ISSN: 1979-5246

Jurnal Ilmiah Satya Negara Indonesia

Volume 2 Juni 2009 Nomor 01

Prevalensi Dan Keparahan Infeksi Monodon-Baculovirus (MBV) Pada Organ Pencernaan Udang Windu (Penaeus Monodon)
Samuel A.M. Littik

Rancangan Antena Kaleng Silinder Untuk Komunikasi Wireless LAN 2,4 GHz
Berlin P. Sitorus dan Muhammad Dimas Sasongko

Hubungan Antara Penerapan Akuntansi Pertanggungjawaban Dengan Efektifitas Pengendalian Biaya
Goodman Hutabarat

Diskusi Verbal Dalam Review Kertas Kerja, Motivasi, Interaksi Antara Diskusi dan Pengalaman Pengaruhnya Terhadap Kinerja Auditor
Meifida Ilyas dan Yudhi Herliansyah

Motif Menonton Berita Kriminal Di Televisi Dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Audiens
Sri Desti Purwatiningsih

Efek Penambahan Campuran Vitamin Pada Pakan Buatan Terhadap Pertumbuhan Larva Dan Perkembangan Sidat, *Anguilla bicolor bicolor*
Ali Samsudin A.W dan Armen Nainggolan

Studi Kawasan Konservasi Laut Di Kabupaten Nias Selatan
Hasan Sitorus

Diterbitkan Oleh:

Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat
Universitas Satya Negara Indonesia

JURNAL ILMIAH SATYA NEGARA INDONESIA merupakan Jurnal Ilmiah yang menyajikan artikel original tentang pengetahuan dan informasi penelitian atau aplikasi penelitian dan pengembangan terkini yang berhubungan dengan bidang yang ada di Universitas Satya Negara Indonesia yang memiliki empat Fakultas yaitu Fakultas Teknik, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Fakultas Ekonomi dan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Jurnal ini merupakan sarana publikasi dan ajang berbagi karya riset dan pengembangannya di Universitas Satya Negara Indonesia (USNI).

Pemuatan artikel di Jurnal ini dapat dikirim kealamat Penerbit. Informasi lebih lengkap untuk pemuatan artikel dan petunujuk penulisan artikel tersedia pada halaman terakhir yakni pada Pedoman Penulisan Jurnal Ilmiah atau dapat dibaca pada setiap terbitan. Artikel yang masuk akan melalui proses seleksi editor atau mitra bestari.

Jurnal ini terbit secara berkala sebanyak dua kali dalam setahun yakni Juni dan Desember. Pemuatan naskah tidak dipungut biaya. Jurnal Ilmiah Satya Negara Indonesia adalah merupakan peningkatan dari Jurnal USNI sebelumnya.

Alamat Penerbit/Redaksi
Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat (LPPM)
Universitas Satya Negara Indonesia
Jln. Arteri Pondok Indah No.11 Kebayoran Lama Utara
Jakarta Selatan 12240 - Indonesia
Telp. (021) 7398393/7224963. Hunting, Fax 7200352/7224963
Homepage: http//www.usni.ac.id
E-mail: lppm@.usni.ac.id

Frekwensi Terbit
2 kali setahun: Juni dan Desember

Vol. 2 No.01 Juni 2009 ISSN : 1979-5246

JURNAL ILMIAH
SATYA NEGARA INDONESIA

Pelindung
Dr. Andreas Yumarma
(Rektor)

Penanggung Jawab
Dr. Ir. Marudin Sitorus, M.S
(Kepala LPPM)

Penasehat
Prof. Dr. Ir. Supriyono Eko Wardoyo, M.Aq

Dewan Redaksi
Prof. Dr. Ir. Wilson H. Limbong, M.S
Prof. Dr. Lijan P. Sinambela, M.Pd
Ir. Semuel AM. Littik, M.Sc, Ph.D
Dr. Jupiter Sitorus, M.Sc
Dr.Ir.Mustahal, M.Sc
Armen Nainggolan, SPi, M.Si
Drs. Zuhri Bahri, M.Si
Mefida Iliyas, SE, M.Si
Drs. Charles Situmorang, M.Si

Mitra Bestari
Prof. Dr. Irwan Abdullah, M.Sc (UGM)
Prof. Dr. Ronald Z. Titahelu, SH,M.S (UNPATTI)
Prof. Dr. Ir. Rosmawati Paranginangin, M.S (Balai Riset DKP)
Dr. Dedi Setia Permana, M.Sc (LIPI)

Penyunting Pelaksana
Nanto,ST
Istiqomah,ST

MOTIF MENONTON BERITA KRIMINAL DI TELEVISI DAN PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI AUDIENS
(Kasus Pada Warga Kecamatan Tanah Abang Jakarta Pusat)

Sri Desti Purwatiningsih
Jurusan Komunikasi, Fakultas Ilmu social dan Ilmu Politik
Jl Arteri Pondok Indah Jakarta 12240

