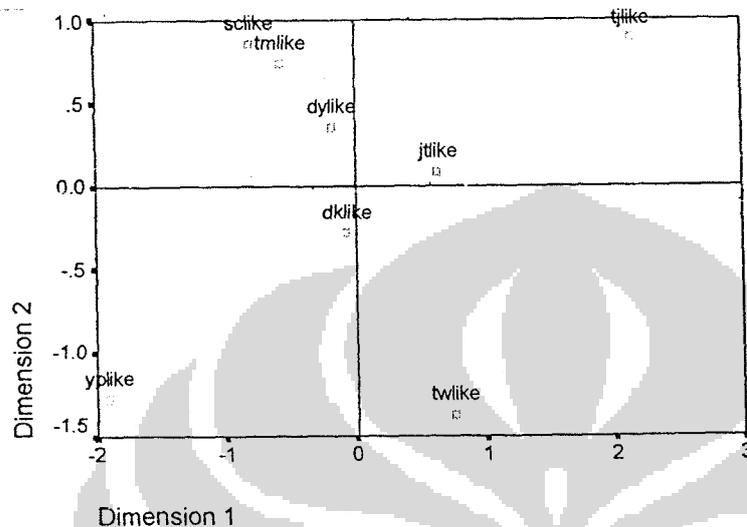
Bagi responde pria, *newscaster* yang paling menarik dari segi penampilan fisik adalah Tjandra Wibowo dan Teguh Juwarno di posisi kedua. Sedangkan bagi wanita, Teguh Juwarno adalah *newscaster* yang paling menarik dari segi penampilan fisiknya, disusul Dentamira Kusuma. Tjandra Wibowo berada di urutan ke-4. Sedangkan untuk *newscaster* lainnya, posisi mereka relatif sama. Yan Partawijaya lagi-lagi ditempatkan di posisi yang relatif paling rendah dibandingkan *newscaster* lainnya.

4. Perbandingan image likability

gambar 23: Persepsi responden pria tentang image likability newscaster



Gambar 24: Persepsi responden wanita tentang image likability



Hanya sedikit perbedaan yang bisa dilihat antara responden pria dan wanita untuk *image likability* ini. Perbedaan itu terlihat dari posisi Tjandra Wibowo yang ditempatkan di posisi ke-3 oleh responden wanita sedangkan oleh responden pria, dia ditempatkan di posisi 2. dewi Yudhomiranti yang diposisikan responden wanita berada di urutan ke-2 ternyata ditempatkan responden pria di urutan ke-5. Lalu Dentamira Kusuma yang hanya menempati urutan ke-6 menurut responden pria tapi ditempatkan di urutan ke-4 oleh responden pria.

Jeremy Teti diposisikan berbeda oleh responden pria (urutan ke-4) dan responden wanita (urutan ke-3) untuk *image likability*.

BAB V

DISKUSI, KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Penelitian ini melakukan penelitian pada dua jenjang analisa. Jenjang pertama adalah deskriptif. Tujuan jenjang pertama ini adalah untuk mendapatkan gambaran yang lebih terperinci mengenai gejala sosial tertentu. Jenjang kedua adalah eksplanatif yang bertujuan untuk menghubungkan suatu gejala sosial dengan gejala lainnya. Ada hipotesis yang akan diuji pada jenjang eksplanatif ini.

Ada dua hal penting yang diteliti pada jenjang deskriptif. Pertama adalah *image* reponden terhadap *newscast* atau program berita dan *image* responden terhadap *newscaster* atau pembawa acara berita di televisi.

Pada jenjang analisa eksplanatif dipakai metode **T -test**. Tujuannya untuk melihat ada atau tidak perbedaan yang signifikan antara pria dan wanita sehubungan dengan persepsi mereka terhadap program berita dan pembawa acara berita.

Tujuh program berita yang dianalisa dalam penelitian ini adalah Seputar Indonesia (RCTI), Liputan 6 (SCTV), Lintas 5 (TPI), Fokus (Indosiar), Cakrawala (ANTEVE), Berita Nasional (TVRI) dan Dunia Dalam Berita (TVRI).

Ketujuh program berita itu dibandingkan satu sama lain dengan menggunakan dua variable: daya tarik program berita dan kredibilitas program berita.

Prosedur MDS juga dipakai untuk membandingkan delapan newscaster. Delapan newscaster yang dibandingkan adalah Teguh Juwarno (RCTI), Shanta Curanggana (ANTEVE), Tuti Marlina (ANTEVE), Tjandra Wibowo (SCTV), Jeremy Teti (SCTV), Yan Partawijaya (TVRI), Dewi Yudhomiranti (Indosiar) dan Dentamira Kusuma (TPI).

Yang dibandingkan antara ke-8 *newscaster* ini adalah *image* mereka menurut responden atau bagaimana kesan responden terhadap mereka. *Image* itu sendiri bisa sangat beragam tergantung dari sudut pandang responden. Karena itu, *image* terhadap *newscaster* dalam penelitian ini dibatasi menjadi *image likability, dominance, credibility/competence, interpersonal attractiveness*, penampilan fisik dan intelektualitas *newscaster*.

Metode yang dipakai sehubungan dengan hal ini adalah *Multi Dimensional Scaling* (MDS). Sebelumnya, prosedur *factor analysis* dan *reliability analysis* diterapkan untuk menjamin dipakainya indikator-indikator yang valid dan reliabel.

MDS adalah metode analisa yang sering dipakai dalam *marketing research* untuk mengetahui posisi suatu produk atau brand dalam pikiran responden. *Image measurement* adalah variasi dari aplikasi marketing yang bisa dilakukan dengan teknik MDS. Dalam penelitian ini *brand* atau produk itu adalah program berita dan pembawa acara berita (*newscaster*). Posisi program berita dan pembawa acara berita dalam pikiran *audience* adalah dua hal yang akan dijelaskan melalui MDS.

Daya tarik program berita dioperasionalisasikan sebagai kemampuan program berita yang bersangkutan untuk menarik perhatian *audience* agar mau menonton program yang bersangkutan, terus mengikuti program tersebut, membuat program berita itu menjadi satu tontonan yang menarik, menghibur dan tidak membosankan. Sedangkan kredibilitas

dioperasionalisasikan sebagai sejauh mana program yang bersangkutan mampu menyajikan dirinya dihadapan *audience* sebagai program yang dapat dipercaya dan objektif

Secara umum, persepsi responden terhadap program berita berdasarkan variabel daya tarik dan kredibilitasnya dapat digambarkan sebagai berikut:

Liputan 6 adalah program berita yang dipersepsikan paling tinggi tingkat kredibilitasnya. Dengan kata lain, responden menganggap Liputan 6 sebagai program yang relatif paling dapat dipercaya berita-beritanya, relatif paling objektif, relatif paling meyakinkan fakta-fakta yang disajikannya, relatif paling tidak ada manipulasi dan relatif paling akurat. Selain itu, Liputan 6 juga dipersepsikan paling menarik. Program berita ini dianggap paling tidak membosankan, menghibur, memiliki cara penyajian yang paling menarik, dan mampu membuat penonton bersedia mengikuti terus program berita ini.

Seputar Indonesia berada di urutan kedua dari segi kredibilitas dan daya tarik. Kemudian diikuti oleh Fokus, program berita Indosiar yang disajikan setiap pukul 16.30. Cakrawala yang lebih mengkhususkan berita-berita seputar jabotabek yang terjadi sehari-hari berada di urutan ke-4 setelah Liputan 6, Seputar Indonesia dan Cakrawala.

Lintas 5 berada di urutan berikutnya setelah Cakrawala. Dua program berita yang paling rendah tingkat kredibilitas dan daya tariknya adalah Dunia Dalam Berita dan Berita Nasional.

Similarity judgments atau perkiraan kemiripan bisa dilakukan dengan melihat posisi masing-masing stimulus di peta spatial. *Distances* atau jarak bisa dijadikan indikasi ada atau tidak kemiripan antara stimulus yang satu dengan lainnya. Semakin dekat jarak antara stimulus, semakin besar kesamaan antara stimulus-stimulus tersebut.

Stimulus-stimulus yang memiliki jarak relatif dekat memiliki tingkat kompetisi yang relatif lebih tinggi dibandingkan stimulus-stimulus yang memiliki jarak relatif jauh.⁵¹

Seputar Indonesia dan Liputan 6 memiliki jarak relatif dekat. Bisa dinyatakan bahwa kedua program berita ini dipersepsikan responden memiliki kemiripan dan saling berkompetisi satu sama lain. Tingkat kompetisi antara kedua program ini lebih tinggi dibandingkan dengan program berita lain.

Fokus dan Cakrawala juga memiliki jarak yang relatif dekat. Kedua program ini dipersepsikan responden paling memiliki kemiripan satu sama lain dibandingkan dengan program-program lainnya. Selain itu, dibandingkan program-program berita lainnya, tingkat kompetisi antara Cakrawala dan Fokus paling tinggi. Dengan kata lain, Cakrawala paling berkompetisi dengan Fokus dan sebaliknya dibandingkan Fokus dan Cakrawala dengan program-program berita lain.

Lintas 5 dipersepsikan responden paling berbeda dibandingkan keenam program berita lain. Setidaknya dalam hal tingkat daya tarik dan kredibilitas program. Tidak ada program berita lain yang mirip dengan Lintas 5.

Berita Nasional dan Dunia Dalam Berita dipersepsikan responden paling memiliki kesamaan. Posisi mereka yang relatif dekat membuktikan hal tersebut. Baik Berita Nasional dan Dunia Dalam Berita dipersepsikan negatif oleh responden. Kedua program berita ini sama-sama dipersepsikan responden memiliki mutu dan kualitas yang lebih rendah dibandingkan program berita lainnya.

Tentang *image newscaster*, secara umum Teguh Juwarno adalah *newscaster* yang dipersepsikan responden relatif paling positif dibandingkan *newscaster* lainnya. Hanya

⁵¹ Naresh K. Malhotra, *ibid.*, hal. 703

ditipe *image dominance* saja, Teguh sedikit lebih rendah dibandingkan Tjandra Wibowo. Selebihnya, Teguh selalu berada di urutan pertama untuk setiap tipe *image*.

Yan Partawijaya kebalikan dari Teguh. Dia hampir selalu dipersepsikan responden relatif paling negatif dibandingkan newscaster lainnya. Hanya di tipe *image dominance* saja posisinya relatif lebih baik. Namun, pada tipe *image* lain, posisinya selalu terendah.

Teguh Juwarno diposisikan responden sebagai *newscaster* yang relatif paling *likable*, relatif paling dominan, relatif paling tinggi daya tarik interpersonalnya, relatif paling kredibel/kompeten, relatif paling menarik dari segi penampilan fisik dan relatif paling tinggi tingkat intelektualitasnya dibandingkan newscaster lain. Posisi kedua ditempati Tjandra Wibowo dari SCTV. Posisi ketiga juga ditempati penyiar SCTV, Jeremy Teti. Dewi Yudhomiranti dari Indosiar dan Dentamira Kusuma dari TPI berada di posisi yang relatif sama. Terlihat dari posisi mereka di peta yang sangat dekat bahkan cenderung berimpit.

Posisi ke-6 dan ketujuh ditempat dua penyiar dari ANTEVE. Tuti Marlina di posisi ke-6 sedangkan Shanta Curanggana di posisi ketujuh. Posisi terakhir ditempati Yan Partawijaya dari TVRI. Yan dipersepsikan responden sebagai *newscaster* yang relatif paling tidak menarik dari segi penampilan fisik, paling rendah dari segi intelektualitas, paling tidak *likable*, secara interpersonal relatif paling tidak menarik, dan juga relatif paling tidak kredibel atau tidak kompeten dibandingkan *newscaster* lainnya.

Dari segi *image interpersonal attractiveness* dan *likability*, responden mempersepsikan Dewi Yudhomiranti, Dentamira Kusuma dan Tuti Marlina memiliki kesamaan satu sama lain. Shanta relatif dekat dengan mereka bertiga, walaupun berada pada posisi yang lebih rendah. Teguh dan Jeremy memiliki posisi yang relatif dekat. Ada

kemiripan antara Teguh dan Jeremy dari dua tipe *image* itu. Tjandra dan Yan sama-sama berada pada posisi yang relatif jauh dengan *newscaster* lainnya. Dari sini bisa dinyatakan bahwa mereka berdua dipersepsikan reponden paling berbeda dengan *newscaster* lain. Diantara mereka berdua pun tidak ada kemiripan sama sekali.

Karena interpretasi output MDS dilakukan per kuadran, maka kesamaan antara *newscaster* berdasarkan posisi mereka di peta spatial juga harus dilihat per kuadran. Dengan begitu, bisa disimpulkan bahwa Dewi dan Denta dipersepsikan responden memiliki kesamaan baik dari segi penampilan fisik dan intelektualitas. Tjandra juga dipersepsikan relatif memiliki persamaan dengan mereka. Hanya saja Tjandra dipersepsikan responden lebih tinggi tingkat intelektualitas dan penampilan fisiknya. Mereka selain berada di kuadran yang sama, juga berada pada posisi yang berdekatan. Begitu juga dengan Tuti dan Jeremy. Yan dipersepsikan responden paling berbeda dibandingkan *newscaster* lainnya. Begitu juga dengan Teguh Juwarno.

Dentamira Kusuma, Dewi Yudhomiranti dan Tuti Marlina dipersepsikan responden memiliki kesamaan, setidaknya untuk tipe *image dominance/credibility*. Shanta relatif dekat posisinya dengan mereka, walaupun lebih rendah tingkat kredibilitas dan dominannya. Yan lagi-lagi dipersepsikan responden sebagai *newscaster* yang relatif paling berbeda dibandingkan *newscaster-newscaster* lainnya. Tjandra, Teguh dan Jeremy memiliki tingkat kredibilitas dan dominan yang lebih tinggi dibandingkan *newscaster* lainnya. Jeremy relatif lebih dekat/lebih mirip dengan Teguh dibandingkan ke Tjandra.

Dari bagian tinjauan teoritis telah dijelaskan bahwa pria cenderung mempersepsikan *newscaster* wanita lebih rendah dibandingkan *newscaster* pria. Dari sini kemudian timbul pertanyaan, bagaimana reponden wanita mempersepsikan *newscaster*?

Adakah perbedaan ketika responden pria dan wanita mempersepsikan *newscaster*? Ada atau tidaknya perbedaan itu dapat dibuktikan dengan T- test. Hasil pengujian T- test terhadap dua macam sampel (pria dan wanita), untuk tipe *image* yang diajukan dalam penelitian ini membuktikan bahwa perbedaan yang signifikan antara persepsi responden pria dan responden wanita terdapat pada: penampilan fisik, intelektualitas, *likability* dan *credibility/competence*.

Supaya perbedaan yang ada terlihat dengan jelas, persepsi responden pria dan responden wanita kemudian dipetakan untuk ke-4 tipe *image* tadi. Hasil perbandingan *output* MDS untuk masing-masing responden menunjukkan adanya perbedaan antara persepsi responden pria dan wanita. Perbedaan itu terutama terlihat dari posisi tiap-tiap *newscaster* untuk masing-masing tipe *image*. Dari keempat tipe *image* itu terlihat bahwa responden pria mempersepsikan *newscaster* pria lebih tinggi dibandingkan *newscaster* wanita. Tidak seluruh *newscaster* pria dipersepsikan lebih tinggi dibandingkan wanita memang. Tapi, responden pria selalu meletakkan *newscaster* pria di posisi tertinggi pada masing-masing tipe *image*.

Responden pria mempersepsikan Teguh Juwarno sebagai *newscaster* yang terkesan paling tinggi tingkat intelektualitasnya. Setelah Teguh, baru Tjandra di posisi kedua, kemudian disusul Dewi, Jeremy, Tuti, Dentamira, Shanta dan Yan di urutan terakhir.

Responden pria juga menempatkan *newscaster* pria (Teguh Juwarno dan Jeremy Teti) sebagai *newscaster* yang paling tinggi tingkat kredibilitasnya. Setelah Teguh dan Jeremy, baru kemudian Tjandra, Tuti, Dewi, Denta dan Shanta Curanggana. Yan Partawijaya lagi-lagi berada di urutan terakhir.

Teguh Juwarno juga dipersepsikan responden pria sebagai *newscaster* yang paling menarik dari segi penampilan fisik. Tapi, ketiga *newscaster* pria lainnya dipersepsikan responden pria relatif kurang menarik bila dibandingkan *newscaster-newscaster* wanita lainnya.

Untuk image *likability*, responden pria lagi-lagi menempatkan *newscaster* pria (Teguh Juwarno) sebagai *newscaster* yang paling *likable*. Namun, Ketiga *newscaster* pria lainnya (kecuali Jeremy Teti) dipersepsikan responden sebagai *newscaster* yang relatif kurang *likable* bila dibandingkan *newscaster* wanita.

Berbeda dengan responden wanita. Responden wanita tidak selalu mempersepsikan *newscaster* wanita relatif lebih tinggi dibandingkan *newscaster* pria. Teguh Juwarno dipersepsikan responden wanita relatif paling *likable*, sebagaimana halnya responden pria yang mempersepsikan Teguh Juwarno sebagai *newscaster* paling *likable*.

Mengenai penampilan fisik, responden wanita mempersepsikan Tjandra sebagai *newscaster* yang paling menarik dari segi penampilan fisik. Tapi, kalau dari segi penampilan fisik, berdasarkan peta spatial, diketahui bahwa Teguh dan Tjandra dipersepsikan responden memiliki kesamaan. Ini bisa dilihat dari dekatnya posisi antara keduanya, bahkan hampir berimpit.

Namun, dari segi kredibilitas dan kompetensi, terlihat bahwa responden wanita mempersepsikan *newscaster* wanita (Tjandra dan Tuti) lebih terkesan kredibel dan kompeten dibandingkan *newscaster* pria. Jeremy Teti dipersepsikan responden wanita sebagai *newscaster* yang terkesan relatif kurang kredibel bila dibandingkan Tjandra dan Tuti.

Kalau responden pria mempersepsikan Teguh Juwarno sebagai *newscaster* yang terkesan paling intelek dan Tjandra Wibowo berada di posisi kedua. Maka yang terjadi pada responden wanita adalah kebalikannya. Tjandra dipersepsikan responden wanita lebih tinggi tingkat intelektualitasnya dibandingkan Teguh Juwarno.

II. DISKUSI

Ada beberapa fenomena yang bisa ditarik dari penelitian ini:

- Dua faktor paling penting dari sebuah program berita menurut responden berkaitan isi program berita, yaitu kedalaman informasi dan keragaman informasi yang diperoleh.
- Program berita sudah seharusnya menjadi sesuatu yang paling tinggi derajat kebenarannya dibandingkan program televisi lainnya. Berbagai informasi tentang berbagai macam peristiwa terangkum di sini. Hal ini juga sejalan dengan *polling* pendapat responden yang menyatakan bahwa percaya atau tidaknya responden terhadap program berita yang bersangkutan akan menentukan ditonton atau tidaknya program berita tersebut.
- Penilaian responden terhadap program berita televisi swasta relatif lebih tinggi dibandingkan program berita televisi pemerintah setidaknya dalam hal, kredibilitas dan daya tarik. Memang hanya ada dua dari tujuh stimulus/program berita yang dianalisa dalam penelitian berasal dari stasiun televisi pemerintah ini, yaitu Dunia Dalam Berita dan Berita Nasional sementara program berita televisi swasta diwakili oleh lima program berita.

- Kemampuan stasiun televisi swasta untuk membuat program berita yang diproduksinya menarik dari segi tontonan dan dapat dipercaya relatif lebih tinggi dibandingkan stasiun televisi pemerintah.
- Agak sulit sebenarnya bagi responden untuk menilai bagaimana karakter seseorang yang sebenarnya, bila frekuensi bertemu dan berhubungan sangat jarang. Dalam kasus ini, responden bahkan mungkin belum pernah bertatap muka secara langsung dengan *newscaster* yang bersangkutan, apalagi bercakap-cakap dengannya. Karena itu yang lebih ditekankan dalam penelitian ini adalah bagaimana kesan atau persepsi responden terhadap *newscaster* berdasarkan tipe *image* yang ditentukan.
- Ada konsistensi antara posisi dan urutan program berita dengan posisi dan urutan penyiar beritanya di benak responden. Liputan 6 dari SCTV dan Seputar Indonesia dari RCTI adalah dua program berita yang posisinya menurut persepsi responden relatif paling tinggi. Hal ini juga berlaku bagi penyiar beritanya. Teguh Juwarno, penyiar berita Seputar Indonesia RCTI dan Tjandra Wibowo, penyiar berita Liputan 6 SCTV juga memiliki posisi yang relatif paling tinggi dibandingkan penyiar berita lainnya. Jeremy Teti yang menempati posisi relatif lebih rendah dari Tjandra (posisi ketiga) juga penyiar berita Liputan 6 SCTV. Dari stasiun TVRI, baik penyiar maupun program beritanya menempati posisi yang relatif paling rendah. Yan Partawijaya dari TVRI dipersepsikan responden memiliki posisi yang relatif paling rendah begitu juga dengan program berita produksi TVRI, Dunia Dalam Berita dan Berita Nasional, dipersepsikan responden berada pada posisi paling rendah.
- Program berita yang dipersepsikan responden paling memiliki kesamaan dan karenanya memiliki tingkat kompetisi antara program berita yang relatif paling ketat terjadi antara

Seputar Indonesia dengan Liputan 6 dan antara Fokus dengan Cakrawala. Kesamaan dan tingkat kompetisi ini terjadi juga pada *newscaster* program berita yang bersangkutan, setidaknya antara Jeremy Teti (Liputan 6), Tjandra Wibowo (Liputan 6) dan Teguh Juwarno (Seputar Indonesia). Kesamaan dan tingkat kompetisi ini juga terjadi antara Tuti Marlina (Anteve), Dewi Yudhomiranti (Fokus) dengan Dentamira Kusuma (TPI).