ABSTRAK

Kejahatan di Indonesia semakin meningkat dan fenomena ini kita dapat melihatnya setiap hari yang disajikan melalui informasi berita televisi. Tujuan penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui bagaiman audiens memenuhi kebutuhan akan informasi mengena kejahatan yang didasari oleh motif, (2Untu menganalisa hubungan antara lingkungan audiens dan motif-motif mereka dalam menonton berita kriminal (3) untuk menganalisa hubungan antara motif menonton berita criminal dengan penggunaan media, (4) Untu menganalisa hubunganantara penggunaan media dengan pemenuhan kebutuhan berita kriminal. Penelitian in menggunakan metode deskripsi korelasi. Hasil dari penelitian ini memperlihatkan adanya hubungan yan positif antara motif menonton berita criminal dengan pemenuhan kebutuhan berita criminal audiens. Pemenuhan kebutuhan mengenai berita criminal dipengaruhi oleh motif-motif mereka menonton berit kriminal

Key words: motif, penggunaan media, kriminal pemenuhan kebutuhan

---

ABSTRACT

The Audience Motives of Watching the Crime News on the Television and Their Gratification of Crime Information

Recently the crime in Indonesia has been increasing much. We can see this phenomenon o television that presents the crime news programmed. The purposes of this research were: (1) to know how th audience fulfill their needs of information about crimes based on their motives, (2) to analyze th relationship between the audience's environment and their motives of watching crime news, (3) to analyz the relationship between the motive of watching crime news and the use of media, (4) to analyze th relationship between the use of media and the gratification of crime news. This research used Descriptiv Correlation Method. The result of this research showd that there was a positive relationship between th motives of watching crime news and the audience gratification of crime news. Thus, the gratification of crim information is influenced by their motives of watching crime news

Key words: motive, uses crime , media, gratification

1. Pendahuluan

Kebutuhan akan rasa aman hingga saat ini belum dapat terwujud, dengan semakin tingginya tingkat kejahatan. Pada awal tahun 2003, setiap hari rata-rata terjadi empat tindak kejahatan di wilayah DKI Jakarta. Angka kejahatan tertinggi berupa pencurian kendaraan bermotor, kemudian disusul dengan kejahatan dalam bentuk pencurian dengan kekerasan, pencurian berat, pencurian biasa, pengrusakan, penganiayaan, pengeroyokan, dan penembakan. Jenis-jenis kejahatan/tindak kriminal yang sering terjadi di lingkungan masyarakat baik di Jakarta maupun daerah-daerah lain di luar daerah, antara lain; Pencurian (Curat, Curanmor, Curas), pengrusakan/Pembakaran, perkelahian, massa/pelajar, penganiayaan bera pembunuhan, uang palsu, penyalah-gunaa senpi/Handak, pemerkosaan, jual beli da penyalahgunaan narkoba (Polda, 2003).

Tingginya tingkat kejahata mengakibatkan kurangnya rasa aman anggot masyarakat yang memotivasi mereka untu melakukan upaya-upaya mandiri guna mencega tindak-tindak kejahatan tersebut misalnya, menca informasi sebanyak-banyaknya tentang kejadian kejadian kriminalitas dari media massa yan disesuaikan dengan kebutuhannya. Salah sat media massa yang banyak menayangkan berita da informasi tentang tindak kriminalitas adala televisi.

Berita-berita kriminal mendapat porsi yang cukup besar yang ditayangkan oleh hampir seluruh stasiun swasta yang menggambarkan tentang penangkapan, penggerebekan, pengejaran, bahkan tak jarang terlihat pula gambar-gambar tembakan dari polisi yang memburu sasaran. Dengan penyajian berita seperti ini, telah merangsang khalayak memilih dan menentukan informasi dari stasiun televisi mana yang diminatinya dengan sajian-sajian yang akurat, dapat dipercaya dan terkini. Berita-berita kriminal di televisi antara lain, Patroli di Indosiar, Buser di SCTV, Sergap di RCTI, Kriminal di Trans TV, Sidik di TPI, Brutal di Lativi dan masih banyak lagi. Semuanya berisi sama, berita tentang polisi dan penjahat dengan bumbu darah dan kekerasan. Tayangan berita kekerasan tersebut semuanya masuk daftar 10 besar jenis tayangan yang digemari masyarakat. (Suara Merdeka, 25 Agustus 2003).

Daftar tersebut masih akan bertambah panjang jika ditambah dengan pengemasan tayangan kekerasan yang dibuat dengan sangat detail yang bersifat investigatif dengan jam tayang lebih panjang untuk satu kasus. Ada acara bertajuk Jejak Kasus, Lacak, Derap Hukum, Investigasi, dan masih banyak lagi. Dalam tayangan jenis ini, gambar-gambar lebih detil lagi, bahkan ada adegan peraga atau rekonstruksi cara pelaku memperkosa korbannya, membunuh dan perilaku sadis lainnya.

Berdasarkan uraian di atas penelitian ini diharapkan untuk menjawab permasalahan sebagai berikut: a) Motif-motif apa yang melatarbelakangi warga Kecamatan Tanah Abang menonton berita kriminal yang ditayangkan oleh stasiun televisi swasta? b) Seberapa jauh hubungan antara karakteristik khalayak penonton dengan motif menonton berita kriminal? c) Seberapa jauh faktor lingkungan berhubungan dengan motif menonton berita kriminal? d) Seberapa jauh ada hubungan antara motif menonton berita kriminal dengan penggunaan media televisi? e) Seberapa jauh penggunaan media berhubungan erat dengan pemenuhan kebutuhan khalayak dalam memperolehinformasi berita kriminal?

Penelitian ini bermaksud untuk meneliti hubungan antara variabel karakteristik khalayak, faktor lingkungan, motif menonton berita kriminal, penggunaan media televisi dan pemenuhan kebutuhan informasi berita kriminal. Penelitian ini bertujuan menjawab masalah penelitian tersebut sebagai berikut: a) Mengetahui motif-motif yang melatarbelakangi warga Kecamatan Tanah Abang dalam menonton berita kriminal; b) Hubungan antara kharakteristik khalayak penonton dengan motif menonton berita kriminal; c) Hubungan antara faktor lingkungan dengan motif menonton berita kriminal; d) Hubungan antara motif menonton berita kriminal dengan penggunaan media televisi; e) Hubungan antara penggunaan media televisi dengan pemenuhan kebutuhan khalayak dalam memperoleh informasi berita kriminal.

KRIMINAL

Wolfgang dalam *The Sociology of Crime and Delinguency* memberikan definisi kriminologi sebagai kumpulan ilmu pengetahuan tentang kejahatan yang bertujuan untuk memperoleh pengetahuan dan pengertian tentang gejala kejahatan. Ilmu pengetahuan tersebut dapat diperoleh dengan jalan mempelajari dan menganalisa secara ilmiah keterangan-keterangan, keseragaman-keseragaman, pola-pola dan faktor-faktor kausal yang berhubungan dengan kejahatan, pelaku kejahatan serta reaksi masyarakat terhadap keduanya (Topo, 2003).

Kejahatan merupakan suatu fenomena yang kompleks yang selalu ada dalam tatanan kehidupan masyarakat. Kejahatan di kota-kota besar seperti Jakarta dan kota-kota besar lainnya di Indonesia akhir-akhir ini meningkat secara kuantitas dan kualitas. Pelaku kejahatan sudah semakin beragam dan semakin meluas, dari kalangan masyarakat yang putus sekolah sampai kalangan terdidik, pelajar/mahasiswa, laki-laki dan perempuan, bahkan anak-anak di bawah umur. Kualitas kejahatan juga sudah jauh meningkat, terutama jika dilihat dari tingkat kekejaman maupun cara-cara atau teknik dan alat yang digunakan serta keberanian atau kenekatan dalam melakukan tindak kejahatan sampai menimbulkan korban jiwa (Widiyanti, 1987).

Kejahatan menurut definisi ilmu hukum adalah suatu perbuatan, yang oleh masyarakat (dalam hal ini negara) diberi pidana. Pada intinya suatu kejahatan merupakan sebagian dari perbuatan-perbuatan yang bertentangan dengan kesusilaan (Bonger, 1976).

Kejahatan apapun bentuknya dan tingkatannya jelas merugikan masyarakat dan mengganggu ketenangan hidup masyarakat. Oleh karena itu kejahatan harus dicegah dan diberantas, baik oleh aparat penegak hukum maupun oleh masyarakat secara swadaya.

KOMUNIKASI MASSA

Definisi yang paling sederhana mengenai komunikasi massa dirumuskan oleh Bittner (dalam Rakhmat, 1993) yaitu, komunikasi massa adalah didefinisikan sebagai pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Sedangkan Gerbner (1967) mengatakan komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus

pesan yang kontinu serta paling luas dimiliki oleh orang dalam masyarakat industri.

Berdasarkan beberapa definisi oleh para ahli dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa adalah penyebaran pesan dengan menggunakan media yang ditujukan kepada massa atau khalayak yang tersebar, heterogen, anonim baik melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang disampaikan secara serempak diterima pada saat yang sama.

MEDIA MASSA

Effendy (2001), menyatakan bahwa media massa merupakan saluran komunikasi massa. Komunikasi massa adalah suatu proses penyebaran pesan melalui satu atau lebih media massa (koran, radio, television, film, majalah, dan buku) kepada kepada pemirsa yang relatif besar dan tidak diketahui.

Mc Quail (1987) mengatakan bahwa terdapat dua dimensi peranan media massa di tengah kekuatan sosial. Pertama sebagai penghubung yang menyebarkan pesan para calon "penyokong," serta di lain pihak sebagai penghubung dalam publik yang berusaha memenuhi kebutuhan informasi. Peran organisasi media beserta komponennya adalah sebagai penentu dalam situasi yang ditandai oleh adanya berbagai kendala, tuntutan, serta sekian banyak pendayagunaan kekuasaan dan pengaruh. McQuail lebih lanjut mengatakan, bahwa media memiliki 2 kekuatan pokok, yaitu: (1) Keefektifan media untuk mencapai tujuan kekuasaan tertentu – persuasi, mobilisasi, informasi, dan sebagainya, (2) Kekuasaan siapa yang diterapkan media – kekuasaan masyarakat secara keseluruhan, kekuasaan kelas atau kelompok kepentingan tertentu atau kekuasaan komunikator secara individu.