- Ketika analisa dilakukan untuk masing-masing tipe *image*, terlihat konsistensi persepsi responden untuk tiap-tiap *newscaster*. Persepsi responden yang ekstrim (pada titik dimana persepsi paling positif dan titik dimana persepsi paling negatif) ditempati oleh *newscaster* yang sama. *Newscaster* yang berada di antara ke-2 titik itu juga relatif sama.
- Persepsi responden untuk *newscaster* yang berasal dari program berita yang sama relatif berbeda setidaknya untuk ke-6 tipe *image* yang dianalisa dalam penelitian ini. Memang hanya ada dua program berita yang memiliki dua wakil *newscaster* dalam penelitian ini, yaitu Tjandra Wibowo dengan Jeremy Teti dari Liputan 6 SCTV dan Tuti Marlina dengan Shanta Curanggana dari Cakrawala Anteve. *Newscaster* yang satu ditempatkan lebih rendah dibandingkan lainnya. Posisi antara *newscaster-newscaster* ini juga relatif tidak dekat. Tidak dekatnya posisi antara dua stimulus atau lebih dalam peta spatial MDS menunjukkan perbedaan antara stimulus-stimulus tersebut.
- Persepsi responden terhadap *newscaster-newscaster* pria tidak lebih tinggi dibandingkan *newscaster-newscaster* wanita, walaupun posisi tertinggi untuk ke-6 tipe *image* itu ditempati oleh *newscaster* pria (Teguh Juwarno). Tapi, ada beberapa

newscaster pria, untuk beberapa tipe *image*, yang dipersepsikan responden lebih rendah dibandingkan *newscaster* wanita (Yan P dan Shanta C).

II. KESIMPULAN

1. Responden sangat selektif dalam memilih program berita mana yang akan disaksikan. Mereka umumnya sudah memiliki pilihan utama program berita dari sekian program berita yang ada. Ketika pilihan sudah ditentukan, mereka umumnya akan “tetap setia” pada program berita tersebut, walaupun mereka juga menonton program berita lain yang jam tayangnya berbeda atau ketika menonton program berita pilihan itu mereka menonton program berita lain yang waktunya bersamaan. Pilihan utama program berita mereka tetap sama. Program berita yang dipilih adalah program yang menurut mereka paling baik. Kecenderungan responden, program berita yang sering mereka saksikan akan dipersepsikan relatif lebih baik dari program berita yang jarang/tidak pernah mereka saksikan.
2. Persepsi responden terhadap program berita berdasarkan output MDS seakan terpatok menjadi dua, program berita produksi stasiun televisi swasta dan program berita produksi stasiun televisi pemerintah.
3. Faktor-faktor terpenting yang paling diperhatikan responden dari satu program berita justru terletak pada isi program berita itu sendiri.
4. Ketika *audience* ingin menyaksikan suatu program berita, yang diinginkan adalah isi berita yang beragam atau variatif dan mendalam. Percaya atau tidaknya *audience* terhadap suatu isi program berita adalah faktor terpenting berikutnya. Dengan kata lain, yang mereka harapkan ketika menyaksikan program berita adalah dikupasnya suatu

peristiwa secara menyeluruh dan menggambarkan realitas yang sebenarnya. Hal-hal inilah yang paling penting bagi responden. Ketika ketiga hal ini dihubungkan dengan preferensi program berita televisi mereka, terlihat bahwa yang paling memenuhi ketiga faktor penting ini adalah Liputan 6 dan Seputar Indonesia. Kedua program berita ini paling banyak dipilih penonton.

5. Kredibilitas dan daya tarik program berita mempengaruhi preferensi program berita responden. Kredibel atau tidaknya suatu program berita di mata *audience* jelas akan mempengaruhi kadar kepercayaan terhadap program berita yang bersangkutan. Sedangkan penampilan secara keseluruhan akan menentukan apakah program berita itu mampu menarik dan “mengikat” penonton untuk terus menyaksikan program berita tersebut. Program berita dengan tingkat kredibilitas dan daya tarik yang tinggi akan lebih banyak dipilih *audience*.
6. Kemampuan televisi pemerintah dalam menampilkan programnya sedemikian rupa sehingga menjadi tontonan yang menarik relatif kurang dibandingkan televisi swasta.
7. Daya tarik suatu program berita bisa bersumber dari *angle* pemberitaan program berita yang bersangkutan. Hal ini juga yang dapat membuat program berita dari televisi swasta dipersepsikan responden lebih menarik daripada program berita televisi pemerintah (TVRI). *Angle* pemberitaan TV swasta sangat berbeda dengan TVRI. TVRI lebih banyak mengambil realitas sosial perilaku birokrasi dan pembangunan. Sedangkan *angle* program berita televisi swasta lebih banyak mengambil realitas sosial yang berdimensi sosial, politik, dan juga ekonomi. *Stories about government have no wiggle*, demikian Donna Woolfolk Cross dalam bukunya, mengutip perkataan seorang eksekutif pemberitaan.

8. Dari poin kesimpulan no. 7 kemudian timbul pertanyaan berikut: mengapa Dunia Dalam Berita, sama dengan Berita Nasional, dipersepsikan rendah dalam hal kredibilitas padahal materi yang disajikan Dunia Dalam Berita kebanyakan berita-berita mancanegara dan bukan tentang kegiatan pemerintah lokal. Dari kasus Dunia Dalam Berita ini bisa ditarik kesimpulan bahwa ada faktor lain selain isi pemberitaan yang mempengaruhi persepsi *audience*. Diduga, hal ini ada hubungannya dengan persepsi *audience* terhadap *image* stasiun televisi yang memproduksinya. Kredibilitas stasiun televisi sedikit banyak mempengaruhi kredibilitas program berita yang diproduksinya. Rendahnya tingkat kredibilitas Berita Nasional dan Dunia Dalam Berita bisa jadi karena selama ini TVRI (stasiun televisi yang memproduksi dua program berita ini) dianggap sebagai corong suaranya pemerintah, alat propaganda pemerintah dan berfungsi untuk menciptakan *image* yang baik dari pemerintah. Program yang disajikan juga cenderung lebih dianggap sebagai suara pemerintah dibandingkan suara “kebenaran”.⁵² Hal ini sejalan dengan pendapat Abar dan Mulyana bahwa TV swasta bisa bersuara lebih vokal dibandingkan TV pemerintah karena sifatnya yang kapital yang memang tidak bisa dilepaskan dari *state power*.⁵³ Vardhana (1997) dalam bukunya “Kemelut PDI di Layar televisi” juga menjelaskan bahwa peranan penguasa sangat menonjol dalam pengaturan media massa.⁵⁴ Pengaruh pemerintah tentunya terjadi juga pada program beritanya. Ini bisa menjelaskan rendahnya persepsi responden terhadap kredibilitas program-program berita TVRI. Berita Nasional dan Dunia Dalam Berita dipersepsikan responden relatif paling tidak dapat dipercaya, relatif paling tinggi tingkat

⁵² Priyo Soemandoyo, *ibid*, hal. 43.

⁵³ *ibid*, hal. 26-27

⁵⁴ Priyo Soemandoro, *ibid*, hal. 31.

manipulasinya, relatif paling tidak meyakinkan fakta-fakta yang disajikan dibandingkan program berita televisi lainnya yang kebetulan berasal dari stasiun televisi swasta. Image stasiun TVRI yang seperti itu tampaknya masih hidup sampai sekarang. Membuat sebagian besar responden tidak percaya isi berita yang disajikan karena dianggap tidak netral, tidak objektif, ada manipulasi karena cenderung menutupi kekurangan-kekurangan tidak kredibel dan karenanya tidak dapat dipercaya. Hal ini tentunya akan mempengaruhi persepsi *audience* terhadap *image* program berita yang berasal dari TVRI secara keseluruhan. Program Dunia Dalam Berita yang sebenarnya lebih banyak memberitakan berita-berita mancanegara daripada berita-berita tentang pemerintah juga dipersepsikan responden tidak menarik dan tidak kredibel.

9. Ditonton atau tidaknya suatu program berita bukan ditentukan oleh *newscaster*. Namun, bukan berarti *newscaster* tidak memegang peranan yang penting dalam keseluruhan program berita karena kualitas hasil akhir suatu program berita ada ditangannya. Penilaian *audience* terhadap program berita ditentukan juga oleh *newscaster*.
10. Agak sulit untuk menentukan mengapa seorang *newscaster* bisa dipersepsikan lebih rendah atau lebih tinggi dibandingkan yang lainnya. Ada beberapa kemungkinan, yang pertama adalah karena *image* stasiun televisi yang memproduksi program berita tersebut. Pada bagian kesimpulan poin 7 telah dijelaskan panjang lebar mengenai hubungan kedua hal tersebut. Jadi, bisa saja karena *image* stasiun televisi itu sendiri sudah negatif di mata responden sehingga program beritanya juga dipersepsikan negatif. Hal ini kemudian berimbas kepada *newscaster*-nya. Sang *newscaster* akibatnya juga dipersepsikan negatif. Hasil penelitian ini memang menunjukkan bahwa persepsi terhadap program berita yang sering mereka saksikan sejalan dengan persepsi terhadap

newscaster dari program berita yang bersangkutan. Dengan kata lain, bila persepsi mereka terhadap program berita tersebut baik, maka penilaian mereka terhadap *newscaster* tersebut juga baik. *Newscaster* yang sering mereka saksikan di layar televisi akan dipersepsikan relatif lebih baik dari *newscaster* yang jarang mereka lihat. Tapi dipihak lain, *newscaster* adalah manusia juga yang memiliki gaya dan kepribadian tersendiri. Penampilan mereka sedikit banyak berbeda satu dengan lainnya. Persepsi itu sendiri pada hakikatnya adalah interpretasi terhadap suatu objek/stimuli atau penciptaan *image-image* internal terhadap objek atau *event-event* tertentu. *Image* terhadap suatu objek adalah hasil pengamatan. Dengan kata lain, penilaian responden terhadap *newscaster* bisa juga dipengaruhi oleh penampilan dan karakter *newscaster* tersebut saat mereka membacakan berita. Bisa disimpulkan, bahwa kedua faktor tersebut (stasiun televisi/program berita dan penampilan/karakter *newscaster*) memiliki andil dalam membentuk *image audience* terhadap *newscaster*. Namun, seberapa besar kontribusi masing-masing faktor terhadap *image* yang terbentuk memerlukan penelitian lebih jauh.

11. Ada delapan *newscaster* yang dibandingkan dalam penelitian ini. Responden sendiri memiliki *newscaster* favorit dimana *newscaster* yang satu lebih disukai dibandingkan lainnya. *Newscaster* favorit itu akan dipersepsikan relatif lebih baik dibandingkan *newscaster* bukan favorit.

12. Masing-masing program berita tampaknya belum memiliki pakem sendiri tentang bagaimana program itu seharusnya disajikan *newscaster* dan bagaimana *newscaster* itu seharusnya membawakan berita yang bisa membedakan program berita tersebut dengan program berita lainnya. Tidak ada satu perbedaan antara pembawaan seorang

newscaster dibandingkan *newscaster* yang lainnya. Sesuatu yang khas sifatnya, setidaknya berdasarkan enam tipe *image* yang dianalisa dalam penelitian ini. Tidak terlihat juga penonjolan dari stasiun televisi pada salah satu dari keenam tipe *image* yang dianalisa dalam penelitian ini. Hal ini diketahui dari konsistennya posisi Teguh Juwarno dan Tjandra Wibowo di posisi teratas untuk seluruh tipe *image* yang ada juga posisi *newscaster-newscaster* lainnya, baik itu Shanta Curanggana, Dentamira Kusuma, Dewi Yudhomiranti, Tuti Marlina, Jeremy Teti, dan Yan Partawijaya. Yan Partawijaya selalu dipersepsikan responden relatif paling rendah dibandingkan *newscaster* lainnya. Hal ini membuat pembedaan gaya program berita yang satu dengan yang lainnya sulit dilakukan.

13. Pada jenjang eksplanatif, dilakukan t-test untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan antara responden pria dan wanita dalam hal persepsi terhadap *newscaster*. Hasil T- test menunjukkan bahwa perbedaan yang signifikan terjadi ketika responden pria dan wanita mempersepsi *image credibility/competence, likability*, penampilan fisik dan tingkat intelektualitas *newscaster*. Pada keempat tipe *image* itu, skor rata-rata responden pria lebih besar dari wanita. Ada kecenderungan bahwa responden pria memposisikan *newscaster* pria di posisi tertinggi untuk ke-4 tipe *image* tersebut. Namun, tidak bisa dipastikan bahwa persepsi responden pria yang seperti itu memang disebabkan karena masalah gender/jenis kelamin. Diperlukan tipe *image* yang lebih banyak lagi untuk memastikan bahwa jenis kelamin memang benar-benar mempengaruhi persepsi responden pria terhadap *image newscaster*.

III. IMPLIKASI PENELITIAN

III. 1. Implikasi teoritis

Walaupun tidak secara khusus, karena lebih menekankan pada “apa persepsi yang terbentuk”, penelitian ini sebenarnya membahas mengenai *message reception* (penerimaan pesan dari *source* ke *receiver*). *Source* dengan segala karakteristik dan kebutuhannya, mengirim pesan kepada *receiver* yang juga memiliki tujuan dan karakteristik yang unik. Satu hal yang harus diingat adalah bahwa *receiver* merupakan pihak yang memiliki tujuan, kebutuhan dan karakteristik yang khas. Objek, orang, event-event dll yang merupakan sumber dari *message*/pesan mencoba menarik perhatiannya. Tidak semuanya mendapatkan perhatian *receiver*. Akan ada proses seleksi lebih lanjut. Biasanya, *receiver* membuat prioritas terhadap informasi-informasi yang ada dan mengalokasikan seberapa besar perhatian yang diberikan untuknya. Proses persepsi terjadi ketika *receiver* sadar/aware akan stimulus-stimulus yang berseliweran kemudian mencoba mengorganisasikan dan menginterpretasi stimulus yang diterimanya. Karena banyaknya stimulus yang diterima, maka stimulus tersebut harus memiliki sesuatu sehingga dapat menangkap perhatian *receiver*. Yang jelas, stimulus tersebut harus mampu menarik perhatian dan mampu memenuhi nilai-nilai yang dimiliki *receiver*. Dalam penelitian ini, stimulus tersebut adalah program berita dan *newscaster*. Sehubungan dengan hal tersebut ada beberapa implikasi teoritis yang dapat ditarik:

- ✓ Kesan intim (*intimacy*) sangat penting diciptakan oleh *newscaster*. *Newscaster* harus sedemikian rupa menciptakan kesan bahwa dia seakan-akan sedang berbicara atau berkomunikasi langsung dengan *audience*. *Newscaster* yang bisa

menciptakan kedekatan/*immediacy* dengan *audience*-nya akan lebih dikenal *audience* dibandingkan yang *newscaster* yang tidak bisa menciptakan kesan intim tersebut.

- ✓ Dipilihnya seorang *newscaster* dibandingkan yang lain, persepsi terhadap *newscaster* yang relatif lebih tinggi dibandingkan *newscaster* lain merupakan hasil akumulasi dari berbagai faktor. Ada beberapa faktor yang bisa terdeteksi melalui penelitian ini. Misalnya program televisi yang bersangkutan, stasiun televisi dimana program tersebut bernaung
- ✓ *Impression management* merupakan faktor lain yang bisa menentukan seberapa besar perhatian yang akan diberikan *audience* terhadap *newscaster*-nya. Usaha untuk menciptakan kesan-kesan tertentu (yang positif tentunya) di mata responden mutlak dilakukan seorang *newscaster*. Televisi adalah media yang mampu menampilkan audio dan visual sekaligus. Karena itu, *impression management* menjadi sangat penting. Tiap-tiap program berita tentunya berusaha mengatur penampilan *newscasternya* sedemikian rupa sehingga mampu menciptakan kesan sesuai dengan yang diinginkan. Tidak ada stasiun televisi (atau program berita) yang ingin *newscaster*-nya terkesan negatif di mata *audience*. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada *newscaster* yang dipersepsikan positif dan ada yang dipersepsikan negatif. Hal ini kemungkinan besar terkait dengan kemampuan *newscaster* yang bersangkutan untuk menampilkan dirinya di mata responden. Jon Baggaley menyatakan bahwa kemampuan *newscaster* untuk memproyeksikan dirinya lebih penting dari kemampuan akademis *newscaster* itu sendiri. Setiap *newscaster* pasti melakukan *impression management*, tapi

seberapa kuat kesan tersebut terbentuk di benak *audience* sangat tergantung pada kemampuan masing-masing *newscaster*. *Newscaster* yang kemampuan proyeksi dirinya/melakukan *impression management* kuat akan lebih dikenal atau populer dibandingkan yang *newscaster* yang kurang atau tidak mampu melakukan hal tersebut.

III. 2. Implikasi Metodologis

Untuk penelitian selanjutnya, sangat penting untuk menyeleksi terlebih dulu atribut-atribut apa yang akan dijadikan patokan dalam menilai stimulus yang ada. Terutama bila yang dipakai adalah *derived approaches*, dimana peneliti itu sendiri yang menentukan sendiri atribut-atribut yang dipakai.

Penyederhanaan instrumen penelitian juga mutlak dilakukan peneliti sebelum turun lapangan. Instrumen penelitian yang terlalu banyak akan sangat membingungkan dan melelahkan responden, akibatnya bias dalam pengisian instrumen penelitian sangat mungkin terjadi.

III. 3. Implikasi Praktis

- ✓ Untuk dapat bersaing dengan program berita dari televisi swasta, mau tidak mau TVRI harus dapat mengubah image yang selama ini nampaknya telah sangat melekat di pikiran penonton, yaitu sebagai televisi milik pemerintah atau televisi yang menjadi corong pemerintah. Selama image ini masih melekat di stasiun TVRI, image program beritanya tidak akan membaik. Persepsi responden terhadap program-program berita TVRI juga tidak akan berubah.

- ✓ Untuk program-program berita yang bersaing ketat, memiliki jam tayang yang hampir bersamaan dan dari segi pemberitaan tidak jauh berbeda seperti Liputan 6 (petang) dan Seputar Indonesia (petang) dapat memanfaatkan kekuatan newscaster-nya untuk dapat menarik perhatian audience. Penonjolan karakter atau kepribadian si newscaster dapat lebih ditingkatkan lagi sehingga membuat newscaster yang bersangkutan lebih dikenal *audience*. Kalau ini sudah dilakukan, maka faktor *intimacy* (kedekatan antara *newscaster* dengan *audience*) lah yang dapat berperan menarik *audience* untuk terus setia kepada satu program berita dibandingkan dengan program berita lainnya.
- ✓ Hendaknya, potensi *newscaster* lebih digali lagi. Program berita yang hanya menjadikan newscaster-nya sebagai pembaca berita, tidak akan membawa keuntungan apapun pada program berita yang bersangkutan. Newscaster haruslah mampu menjadikan dirinya “*somebody*” dan bukan “*nobody*” di mata penontonnya. *Newscaster* yang dapat menjadikan dirinya “*somebody*” akan membuat dirinya dikenal dikalangan penonton. Hal ini akan memberikan pengaruh baik pada program berita yang dibawakannya.

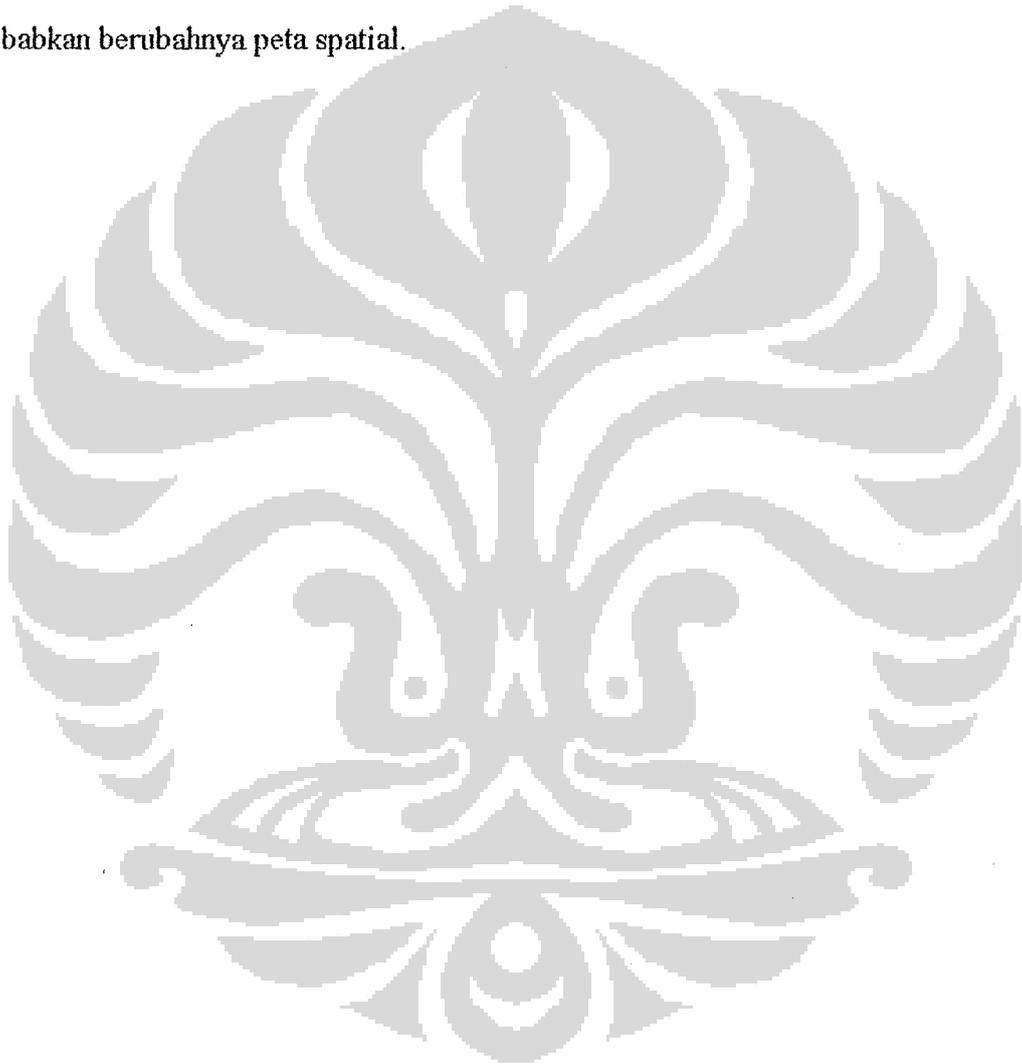
IV. KELEMAHAN PENELITIAN

- ✓ Jumlah sampel yang relatif kecil. Penelitian dengan menggunakan metode pemasaran seperti ini sebaiknya dilakukan terhadap jumlah sampel yang relatif lebih besar.
- ✓ Hanya sedikit tipe image yang ditampilkan dalam penelitian ini. Hanya enam tipe yang ditampilkan: penampilan fisik, intelektualitas, interpersonal attractiveness, likability, dominance, credibility/competence untuk image newscaster dan hanya dua tipe image untuk program berita, yaitu daya tarik dan kredibilitas. Hal ini dapat menyebabkan

perbedaan antara newscaster yang satu dengan lainnya atau antara program berita yang satu dengan lainnya menjadi kurang terlihat.

- ✓ Stimulus yang ditampilkan dalam penelitian ini terlalu sedikit. Hanya delapan stimulus atau newscaster yang ditampilkan sedangkan untuk program berita hanya ada tujuh stimulus/jenis. Jumlah stimulus yang dipakai akan mempengaruhi peta spasial yang terbentuk. Naresh K. Malhotra menyebutkan minimal 8 stimulus yang dibandingkan dengan menggunakan delapan stimulus. Jumlah yang sangat pas untuk newscaster. Sedangkan untuk program berita kurang, karena hanya tujuh stimulus yang ditampilkan untuk *image* program berita.
- ✓ Sulitnya untuk membuat indikator yang pasti dari masing-masing tipe *image*. Tipe *image* yang satu dengan lainnya cenderung mirip sehingga untuk membuat indikator yang benar-benar dapat membedakan sulit dilakukan.
- ✓ Jumlah pertanyaan yang diajukan terlalu banyak. Ada delapan *newscaster* yang dibandingkan dengan jumlah *image* untuk masing-masing *newscaster* 6 buah. Sedangkan untuk *newscast* ada tujuh *newscast* yang dibandingkan dengan dua tipe *image*. Banyaknya jumlah pertanyaan ini membuat kemungkinan terjadinya bias saat pengisian kuesioner menjadi besar.
- ✓ Berbedanya indikator yang valid dan reliabel untuk masing-masing tipe *image* antara satu *newscaster* dengan *newscaster* lain. Jalan tengahnya adalah mencari indikator yang valid dan reliabel untuk seluruh tipe *image* masing-masing *newscaster*. Akibatnya ada indikator-indikator yang sebenarnya kurang begitu valid dan reliabel dari satu tipe *image* seorang *newscaster/newscast* ikut disertakan dalam analisa MDS.

- ✓ Persepsi terhadap image penyiar berita dan program berita sebagaimana yang disajikan dalam penelitian ini pada dasarnya adalah penilaian subjektif responden yang sifatnya sangat relatif. Pemetaan yang terbentuk juga sangat relatif jadinya. Maksudnya, peta ini sangat rentan terhadap perubahan-perubahan. Perubahan stimulus dan atribut penelitian akan menyebabkan berubahnya peta spatial.



LAMPIRAN I

KUESIONER

1. Jenis kelamin: 1. Laki-laki 2. Perempuan
2. Penghasilan perbulan: a. < Rp 500.000 b. Rp 501.000- Rp 1.000.000
 c. Rp 1.000.001 - Rp 1.500.000 c. Rp 1.500.001 - Rp 3.000.000
 d. Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000 e. > Rp 5.000.001
3. Pekerjaan:
4. Pendidikan terakhir: a. Tidak sekolah b. SD c. SLTP d. SLTA
 e. Diploma f. Strata 1 g. Strata 2 (master) h. Strata 3 (Doktor)

PETUNJUK: BERI TANDA SILANG PADA SALAH SATU KATEGORI JAWABAN YANG MENURUT ANDA PALING MEWAKILI

a. Penampilan fisik newscaster?

- membosankan 1 2 3 4 5 6 7 menarik
 kuno 1 2 3 4 5 6 7 modern
 ketinggalan jaman 1 2 3 4 5 6 7 trendy
 jelek 1 2 3 4 5 6 7 cantik/tampan
 kurang cocok 1 2 3 4 5 6 7 pantas



Nama : Teguh Juwarno

b. Dimensi intelektual

- bodoh 1 2 3 4 5 6 7 cerdas
 kurang berpendidikan 1 2 3 4 5 6 7 intelek
 sempit wawasan 1 2 3 4 5 6 7 berwawasan luas
 minder 1 2 3 4 5 6 7 percaya diri
 gegabah 1 2 3 4 5 6 7 bijaksana
 pasif 1 2 3 4 5 6 7 aktif

KETERANGAN: SS (sangat setuju) S (setuju) N (netral)
 TS (tidak setuju) STS (sangat tidak setuju)

1. Mencerminkan orang yang terbuka	SS	S	N	TS	STS
2. Mampu menciptakan kedekatan dengan penonton	SS	S	N	TS	STS
3. Memiliki sifat yang terbuka	SS	S	N	TS	STS
4. Mampu menghidupkan suasana	SS	S	N	TS	STS
5. Berpenampilan sesuai selera penonton	SS	S	N	TS	STS
6. Mampu membuat penonton merasa dekat dengannya	SS	S	N	TS	STS
7. Memiliki suara yang menyenangkan	SS	S	N	TS	STS
8. Memiliki sikap yang ekspresif	SS	S	N	TS	STS
9. Memiliki sikap yang ramah	SS	S	N	TS	STS
10. Terkesan percaya diri	SS	S	N	TS	STS
11. Memiliki kepribadian yang mudah disukai orang lain	SS	S	N	TS	STS
12. Memiliki senyum yang tulus	SS	S	N	TS	STS
Interpersonal Attractiveness					
13. Menampilkan perilaku yang spontan	SS	S	N	TS	STS

14. Tidak terkesan dibuat-buat	SS	S	N	TS	STS
15. Memiliki suara yang terkesan hangat	SS	S	N	TS	STS
16. Mampu menyesuaikan tinggi rendah suara	SS	S	N	TS	STS
17. Memiliki wajah yang ekspresif	SS	S	N	TS	STS
18. Memiliki kesan orang yang murah senyum	SS	S	N	TS	STS
19. Terkesan memiliki sifat periang	SS	S	N	TS	STS
20. Memiliki sikap yang menyenangkan	SS	S	N	TS	STS
21. Tidak terkesan monoton ketika membacakan teks berita	SS	S	N	TS	STS
DOMINANCE					
22. Tidak terkesan takut-takut	SS	S	N	TS	STS
23. Tidak terkesan ragu-ragu	SS	S	N	TS	STS
24. Menyiratkan sebagai orang yang tegas	SS	S	N	TS	STS
25. Mampu berbicara dengan suara yang keras	SS	S	N	TS	STS
26. Tidak terkesan lembut	SS	S	N	TS	STS
27. Tidak berbicara dengan suara yang lembut	SS	S	N	TS	STS
28. Menampilkan kepribadian yang kuat	SS	S	N	TS	STS
29. Mampu menyiratkan kekuasaan	SS	S	N	TS	STS
30. Mampu menyiratkan kekuatan diri	SS	S	N	TS	STS
31. Sangat yakin pada diri sendiri	SS	S	N	TS	STS
32. Penuh percaya diri	SS	S	N	TS	STS
33. Kharismatik	SS	S	N	TS	STS
34. Menampilkan kesan terpercaya	SS	S	N	TS	STS
35. Menampilkan kesan yang meyakinkan	SS	S	N	TS	STS
36. Memiliki kemampuan mempengaruhi orang lain	SS	S	N	TS	STS
Credibility/Competence					
37. Mampu bersikap tenang	SS	S	N	TS	STS
38. Mampu berbicara dengan tenang	SS	S	N	TS	STS
39. Mampu membuat penonton tetap tenang, apapun berita yang disampaikan	SS	S	N	TS	STS
40. Mampu menyesuaikan mimik muka dengan isi berita	SS	S	N	TS	STS
41. Mampu berbicara dengan jelas	SS	S	N	TS	STS
42. Mampu menyesuaikan gaya bicara dengan isi berita	SS	S	N	TS	STS
43. Mampu membuat suasana menjadi santai	SS	S	N	TS	STS
44. Mampu menyampaikan informasi dgn cara yg mudah dimengerti	SS	S	N	TS	STS
45. Mampu membuat penonton percaya isi berita yg disampaikan	SS	S	N	TS	STS
46. Mampu membuat penonton tidak merasa bosan	SS	S	N	TS	STS
47. Mampu membuat penonton tertarik terus mengikuti berita	SS	S	N	TS	STS
48. Mampu menampilkan ekspresi emosional tertentu sesuai isi berita	SS	S	N	TS	STS
49. Mampu menciptakan kesan seakan sdg berbicara dgn penonton	SS	S	N	TS	STS
50. Mampu menyesuaikan gerak tubuh dengan isi berita	SS	S	N	TS	STS
51. Mampu membuat penonton mendengarkan berita dgn seksama	SS	S	N	TS	STS

52. Tidak terkesan mendramatisir isi berita	SS	S	N	TS	STS
53. Memiliki gaya bicara yang tidak membosankan	SS	S	N	TS	STS
54. Tidak terkesan melebih-lebihkan saat membaca teks berita	SS	S	N	TS	STS
55. Mampu menyampaikan informasi dgn cara yg mudah dimengerti	SS	S	N	TS	STS

a. Penampilan fisik newscaster?

membosankan	1	2	3	4	5	6	7	menarik
kuno	1	2	3	4	5	6	7	modern
ketinggalan jaman	1	2	3	4	5	6	7	trendy
jelek	1	2	3	4	5	6	7	cantik/tampan
kurang cocok	1	2	3	4	5	6	7	pantas

b. Dimensi intelektual

bodoh	1	2	3	4	5	6	7	cerdas
kurang berpendidikan	1	2	3	4	5	6	7	intelektual
sempit wawasan	1	2	3	4	5	6	7	berwawasan luas
minder	1	2	3	4	5	6	7	percaya diri
gegabah	1	2	3	4	5	6	7	bijaksana
pasif	1	2	3	4	5	6	7	aktif



Nama:
Dentamira Kusuma
(Lintas Lima/TPI)

1. Mencerminkan orang yang terbuka	SS	S	N	TS	STS
2. Mampu menciptakan kedekatan dengan penonton	SS	S	N	TS	STS
3. Memiliki sifat yang terbuka	SS	S	N	TS	STS
4. Mampu menghidupkan suasana	SS	S	N	TS	STS
5. Berpenampilan sesuai selera penonton	SS	S	N	TS	STS
6. Mampu membuat penonton merasa dekat dengannya	SS	S	N	TS	STS
7. Memiliki suara yang menyenangkan	SS	S	N	TS	STS
8. Memiliki sikap yang ekspresif	SS	S	N	TS	STS
9. Memiliki sikap yang ramah	SS	S	N	TS	STS
10. Terkesan percaya diri	SS	S	N	TS	STS
11. Memiliki kepribadian yang mudah disukai orang lain	SS	S	N	TS	STS
12. Memiliki senyum yang tulus	SS	S	N	TS	STS

Interpersonal Attractiveness

13. Menampilkan perilaku yang spontan	SS	S	N	TS	STS
14. Tidak terkesan dibuat-buat	SS	S	N	TS	STS
15. Memiliki suara yang terkesan hangat	SS	S	N	TS	STS
16. Mampu menyesuaikan tinggi rendah suara	SS	S	N	TS	STS
17. Memiliki wajah yang ekspresif	SS	S	N	TS	STS

54. Tidak terkesan melebih-lebihkan saat membaca teks berita

SS S N TS STS

a. Penampilan fisik newscaster?

- membosankan 1 2 3 4 5 6 7 menarik
- kuno 1 2 3 4 5 6 7 modern
- ketinggalan jaman 1 2 3 4 5 6 7 trendy
- jelek 1 2 3 4 5 6 7 cantik/tampan
- kurang cocok 1 2 3 4 5 6 7 pantas



b. Dimensi intelektual

- bodoh 1 2 3 4 5 6 7 cerdas
- kurang berpendidikan 1 2 3 4 5 6 7 intelek
- sempit wawasan 1 2 3 4 5 6 7 berwawasan luas
- minder 1 2 3 4 5 6 7 percaya diri
- gegabah 1 2 3 4 5 6 7 bijaksana
- pasif 1 2 3 4 5 6 7 aktif

Shanta Curanggana
(Cakrawala/AN TEVE)

1. Mencerminkan orang yang terbuka
2. Mampu menciptakan kedekatan dengan penonton
3. Memiliki sifat yang terbuka
4. Mampu menghidupkan suasana
5. Berpenampilan sesuai selera penonton
6. Mampu membuat penonton merasa dekat dengannya
7. Memiliki suara yang menyenangkan
8. Memiliki sikap yang ekspresif
9. Memiliki sikap yang ramah
10. Terkesan percaya diri
11. Memiliki kepribadian yang mudah disukai orang lain
12. Memiliki senyum yang tulus

- SS S N TS STS
SS S N TS STS

Interpersonal Attractiveness

13. Menampilkan perilaku yang spontan
14. Tidak terkesan dibuat-buat
15. Memiliki suara yang terkesan hangat
16. Mampu menyesuaikan tinggi rendah suara
17. Memiliki wajah yang ekspresif
18. Memiliki kesan orang yang murah senyum
19. Terkesan memiliki sifat periang
20. Memiliki sikap yang menyenangkan
21. Tidak terkesan monoton ketika membacakan teks berita

- SS S N TS STS
SS S N TS STS

DOMINANCE

22. Tidak terkesan takut-takut	SS	S	N	TS	STS
23. Tidak terkesan ragu-ragu	SS	S	N	TS	STS
24. Menyiratkan sebagai orang yang tegas	SS	S	N	TS	STS
25. Mampu berbicara dengan suara yang keras	SS	S	N	TS	STS
26. Tidak terkesan lembut	SS	S	N	TS	STS
27. Tidak berbicara dengan suara yang lembut	SS	S	N	TS	STS
28. Menampilkan kepribadian yang kuat	SS	S	N	TS	STS
29. Mampu menyiratkan kekuasaan	SS	S	N	TS	STS
30. Mampu menyiratkan kekuatan diri	SS	S	N	TS	STS
31. Sangat yakin pada diri sendiri	SS	S	N	TS	STS
32. Penuh percaya diri	SS	S	N	TS	STS
33. Mampu menampilkan kharisma	SS	S	N	TS	STS
34. Menampilkan kesan terpercaya	SS	S	N	TS	STS
35. Menampilkan kesan yang meyakinkan	SS	S	N	TS	STS
36. Memiliki kemampuan mempengaruhi orang lain	SS	S	N	TS	STS

Credibility/Competence

37. Mampu bersikap tenang	SS	S	N	TS	STS
38. Mampu berbicara dengan tenang	SS	S	N	TS	STS
39. Mampu membuat penonton tetap tenang, apapun berita yang disampaikan	SS	S	N	TS	STS
40. Mampu menyesuaikan mimik muka dengan isi berita	SS	S	N	TS	STS
41. Mampu berbicara dengan jelas	SS	S	N	TS	STS
42. Mampu menyesuaikan gaya bicara dengan isi berita	SS	S	N	TS	STS
43. Mampu membuat suasana menjadi santai	SS	S	N	TS	STS
44. Mampu menyampaikan informasi dgn cara yg mudah dimengerti	SS	S	N	TS	STS
45. Mampu membuat penonton percaya isi berita yang disampaikan	SS	S	N	TS	STS
46. Mampu membuat penonton tidak merasa bosan	SS	S	N	TS	STS
47. Mampu membuat penonton tertarik terus mengikuti berita	SS	S	N	TS	STS
48. Mampu menampilkan ekspresi emosional tertentu sesuai isi berita	SS	S	N	TS	STS
49. Mampu menciptakan kesan seakan sdg berbicara dgn penonton	SS	S	N	TS	STS
50. Mampu menyesuaikan gerak tubuh dengan isi berita	SS	S	N	TS	STS
51. Mampu membuat penonton mendengarkan berita dgn seksama	SS	S	N	TS	STS
52. Tidak terkesan mendramatisir isi berita	SS	S	N	TS	STS
53. Memiliki gaya bicara yang tidak membosankan	SS	S	N	TS	STS
54. Tidak terkesan melebih-lebihkan saat membaca teks berita	SS	S	N	TS	STS



Nama: Tuti Marlina

a. Penampilan fisik newscaster?

- membosankan 1 2 3 4 5 6 7 menarik
- kuno 1 2 3 4 5 6 7 modern
- ketinggalan jaman 1 2 3 4 5 6 7 trendy
- jelek 1 2 3 4 5 6 7 cantik/tampan
- kurang cocok 1 2 3 4 5 6 7 pantas

b. Dimensi intelektual

- bodoh 1 2 3 4 5 6 7 cerdas
- kurang berpendidikan 1 2 3 4 5 6 7 intelek
- sempit wawasan 1 2 3 4 5 6 7 berwawasan luas
- minder 1 2 3 4 5 6 7 percaya diri
- gegabah 1 2 3 4 5 6 7 bijaksana
- pasif 1 2 3 4 5 6 7 aktif

- | | | | | | |
|--|----|---|---|----|-----|
| 1. Mencerminkan orang yang terbuka | SS | S | N | TS | STS |
| 2. Mampu menciptakan kedekatan dengan penonton | SS | S | N | TS | STS |
| 3. Memiliki sifat yang terbuka | SS | S | N | TS | STS |
| 4. Mampu menghidupkan suasana | SS | S | N | TS | STS |
| 5. Berpenampilan sesuai selera penonton | SS | S | N | TS | STS |
| 6. Mampu membuat penonton merasa dekat dengannya | SS | S | N | TS | STS |
| 7. Memiliki suara yang menyenangkan | SS | S | N | TS | STS |
| 8. Memiliki sikap yang ekspresif | SS | S | N | TS | STS |
| 9. Memiliki sikap yang ramah | SS | S | N | TS | STS |
| 10. Terkesan percaya diri | SS | S | N | TS | STS |
| 11. Memiliki kepribadian yang mudah disukai orang lain | SS | S | N | TS | STS |
| 12. Memiliki senyum yang tulus | SS | S | N | TS | STS |

Interpersonal Attractiveness

- | | | | | | |
|--|----|---|---|----|-----|
| 13. Menampilkan perilaku yang spontan | SS | S | N | TS | STS |
| 14. Tidak terkesan dibuat-buat | SS | S | N | TS | STS |
| 15. Memiliki suara yang terkesan hangat | SS | S | N | TS | STS |
| 16. Mampu menyesuaikan tinggi rendah suara | SS | S | N | TS | STS |
| 17. Memiliki wajah yang ekspresif | SS | S | N | TS | STS |
| 18. Memiliki kesan orang yang murah senyum | SS | S | N | TS | STS |
| 19. Terkesan memiliki sifat periang | SS | S | N | TS | STS |
| 20. Memiliki sikap yang menyenangkan | SS | S | N | TS | STS |
| 21. Tidak terkesan monoton ketika membacakan teks berita | SS | S | N | TS | STS |

DOMINANCE

- | | | | | | |
|--------------------------------|----|---|---|----|-----|
| 22. Tidak terkesan takut-takut | SS | S | N | TS | STS |
|--------------------------------|----|---|---|----|-----|

23. Tidak terkesan ragu-ragu	SS	S	N	TS	STS
24. Menyiratkan sebagai orang yang tegas	SS	S	N	TS	STS
25. Mampu berbicara dengan suara yang keras	SS	S	N	TS	STS
26. Tidak terkesan lembut	SS	S	N	TS	STS
27. Tidak berbicara dengan suara yang lembut	SS	S	N	TS	STS
28. Menampilkan kepribadian yang kuat	SS	S	N	TS	STS
29. Mampu menyiratkan kekuasaan	SS	S	N	TS	STS
30. Mampu menyiratkan kekuatan diri	SS	S	N	TS	STS
31. Sangat yakin pada diri sendiri	SS	S	N	TS	STS
32. Penuh percaya diri	SS	S	N	TS	STS
33. Kharismatik	SS	S	N	TS	STS
34. Menampilkan kesan terpercaya	SS	S	N	TS	STS
35. Menampilkan kesan yang meyakinkan	SS	S	N	TS	STS
36. Memiliki kemampuan mempengaruhi orang lain	SS	S	N	TS	STS
Credibility/Competence					
37. Mampu bersikap tenang	SS	S	N	TS	STS
38. Mampu berbicara dengan tenang	SS	S	N	TS	STS
39. Mampu membuat penonton tetap tenang, apapun berita yang disampaikan	SS	S	N	TS	STS
40. Mampu menyesuaikan mimik muka dengan isi berita	SS	S	N	TS	STS
41. Mampu berbicara dengan jelas	SS	S	N	TS	STS
42. Mampu menyesuaikan gaya bicara dengan isi berita	SS	S	N	TS	STS
43. Mampu membuat suasana menjadi santai	SS	S	N	TS	STS
44. Mampu menyampaikan informasi dgn cara yg mudah dimengerti	SS	S	N	TS	STS
45. Mampu membuat penonton percaya isi berita yang disampaikan	SS	S	N	TS	STS
46. Mampu membuat penonton tidak merasa bosan	SS	S	N	TS	STS
47. Mampu membuat penonton tertarik terus mengikuti berita	SS	S	N	TS	STS
48. Mampu menampilkan ekspresi emosional tertentu sesuai isi berita	SS	S	N	TS	STS
49. Mampu menciptakan kesan seakan sdg berbicara dgn penonton	SS	S	N	TS	STS
50. Mampu menyesuaikan gerak tubuh dengan isi berita	SS	S	N	TS	STS
51. Mampu membuat penonton mendengarkan berita dgn seksama	SS	S	N	TS	STS
52. Tidak terkesan mendramatisir isi berita	SS	S	N	TS	STS
53. Memiliki gaya bicara yang tidak membosankan	SS	S	N	TS	STS
54. Tidak terkesan melebih-lebihkan saat membaca teks berita	SS	S	N	TS	STS

a. Penampilan fisik newscaster?