EFEK MEDIA MASSA

Efek komunikasi merupakan setiap perubahan yang terjadi di dalam diri penerima, karena menerima pesan-pesan dari suatu sumber. Perubahan ini meliputi perubahan pengetahuan, perubahan sikap, dan perubahan perilaku nyata. Komunikasi dikatakan efektif apabila ia menghasilkan efek-efek atau perubahan-perubahan sebagai yang diharapkan oleh sumber, seperti pengetahuan, sikap dan perilaku atau ketiganya (Wiryanto, 2000).

TELEVISI

Televisi berasal dari kata yang berbeda asalnya, yaitu tele (bahasa Yunani) yang berarti jauh, dan visi (videra bahasa Latin) yang berarti penglihatan. Dengan demikian kata visi dalam bahasa Inggris diartikan dengan melihat jauh. Melihat jauh diartikan dengan gambar dan suara yang diproduksi di suatu tempat (studio televisi) dapat dilihat dari tempat lain melalui sebuah perangkat penerima (televisi set). Dengan demikian kata televisi diartikan dengan televisi siaran yang dapat dilakukan kabel (televisi kabel). Dalam sistem transmisi/pancaran gambar dan suara yang dihasilkan kamera elektromagnetik, dan selanjutnya ditransmisikan melalui pemancar. Gelombang elektromagnetik ini diterima oleh sistem antena yang menyalurkan ke pesawat penerima (pesawat televisi). Gelombang elektromagnetik itu diubah kembali menjadi gambar dan suara, sedangkan pada televisi kabel, gelombang elektromagnetik disambungkan melalui kabel ke pesawat penerima (Wahyudi, 1984).

Sifat televisi sebagai medium elektronik, menyebabkan berita yang disiarkan sampai ke pemirsa berlangsung sepintas saja. Bagi wartawan televisi lebih baik terlambat menyiarkan berita atau sama sekali tidak menyiarkannya, daripada menyiarkan berita yang tidak benar. Untuk memperoleh kepastian bahwa berita yang disiarkannya itu benar, harus disaksikan sendiri peristiwanya, atau dicek kebenarannya pada pihak yang bersangkutan sehingga lebih meyakinkan.

BERITA

Menurut Eric C. Hepwood, (dalam Pareno, 2003), berita adalah laporan pertama dari kejadian yang penting sehingga dapat menarik perhatian umum. Berita menurut Mitchel V. Charnley dalam bukunya Reporting, adalah laporan yang tepat waktu mengenai fakta atau opini yang memiliki daya tarik atau hal penting atau kedua-duanya bagi masyarakat luas (Muda, 2003).

Kridalaksana (1987) menyatakan bahwa berita adalah: (1) Fakta atau gagasan yang dapat menarik perhatian orang banyak dan tepat pada waktunya untuk disiarkan, (2) Pernyataan yang memberitahukan, dan (3) Laporan tentang peristiwa atau pendapat yang disiarkan untuk diketahui umum.

PENGGUNAAN MEDIA DAN PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI

Pendekatan "*Uses and Gratification*" merupakan pendekatan teori-teori tentang efek, walaupun hanya menjelaskan tentang proses penerimaan, tidak mencakup keseluruhan proses. Pendekatan ini memiliki kelebihan yaitu membantu peneliti memahami arti penting penggunaan media. (Mc Quail, 1985)

Pendekatan "*Uses and Gratifications*" sebenarnya tidak lain adalah gabungan teori-teori yang mempunyai perspektif atau penekanan pada hal yang sama, yaitu keaktifan audiens. Seperti yang diungkapkan oleh Melvin De Fleur (1982), bahwa *Uses and Gratifications* adalah nama umum

untuk sekumpulan pandangan-pandangan teoritis tertentu yang tidak sistematis yang dihubungkan oleh penekanan yang terbagi pada audiens media yang aktif.

Pendekatan Uses and Gratifications tidak tertarik pada berbagai hal yang dilakukan media massa pada diri seseorang, tetapi tertarik pada hal-hal yang dilakukan orang terhadap media. Khalayak dianggap aktif dalam menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya.(Rakhmat, 2001)

Blumler mengungkapkan bahwa: (1) komunikasi massa berguna (utility), (2) konsumsi media diarahkan oleh motif (intentionality), (3) perilaku media mencerminkan kepentingan (selectivity), dan (4) khalayak sebenarnya kepala batu (stubborn). Pendapat tersebut mengungkapkan bahwa khalayak mengkonsumsi media didasarkan oleh motif-motif tertentu, sehingga khalayak aktif bahkan selektif dalam mencari informasi yang bermanfaat untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasannya (Katz, *et al* 1974).

Pada saat mengkonsumsi media, khalayak mempunyai motif-motif tertentu yaitu mencari segala sesuatu yang dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhannya. Oleh karena itu, khalayak aktif dan selektif dalam memilih dan menggunakan media. Aktifitas dan selektifitas khalayak, biasanya dipengaruhi oleh predisposisi psikologis sosialnya, dengan memilih informasi yang cenderung memperkokoh keyakinannya dan menolak informasi yang tidak sesuai atau bertentangan kebutuhan dirinya. Menurut Katz, G. Blumler, dan Gurevitch (1974), konsep dasar yang diteliti dalam model pendekatan *Uses and Gratifications* ini adalah : (1) Sumber sosial dan psikologis, (2) Kebutuhan yang melahirkan, (3) Harapan-harapan, (4) Media massa atau sumber lain yang menyebabkan, (5) Perbedaan pola terpaan media dan menghasilkan, (6) Pemenuhan kebutuhan, dan (7) Akibat-akibat lain, dan mungkin bisa jadi akibat-akibat lain yang tidak dikehendaki.

Menurut Weiss, media massa memenuhi kebutuhan akan fantasi dan informasi. Menurut Wilbur Schramm, yaitu memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan. Sedangkan menurut Laswell dan Charles Wright mengajukan empat fungsi media massa yaitu, 1. surveillance, 2. Correlation, 3. Socialization, 4. Intertainment and cultural transmition (Katz, *et al* 1974).

Pendekatan *Uses and Gratifications* berusaha mencari tahu fungsi yang dilakukan media bagi khalayaknya dengan cara mencari alternatif tentang hal-hal yang dilakukan khalayak terhadap media yang digunakan. Beragamnya kebutuhan-kebutuhan sosial dan psikologis individu, menyebabkan beragam pula motif-motif yang melatarbelakangi khalayak mengkonsumsi media massa.

Motif-motif yang ada dari setiap individu sangat banyak dan berbeda-beda satu sama lain. Kemudian dari bermacam motif itu diklasifikasikan menjadi beberapa kategori yaitu : (1) Unifungsional (hasrat melarikan diri, kontak sosial atau bermain), (2) Bifungsional (informasi, edukasi, fantasi), (3) Empat fungsional (diversi, hubungan personal, identitas personal surveillance, korelasi, hiburan, transmisi budaya), (4) Multifungsional.

Penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam mengkonsumsi media, jenis media yang dikonsumsi dan berbagai hubungan antara individu konsumen dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan (Rosengren, 1974) Jadi media dikonsumsi khalayak bergantung pada jumlah waktu yang digunakan dan isi media.

KEPUASAN (*GRATIFICATION*) YANG DICARI DAN YANG DIPEROLEH

Greenberg (1974), Katz *et al* (1976), Lometti *et al* (1977), menekankan bahwa motif mengkonsumsi media atau kepuasan yang dicari mempunyai korelasi yang kuat dengan kepuasan yang diperoleh. Khalayak mengkonsumsi media untuk mencari informasi yang dapat memenuhi kebutuhannya. Gratifikasi yang dicari dan yang diperoleh sangat dipengaruhi oleh konsumsi media dan efek pengukuran. Gratifikasi yang dicari dan gratifikasi yang diperoleh berkorelasi dengan variabel terpaan, jenis isi, ketergantungan media, belief dan evaluasi atau penilaian terhadap media. Rosengren dan Windhal (1972) berasumsi bahwa kedua gratifikasi dipengaruhi oleh isi media, terpaannya, dan atau situasi sosial di lingkungan terpaan itu berlangsung.

Motif ataupun kebutuhan seseorang mengkonsumsi media didasarkan pada dua faktor, yaitu : (1) relevansi atau keterkaitan informasi itu sendiri dengan ciri individu, dan (2) tingkat ketidakpastian pesan yang berhubungan dengan subyek. Semakin besar hubungan informasi dan semakin besar ketidakpastiannya dengan diri subyek, maka semakin besar kebutuhan individu berorientasi pada informasi suatu media (Werner, 1992)

Asumsi pendekatan *Uses and Gratifications* adalah bahwa perilaku penggunaan media dilandasi oleh kebutuhan-kebutuhan tertentu khalayak. Namun demikian, bukan hanya kebutuhan yang menyebabkan perilaku penggunaan media, melainkan banyak faktor terlibat di dalamnya. Salah satunya adalah tersedianya (availibility) media turut

mempengaruhi perilaku penggunaan media oleh khalayak.

Aspek-aspek terpaan media diukur melalui : (1) waktu yang digunakan (time spent) dalam mengkonsumsi media, (2) jenis-jenis isi yang dikonsumsi, dan (3) berbagai hubungan antara individu yang mengkonsumsi, baik dengan isi media maupun dengan media pada umumnya. (Rosengren, 1985).

MOTIF

Sesuai dengan teori "*Law of effect*", perilaku yang tidak mendatangkan kesenangan tidak akan diulangi. Artinya, seseorang tidak akan mengkonsumsi media massa bila media massa tidak memberikan kepuasan terhadap kebutuhannya. Seseorang mengkonsumsi media massa karena adanya motif-motif tertentu.

Motif menurut Wood Wart sebagaimana dikutip oleh Sarwono (1982), merupakan sesuatu keadaan dalam diri individu yang menyebabkan orang melakukan kegiatan tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan menurut Koontz (1980), seperti yang dirumuskan oleh Berelson dan Steiner, motif adalah suatu keadaan dari dalam yang memberi kekuatan, yang menggiatkan atau yang menggerakkan, dan mengarahkan atau menyalurkan perilaku ke dalam arah tujuan-tujuan.

Motif merupakan dorongan pada diri seseorang untuk berbuat sesuatu atau berperilaku. Dorongan itu bisa berasal dari dalam diri dalam individu atau dari luar individu. Motif khalayak menonton berita kriminal yang disiarkan oleh beberapa stasiun televisi swasta nasional tidak terlepas dari dorongan untuk melakukan sesuatu yang disesuaikan dengan kebutuhannya.