- membosankan 1 2 3 4 5 6 7 menarik
 kuno 1 2 3 4 5 6 7 modern
 ketinggalan jaman 1 2 3 4 5 6 7 trendy
 jelek 1 2 3 4 5 6 7 cantik/tampan
 kurang cocok 1 2 3 4 5 6 7 pantas

b. Dimensi intelektual

- bodoh 1 2 3 4 5 6 7 cerdas
 kurang berpendidikan 1 2 3 4 5 6 7 intelek
 sempit wawasan 1 2 3 4 5 6 7 berwawasan luas
 minder 1 2 3 4 5 6 7 percaya diri
 gegabah 1 2 3 4 5 6 7 bijaksana
 pasif 1 2 3 4 5 6 7 aktif



- | | | | | | |
|--|----|---|---|----|-----|
| 1. Mencerminkan orang yang terbuka | SS | S | N | TS | STS |
| 2. Mampu menciptakan kedekatan dengan penonton | SS | S | N | TS | STS |
| 3. Memiliki sifat yang terbuka | SS | S | N | TS | STS |
| 4. Mampu menghidupkan suasana | SS | S | N | TS | STS |
| 5. Berpenampilan sesuai selera penonton | SS | S | N | TS | STS |
| 6. Mampu membuat penonton merasa dekat dengannya | SS | S | N | TS | STS |
| 7. Memiliki suara yang menyenangkan | SS | S | N | TS | STS |
| 8. Memiliki sikap yang ekspresif | SS | S | N | TS | STS |
| 9. Memiliki sikap yang ramah | SS | S | N | TS | STS |
| 10. Terkesan percaya diri | SS | S | N | TS | STS |
| 11. Memiliki kepribadian yang mudah disukai orang lain | SS | S | N | TS | STS |
| 12. Memiliki senyum yang tulus | SS | S | N | TS | STS |
| Interpersonal Attractiveness | | | | | |
| 13. Menampilkan perilaku yang spontan | SS | S | N | TS | STS |
| 14. Tidak terkesan dibuat-buat | SS | S | N | TS | STS |
| 15. Memiliki suara yang terkesan hangat | SS | S | N | TS | STS |
| 16. Mampu menyesuaikan tinggi rendah suara | SS | S | N | TS | STS |
| 17. Memiliki wajah yang ekspresif | SS | S | N | TS | STS |
| 18. Memiliki kesan orang yang murah senyum | SS | S | N | TS | STS |
| 19. Terkesan memiliki sifat periang | SS | S | N | TS | STS |
| 20. Memiliki sikap yang menyenangkan | SS | S | N | TS | STS |
| 21. Tidak terkesan monoton ketika membacakan teks berita | SS | S | N | TS | STS |

DOMINANCE					
22. Tidak terkesan takut-takut	SS	S	N	TS	STS
23. Tidak terkesan ragu-ragu					
24. Menyiratkan sebagai orang yang tegas	SS	S	N	TS	STS
25. Mampu berbicara dengan suara yang keras	SS	S	N	TS	STS
26. Tidak terkesan lembut	SS	S	N	TS	STS
27. Tidak berbicara dengan suara yang lembut	SS	S	N	TS	STS
28. Menampilkan kepribadian yang kuat	SS	S	N	TS	STS
29. Mampu menyiratkan kekuasaan	SS	S	N	TS	STS
30. Mampu menyiratkan kekuatan diri	SS	S	N	TS	STS
31. Sangat yakin pada diri sendiri	SS	S	N	TS	STS
32. Penuh percaya diri	SS	S	N	TS	STS
33. Kharismatik	SS	S	N	TS	STS
34. Menampilkan kesan terpercaya	SS	S	N	TS	STS
35. Menampilkan kesan yang meyakinkan	SS	S	N	TS	STS
36. Memiliki kemampuan mempengaruhi orang lain	SS	S	N	TS	STS
Credibility/Competence					
37. Mampu bersikap tenang	SS	S	N	TS	STS
38. Mampu berbicara dengan tenang	SS	S	N	TS	STS
39. Mampu membuat penonton tetap tenang, apapun berita yang disampaikan	SS	S	N	TS	STS
40. Mampu menyesuaikan mimik muka dengan isi berita	SS	S	N	TS	STS
41. Mampu berbicara dengan jelas	SS	S	N	TS	STS
42. Mampu menyesuaikan gaya bicara dengan isi berita	SS	S	N	TS	STS
43. Mampu menyampaikan informasi dgn cara yg mudah dimengerti	SS	S	N	TS	STS
44. Mampu membuat penonton percaya isi berita yang disampaikan	SS	S	N	TS	STS
45. Mampu membangun kedekatan dengan penonton	SS	S	N	TS	STS
46. Mampu membuat penonton tidak merasa bosan	SS	S	N	TS	STS
47. Mampu membuat penonton tertarik terus mengikuti berita	SS	S	N	TS	STS
48. Mampu menampilkan ekspresi emosional tertentu sesuai isi berita	SS	S	N	TS	STS
49. Mampu menciptakan kesan seakan sdg berbicara dgn penonton	SS	S	N	TS	STS
50. Mampu menyesuaikan gerak tubuh dengan isi berita	SS	S	N	TS	STS
51. Mampu membuat penonton mendengarkan berita dgn seksama	SS	S	N	TS	STS
52. Tidak terkesan mendramatisir isi berita	SS	S	N	TS	STS
53. Memiliki gaya bicara yang tidak membosankan	SS	S	N	TS	STS
54. Tidak terkesan melebih-lebihkan saat membaca teks berita	SS	S	N	TS	STS



a. Penampilan fisik newscaster?

- membosankan 1 2 3 4 5 6 7 menarik
 kuno 1 2 3 4 5 6 7 modern
 ketinggalan jaman 1 2 3 4 5 6 7 trendy
 jelek 1 2 3 4 5 6 7 cantik/tampan
 kurang cocok 1 2 3 4 5 6 7 pantas

b. Dimensi intelektual

- bodoh 1 2 3 4 5 6 7 cerdas
 kurang berpendidikan 1 2 3 4 5 6 7 intelek
 sempit wawasan 1 2 3 4 5 6 7 berwawasan luas
 minder 1 2 3 4 5 6 7 percaya diri
 gegabah 1 2 3 4 5 6 7 bijaksana
 pasif 1 2 3 4 5 6 7 aktif

Nama:
 Tjandra Wibowo
 (Liputan 6/SCTV)

- | | | | | | |
|--|----|---|---|----|-----|
| 1. Mencerminkan orang yang terbuka | SS | S | N | TS | STS |
| 2. Mampu menciptakan kedekatan dengan penonton | SS | S | N | TS | STS |
| 3. Memiliki sifat yang terbuka | SS | S | N | TS | STS |
| 4. Mampu menghidupkan suasana | SS | S | N | TS | STS |
| 5. Berpenampilan sesuai selera penonton | SS | S | N | TS | STS |
| 6. Mampu membuat penonton merasa dekat dengannya | SS | S | N | TS | STS |
| 7. Memiliki suara yang menyenangkan | SS | S | N | TS | STS |
| 8. Memiliki sikap yang ekspresif | SS | S | N | TS | STS |
| 9. Memiliki sikap yang ramah | SS | S | N | TS | STS |
| 10. Terkesan percaya diri | SS | S | N | TS | STS |
| 11. Memiliki kepribadian yang mudah disukai orang lain | SS | S | N | TS | STS |
| 12. Memiliki senyum yang tulus | SS | S | N | TS | STS |
| Interpersonal Attractiveness | | | | | |
| 13. Menampilkan perilaku yang spontan | SS | S | N | TS | STS |
| 14. Tidak terkesan dibuat-buat | SS | S | N | TS | STS |
| 15. Memiliki suara yang terkesan hangat | SS | S | N | TS | STS |
| 16. Mampu menyesuaikan tinggi rendah suara | SS | S | N | TS | STS |
| 17. Memiliki wajah yang ekspresif | SS | S | N | TS | STS |
| 18. Memiliki kesan orang yang murah senyum | SS | S | N | TS | STS |
| 19. Terkesan memiliki sifat periang | SS | S | N | TS | STS |
| 20. Memiliki sikap yang menyenangkan | SS | S | N | TS | STS |
| 21. Tidak terkesan monoton ketika membacakan teks berita | SS | S | N | TS | STS |

DOMINANCE	
22. Tidak terkesan takut-takut	SS S N TS STS
23. Tidak terkesan ragu-ragu	SS S N TS STS
24. Menyiratkan sebagai orang yang tegas	SS S N TS STS
25. Mampu berbicara dengan suara yang keras	SS S N TS STS
26. Tidak terkesan lembut	SS S N TS STS
27. Tidak berbicara dengan suara yang lembut	SS S N TS STS
28. Menampilkan kepribadian yang kuat	SS S N TS STS
29. Mampu menyiratkan kekuasaan	SS S N TS STS
30. Mampu meyiratkan kekuatan diri	SS S N TS STS
31. Sangat yakin pada diri sendiri	SS S N TS STS
32. Penuh percaya diri	SS S N TS STS
33. Kharismatik	SS S N TS STS
34. Menampilkan kesan terpercaya	SS S N TS STS
35. Menampilan kesan yang meyakinkan	SS S N TS STS
36. Memiliki kemampuan mempengaruhi orang lain	SS S N TS STS
Credibility/Competence	
37. Mampu bersikap tenang	SS S N TS STS
38. Mampu berbicara dengan tenang	SS S N TS STS
39. Mampu membuat penonton tetap tenang, apapun berita yang disampaikan	SS S N TS STS
40. Mampu menyesuaikan mimik muka dengan isi berita	SS S N TS STS
41. Mampu berbicara dengan jelas	SS S N TS STS
42. Mampu menyesuaikan gaya bicara dengan isi berita	SS S N TS STS
43. Mampu menyampaikan informasi dgn cara yg mudah dimengerti	SS S N TS STS
44. Mampu membuat penonton percaya isi berita yang disampaikan	SS S N TS STS
45. Mampu membangun kedekatan dengan penonton	SS S N TS STS
46. Mampu membuat penonton tidak merasa bosan	SS S N TS STS
47. Mampu membuat penonton tertarik terus mengikuti berita	SS S N TS STS
48. Mampu menampilkan ekspresi emosional tertentu sesuai isi berita	SS S N TS STS
49. Mampu menciptakan kesan seakan sdg berbicara dgn penonton	SS S N TS STS
50. Mampu menyesuaikan gerak tubuh dengan isi berita	SS S N TS STS
51. Mampu membuat penonton mendengarkan berita dgn seksama	SS S N TS STS
52. Tidak terkesan mendramatisir isi berita	SS S N TS STS
53. Memiliki gaya bicara yang tidak membosankan	SS S N TS STS
54. Tidak terkesan melebih-lebihkan saat membaca teks berita	SS S N TS STS

a. Penampilan fisik newscaster?

membosankan 1 2 3 4 5 6 7 menarik
 kuno 1 2 3 4 5 6 7 modern
 ketinggalan jaman 1 2 3 4 5 6 7 trendy
 jelek 1 2 3 4 5 6 7 cantik/tampan
 kurang cocok 1 2 3 4 5 6 7 pantas

b. Dimensi intelektual

bodoh 1 2 3 4 5 6 7 cerdas
 kurang berpendidikan 1 2 3 4 5 6 7 intelek
 sempit wawasan 1 2 3 4 5 6 7 berwawasan luas
 minder 1 2 3 4 5 6 7 percaya diri
 gegabah 1 2 3 4 5 6 7 bijaksana
 pasif 1 2 3 4 5 6 7 aktif



Nama: Yan Partawijaya
 Berita Nasional/TVRI

1. Mencerminkan orang yang terbuka	SS	S	N	TS	STS
2. Mampu menciptakan kedekatan dengan penonton	SS	S	N	TS	STS
3. Memiliki sifat yang terbuka	SS	S	N	TS	STS
4. Mampu menghidupkan suasana	SS	S	N	TS	STS
5. Berpenampilan sesuai selera penonton	SS	S	N	TS	STS
6. Mampu membuat penonton merasa dekat dengannya	SS	S	N	TS	STS
7. Memiliki suara yang menyenangkan	SS	S	N	TS	STS
8. Memiliki sikap yang ekspresif	SS	S	N	TS	STS
9. Memiliki sikap yang ramah	SS	S	N	TS	STS
10. Terkesan percaya diri	SS	S	N	TS	STS
11. Memiliki kepribadian yang mudah disukai orang lain	SS	S	N	TS	STS
12. Memiliki senyum yang tulus	SS	S	N	TS	STS
Interpersonal Attractiveness					
13. Menampilkan perilaku yang spontan	SS	S	N	TS	STS
14. Tidak terkesan dibuat-buat	SS	S	N	TS	STS
15. Memiliki suara yang terkesan hangat	SS	S	N	TS	STS
16. Mampu menyesuaikan tinggi rendah suara	SS	S	N	TS	STS
17. Memiliki wajah yang ekspresif	SS	S	N	TS	STS
18. Memiliki kesan orang yang murah senyum	SS	S	N	TS	STS
19. Terkesan memiliki sifat periang	SS	S	N	TS	STS
20. Memiliki sikap yang menyenangkan	SS	S	N	TS	STS
21. Tidak terkesan monoton ketika membacakan teks berita	SS	S	N	TS	STS
DOMINANCE					
22. Tidak terkesan takut-takut	SS	S	N	TS	STS

23. Tidak terkesan ragu-ragu	SS	S	N	TS	STS
24. Menyiratkan sebagai orang yang tegas	SS	S	N	TS	STS
25. Mampu berbicara dengan suara yang keras	SS	S	N	TS	STS
26. Tidak terkesan lembut	SS	S	N	TS	STS
27. Tidak berbicara dengan suara yang lembut	SS	S	N	TS	STS
28. Menampilkan kepribadian yang kuat	SS	S	N	TS	STS
29. Mampu menyiratkan kekuasaan	SS	S	N	TS	STS
30. Mampu menyiratkan kekuatan diri	SS	S	N	TS	STS
31. Sangat yakin pada diri sendiri	SS	S	N	TS	STS
32. Penuh percaya diri	SS	S	N	TS	STS
33. Kharismatis	SS	S	N	TS	STS
34. Menampilkan kesan terpercaya	SS	S	N	TS	STS
35. Menampilkan kesan yang meyakinkan	SS	S	N	TS	STS
36. Memiliki kemampuan mempengaruhi orang lain	SS	S	N	TS	STS
Credibility/Competence					
37. Mampu bersikap tenang	SS	S	N	TS	STS
38. Mampu berbicara dengan tenang	SS	S	N	TS	STS
39. Mampu membuat penonton tetap tenang, apapun berita yang disampaikan	SS	S	N	TS	STS
40. Mampu menyesuaikan mimik muka dengan isi berita	SS	S	N	TS	STS
41. Mampu berbicara dengan jelas	SS	S	N	TS	STS
42. Mampu menyesuaikan gaya bicara dengan isi berita	SS	S	N	TS	STS
43. Mampu menyampaikan informasi dgn cara yg mudah dimengerti	SS	S	N	TS	STS
44. Mampu membuat penonton percaya isi berita yang disampaikan	SS	S	N	TS	STS
45. Mampu membangun kedekatan dengan penonton	SS	S	N	TS	STS
46. Mampu membuat penonton tidak merasa bosan	SS	S	N	TS	STS
47. Mampu membuat penonton tertarik terus mengikuti berita	SS	S	N	TS	STS
48. Mampu menampilkan ekspresi emosional tertentu sesuai isi berita	SS	S	N	TS	STS
49. Mampu menciptakan kesan seakan sdg berbicara dgn penonton	SS	S	N	TS	STS
50. Mampu menyesuaikan gerak tubuh dengan isi berita	SS	S	N	TS	STS
51. Mampu membuat penonton mendengarkan berita dgn seksama.	SS	S	N	TS	STS
52. Tidak terkesan mendramatisir isi berita	SS	S	N	TS	STS
53. Memiliki gaya bicara yang tidak membosankan	SS	S	N	TS	STS
54. Tidak terkesan melebih-lebihkan saat membaca teks berita	SS	S	N	TS	STS

a. Penampilan fisik newscaster?

- membosankan 1 2 3 4 5 6 7 menarik
 kuno 1 2 3 4 5 6 7 modern
 ketinggalan jaman 1 2 3 4 5 6 7 trendy
 jelek 1 2 3 4 5 6 7 cantik/tampan
 kurang cocok 1 2 3 4 5 6 7 pantas

b. Dimensi intelektual

- bodoh 1 2 3 4 5 6 7 cerdas
 kurang berpendidikan 1 2 3 4 5 6 7 intelek
 sempit wawasan 1 2 3 4 5 6 7 berwawasan luas
 minder 1 2 3 4 5 6 7 percaya diri
 gegabah 1 2 3 4 5 6 7 bijaksana
 pasif 1 2 3 4 5 6 7 aktif



Nama:

Dewi Yudhomiranti

(Fokus/Indosiar)

- | | | | | | |
|--|----|---|---|----|-----|
| 1. Mencerminkan orang yang terbuka | SS | S | N | TS | STS |
| 2. Mampu menciptakan kedekatan dengan penonton | SS | S | N | TS | STS |
| 3. Memiliki sifat yang terbuka | SS | S | N | TS | STS |
| 4. Mampu menghidupkan suasana | SS | S | N | TS | STS |
| 5. Berpenampilan sesuai selera penonton | SS | S | N | TS | STS |
| 6. Mampu membuat penonton merasa dekat dengannya | SS | S | N | TS | STS |
| 7. Memiliki suara yang menyenangkan | SS | S | N | TS | STS |
| 8. Memiliki sikap yang ekspresif | SS | S | N | TS | STS |
| 9. Memiliki sikap yang ramah | SS | S | N | TS | STS |
| 10. Terkesan percaya diri | SS | S | N | TS | STS |
| 11. Memiliki kepribadian yang mudah disukai orang lain | SS | S | N | TS | STS |
| 12. Memiliki senyum yang tulus | SS | S | N | TS | STS |
| Interpersonal Attractiveness | | | | | |
| 13. Menampilkan perilaku yang spontan | SS | S | N | TS | STS |
| 14. Tidak terkesan dibuat-buat | SS | S | N | TS | STS |
| 15. Memiliki suara yang terkesan hangat | SS | S | N | TS | STS |
| 16. Mampu menyesuaikan tinggi rendah suara | SS | S | N | TS | STS |
| 17. Memiliki wajah yang ekspresif | SS | S | N | TS | STS |
| 18. Memiliki kesan orang yang murah senyum | SS | S | N | TS | STS |
| 19. Terkesan memiliki sifat periang | SS | S | N | TS | STS |
| 20. Memiliki sikap yang menyenangkan | SS | S | N | TS | STS |
| 21. Tidak terkesan monoton ketika membacakan teks berita | SS | S | N | TS | STS |

DOMINANCE

22. Tidak terkesan takut-takut	SS	S	N	TS	STS
23. Tidak terkesan ragu-ragu	SS	S	N	TS	STS
24. Menyiratkan sebagai orang yang tegas	SS	S	N	TS	STS
25. Mampu berbicara dengan suara yang keras	SS	S	N	TS	STS
26. Tidak terkesan lembut	SS	S	N	TS	STS
27. Tidak berbicara dengan suara yang lembut	SS	S	N	TS	STS
28. Menampilkan kepribadian yang kuat	SS	S	N	TS	STS
29. Mampu menyiratkan kekuasaan	SS	S	N	TS	STS
30. Mampu menyiratkan kekuatan diri	SS	S	N	TS	STS
31. Sangat yakin pada diri sendiri	SS	S	N	TS	STS
32. Penuh percaya diri	SS	S	N	TS	STS
33. Mampu menampilkan kharisma	SS	S	N	TS	STS
34. Menampilkan kesan terpercaya	SS	S	N	TS	STS
35. Menampilkan kesan yang meyakinkan	SS	S	N	TS	STS
36. Memiliki kemampuan mempengaruhi orang lain	SS	S	N	TS	STS