Konsep motif pada dasarnya sama dengan need. Model *Uses and Gratifications* meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber lain, yang membawa pola terpaan media yang berlainan, dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain, termasuk juga yang tidak diinginkan.

Katz *et al* (1974) merumuskan asumsi dasar pendekatan mengenai penggunaan media massa yang didasari pada motif khalayak yaitu, (1) Khalayak dianggap aktif, (2) pemuasan dan pilihan media ditentukan khalayak, (3) media bersaing dan konsumsi media bergantung khalayak, (4) media berorientasi pada khalayak

Menurut teori *Uses and Gratifications*, perbedaan motif dalam konsumsi media menyebabkan seseorang beraksi pada media massa secara berbeda pula. Ini berarti bahwa efek media massa juga berlainan pada khalayaknya. Pendekatan *Uses and Gratifications* mempersoalkan beberapa hal yang dilakukan khalayak pada media, yakni menggunakan media untuk memuaskan kebutuhan akan informasi. Teori ini memfokuaskan pada kemampuan media dalam menambah pengetahuan, mengubah sikap dan menggerakkan perilaku.

Perilaku penggunaan media dilandasi oleh kebutuhan-kebutuhan tertentu dari khalayak. Selain faktor kebutuhan yang menyebabkan perilaku penggunaan media, masih ada faktor lain yang juga mempengaruhi, yaitu faktor ketersediaan (*availibility*) media.

Dengan beragamnya kebutuhan-kebutuhan sosial dan psikologis individu, maka para ahli mengumpulkan dan mendata motif-motif yang melatarbelakangi khalayak dalam mengkonsumsi media massa. Motif yang ada pada tiap individu sangat beragam, yaitu : informasi (*information*), pengawasan (*surveilance*), hiburan (*Intertainment*), ketidakpastian (*uncertainty*). Hal ini sejalan dengan operasionalisasi yang diajukan oleh Blumler (dalam Rakhmat 2001), yang membagi motif menjadi tiga kategori yaitu; (1) motif kognitif (motif yang timbul karena adanya kebutuhan akan informasi), (2) motif diversi (motif yang timbul karena adanya kebutuhan akan pelepasan dari tekanan atau kebutuhan akan hiburan), dan (3) motif personal identy (motif yang timbul karena adanya kebutuhan untuk memperkuat sesuatu yang penting dalam kehidupan atau khalayak sendiri).

Motif merupakan dorongan yang berasal dari dalam diri manusia yang menggerakkan ke arah tujuan untuk memuaskan kebutuhan. Motif khalayak mengkonsumsi media massa menyebabkan seseorang aktif dan selektif mencari dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan informasi.

KERANGKA BERPIKIR

Ketertarikan khalayak pada berita kejahatan lebih banyak disebabkan oleh faktor keingin-tahuan khalayak pada peristiwa kejahatan yang bernuansa kebrutalan dan kekejaman pelaku kejahatan terhadap korbannya. Banyak motif yang mendorong masyarakat mencari berita kejahatan diberbagai media massa termasuk televisi. Televisi memiliki keunggulan bila dibandingkan media lain karena mampu menampilkan gambar bergerak dan bersuara sekaligus lebih banyak dipilih masyarakat dalam mencari berita-berita kriminal tersebut. Hasil daripada penggunaan media massa yang didasarkan pada motif-motif tertentu dari khalayak penonton diharapkan dapat memenuhi kebutuhan akan informasi mengenai tindak kriminal/kejahatan.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini dirancang sebagai penelitian yang bersifat deskriptif korelasional, yaitu untuk mengamati hubungan antar variabel dalam suatu populasi (Faisal 1992). Penelitian ini dilaksanakan bulan April sampai bulan Juni 2004. Penelitian dilaksanakan di wilayah Kecamatan Tanah Abang Jakarta Pusat.

Penentuan wilayah populasi dilakukan secara purposive dengan pertimbangan bahwa Kecamatan Tanah Abang merupakan wilayah yang sangat strategis karena dekat dengan pusat keramaian. Sedangkan pengambilan sampel sebanyak 100 orang menggunakan sampel gugus acak sederhana bertahap ganda (*cluster sampling*) karena populasi sampling berada di 7 wilayah Kelurahan. Pengumpulan data primer dilakukan dengan wawancara berstruktur. Selain data primer, juga dikumpulkan data sekunder yang berkaitan dengan tujuan penelitian.

Data dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan prosedur statistik. Data yang diperoleh bersifat nominal dan ordinal, sehingga untuk menganalisis hubungan antara data tersebut, menurut Arikunto (1998) dan Siegel (1994) dapat digunakan koefisien kontingensi (C). Sedangkan untuk dianalisis hubungan antar variabel yang meliputi motif menonton berita kriminal, penggunaan media dan pemenuhan kebutuhan informasi, dilakukan dengan dianalisis hubungan dengan koefisien korelasi Spearman.

3. Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Khalayak dan Faktor Lingkungan

Sebagian besar khalayak penonton adalah warga yang berada pada usia produktif (91%). Responden laki-laki (48%) lebih sedikit dari responden perempuan (52%). Sebagian besar responden berpendidikan, SLTP dan SLTA (74%). Sebagian besar responden (95%) memiliki aktivitas, dengan variasi, sebagai pedagang (13%), karyawan swasta (28%), PNS (4%), Wiraswasta (15%), pelajar (7%), ibu rumah tangga (28%). Sisanya (5%) responden tidak memiliki aktivitas (pengangguran). Sebagian besar responden (71%) tergolong lapisan bawah. Sebagian besar responden (64%) tidak memiliki pengalaman dengan tindak kejahatan. Jarak tempat tinggal sebagian besar (77%) responden menyatakan tempat tinggalnya dekat dari pusat keramaian. Sebagian besar responden menyatakan bahwa daerah tempat tinggal mereka tidak rawan (62%). Jenis tindak kriminal yang sering terjadi di sekitar tempat tinggal mereka sebagian besar (50%) adalah jual beli dan penggunaan obat-obatan terlarang (narkoba). Peningkatan tindak kriminal di sekitar tempat tinggal sebagian besar responden (57%) menyatakan rendah.

Tabel 1 Hubungan karakteristik khalayak dengan motif menonton berita kriminal
Karakteristik Khalayak dan Faktor Lingkungan

Karakteristik Khalayak	Motif Menonton Berita Kriminal							
	Informasi		Pengawasan		Hiburan		Ketidak-pastian	
	K	P	K	P	K	P	K	P
Umur	-0,061	0,545	-0,155	0,124	0,128	0,204	0,101	0,316
Tingkat Pendidikan	-0,035	0,731	0,030	0,770	-0,149	0,138	-0,052	0,608
Status Ekonomi	-0,044	0,666	0,117	0,869	0,117	0,246	0,077	0,444

Hubungan Karakteristik Khalayak dengan Motif Menonton Berita Kriminal

Keterangan :
* = signifikan pada taraf nyata α 0,05
K = Koefisien korelasi
** = sangat signifikan pada taraf nyata α 0,01
P = Probabilitas (peluang)

MOTIF MENONTON BERITA KRIMINAL

Motif merupakan dorongan pada diri seseorang untuk berbuat sesuatu atau berperilaku. Dalam penelitian ini motif yang ada dalam diri khalayak penonton ketika menonton berita kriminal/kejahatan yang disiarkan oleh beberapa stasiun televisi swasta nasional tidak terlepas dari dorongan dari dalam maupun dari luar dirinya untuk melakukan sesuatu yang disesuaikan dengan kebutuhannya.

Motif menonton untuk mendapatkan informasi mengenai tindak kriminal/kejahatan

sebagian besar responden (55%) menganggap informasi berita kriminal/kejahatan yang di sajikan oleh setiap televisi swasta adalah penting untuk dikonsumsi. Sebanyak 47% responden menyatakan bahwa salah satu motif menonton berita kriminal/kejahatan sebagai pengawasan terhadap setiap tindak kriminal/kejahatan merupakan salah satu motif yang sangat penting. Sebagian besar responden *(43%) menganggap* motif menonton berita kriminal/ kejahatan sebagai sarana hiburan adalah tidak penting. Sebagian besar (51%) responden menyatakan bahwa motif mengurangi ketidakpastian mengenai segala sesuatu hal yang berkaitan dengan tindak kriminal/kejahatan dapat dilakukan dengan menonton berita kriminal.

PENGGUNAAN MEDIA

Pada saat mengkonsumsi media, khalayak mempunyai motif-motif tertentu yaitu mencari segala sesuatu yang dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhannya. Oleh karena itu, khalayak aktif dan selektif dalam memilih dan menggunakan media. Aktifitas dan selektifitas khalayak, biasanya dipengaruhi oleh predisposisi psikologis sosialnya, dengan memilih informasi yang cenderung memperkokoh keyakinannya dan menolak informasi yang tidak sesuai atau bertentangan kebutuhan dirinya. Aktifitas kehidupan individu, sebagian waktu dicurahkan untuk mengkonsumsi media tertentu dalam upaya memenuhi sebagian kebutuhan dasar hidupnya. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, terdapat kecenderungan individu menggunakan media massa.

Sebagian besar responden (84%) memiliki frekuensi menonton berita kriminal yang masih rendah. Responden yang memiliki intensitas menonton secara lengkap memiliki jumlah yang berbanding sama dengan responden yang menonton berita kriminal dengan sangat lengkap (47%). Sebagian besar responden (94%) tidak banyak mengkonsumsi berita kriminal/kejahatan. Berdasarkan hasil lapangan ternyata 39% responden masuk kedalam kategori sedang dalam penggunaan stasiun televisi sebagai saluran yang menayangkan berita kriminal/kejahatan yang pernah ditontonnya, dan sebagian besar responden (68%) menonton berita kriminal pada siang hari, yaitu antara pukul 11.30 sampai pukul 16.00 WIB.

Sebagian besar (63%) responden menginginkan acara berita kriminal yang ditayangkan oleh media massa televisi memerlukan waktu dari 30 sampai 45 menit yang didalam penelitian ini masuk dalam kategori lama dalam penayangan berita kriminal. Berdasarkan hasil penelitian diketahui, terdapat 22% responden yang menyatakan bahwa jual-beli dan penggunaan obat-*obatan terlarang* memiliki peringkat tertinggi yang merupakan berita yang paling banyak dan sering ditayangkan dalam berita kriminal, kemudian menyusul berita perampokan.