Credibility/Competence

37. Mampu bersikap tenang	SS	S	N	TS	STS
38. Mampu berbicara dengan tenang	SS	S	N	TS	STS
39. Mampu membuat penonton tetap tenang, apapun berita yang disampaikan	SS	S	N	TS	STS
40. Mampu menyesuaikan mimik muka dengan isi berita	SS	S	N	TS	STS
41. Mampu berbicara dengan jelas	SS	S	N	TS	STS
42. Mampu menyesuaikan gaya bicara dengan isi berita	SS	S	N	TS	STS
43. Mampu membuat suasana menjadi santai	SS	S	N	TS	STS
44. Mampu menyampaikan informasi dgn cara yg mudah dimengerti	SS	S	N	TS	STS
45. Mampu membuat penonton percaya isi berita yang disampaikan	SS	S	N	TS	STS
46. Mampu membuat penonton tidak merasa bosan	SS	S	N	TS	STS
47. Mampu membuat penonton tertarik terus mengikuti berita	SS	S	N	TS	STS
48. Mampu menampilkan ekspresi emosional tertentu sesuai isi berita	SS	S	N	TS	STS
49. Mampu menciptakan kesan seakan sdg berbicara dgn penonton	SS	S	N	TS	STS
50. Mampu menyesuaikan gerak tubuh dengan isi berita	SS	S	N	TS	STS
51. Mampu membuat penonton mendengarkan berita dgn seksama	SS	S	N	TS	STS
52. Tidak terkesan mendramatisir isi berita	SS	S	N	TS	STS
53. Memiliki gaya bicara yang tidak membosankan	SS	S	N	TS	STS
54. Tidak terkesan melebih-lebihkan saat membaca teks berita	SS	S	N	TS	STS

KREDIBILITAS

1. Kebenaran program berita ini tidak perlu diragukan lagi. SS S N TS STS
2. Seluruh informasi program berita ini berasal dari sumber yang terpercaya. SS S N TS STS
3. Saya percaya program ini menyajikan informasi apa adanya
4. Fakta-fakta yang disajikan program berita ini sangat meyakinkan
5. Personil program berita ini tidak perlu diragukan kemampuannya
6. Saya selalu berpaling ke program berita ini untuk mendapatkan berita-berita yang benar
7. Saya yakin tidak ada manipulasi apapun dalam penyajian informasi
8. Informasi objektif? Itu Saya dapatkan di program berita ini.
9. Informasi yang disajikan program berita ini sgt akurat untuk menggambarkan kejadian yang sebenarnya

Daya tarik

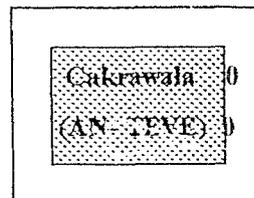
10. Saya tidak pernah merasa bosan menonton program berita ini
11. Program berita ini adalah sumber informasi Saya yang utama
12. Program ini mampu meramu berita yang disajikan menjadi satu tontonan yang menarik
13. Tidak hanya informasi yang Saya dapatkan dari program ini, tapi juga hiburan
14. Menurut Saya, cara penyajian program berita ini sangat menarik
15. Penyiar berita menjadi salah satu nilai jual program berita ini
16. Cara penyiar berita menyampaikan berita sangat baik
17. Berita diratnu dengan baik sehingga tidak jemu mendengar teks berita yang dibacakan penyiar
18. Berita-berita terbaru selalu bisa Saya dapatkan di program ini
19. Berbagai peristiwa tergambar jelas melalui video yg ditampilkan



- | | | | | |
|----|---|---|----|-----|
| SS | S | N | TS | STS |
| SS | S | N | TS | STS |
| SS | S | N | TS | STS |
| SS | S | N | TS | STS |
| SS | S | N | TS | STS |
| SS | S | N | TS | STS |
| SS | S | N | TS | STS |
| SS | S | N | TS | STS |
| SS | S | N | TS | STS |
| SS | S | N | TS | STS |
| SS | S | N | TS | STS |
| SS | S | N | TS | STS |
| SS | S | N | TS | STS |
| SS | S | N | TS | STS |
| SS | S | N | TS | STS |
| SS | S | N | TS | STS |
| SS | S | N | TS | STS |
| SS | S | N | TS | STS |
| SS | S | N | TS | STS |

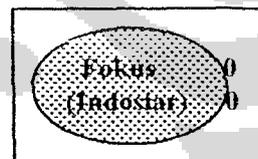
KREDIBILITAS

1. Kebenaran program berita ini tidak perlu diragukan lagi. SS S N TS STS
2. Seluruh informasi program berita ini berasal dari sumber yang terpercaya. SS S N TS STS
3. Saya percaya program ini menyajikan informasi apa adanya
4. Fakta-fakta yang disajikan program berita ini sangat meyakinkan
5. Personil program berita ini tidak perlu diragukan kemampuannya



- | | | | | |
|----|---|---|----|-----|
| SS | S | N | TS | STS |
| SS | S | N | TS | STS |
| SS | S | N | TS | STS |

6. Saya selalu berpaling ke program berita ini untuk mendapatkan berita-berita yang benar	SS	S	N	TS	STS
7. Saya yakin tidak ada manipulasi apapun dalam penyajian informasi	SS	S	N	TS	STS
8. Informasi objektif? Itu Saya dapatkan di program berita ini.	SS	S	N	TS	STS
9. Informasi yang disajikan program berita ini sgt akurat untuk menggambarkan kejadian yang sebenarnya	SS	S	N	TS	STS
Daya tarik					
10. Saya tidak pernah merasa bosan menonton program berita ini	SS	S	N	TS	STS
11. Program berita ini adalah sumber informasi Saya yang utama	SS	S	N	TS	STS
12. Program ini mampu meramu berita yang disajikan menjadi satu tontonan yang menarik	SS	S	N	TS	STS
13. Tidak hanya informasi yang Saya dapatkan dari program ini, tapi juga hiburan	SS	S	N	TS	STS
14. Menurut Saya, cara penyajian program berita ini sangat menarik	SS	S	N	TS	STS
15. Penyiar berita menjadi salah satu nilai jual program berita ini	SS	S	N	TS	STS
16. Cara penyiar berita menyampaikan berita sangat baik	SS	S	N	TS	STS
17. Berita diramu dengan baik sehingga tidak jemu mendengar teks berita yang dibacakan penyiar	SS	S	N	TS	STS
18. Berita-berita terbaru selalu bisa Saya dapatkan di program ini	SS	S	N	TS	STS
19. Berbagai peristiwa tergambar jelas melalui video yg ditampilkan	SS	S	N	TS	STS
KREDIBILITAS					
1. Kebenaran program berita ini tidak perlu diragukan lagi.	SS	S	N	TS	STS
2. Seluruh informasi program berita ini berasal dari sumber yang terpercaya.	SS	S	N	TS	STS
3. Saya percaya program ini menyajikan informasi apa adanya	SS	S	N	TS	STS
4. Fakta-fakta yang disajikan program berita ini sangat meyakinkan	SS	S	N	TS	STS
5. Personil program berita ini tidak perlu diragukan kemampuannya	SS	S	N	TS	STS
6. Saya selalu berpaling ke program berita ini untuk mendapatkan berita-berita yang benar	SS	S	N	TS	STS
7. Saya yakin tidak ada manipulasi apapun dalam penyajian informasi	SS	S	N	TS	STS
8. Informasi objektif? Itu Saya dapatkan di program berita ini.	SS	S	N	TS	STS
9. Informasi yang disajikan program berita ini sgt akurat untuk menggambarkan kejadian yang sebenarnya	SS	S	N	TS	STS
Daya tarik					
10. Saya tidak pernah merasa bosan menonton program berita ini	SS	S	N	TS	STS
11. Program berita ini adalah sumber informasi Saya yang utama	SS	S	N	TS	STS
12. Program ini mampu meramu berita yang disajikan menjadi satu tontonan yang menarik	SS	S	N	TS	STS



13. Tidak hanya informasi yang Saya dapatkan dari program ini, tapi juga hiburan	SS	S	N	TS	STS
14. Menurut Saya, cara penyajian program berita ini sangat menarik	SS	S	N	TS	STS
15. Penyiar berita menjadi salah satu nilai jual program berita ini	SS	S	N	TS	STS
16. Cara penyiar berita menyampaikan berita sangat baik	SS	S	N	TS	STS
17. Berita diramu dengan baik sehingga tidak jemu mendengar teks berita yang dibacakan penyiar	SS	S	N	TS	STS
18. Berita-berita terbaru selalu bisa Saya dapatkan di program ini	SS	S	N	TS	STS
19. Berbagai peristiwa tergambar jelas melalui video yg ditampilkan	SS	S	N	TS	STS

KREDIBILITAS

1. Kebenaran program berita ini tidak perlu diragukan lagi. SS S N TS STS
2. Seluruh informasi program berita ini berasal dari sumber yang terpercaya. SS S N TS STS
3. Saya percaya program ini menyajikan informasi apa adanya SS S N TS STS
4. Fakta-fakta yang disajikan program berita ini sangat meyakinkan SS S N TS STS
5. Personil program berita ini tidak perlu diragukan kemampuannya SS S N TS STS
6. Saya selalu berpaling ke program berita ini untuk mendapatkan berita-berita yang benar SS S N TS STS
7. Saya yakin tidak ada manipulasi apapun dalam penyajian informasi SS S N TS STS
8. Informasi objektif? Itu Saya dapatkan di program berita ini. SS S N TS STS
9. Informasi yang disajikan program berita ini sgt akurat untuk menggambarkan kejadian yang sebenarnya SS S N TS STS



Daya tarik

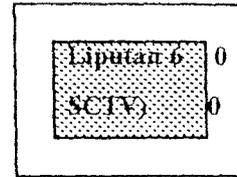
10. Saya tidak pernah merasa bosan menonton program berita ini SS S N TS STS
11. Program berita ini adalah sumber informasi Saya yang utama SS S N TS STS
12. Program ini mampu meramu berita yang disajikan menjadi satu tontonan yang menarik SS S N TS STS
13. Tidak hanya informasi yang Saya dapatkan dari program ini, tapi juga hiburan SS S N TS STS
14. Menurut Saya, cara penyajian program berita ini sangat menarik SS S N TS STS
15. Penyiar berita menjadi salah satu nilai jual program berita ini SS S N TS STS
16. Cara penyiar berita menyampaikan berita sangat baik SS S N TS STS
17. Berita diramu dengan baik sehingga tidak jemu mendengar teks berita yang dibacakan penyiar SS S N TS STS
18. Berita-berita terbaru selalu bisa Saya dapatkan di program ini SS S N TS STS
19. Berbagai peristiwa tergambar jelas melalui video yg ditampilkan SS S N TS STS

KREDIBILITAS

1. Kebenaran program berita ini tidak perlu diragukan lagi. SS S N TS STS
2. Seluruh informasi program berita ini berasal dari sumber yang terpercaya. SS S N TS STS
3. Saya percaya program ini menyajikan informasi apa adanya
4. Fakta-fakta yang disajikan program berita ini sangat meyakinkan
5. Personil program berita ini tidak perlu diragukan kemampuannya
6. Saya selalu berpaling ke program berita ini untuk mendapatkan berita-berita yang benar
7. Saya yakin tidak ada manipulasi apapun dalam penyajian informasi
8. Informasi objektif? Itu Saya dapatkan di program berita ini.
9. Informasi yang disajikan program berita ini sgt akurat untuk menggambarkan kejadian yang sebenarnya

Daya tarik

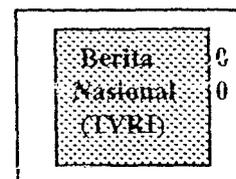
10. Saya tidak pernah merasa bosan menonton program berita ini
11. Program berita ini adalah sumber informasi Saya yang utama
12. Program ini mampu meramu berita yang disajikan menjadi satu tontonan yang menarik
13. Tidak hanya informasi yang Saya dapatkan dari program ini, tapi juga hiburan
14. Menurut Saya, cara penyajian program berita ini sangat menarik
15. Penyiar berita menjadi salah satu nilai jual program berita ini
16. Cara penyiar berita menyampaikan berita sangat baik
17. Berita diramu dengan baik sehingga tidak jemu mendengar teks berita yang dibacakan penyiar
18. Berita-berita terbaru selalu bisa Saya dapatkan di program ini
19. Berbagai peristiwa tergambar jelas melalui video yg ditampilkan



- | | | | | |
|----|---|---|----|-----|
| SS | S | N | TS | STS |
| SS | S | N | TS | STS |
| SS | S | N | TS | STS |
| SS | S | N | TS | STS |
| SS | S | N | TS | STS |
| SS | S | N | TS | STS |
| SS | S | N | TS | STS |
| SS | S | N | TS | STS |
| SS | S | N | TS | STS |

KREDIBILITAS

1. Kebenaran program berita ini tidak perlu diragukan lagi. SS S N TS STS
2. Seluruh informasi program berita ini berasal dari sumber yang terpercaya. SS S N TS STS
3. Saya percaya program ini menyajikan informasi apa adanya
4. Fakta-fakta yang disajikan program berita ini sangat meyakinkan
5. Personil program berita ini tidak perlu diragukan kemampuannya



- | | | | | |
|----|---|---|----|-----|
| SS | S | N | TS | STS |
| SS | S | N | TS | STS |
| SS | S | N | TS | STS |

13. Tidak hanya informasi yang Saya dapatkan dari program ini, tapi juga hiburan	SS	S	N	TS	STS
14. Menurut Saya, cara penyajian program berita ini sangat menarik	SS	S	N	TS	STS
15. Penyiar berita menjadi salah satu nilai jual program berita ini	SS	S	N	TS	STS
16. Cara penyiar berita menyampaikan berita sangat baik	SS	S	N	TS	STS
17. Berita diramu dengan baik sehingga tidak jemu mendengar teks berita yang dibacakan penyiar	SS	S	N	TS	STS
18. Berita-berita terbaru selalu bisa Saya dapatkan di program ini	SS	S	N	TS	STS
19. Berbagai peristiwa tergambar jelas melalui video yg ditampilkan	SS	S	N	TS	STS

1. Menurut Anda, apa yang paling penting dari seorang penyiar berita?

- a. penampilan yang menarik
- b. latar belakang pendidikan yang tinggi
- c. Latar belakang jurnalistik yang baik
- d. lain-lain (sebutkan)

2. Berapa lama waktu yang Anda habiskan untuk menonton program berita setiap harinya?

- a. kurang dari 15 menit
- b. 15 - 30 menit
- c. 30 menit - 1 jam
- d. Lebih dari 1jam

3. Apa tujuan Anda menyaksikan program berita di televisi?

- a. Untuk mendapatkan informasi
- b. Untuk mendapatkan hiburan
- c. Supaya tidak dianggap ketinggalan berita
- d. lain-lain (sebutkan)

4. Bagaimana kebiasaan Anda ketika menonton program berita?

- a. Menonton dari awal hingga akhir program berita
- b. Hanya menonton item berita yang dianggap paling menarik
- c. Menonton dari satu program berita ke program berita lain
- d. Menonton satu program berita saja, tapi tidak seluruhnya.
- e. Lain-lain.....(sebutkan)

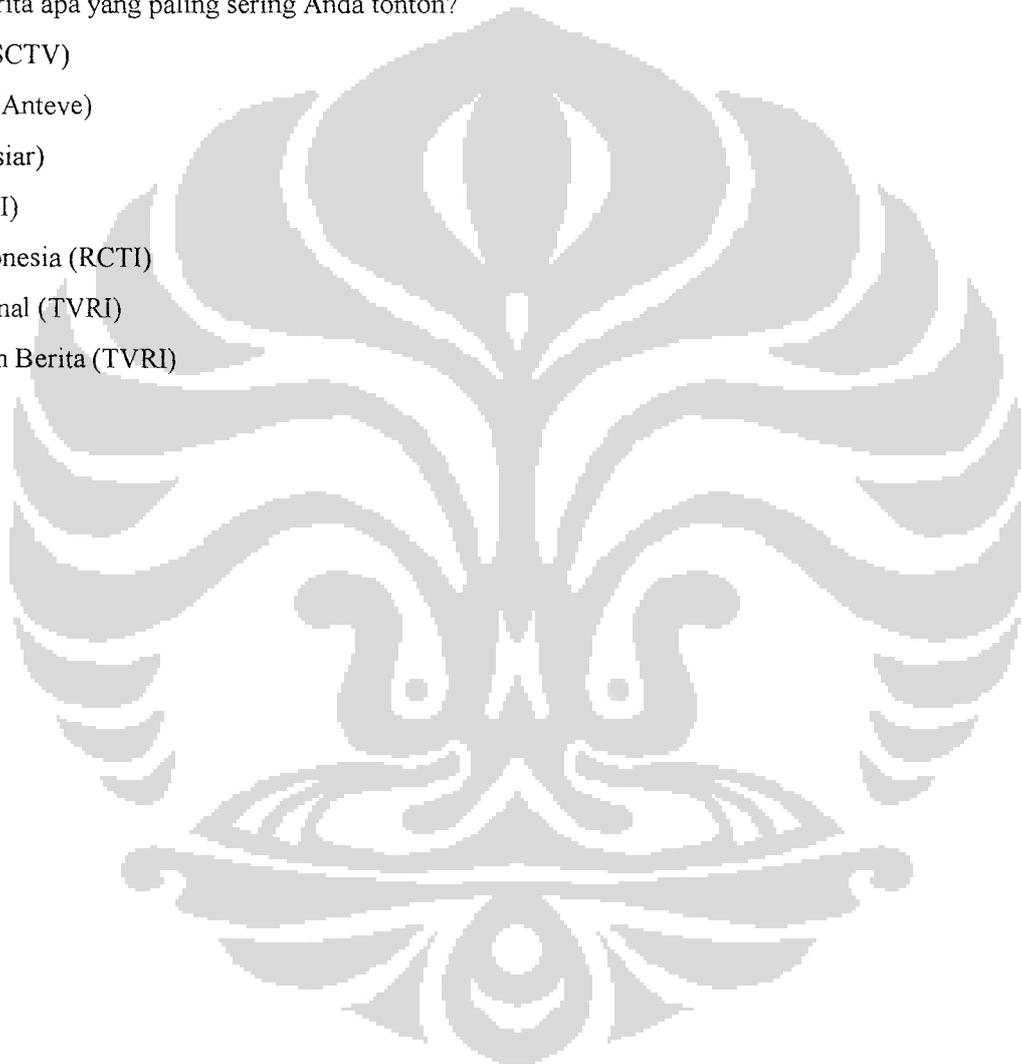
5. Apa yang menjadi dasar Anda memilih satu program berita untuk ditonton dari program berita lainnya?

- a. Penyiar beritanya

- b. Ada atau tidak segmen wawancara
- c. Kedalaman informasi yang dapat diperoleh
- d. Keragaman informasi yang dapat diperoleh
- e. Rasa percaya terhadap satu program berita
- f. Karena Saya memiliki waktu untuk menonton program berita tersebut, dan tidak dapat menonton program berita lainnya
- g. lain-lain(sebutkan)

6. Program berita apa yang paling sering Anda tonton?

- a. Liputan 6 (SCTV)
- b. Cakrawala (Anteve)
- c. Fokus (Indosiar)
- d. Lintas 5 (TPI)
- e. Seputar Indonesia (RCTI)
- f. Berita Nasional (TVRI)
- g. Dunia Dalam Berita (TVRI)



LAMPIRAN 2: Output Factor Analysis

Tabel L. F. 1 Output Factor Analysis Indikator-indikator daya tarik interpersonal Dentamira Kusuma dan kredibilitas Cakrawala

Rotated Factor Matrix

	Factor 1	Factor 2
DKATTR13	,00019	,55699
DKATTR15	,19828	,66637
DKATTR14	,18699	,55171
DKATTR17	,15387	,71171
DKATTR18	-,01712	,65571
DKATTR19	,01499	,67758
DKATTR20	-,25219	,58123
DKATTR21	,04001	,63930
CAKRED3	,77435	,09092
CAKRED4	,81947	,02501
CAKRED8	,82642	-,00402
CAKRED9	,80196	-,02025
CAKRED1	,68767	,25112
CAKRED2	,78593	,05122
CAKRED7	,77557	,00545

Tabel L. F. 2. Tabel Output Factor Analysis Penampilan Fisik Dentamira Kusuma dan intelektualitas Jeremy Teti

Rotated Factor Matrix:

	Factor 1	Factor 2
DKSMART1	,86349	,32838
DKSMART2	,86081	,26675
DKSMART3	,85379	,15295
DKSMART4	,89523	,13676
DKSMART5	,85724	,15993
DKSMART6	,82387	,00410
JTLOOK1	,17636	,85170
JTLOOK2	,16119	,89549
JTLOOK3	,10223	,90491
JTLOOK4	,16012	,86375
JTLOOK5	,20331	,84697

Tabel L. F. 3. Output Factor Analysis indikator-indikator penapilan fisik Dentamira Kusuma dan intelektualitas Jeremy Teti

Rotated Factor Matrix:

	Factor 1	Factor 2
DKLOOK1	,14760	,86099
DKLOOK2	,13317	,91168
DKLOOK3	,07244	,52355
DKLOOK4	,41756	,72387
DKLOOK5	,42822	,68054
JTSMART1	,89864	,15416
JTSMART2	,89629	,11236
JTSMART3	,84636	,32439
JTSMART4	,88348	,13783
JTSMART5	,77689	,22911
JTSMART6	,61222	,23722

Tabel L. F. 4. Output Factor Analysis indikator-indikator image likability Dentamira Kusuma dan kredibilitas Dunia Dalam Berita

Rotated Factor Matrix:

	Factor 1	Factor 2
DKLIKE2	,01207	,72044
DKLIKE3	-,02751	,69794
DKLIKE4	,08460	,83970
DKLIKE5	,13804	,68138
DKLIKE6	,16543	,71091
DKLIKE7	,17465	,60102
DKLIKE10	,16278	,54123
DKLIKE11	,18680	,64717
DUNKRE1	,83493	-,03958
DUNKRE2	,76343	,03498
DUNKRE3	,64354	,05078
DUNKRE4	,74234	,15070
DUNKRE5	,70810	,09699
DUNKRE7	,74641	,40390
DUNKRE8	,72134	,36194
DUNKRE9	,74021	,23943

Tabel L. F. 5. Output Factor Analysis daya tarik interpersonal Shanta Curanggana dan image dominance Shanta Curanggana

Rotated Factor Matrix:

	Factor 1	Factor 2
SCATTR13	,76434	,22743
SCATTR14	,71140	-,01556
SCATTR15	,70859	,04704
SCATTR17	,79293	,15397
SCATTR18	,89670	,18180
SCATTR19	,70434	,29086
SCATTR20	,69102	,21941
SCATTR21	,69442	,21979
SCDOM24	,06865	,78598
SCDOM28	,25526	,53549
SCDOM31	,10123	,89105
SCDOM32	,18007	,88211
SCDOM33	,23126	,85237

Tabel L. F. 6. Output Factor Analysis Image likability Shanta Curanggana dan daya tarik program Seputar Indonesia

Rotated Factor Matrix:

	Factor 1	Factor 2
SCLIKE2	,81114	,04135
SCLIKE3	,78604	,08508
SCLIKE4	,86471	,10171
SCLIKE5	,70303	,15596
SCLIKE6	,87557	,00096
SCLIKE7	,64234	,24893
SCLIKE11	,71316	-,14292
SIDAY10	,11952	,76300
SIDAY11	,26298	,63165
SIDAY12	,10845	,74654
SIDAY14	-,05566	,70509
SIDAY18	,03420	,70976
SIDAY19	-,03581	,64404

Tabel L. F. 7. Output Factor Analysis Indikator Image Kredibilitas dan dominance Tjandra Wibowo

	Factor 1	Factor 2
TWCRED39	,54192	-,16076
TWCRED42	,83557	,02232
TWCRED43	,78836	-,21219
TWCRED44	,85500	-,06604
TWCRED45	,84390	,02273
TWCRED46	,81507	,22656
TWCRED47	,68398	,29885
TWCRED48	,65596	,22816
TWCRED49	,71572	-,01272
TWCRED50	,58118	,12858
TWCRED51	,73618	,07093
TWCRED56	,78566	,08089
TWDOM22	,16069	,72607
TWDOM25	,00171	,71032
TWDOM28	,09577	,69993
TWDOM29	-,10429	,71154
TWDOM31	,01540	,89166
TWDOM32	,07249	,85239
TWDOM33	,06814	,81965

Tabel L. F. 8. Output Factor Analysis indikator-indikator daya tarik interpersonal Teguh Juwarno dan kredibilitas program Seputar Indonesia

	Factor 1	Factor 2
TJATTR13	,14575	,54472
TJATTR14	,07958	,71034
TJATTR17	,28010	,58192
TJATTR18	,06008	,81274
TJATTR19	-,15459	,70627
TJATTR20	-,05383	,81993
TJATTR21	,25671	,85432
SIKRED1	,79911	,03723
SIKRED2	,70328	,12995
SIKRED3	,85746	-,08262
SIKRED4	,81272	,02961
SIKRED7	,67128	,21228
SIKRED8	,79025	,00901
SIKRED9	,76679	,07908

Tabel L. F. 9. Output Factor Analysis Indikator-indikator image dominance
Teguh Juwarno dan kredibilitas Teguh Juwarno

Rotated Factor Matrix:

	Factor 1	Factor 2
TJDOM28	,10891	,57000
TJDOM31	,01359	,82205
TJDOM32	,12599	,82877
TJDOM33	-,05781	,76524
TJDOM34	,27618	,62018
TJDOM35	,27343	,71159
TJCRED42	,65400	,18129
TJCRED43	,76062	,12327
TJCRED44	,82363	,14077
TJCRED45	,76773	,17554
TJCRED48	,71842	,01049
TJCRED49	,76333	,05252
TJCRED51	,60651	,40223
TJCRED50	,63628	,04154

Tabel L. F. 10. Output Factor Analysis indikator-indikator image likability
Teguh Juwarno dan daya tarik interpersonal Tuti Marlina

Rotated Factor Matrix:

	Factor 1	Factor 2
TJLIKE2	,06747	,69947
TJLIKE3	,00393	,58926
TJLIKE4	,18358	,51860
TJLIKE5	-,09211	,74572
TJLIKE6	-,01250	,83059
TJLIKE7	-,03323	,85857
TJLIKE11	,06431	,56679
TMATTR15	,72196	-,16417
TMATTR17	,78263	,06549
TMATTR18	,73633	,04223
TMATTR19	,81825	,03588
TMATTR20	,81066	,06388
TMATTR21	,74972	,13864

Tabel L. F. 9. Output Factor Analysis Indikator-indikator image dominance
Teguh Juwarno dan kredibilitas Teguh Juwarno

Rotated Factor Matrix:

	Factor 1	Factor 2
TJDOM28	,10891	,57000
TJDOM31	,01359	,82205
TJDOM32	,12599	,82877
TJDOM33	-,05781	,76524
TJDOM34	,27618	,62018
TJDOM35	,27343	,71159
TJCRED42	,65400	,18129
TJCRED43	,76062	,12327
TJCRED44	,82363	,14077
TJCRED45	,76773	,17554
TJCRED48	,71842	,01049
TJCRED49	,76333	,05252
TJCRED51	,60661	,40223
TJCRED50	,63628	,04154

Tabel L. F. 10. Output Factor Analysis indikator-indikator image likability
Teguh Juwarno dan daya tarik interpersonal Tuti Marlina

Rotated Factor Matrix:

	Factor 1	Factor 2
TJLIKE2	,06747	,69947
TJLIKE3	,00393	,58826
TJLIKE4	,18358	,51860
TJLIKE5	-,09211	,74572
TJLIKE6	-,01250	,83059
TJLIKE7	-,03323	,65857
TJLIKE11	,06431	,56679
TMATTR15	,72196	-,16417
TMATTR17	,78263	,06549
TMATTR18	,73833	,04223
TMATTR19	,81525	,03588
TMATTR20	,81066	,06388
TMATTR21	,74972	,13864

Tabel L. F. 11. Output Factor Analysis Indikator-Indikator Kredibilitas Tuti Marlina dan Image Dominance Tuti Marlina

Rotated Factor Matrix:

	Factor 1	Factor 2
TMCRED42	.55952	,29894
TMCRED49	.60892	,07373
TMCRED43	.82715	,15438
TMCRED44	.85988	,21525
TMCRED45	.83697	,15083
TMCRED46	.81023	,07339
TMCRED47	.77907	,09205
TMCRED48	.67364	,21392
TMCRED50	.51915	,22676
TMCRED51	.69972	,36730
TMCRED56	.58218	,32436
TMDOM28	,16542	.71259
TMDOM31	,16690	.88064
TMDOM32	,19366	.86744
TMDOM33	,18227	.87176
TMDOM34	.57872	,37688
TMDOM35	.57622	,52431

Tabel L. F. 12. Output Factor Analysis indikator-indikator penampilan fisik Shanta Curanggana dan intelektualitas Shanta Curanggana

Rotated Factor Matrix:

	Factor 1	Factor 2
SCLOOK1	.42559	.77238
SCLOOK2	.31727	.89922
SCLOOK3	.19329	.87688
SCLOOK4	.45484	.72864
SCLOOK5	.55749	.61253
SCSMART1	.76711	.44682
SCSMART2	.78281	.41579
SCSMART3	.85919	.27638
SCSMART4	.88026	.44726
SCSMART5	.80704	.28363
SCSMART6	.82147	.24157

Tabel L. F. 13. Output Factor Analysis Indikator-Indikator Image Likability Tuti Marlina dan Image Daya Tarik Interpersonal Tjandra Wibowo

Rotated Factor Matrix:

	Factor 1	Factor 2
TMLIKE2	,75481	,12864
TMLIKE3	,67172	,25552
TMLIKE4	,77118	-,00168
TMLIKE5	,72888	-,07981
TMLIKE6	,79853	,16227
TMLIKE7	,72040	-,12487
TMLIKE10	,60332	,27514
TMLIKE11	,74674	,02798
TWATTR15	,05722	,71825
TWATTR17	,10569	,67661
TWATTR18	,03905	,83482
TWATTR19	,05913	,85037
TWATTR20	,08720	,88726
TWATTR21	,03647	,75431

Tabel L. F. 14. Output Factor Analysis Indikator-Indikator Image Likability dan Daya Tarik Interpersonal Yan Partawijaya

Rotated Factor Matrix:

	Factor 1	Factor 2
TWLIKE2	,01887	,86125
TWLIKE3	,09508	,71579
TWLIKE4	,08495	,78850
TWLIKE5	,08413	,68101
TWLIKE6	,24519	,79995
TWLIKE7	,06225	,76798
TWLIKE11	,26145	,64202
YPATTR13	,67949	,22263
YPATTR14	,49954	,17695
YPATTR15	,47569	,04816
YPATTR17	,84485	,05742
YPATTR18	,85756	,12917
YPATTR19	,89963	-,03833
YPATTR20	,85061	,21484
YPATTR21	,80887	,09969

Tabel L. F. 15. Output Factor Analysis Indikator-Indikator Penampilan Fisik dan Intelektualitas Tjandra Wibowo

Rotated Factor Matrix:

	Factor 1	Factor 2
TWLOOK1	.86884	.35923
TWLOOK2	.89622	.24915
TWLOOK3	.86603	.24221
TWLOOK4	.72832	.27242
TWLOOK5	.82360	.33848
TWSMART1	.46552	.77361
TWSMART2	.47090	.75674
TWSMART3	.35384	.84412
TWSMART4	.24398	.81743
TWSMART5	.47295	.52205
TWSMART6	.11652	.84002

Tabel L. F. 16. Output Factor Analysis Indikator-Indikator Image Kredibilitas dan Dominance Yan Partawijaya

Rotated Factor Matrix:

	Factor 1	Factor 2
YPCRED42	.70236	.28775
YPCRED43	.80992	.03782
YPCRED44	.91265	.09417
YPCRED45	.90627	.07669
YPCRED46	.87021	.11701
YPCRED47	.62896	.42781
YPCRED48	.68565	.27508
YPCRED49	.74029	.28922
YPCRED50	.70020	.12624
YPCRED51	.53229	.41400
YPDO24	.10761	.74013
YPDO28	.17256	.80962
YPDO31	.15689	.89437
YPDO32	.22907	.84592
YPDO33	.14781	.88646

Tabel L. F. 17. Output Factor Analysis Indikator-Indikator Penampilan Fisik dan Intelektualitas Yan Partawijaya

Rotated Factor Matrix:

	Factor 1	Factor 2
YPLOOK1	.66666	.26465
YPLOOK2	.52138	.14132
YPLOOK3	.88770	.25706
YPLOOK4	.75242	.25816
YPLOOK5	.79519	.39390
YPSMART1	.49186	.77392
YPSMART2	.54646	.73477
YPSMART3	.39910	.82407
YPSMART4	.25108	.84997
YPSMART5	.08860	.87026
YPSMART6	.73713	.38243

Tabel L. F. 18. Output Factor Analysis Indikator-Indikator Image Dominance jeremy Teti dan daya Tarik Liputan 6

Rotated Factor Matrix:

	Factor 1	Factor 2
JTDOM28	.04939	.55705
JTDOM31	.14173	.86348
JTDOM32	.26298	.74577
JTDOM33	.21462	.87683
LIPDAY10	.85907	.05189
LIPDAY11	.70081	.15022
LIPDAY12	.75271	.25122
LIPDAY14	.80145	.21445
LIPDAY18	.85005	.15245
LIPDAY19	.75959	.15859

Tabel L. F. 19. Output Factor Analysis Indikator Kredibilitas Berita Nasional dan Image Likability Yan Partawijaya

Rotated Factor Matrix:

	Factor 1	Factor 2
YPLIKE2	,85033	,10784
YPLIKE3	,82970	,07889
YPLIKE4	,71487	,35126
YPLIKE5	,72732	,15794
YPLIKE6	,85679	,17339
YPLIKE7	,60427	,10910
YPLIKE9	,79030	,19496
YPLIKE11	,75891	,18323
YPLIKE12	,73641	,15001
NASKRE1	,18773	,71688
NASKRE2	,16234	,76643
NASKRE3	,06947	,88099
NASKRE4	,20236	,81903
NASKRE7	,15428	,83109
NASKRE8	,18765	,80637
NASKRE9	,19394	,82838

Tabel L. F. 20. Output Factor Analysis Indikator-Indikator Kredibilitas Program Liputan 6 dan Daya Tarik Berita Nasional

Rotated Factor Matrix:

	Factor 1	Factor 2
LIPKRE1	-,06873	,87437
LIPKRE2	-,07195	,80837
LIPKRE3	,08730	,78995
LIPKRE4	,00845	,74508
LIPKRE7	,15063	,60704
LIPKRE8	,04545	,79060
LIPKRE9	,09428	,89622
NADAY11	,84560	,02550
NADAY12	,85018	,14063
NADAY13	,80334	,09666
NADAY14	,88262	-,11172
NADAY17	,74961	-,13308
NADAY18	,73151	,06749
NADAY19	,64165	,19612

Tabel L. F. 21. Output Factor Analysis Indikator-Indikator Image Likability
Dewi Yudhomiranti dan Daya Tarik FOKUS

Rotated Factor Matrix:

	Factor 1	Factor 2
DYLIKE2	,85860	,07337
DYLIKE3	,81780	,04102
DYLIKE4	,83852	,26961
DYLIKE5	,79269	,05373
DYLIKE6	,87721	,18882
DYLIKE7	,69933	,32823
DYLIKE11	,86486	,20778
FODAY10	,18171	,82330
FODAY11	,06524	,74327
FODAY12	,16111	,78160
FODAY14	,20800	,80638
FODAY18	,02720	,81621
FODAY19	,25079	,58091

Tabel L. F. 22. Output Factor Analysis Indikator-Indikator Image Kredibilitas dan Dominance Dewi Yudhomiranti

Rotated Factor Matrix:

	Factor 1	Factor 2
DYCRED42	,59974	,42107
DYCRED43	,74928	,16233
DYCRED44	,87001	,09524
DYCRED45	,81861	,18339
DYCRED46	,88804	,11794
DYCRED47	,83886	,04921
DYCRED48	,64113	,32128
DYCRED49	,54192	,41294
DYCRED50	,60526	,30708
DYCRED51	,67360	,32810
DYCRED56	,75064	,34548
DYDOM22	,19877	,83848
DYDOM23	,19954	,81247
DYDOM28	,04754	,68915
DYDOM31	,26189	,77028
DYDOM32	,27847	,84398
DYDOM33	,29092	,85369

Tabel L. F. 23. Output Factor Analysis Indikator-Indikator Penampilan Fisik dan Intelektualitas Dewi Yudhomiranti

Rotated Factor Matrix:

	Factor 1	Factor 2
DYLOOK1	.87150	.36915
DYLOOK2	.88332	.39579
DYLOOK3	.85338	.34266
DYLOOK4	.79352	.40664
DYLOOK5	.82313	.39077
DYSMART1	.55191	.69987
DYSMART2	.50885	.74294
DYSMART3	.42680	.81369
DYSMART4	.58072	.67719
DYSMART5	.39692	.76790
DYSMART6	.20250	.82589

Tabel L. F. 24. Output Factor Analisis Indikator-Indikator Image Kredibilitas dan Image Daya Tarik Dentamira Kusuma

Rotated Factor Matrix:

	Factor 1	Factor 2
DKCRED44	.77476	.15108
DKCRED45	.86300	.12028
DKCRED46	.79994	.15730
DKCRED47	.80687	.12788
DKCRED48	.71165	.12149
DKCRED49	.77722	.13772
DKCRED50	.60108	.16612
DKCRED51	.54701	.14899
DKCRED56	.72266	.12578
DKCRED42	.52072	.21907
DYATTR13	.34158	.60535
DYATTR14	.22413	.63735
DYATTR15	.04315	.79294
DYATTR17	.06926	.78516
DYATTR18	.19515	.77012
DYATTR19	.32832	.75627
DYATTR20	.10176	.80962
DYATTR21	.11145	.75793

Tabel L. F. 25. Output Factor Analysis Indikator-Indikator Kredibilitas Fokus dan Image Daya Tarik Jeremy Teti

Rotated Factor Matrix:

	Factor 1	Factor 2
FOKRE2	,08826	,70679
FOKRE3	,17143	,80377
FOKRE4	,10529	,78626
FOKRE7	,23877	,66599
FOKRE8	,14305	,83585
FOKRE9	,11133	,84115
JTATTR15	,89818	,15539
JTATTR17	,80530	,01031
JTATTR18	,78721	,27679
JTATTR19	,85391	,22639
JTATTR20	,81273	,14646
JTATTR21	,74771	,09386

Tabel L. F. 26. Output Factor Analysis Indikator-Indikator Penampilan Fisik Teguh Juwarno dan Inteilektualitas Tuti Marlina

Rotated Factor Matrix:

	Factor 1	Factor 2
TJLOOK1	,07411	,80151
TJLOOK2	,29905	,82020
TJLOOK3	,15945	,85071
TJLOOK4	,08707	,86153
TJLOOK5	,22907	,78347
TMSMART1	,89522	,18382
TMSMART2	,83924	,17756
TMSMART3	,88354	,20510
TMSMART4	,84820	,15523
TMSMART5	,82684	,10221
TMSMART6	,73792	,15196

Tabel L. F. 27. Output Factor Analysis Indikator-Indikator Intelektualitas Teguh Juwarno dan Penampilan Fisik Tuti Marlina

Rotated Factor Matrix:

	Factor 1	Factor 2
TJSMART1	.86489	.17138
TJSMART2	.88456	.19313
TJSMART3	.87820	.06981
TJSMART4	.79686	.11067
TJSMART5	.78234	.27872
TJSMART6	.70636	.02260
TMLOOK1	.06983	.91405
TMLOOK2	.21978	.88987
TMLOOK3	.10178	.93843
TMLOOK4	.16730	.87095
TMLOOK5	.03873	.33189

Tabel L. F. 28. Output Factor Analysis Indikator-Indikator Image Likability Jeremy Teti dan Kredibilitas Program Lintas 5

Rotated Factor Matrix:

	Factor 1	Factor 2
JTLIKE2	.76720	.04529
JTLIKE3	.79233	.00162
JTLIKE4	.77307	.08080
JTLIKE5	.71556	.04921
JTLIKE6	.84919	.12406
JTLIKE7	.61181	.14216
JTLIKE11	.82962	.03901
JTLIKE12	.64305	.10815
LINKRE1	.04115	.83276
LINKRE2	-.00867	.75113
LINKRE3	.02120	.80583
LINKRE4	.05350	.68595
LINKRE7	.15556	.73129
LINKRE8	.12519	.75551
LINKRE9	.15759	.73567

Tabel L. F. 29. Output Factor Analysis Indikator Kredibilitas Jeremy Teti dan Daya Tarik Program Dunia Dalam Berita.

Rotated Factor Matrix:

	Factor 1	Factor 2
JTCRED39	.53578	-.05304
JTCRED42	.55288	.13894
JTCRED43	.73372	.16547
JTCRED44	.80873	.18148
JTCRED45	.84610	.18730
JTCRED46	.79159	.21887
JTCRED47	.73891	.26140
JTCRED48	.64763	.04356
JTCRED49	.72839	-.08681
JTCRED51	.61938	.05067
JTCRED50	.53815	-.01984
DUNDAY10	.08692	.77411
DUNDAY11	.01643	.75488
DUNDAY12	.07950	.84222
DUNDAY13	.18022	.74050
DUNDAY14	.16401	.67962
DUNDAY17	-.01825	.69793
DUNDAY18	.08734	.65832

Tabel L.. F. 30. Output Factor Analysis Indikator-Indikator Penampilan Fisik Jeremy Teti dan Intelegktualitas Dentamira Kusuma

Rotated Factor Matrix:

	Factor 1	Factor 2
DKSMART1	.86348	.32838
DKSMART2	.86081	.26675
DKSMART3	.85379	.15295
DKSMART4	.89823	.13676
DKSMART5	.86724	.15993
DKSMART6	.82361	.00410
JTLOOK1	.17636	.85170
JTLOOK2	.16119	.89549
JTLOOK3	.10223	.90491
JTLOOK4	.16012	.86375
JTLOOK5	.20331	.84897

LAMPIRAN 3 : OUTPUT RELIABILITY ANALYSIS

Tabel L. R. 1. Output Reliability Analysis Indikator-Indikator Kredibilitas

Cakrawala

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
CAKRED1	20,8900	13,1898	,6193	,8884
CAKRED2	20,8100	13,3272	,7052	,8797
CAKRED3	20,8100	13,1049	,6971	,8798
CAKRED4	20,8700	12,7607	,7288	,8759
CAKRED7	21,1300	11,9122	,7014	,8811
CAKRED8	21,0500	12,4318	,7445	,8737
CAKRED9	20,9600	12,7257	,7019	,8789

Reliability Coefficients

N of Cases = 100,0

N of Items = 7

Alpha = ,8951

Tabel L. R. 2. Output Reliability Analysis Indikator kredibilitas Dentamira

Kusuma

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
DKCRED42	27,6100	30,8262	,4874	,9030
DKCRED44	28,0500	28,4520	,7001	,8908
DKCRED45	28,1000	27,3232	,8031	,8838
DKCRED46	28,0200	27,6562	,7418	,8879
DKCRED47	28,1000	28,1515	,7518	,8877
DKCRED48	27,9000	28,4343	,6522	,8939
DKCRED49	27,9700	27,3829	,7225	,8892
DKCRED50	27,8500	30,2702	,5554	,8995
DKCRED51	27,8200	30,1693	,4949	,9033
DKCRED56	27,6700	27,7183	,6590	,8939

Reliability Coefficients

N of Items = 10

N of cases = 100.0

Alpha = .9032

Tabel L. R. 3 Output Reliability Analysis Indikator Daya Tarik Dentamira

Kusuma

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
DKATTR13	22,6600	12,8327	,4353	,7879
DKATTR14	22,4400	12,9560	,4502	,7848
DKATTR15	22,5700	12,5708	,5711	,7668
DKATTR17	22,6500	11,8056	,5946	,7615
DKATTR18	22,8000	12,5859	,5104	,7756
DKATTR19	22,9100	12,5878	,4987	,7775
DKATTR20	22,7800	13,2238	,5153	,7762
DKATTR21	22,4900	12,9595	,5020	,7770

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0

N of Items = 8

Alpha = .7984

Tabel L. R. 4. Output Reliability Analysis Indikator Likability Dentamira

Kusuma

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
DKLIKE2	22,3900	12,7049	,5733	,8158
DKLIKE3	22,5100	13,0201	,5519	,8186
DKLIKE4	22,4300	11,4597	,7555	,7889
DKLIKE5	22,3000	13,0000	,4897	,8273
DKLIKE6	22,5200	12,5956	,6362	,8078
DKLIKE7	22,1400	12,9903	,5263	,8219
DKLIKE10	21,9900	13,5049	,4505	,8310
DKLIKE11	22,3600	13,4853	,5414	,8205

Reliability Coefficients

N of Cases = 100,0

N of Items = 8

Alpha = ,8361

Tabel L. R. 5. Output Reliability Analysis Indikator Penampilan Fisik

Dentamira

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
DKLOOK1	20.7600	14.2651	.7783	.8799
DKLOOK2	20.7500	13.4823	.8377	.8665
DKLOOK3	20.7600	13.8610	.8351	.8667
DKLOOK4	20.5400	16.2307	.7298	.8918
DKLOOK5	20.5100	16.4948	.6449	.9063

Reliability Coefficients
 N of cases = 100.0
 N of items = 5
Alpha = .9046

Tabel L. R. 6. Output Reliability Analysis Indikator-Indikator Intelektualitas

Dentamira Kusuma

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
DKSMART1	25.6000	21.8586	.8652	.9194
DKSMART2	25.5500	21.3005	.8386	.9207
DKSMART3	25.5300	21.4637	.8019	.9250
DKSMART4	25.5800	19.9026	.8559	.9181
DKSMART5	25.8700	21.2456	.8186	.9229
DKSMART6	25.8200	20.4319	.7254	.9380

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100.0
 N of Items = 6
Alpha = .9358

Tabel L. R. 7. Output Rekiability Analysis Daya Tarik Program Dunia Dalam

Berita

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
DUNDAY10	16,9500	18,1288	,7013	,8616
DUNDAY11	17,0600	18,2792	,6790	,8646
DUNDAY12	16,9800	18,4036	,7756	,8534
DUNDAY13	17,0000	18,5253	,6600	,8670
DUNDAY14	16,9700	19,1001	,6180	,8720
DUNDAY17	16,8500	19,3207	,5557	,8801
DUNDAY18	16,9300	78,6718	,7176	,8601

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100,0
Alpha = ,8826

N of Items = 7

Tabel. L. R. 8. Output Reliability Analysis Indikator Kredibilitas Dunia Dalam Berita

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
DUNKRE1	22,0800	26,0541	,7202	,8954
DUNKRE2	22,0400	26,7459	,6580	,9005
DUNKRE3	22,4000	25,1313	,7642	,8912
DUNKRE4	22,4000	25,7576	,6709	,8997
DUNKRE5	22,2800	26,5673	,6242	,9034
DUNKRE7	22,7400	25,3459	,7635	,8914
DUNKRE8	22,6600	25,7418	,7275	,8946
DUNKRE9	22,5300	25,3829	,7129	,8959

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0

N of Items = 8

Alpha = .9083

Tabel L. R. 9. Output Reliability Analysis Indikator Kredibilitas Dewi Y.

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
DYCRED42	32,2500	38,2096	,6542	,9274
DYCRED43	32,5300	37,5243	,7049	,9253
DYCRED44	32,5900	35,7999	,8066	,9206
DYCRED45	32,5600	35,8853	,7807	,9218
DYCRED46	32,4600	35,4226	,8282	,9195
DYCRED47	32,4600	36,4327	,7423	,9236
DYCRED48	32,4600	36,8772	,6570	,9277
DYCRED49	32,4200	38,4683	,6023	,9294
DYCRED50	32,4800	38,2521	,6229	,9286
DYCRED51	32,3200	36,8259	,6867	,9261
DYCRED56	32,2700	36,3607	,7713	,9223

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0

N of Items = 11

Alpha = .9312

Tabel L. R. 10. Output Reliability Analysis Daya Tarik Interpersonal Dewi Y.

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
DYATTR13	23,2600	19,3459	,5961	,8896
DYATTR14	22,9700	9,1405	,5880	,8908
DYATTR15	22,9900	18,7979	,6949	,8806
DYATTR17	23,1500	18,2702	,6902	,8811
DYATTR18	23,1900	18,1757	,7044	,8797
DYATTR19	23,3000	18,4141	,7391	,8764
DYATTR20	23,1800	18,8360	,7339	,8775
DYATTR21	22,9700	18,9991	,6745	,8826

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100.0
 N of Items = 8
Alpha = .8955

Tabel L. R. 11 Output Reliability Analysis Indikator Image Dominance Dewi Y.

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
DYDOM22	17,5200	9,7067	,7956	,8929
DYDOM23	17,4700	9,7062	,7687	,8967
DYDOM28	17,8000	10,6667	,5860	,9210
DYDOM31	17,6200	10,0764	,7522	,8992
DYDOM32	17,5200	9,5855	,8079	,8910
DYDOM33	17,5700	9,2981	,8395	,8861

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100.0
 N of Items = 6
Alpha = .9138

Tabel L. R. 12 Output Reliability Analysis Indikator Image Likability Dewi Y.

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
DYLIKE2	19,9200	14,7208	,7855	,8956
DYLIKE3	19,9300	15,2981	,7273	,9019
DYLIKE4	19,9100	14,6282	,8144	,8924
DYLIKE5	19,7000	15,4242	,6987	,9049
DYLIKE6	19,9500	14,5530	,8457	,8891
DYLIKE7	19,6600	15,4792	,6738	,9076
DYLIKE11	19,9500	16,0278	,6146	,9132

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100.0
 N of Items = 7
Alpha = .9139

Tabel L. R. 13. Output Reliability Analysis Indikator Penampilan Fisik Dewi Y.

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
DYLOOK1	20.7800	19.7289	.9173	.9398
DYLOOK2	20.7900	20.1474	.9115	.9408
DYLOOK3	20.7800	21.0218	.8741	.9474
DYLOOK4	20.6900	20.8019	.8294	.9549
DYLOOK5	20.6000	21.0303	.8646	.9489

Reliability Coefficients
 N of cases = 100.0
 N of items = 5
Alpha = .9567

Tabel L. R. 14. Output Reliability Analysis Indikator Intepektualitas Dewi Y.

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
DYSMART1	25.9900	21.9292	.8415	.9264
DYSMART2	26.0100	21.9292	.8556	.9248
DYSMART3	25.9700	21.4233	.8798	.9215
DYSMART4	25.9600	21.7156	.8334	.9273
DYSMART5	26.2900	22.2484	.7954	.9319
DYSMART6	26.2800	22.4057	.7218	.9415

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100.0
 N of Items = 6
Alpha = .9401

Tabel L. R. 15. Output Reliability Analysis Indikator Daya Tarik Fokus

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
FODAY10	16,5600	10,2691	,7521	,8304
FODAY11	17,0100	11,2423	,6082	,8564
FODAY12	16,3700	10,9021	,7001	,8407
FODAY14	16,3300	10,4860	,7292	,8349
FODAY18	16,3600	10,6772	,7054	,8394
FODAY19	16,1700	12,0011	,5047	,8722

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100,0
Alpha = ,8686

N of Items = 6

Tabel L. R. 16. Output Reliability Analysis Indikator Tingkat Kredibilitas Fokus

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
FOKRE2	16,9800	9,9188	,5902	,8717
FOKRE3	16,9300	9,1971	,7354	,8489
FOKRE4	17,0500	9,2399	,6766	,8582
FOKRE7	17,3900	9,4928	,5956	,8719
FOKRE8	17,2400	8,6489	,7589	,8437
FOKRE9	17,1600	8,7216	,7532	,8448

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0

N of Items = 6

Alpha = .8780

Tabel L. R. 17. Output Reliability Analysis Indikator daya tarik Jeremy Teti

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
JTATTR15	16,7300	11,8557	,6110	,8816
JTATTR17	16,7900	11,1575	,6825	,8711
JTATTR18	16,7700	10,9062	,7462	,8605
JTATTR19	16,9000	10,2121	,8112	,8488
JTATTR20	16,8800	11,3592	,7322	,8636
JTATTR21	16,8300	11,6779	,6347	,8782

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0

N of Items = 6

Alpha = .8874

Tabel L. R. 18. Output Reliability Analysis Indikator Kredibilitas Jeremy Teti

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
JTCRED39	32,1800	32,7147	,4411	,8959
JTCRED42	32,0300	32,5344	,4907	,8931
JTCRED43	32,2700	30,2799	,6744	,8829
JTCRED44	32,3200	29,1895	,7636	,8771
JTCRED45	32,3900	28,6645	,8087	,8739
JTCRED46	32,3800	29,5915	,7558	,8779
JTCRED47	32,3600	29,8489	,7012	,8812
JTCRED48	32,2000	31,3535	,5700	,8891
JTCRED49	32,2600	30,7398	,6269	,8858
JTCRED50	32,3300	32,6678	,4467	,8956
JTCRED51	32,1800	31,9269	,5414	,8906

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0

N of Items = 11

Alpha = .8954

Tabel L. R. 19. Output Reliability Analysis Indikator Image Dominance Jeremy

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
JTDOM28	10,8800	2,8945	,3591	,8497
JTDOM31	10,8600	2,4044	,6932	,6780
JTDOM32	10,6800	2,6036	,6133	,7211
JTDOM33	10,8400	2,3378	,7401	,6528

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100.0
 N of Items = 4
Alpha = .7965

Tabel L. R. 20. Output Reliability Analysis Indikator Kredibilitas Jeremy Teti

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
JTLIKE2	22,9500	19,6843	,6803	,8740
JTLIKE3	22,9700	19,2819	,6966	,8723
JTLIKE4	23,0100	19,5454	,6804	,8740
JTLIKE5	23,0300	19,8274	,6213	,8799
JTLIKE6	23,1500	18,8157	,7858	,8633
JTLIKE7	22,8400	21,1055	,5422	,8864
JTLIKE11	22,9700	19,5445	,7659	,8666
JTLIKE12	22,9000	19,8889	,5562	,8875

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100.0
 N of Items = 8
Alpha = .8895

Tabel L. R. 21. Output Reliability Analysis Indikator Penampilan Fisik Jeremy Teti

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
JTLOOK1	19.6500	16.4318	.8025	.9196
JTLOOK2	19.4100	16.6282	.8452	.9113
JTLOOK3	19.3700	17.1647	.8473	.9120
JTLOOK4	19.7400	16.8004	.8071	.9184
JTLOOK5	19.3100	16.2565	.8038	.9197

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100.0
 N of Items = 5
Alpha = .9318

Tabel L. R. 22. Output Reliability Analysis Indikator Intelektualitas Jeremy Teti

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
JTSMART1	26.4600	21.1802	.8668	.9210
JTSMART2	26.4400	22.2287	.8509	.9234
JTSMART3	26.2900	22.1474	.8458	.9239
JTSMART4	26.2800	22.9915	.8367	.9261
JTSMART5	26.5200	22.8380	.7341	.9374
JTSMART6	26.5100	21.3231	.7895	.9321

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100.0
 N of Items = 6
Alpha = .9387

Tabel L. R. 23. Output Reliability Analysis Indikator Daya Tarik Lintas 5

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
LINDAY10	14,6400	8,1923	,6971	,7317
LINDAY11	14,8400	8,9034	,5383	,7680
LINDAY12	14,2900	7,8645	,7168	,7239
LINDAY14	14,3800	8,4602	,5643	,7615
LINDAY18	14,3300	8,7688	,4715	,7838
LINDAY19	14,0200	9,1915	,3549	,8124

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100.0
 N of Items = 6
Alpha = .7962

Tabel L. R. 24 Output Reliability Analysis Indikator Kredibilitas Program Lintas 5

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
LINKRE1	19,2800	10,4461	,7381	,8542
LINKRE2	19,1900	10,9635	,6428	,8660
LINKRE3	19,3300	10,0819	,7132	,8564
LINKRE4	19,4900	10,7979	,5800	,8736
LINKRE7	19,6200	10,4198	,6475	,8652
LINKRE8	19,4500	10,4722	,6899	,8597
LINKRE9	19,4200	10,3269	,6569	,8641

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100.0
 N of Items = 7
Alpha = .8801

Tabel L. R. 25. Output Reliability Analysis Indikator Daya Tarik Liputan 6

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
LIPDAY10	19,1700	10,0415	,7634	,8555
LIPDAY11	19,4500	9,8460	,6117	,8877
LIPDAY12	19,1100	10,6847	,6973	,8669
LIPDAY14	19,1300	10,4375	,7262	,8622
LIPDAY18	19,1100	10,1191	,7819	,8530
LIPDAY19	19,0800	10,9026	,6662	,8717

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100.0
 N of Items = 6
Alpha = .8859

Tabel L. R. 26. Output Reliability Analysis Indikator Kredibilitas Program Liputan 6

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
LIPKRE1	22,5300	11,3021	,7838	,8440
LIPKRE2	22,5500	12,1692	,6943	,8570
LIPKRE3	22,5700	11,7829	,7171	,8535
LIPKRE4	22,5700	12,0456	,6445	,8630
LIPKRE7	23,0200	12,5451	,5099	,8813
LIPKRE8	22,7800	12,0319	,7023	,8557
LIPKRE9	22,6200	12,6420	,5957	,8688

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100.0
 N of Items = 7
Alpha = .8783

Tabel L. R. 27. Output Reliability Analysis Indikator Daya Tarik Berita Nasional

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
NADAY11	15,4200	17,1552	,7643	,8744
NADAY12	15,3000	16,7778	,7823	,8719
NADAY13	15,3400	17,5398	,7277	,8788
NADAY14	15,2600	16,8812	,8030	,8697
NADAY17	15,0900	18,4666	,6410	,8885
NADAY18	15,1700	17,6981	,6426	,8887
NADAY19	14,9200	17,7915	,5640	,8997

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100.0
 N of Items = 7
Alpha = .8970

Tabel L. R. 28. Output Reliability Analysis Indikator Kredibilitas Berita Nasional

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
NASKRE1	17,1500	22,8157	,6589	,9198
NASKRE2	17,1600	21,9741	,7189	,9143
NASKRE3	17,3900	21,0484	,8188	,9037
NASKRE4	17,4800	21,9087	,7772	,9082
NASKRE7	17,6300	22,1951	,7726	,9088
NASKRE8	17,6100	22,1797	,7559	,9104
NASKRE9	17,5600	21,5418	,7976	,9060

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100.0
 N of Items = 7
Alpha = .9221

Tabel L. R. 29. Output Reliability Analysis Indikator Daya Tarik Shanta C.

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
SCATTR13	22,1200	17,5612	,7101	,8613
SCATTR14	21,7400	19,1236	,5796	,8745
SCATTR15	21,9100	18,8908	,5929	,8732
SCATTR17	22,2000	17,4545	,7171	,8605
SCATTR18	22,2400	18,0226	,6378	,8690
SCATTR19	22,3700	17,7708	,6783	,8647
SCATTR20	22,1400	18,4853	,6348	,8692
SCATTR21	22,1000	18,2121	,6349	,8692

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100,0
 N of Items = 8
Alpha = .8824

Tabel L. R. 30 Output Reliability Analysis Indikator Kredibilitas Shanta C.

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
SCCRED42	26,9100	36,0019	,6501	,9187
SCCRED43	27,2100	35,8645	,6247	,9202
SCCRED44	27,3300	34,4456	,8041	,9103
SCCRED45	27,3000	34,7576	,8002	,9107
SCCRED46	27,4100	34,1837	,7706	,9120
SCCRED47	27,4200	34,4481	,7617	,9126
SCCRED48	27,2800	36,3451	,6213	,9201
SCCRED49	27,1400	34,8893	,7280	,9145
SCCRED50	27,1700	36,2233	,6320	,9196

Reliability Coefficients
 N of Items = 10
 N of Cases = 100.0
Alpha = .9324

Tabel L.R.49. Output Reliability Analysis Indikator Intelektualitas Tuti Marlina

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
TMSMART1	25.5500	16.0480	.8543	.8972
TMSMART2	25.5700	17.1769	.7855	.9078
TMSMART3	25.5300	16.3324	.8550	.8979
TMSMART4	25.6300	15.1445	.7914	.9072
TMSMART5	25.8400	16.7822	.7581	.9100
TMSMART6	25.8300	16.3445	.6649	.9249

Reliability Coefficients N of Items = 6
 N of Cases = 100.0
Alpha = .9217

Tabel L.R.50 Output Reliability Analysis Indikator Daya Tarik Tjandra Wibowo

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
TWATTR15	16,7100	14,7130	,6213	,8745
TWATTR17	16,3300	15,3142	,5770	,8807
TWATTR18	16,7600	13,4570	,7496	,8534
TWATTR19	16,8300	13,1930	,7686	,8500
TWATTR20	16,6500	13,6439	,8201	,8424
TWATTR21	16,3200	14,8461	,6344	,8723

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100
 N of items = 6
Alpha = .8831

Tabel L.R.51. Output Reliability Analysis Image Dominance Tjandra Wibowo

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
TWDOM22	23.0800	13.6703	.6381	.8796
TWDOM25	23.2100	13.2787	.6107	.8825
TWDOM28	23.3100	13.0847	.6042	.8840
TWDOM29	23.6000	12.6061	.6117	.8852
TWDOM31	23.1500	12.0278	.8514	.8526
TWDOM32	23.1000	12.4747	.7769	.8625
TWDOM33	23.0900	13.0120	.7400	.8681

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100.0
 N of Items = 7
Alpha = .8899

Tabel L. R. 34. Output Reliability Analysis Indikator Intelektualitas Shanta

Curanggana.

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
SCSMART1	25.3300	20.4052	.8295	.8952
SCSMART2	25.1700	20.7284	.8352	.8953
SCSMART3	25.1100	20.2807	.8316	.8947
SCSMART4	25.2900	21.4605	.6101	.9254
SCSMART5	25.2900	19.7837	.7718	.9030
SCSMART6	25.5100	20.1312	.7574	.9048

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100.0
 N of Items = 6
Alpha = .9181

Tabel L. R. 35. Output Reliability Analysis Indikator Daya Tarik Seputar Indonesia

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
SIDAY10	17,5100	7,0605	,6606	,7348
SIDAY11	17,8800	7,1774	,5223	,7743
SIDAY12	17,3200	7,6541	,6035	,7514
SIDAY14	17,3100	8,3777	,5145	,7730
SIDAY18	17,3200	7,5531	,5564	,7614
SIDAY19	17,2600	8,1539	,4610	,7826

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100.0
 N of Items = 6
Alpha = .7949

Tabel L. R. 36. Output Reliability Analysis Indikator Kredibilitas Seputar Indonesia

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
SIKRED1	20,7600	13,7196	,7105	,8683
SIKRED2	20,7700	14,7041	,6028	,8811
SIKRED3	21,0400	13,7358	,7734	,8610
SIKRED4	20,9500	14,1692	,7239	,8674
SIKRED7	21,4200	14,1451	,5844	,8852
SIKRED8	21,1600	13,8529	,7020	,8694
SIKRED9	21,0800	13,9329	,6906	,8708

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100.0
 N of Items = 7
Alpha = .8882

Tabel L. R. 31 Output Reliability Analysis Indikator Image Dominance Shanta

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
SCDOM24	13,2600	6,2347	,6940	,8452
SCDOM28	13,3100	7,2060	,4697	,8959
SCDOM31	13,2600	6,1337	,7779	,8240
SCDOM32	13,2300	6,0981	,7993	,8188
SCDOM33	13,2600	6,2347	,7637	,8279

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100.0
 N of Items = 5
Alpha = .8713

Tabel L. R. 32 Output Reliability Analysis Indikator Image Likability Shanta C.

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
SCLIKE2	18,4900	15,4443	,7230	,8717
SCLIKE3	18,4600	16,0691	,6996	,8746
SCLIKE4	18,5100	14,7171	,7956	,8620
SCLIKE5	18,4400	16,2893	,6273	,8833
SCLIKE6	18,5400	15,0590	,8075	,8606
SCLIKE7	18,1000	17,3838	,5722	,8886
SCLIKE11	18,4000	17,3131	,5965	,8862

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100.0
 N of Items = 7
Alpha = .8917

Tabel L. R. 33 Output Reliability Analysis Indikator Penampilan Fisik Shanta Curanggana

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
SCLOOK1	18.2200	19.2036	.8419	.8912
SCLOOK2	17.9800	20.0804	.8748	.8856
SCLOOK3	17.9300	22.1466	.7467	.9112
SCLOOK4	18.0400	21.3317	.7892	.9029
SCLOOK5	17.8300	19.0920	.7489	.9154

Reliability Coefficients
 N of cases = 100.0
 N of Items = 5
Alpha = .9196

Tabel L. R. 37 Output Reliability Analysis Indikator Daya Tarik Teguh Juwarno

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
TJATTR13	17,7800	7,8905	,4059	,7933
TJATTR14	17,6000	7,3939	,5842	,7456
TJATTR17	17,4700	8,3930	,4407	,7785
TJATTR18	17,4600	7,2408	,6739	,7236
TJATTR19	17,9000	7,9091	,4991	,7663
TJATTR20	17,7400	7,4671	,6669	,7278
TJATTR21	17,4982	7,6431	,5632	,7152

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100.0
 N of Items = 7
Alpha = .7889

Tabel L. R. 38 Output Reliability Analysis Indikator Kredibilitas Teguh Juwarno

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
TJCRED42	23,8200	18,1491	,6012	,8670
TJCRED43	24,0300	16,8779	,6885	,8575
TJCRED44	24,1200	15,8844	,7605	,8489
TJCRED45	24,1600	16,4994	,7043	,8556
TJCRED48	24,1500	17,5631	,6012	,8666
TJCRED49	23,9800	16,9087	,6563	,8610
TJCRED50	24,1300	18,0738	,5363	,8729
TJCRED51	24,0400	17,8368	,5657	,8701

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100.0
 N of Items = 8
Alpha = .8770

Tabel L. R. 39 Output Reliability Analysis Indikator Image Dominance Teguh Juwarno

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
TJDOM28	18,2700	7,4112	,4688	,8248
TJDOM31	18,2700	6,9264	,6713	,7841
TJDOM32	18,2200	6,9208	,6930	,7804
TJDOM33	18,3400	7,1156	,5581	,8067
TJDOM34	18,3400	6,8731	,5531	,8094
TJDOM35	18,2100	6,7534	,6527	,7866

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100.0
 N of Items = 6
Alpha = .8267

Tabel L. R.40. Output Reliability Analysis Indikator Image Likability Teguh J.

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
TJLIKE2	21,7600	8,0832	,5580	,7559
TJLIKE3	21,9900	8,5757	,4478	,7762
TJLIKE4	21,8100	8,8625	,3863	,7865
TJLIKE5	21,7400	7,8105	,5936	,7483
TJLIKE6	22,0300	7,0193	,6991	,7232
TJLIKE7	21,5800	8,4481	,5102	,7653
TJLIKE11	21,9100	8,6686	,4243	,7803

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100.0
 N of Items = 7
Alpha = .7904

Tabel L. R. 41. Output Reliability Analysis Indikator Penampilan Fisik Teguh Juwrno

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
TJLOOK1	22.2300	11.0476	.6842	.8872
TJLOOK2	22.1300	11.0839	.7801	.8632
TJLOOK3	22.1200	11.2784	.7777	.8641
TJLOOK4	22.1100	11.2100	.7679	.8660
TJLOOK5	21.9300	11.8839	.7101	.8789

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100.0
 N of Items = 5
Alpha = .8948

Tabel L.. R. 42. Output Reliability Analysis Indikator Intelektualitas Teguh Juwarno

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
TJSMART1	27.8500	18.0884	.7989	.8800
TJSMART2	27.7900	17.7837	.8380	.8746
TJSMART3	27.8100	17.2868	.8009	.8776
TJSMART4	27.7200	17.5572	.7114	.8912
TJSMART5	28.2800	17.2743	.7423	.8865

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100.0
 N of Items = 5
Alpha = .9129

Tabel L.. R. 43. Output Reliability Analysis Indikator Daya Tarik Tuti Marlina

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
TMATTR15	15.7900	9.1373	.5848	.8515
TMATTR17	15.9800	8.4036	.6709	.8367
TMATTR18	16.0000	8.4242	.6313	.8451
TMATTR19	16.2700	8.5223	.7221	.8276
TMATTR20	15.9800	8.7269	.7019	.8318
TMATTR21	16.0300	8.8779	.6337	.8432

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100.0
 N of Items = 6
Alpha = .8625

Tabel L.. R. 44. Output Reliability Analysis Kredibilitas Tuti Marlina

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
TMCRED39	32,1400	33,7580	,5328	,9109
TMCRED42	32,0200	33,8582	,5893	,9085
TMCRED43	32,4100	31,4363	,7825	,8987
TMCRED44	32,3700	30,6799	,8259	,8960
TMCRED45	32,4700	30,8577	,7855	,8981
TMCRED46	32,5100	31,0605	,7064	,9025
TMCRED47	32,4700	31,9284	,6946	,9031
TMCRED48	32,2400	32,7095	,5708	,9097
TMCRED50	32,3000	33,0000	,5198	,9125
TMCRED51	32,3300	31,6779	,7113	,9022
TMCRED56	32,140	32,5863	,6032	,9079

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100.0
 N of Items = 11
Alpha = .9126

Tabel L..R.45 Output Reliability Analysis Indikator Image Dominance Tuti Marlina

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
TMDOM28	10,1400	4,1822	,6077	,9065
TMDOM31	10,0700	3,7021	,8247	,8255
TMDOM32	9,9400	3,7135	,8085	,8316
TMDOM33	10,0200	3,7774	,7736	,8451

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100.0
 N of Items = 4
Alpha = .8862

Tabel L.R. 46. Output Reliability Analysis Image Likability Tuti Marlina

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance If Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
TMLIKE2	22,9100	13,4565	,6838	,8526
TMLIKE3	22,9900	14,1716	,6088	,8608
TMLIKE4	22,7800	13,5067	,6813	,8529
TMLIKE5	22,7300	14,0375	,6013	,8619
TMLIKE6	22,8700	13,5890	,7270	,8480
TMLIKE7	22,4200	14,9329	,5894	,8633
TMLIKE10	22,5400	14,6347	,5312	,8688
TMLIKE11	22,7600	14,2853	,6404	,8577

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100.0
 N of Items = 8
Alpha = .8793

Tabel L.R. 47 Output Reliability Analysis Indikator Penampilan Flsik Tuti Marlina

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
TMLOOK1	20.7700	73.7546	.4867	.8292
TMLOOK2	20.8200	74.6743	.5045	.8359
TMLOOK4	20.6200	74.6824	.5602	.7319
TMLOOK3	20.8300	74.9910	.5335	.8367

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100.0
 N of Items = 4
Alpha = .9365

Tabel L.R.48 Output Reliability Analysis Indikator Kredibilitas Tjandra Wibowo

	Scale Mean If Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
TWCRED39	36,6400	55,9701	,4592	,9161
TWCRED42	36,1800	55,3410	,5689	,9107
TWCRED43	36,5900	52,9514	,6739	,9062
TWCRED44	36,5400	52,0691	,8002	,9004
TWCRED45	36,5500	51,6439	,7868	,9008
TWCRED46	36,3700	52,3163	,7742	,9016
TWCRED47	36,3200	54,5228	,6142	,9088
TWCRED48	36,0600	54,8651	,6090	,9091
TWCRED49	36,1900	54,1757	,6457	,9075
TWCRED50	36,1700	56,4860	,5096	,9130
TWCRED51	36,1900	54,0140	,6789	,9061
TWCRED56	36,1300	51,6294	,7268	,9036

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100.0
 N of Items = 12
Alpha = .9142

Tabel II. 52. Ouput Reliability Analysis Daya Tarik Interpersonal Yan P.

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
YPATTR13	21,8600	27,7580	,6101	,8860
YPATTR14	21,2400	30,0832	,4648	,8975
YPATTR15	21,1300	30,5991	,4141	,9014
YPATTR17	21,8400	26,2772	,7578	,8712
YPATTR18	21,7300	26,1385	,7941	,8676
YPATTR19	21,9200	26,1956	,8051	,8667
YPATTR20	21,7500	27,0177	,7998	,8687
YPATTR21	21,8500	25,7854	,7311	,8742

Reliability Coefficients

N of Cases = 100,0

N of Items = 8

Alpha = .8934

Tabel II. 53. Output Reliability Indikator Kredibilitas Yan Partawijaya

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
YPCRED42	5,6700	44,8092	,6843	,9226
YPCRED43	25,8900	44,5231	,7223	,9206
YPCRED44	26,0900	43,0524	,8612	,9132
YPCRED45	26,0700	43,3991	,8473	,9238
YPCRED46	26,1600	43,2469	,8264	,9149
YPCRED47	26,3100	44,5530	,6664	,9238
YPCRED48	25,9800	44,8481	,6698	,9234
YPCRED49	26,0200	44,8683	,7415	,9197
YPCRED50	25,9600	46,0792	,6439	,9245
YPCRED51	25,7600	46,5277	,5588	,9290

Reliability Coefficients

N of Cases = 100,0

N of Items = 10

Alpha = .9280

Tabel L.R.49. Output Reliability Analysis Indikator Intelektualitas Tuti Marlina

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
TMSMART1	25.5500	16.0480	.8543	.8972
TMSMART2	25.5700	17.1769	.7855	.9078
TMSMART3	25.5300	16.3324	.8550	.8979
TMSMART4	25.6300	15.1445	.7914	.9072
TMSMART5	25.8400	16.7822	.7581	.9100
TMSMART6	25.8300	16.3445	.6649	.9249

Reliability Coefficients N of Items = 6
 N of Cases = 100.0
Alpha = .9217

Tabel L.R.50 Output Reliability Analysis Indikator Daya Tarik Tjandra Wibowo

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
TWATTR15	16,7100	14,7130	,6213	,8745
TWATTR17	16,3300	15,3142	,5770	,8807
TWATTR18	16,7600	13,4570	,7496	,8534
TWATTR19	16,8300	13,1930	,7686	,8500
TWATTR20	16,6500	13,6439	,8201	,8424
TWATTR21	16,3200	14,8461	,6344	,8723

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100
 N of items = 6
Alpha = .8831

Tabel L.R.51. Output Reliability Analysis Image Dominance Tjandra Wibowo

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
TWDOM22	23.0800	13.6703	.6381	.8796
TWDOM25	23.2100	13.2787	.6107	.8825
TWDOM28	23.3100	13.0847	.6042	.8840
TWDOM29	23.6000	12.6061	.6117	.8852
TWDOM31	23.1500	12.0278	.8514	.8526
TWDOM32	23.1000	12.4747	.7769	.8625
TWDOM33	23.0900	13.0120	.7400	.8681

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100.0
 N of Items = 7
Alpha = .8899

Tabel II.54. Output Reliability Analysis Indikator Image Likability Tjandra W.

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
TWLIKE2	20,1600	16,6004	,7733	,8493
TWLIKE3	20,0500	18,4520	,6087	,8708
TWLIKE4	19,8300	17,6577	,6901	,8609
TWLIKE5	20,0400	18,4832	,5806	,8742
TWLIKE6	20,0900	16,7090	,7487	,8527
TWLIKE7	9,9300	17,5001	,6818	,8618
TWLIKE11	20,0000	18,5309	,5806	,8742

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100.0
 N of Items = 7
Alpha = .8810

Tabel II. 55. Output Reliability Analysis Indikator Penampilan Fisik Tjandra W.

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
TWLOOK1	21.2800	16.3653	.8948	.9074
TWLOOK2	21.0300	18.3324	.8899	.9059
TWLOOK3	21.1100	19.2302	.8437	.9153
TWLOOK4	21.2100	21.2787	.6883	.9419
TWLOOK5	20.8900	18.8868	.8305	.9172

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100.0
 N of Items = 5
Alpha = .9337

Tabel II. 56. Output Reliability Analysis Indikator Intelektualitas Tjandra W.

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
TWSMART1	27.9900	22.9595	.8510	.8797
TWSMART2	27.9800	23.0501	.8313	.8819
TWSMART3	28.0500	21.2399	.8602	.8738
TWSMART4	27.8800	22.7329	.7390	.8922
TWSMART5	28.7400	22.1539	.5965	.9205
TWSMART6	28.0600	22.7640	.6850	.9003

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100.0
 N of Items = 6
Alpha = .9079

Tabel II. 57. Output Reliability Analysis Indikator Image Dominance Yan P.

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
YPDO24	13,8600	9,4954	,6410	,9031
YPDO28	13,7700	9,3708	,7315	,8815
YPDO31	13,6800	9,2097	,8300	,8610
YPDO32	13,5700	9,1971	,7924	,8683
YPDO33	13,7200	9,2743	,7736	,8724

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100.0
 N of Items = 5
Alpha = .8995

Tabel II.58. Output Reliability Analysis Indikator Image Likability Yan P.

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
YPLIKE2	21,6900	25,1049	,7943	,8897
YPLIKE3	21,5300	25,7062	,7414	,8944
YPLIKE4	21,6800	25,4117	,7154	,8965
YPLIKE5	21,4800	25,1814	,6762	,9006
YPLIKE6	21,5700	24,4496	,8314	,8859
YPLIKE7	20,9000	27,5455	,5281	,9116
YPLIKE11	21,2800	25,8198	,7085	,8971
YPLIKE12	21,2300	26,1587	,6631	,9009

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100,0
 N of Items = 8
 Alpha = **.9090**

Tabel II. 59. Output Reliability Analysis Indikator Penampilan Fisik Yan P.

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
YPLOOK1	17.9100	22.5272	.6383	.9173
YPLOOK2	18.1200	19.7834	.8579	.8700
YPLOOK3	18.0300	20.9789	.8361	.8756
YPLOOK4	17.6800	23.1895	.7356	.8976
YPLOOK5	17.3000	20.8586	.8042	.8821

Reliability Coefficients
 N of Cases = 100.0
 N of Items = 5
Alpha = .9094

Tabel II.60. Output Reliability Analysis Intelektualias Yan Partawijaya

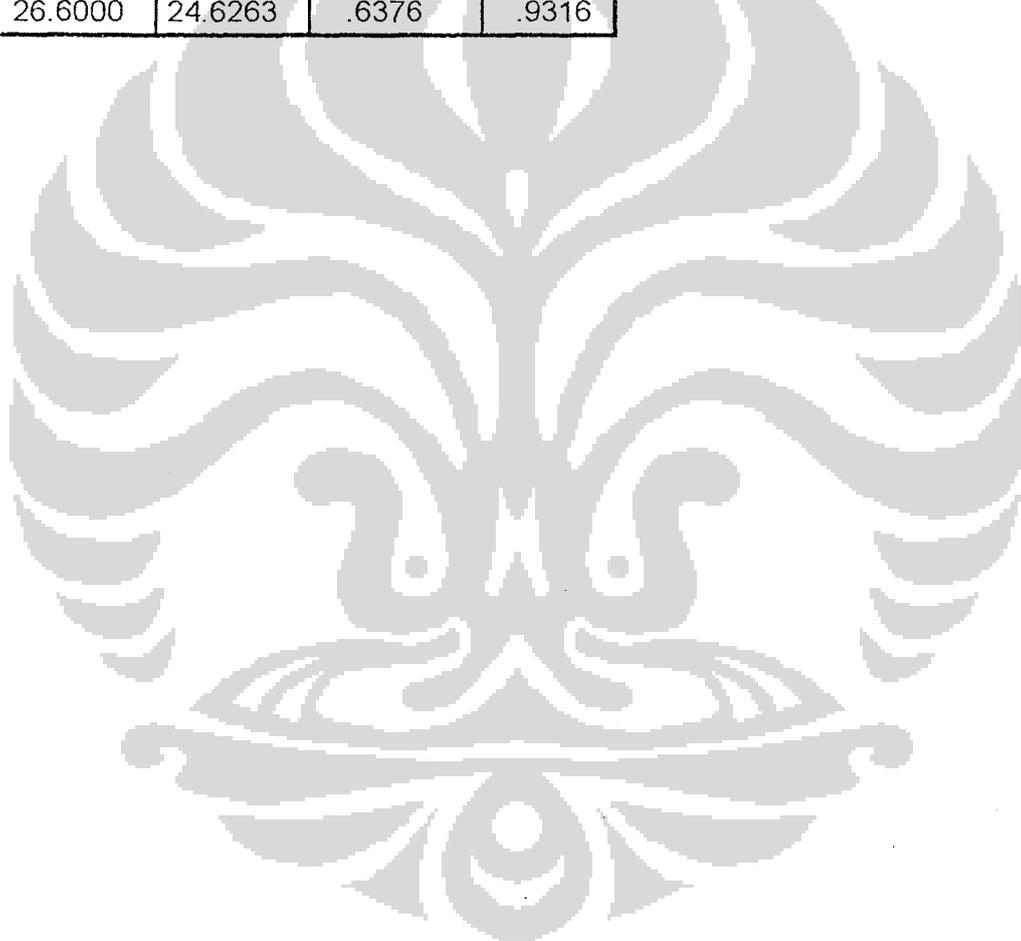
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
YPSMART1	25.9600	24.8267	.8829	.8920
YPSMART2	25.9500	25.1995	.8773	.8935
YPSMART3	25.8200	23.9673	.8613	.9340
YPSMART4	25.9000	25.6869	.7723	.9062
YPSMART5	25.8200	27.0784	.6754	.9185
YPSMART6	26.6000	24.6263	.6376	.9316

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0

N of Items = 6

Alpha = .9205



DAFTAR PUSTAKA

- Allan, Stuart, *News Culture*, Philadelphia: Open University Press, 1999
- Baggaley, Jon and Duck, Steve, *Dynamics of Television*, Westmead: Saxon House, 1979
- Bethell, Tom, *Spreading The News, The Role of The Media*, US Information Agency.
- Canary, Daniel J., *Interpersonal Communication*, New York: St. Martin's Press, Inc., 1994
- Cross, Donna Woolfolk, *Media Speak, How Television Makes Up Your Mind*, New York: New American Library, 1983.
- Ellis, John, *Visible Fictions*, New York: Routledge, 1994.
- Green, Maury, *Television News: Anatomy and Process*, Jakarta: Media Sejahtera, 1991
- Head, Sydney W. and Sterling, Christopher H., *Broadcasting in America*, Boston: Houghton Mifflin, 1982.
- Healey, Joseph F., *Statistics: A tool For Social Research*, California: Wadsworth Publishing Company, 1994
- K. Maxine and Reed, Robert M., *Career Opportunities in Television, Cable, and Video*, New York: Facts on File Inc, 1986.
- Malhotra, Naresh K., *Marketing Reserach, An Applied Orientation*, New Jersey: Prentice Hall, Inc., 1996.
- Malo, Dr Manasse dan Trisnoningtias, Dra. Sri., *Metode Penelitian Masyarakat*, Pusat Antar Universitas Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Indonesia
- McQuail, denis, *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta: Erlangga, 1989.
- Neuman, W. Laurence, *Social Research Methods, Qualitative and Quantitative Approaches*, USA: Allyn and Bacon, 1997.
- Philo, Greg, *Seeing and Believing, The Influence of Television*, London: Routledge, 1990
- Poole, Marshall Scott and McPhee Robert D., *Methodology in Interpersonal Communication Research*, dalam *Handbook of Interpersonal Communication*, California: Sage Publications Inc., 1994.
- Robinson, John P., and Shaver, Phillip R., *Measures of Social Psychological Attitudes*, Michigan: Institute for Social Research, 1980.
- Root, Jane, *Open The Box About Television*, London: Commedia Publishing Group, 1986
- Ruben, Brent D., *Communication and Human Behaviour*, New Jersey: Prentice Hall, 1992

- Samovar, Larry A, et. al., *Understanding Intercultural Communication*, California: Wadsworth Publishing Company, 1992
- Shook, Frederick., *Television Newswriting: Captivating an Audience*, New York: Longman Publishing Group, 1994
- Soemandoyo, Priyo, *Wacana Gender dan Layar Televisi*, Yogyakarta: LP3y dan Ford Foundation, 1999
- Terobosan Jurnalistik ANTEVE Lewat Tayangan Langsung*, Suara Pembaruan, 16 Februari 1998
- Williams, Raymond, *Television, Technology and Cultural Form*, London: Fontana, 1992.
- Wurtzel, Alan and Rosenbaum, John, *Television Production*, USA: McGraw Hill, 1995.
- Zettl, Herbert, *Television Production Handbook*, California: Woodsworth Publishing Company, 1992