Pemenuhan Kebutuhan

Pemenuhan kebutuhan akan informasi berita kriminal dalam penelitian ini merupakan hasil dari penggunaan media dengan terpenuhinya kebutuhan akan informasi yang dicari dan diperolehnya. Khalayak mengkonsumsi media untuk mencari informasi yang dapat memenuhi kebutuhannya.

Motif menonton untuk mendapatkan informasi mengenai tindak kriminal/kejahatan sebagian besar responden (74%) menyatakan kebutuhannya akan informasi tindak kriminal sangat terpenuhi. Sebagian besar responden menyatakan bahwa salah satu motif menonton

Tabel 2
Hubungan Kharakteristik Khalayak (Jenis Kelamin, Aktivitas Khalayak dan Pengalaman Khalayak) dengan Motif Menonton Berita Kriminal
Karakteristik Khalayak dengan Motif Menonton Berita

Kharakteristik Khalayak	Motif Menonton Berita Kriminal							
	Informasi		Pengawasan		Hiburan		Ketidakpastian	
	K	P	K	P	K	P	K	P
Jenis kelamin	0,038	0,929	0,151	0,311	0,136	0,391	0,021	0,977
Aktivitas	0,133	0,527	0,100	0,602	0,236	0,054	0,188	0,159
Pengalaman	0,076	0,749	0,122	0,468	0,145	0,340	0,235*	0,050

Keterangan
* = signifikan pada taraf nyata α 0,05 (uji dua arah)
** = sangat signifikan pada taraf nyata α 0,01 (uji dua arah)
K = koefisien korelasi
P = Probabilitas (peluang)

berita kriminal/kejahatan sebagai pengawasan terhadap setiap tindak kriminal/kejahatan merupakan salah satu kebutuhan yang sangat terpenuhi (59%).

Sebagian besar responden (51%) menganggap bahwa dengan menonton berita kriminal/kejahatan sebagai sarana kebutuhan akan hiburan sudah sangat terpenuhi. Menurut Effendy (1993) bahwa, fungsi hiburan yang melekat pada televisi siaran tampak dominan, karena pada layar televisi dapat ditampilkan gambar hidup beserta suaranya, sehingga dapat dinikmati oleh seluruh anggota masyarakat.

Sebagian besar responden (65%) menyatakan bahwa dengan menonton berita kriminal/kejahatan, maka pemenuhan kebutuhan akan informasi untuk mengurangi ketidakpastian mengenai segala sesuatu hal yang berkaitan dengan tindak kriminal/ kejahatan adalah sudah sangat terpenuhi.

Secara umum dari keseluruhan karakteristik khalayak yang menonton berita kriminal/kejahatan seperti umur, tingkat pendidikan, dan status ekonomi tidak menunjukkan hubungan cukup nyata dengan motif-motifnya menonton berita kriminal. Hal ini sesuai dengan frekuensi menonton berita kriminal khalayak penonton yang sebagian besar adalah rendah dan jumlah berita yang dikonsumsi oleh sebagian besar khalayak penonton adalah tidak banyak.

Pengalaman khalayak penonton berhubungan nyata dan positif dengan motif menonton berita kriminal/kejahatan dalam usahanya mengurangi ketidak-pastian dalam dirinya untuk mengetahui informasi mengenai tindak kriminal/ kejahatan baik yang terjadi di sekitar tempat tinggalnya maupun di daerah lain (Tabel 2).

Pada Tabel 2 terlihat gejala bahwa aktivitas khalayak penonton berhubungan dengan motif hiburan dalam menonton berita kriminal/kejahatan.

Hubungan tersebut mengindikasikan bahwa aktivitas seseorang dapat mempengaruhi timbulnya dorongan dalam diri khalayak penonton untuk mencari hiburan melalui media massa televisi dengan menonton berita kriminal.

Hubungan Faktor Lingkungan dengan Motif Menonton Berita Kriminal

Tabel 3 terlihat adanya hubungan antara faktor lingkungan seperti jarak tempat tinggal, intensitas tindak kriminal, peningkatan tindak kriminal dengan motif menonton berita kriminal. Jarak tempat tinggal responden menunjukkan hubungan yang nyata dan positif dengan motif menonton berita kriminal/kejahatan mengurangi ketidak-pastian terhadap kejadian tindak kriminal/ kejahatan baik yang terjadi di luar maupun disekitar tempat tinggalnya. Daerah padat penduduk dan adanya fasilitas-fasilitas umum seperti pasar, terminal, stasiun, perkantoran, rumah-rumah kumuh, rumah susun, cenderung

Tabel 3
Hubungan Faktor Lingkungan Dengan Motif Menonton Berita Kriminal

Faktor Lingkungan	Motif Menonton Berita Kriminal							
	Informasi		Pengawasan		Hiburan		Ketidakpastian	
	K	P	K	P	K	P	K	P
Jarak tempat tinggal	0,228	0,240	0,177	0,521	0,239	0,194	0.294*	0,050
Intensitas tindak Kriminal	0,310**	0,002	0,079	0,433	0,133	0,187	0,181	0,071
Peningkatan Tindak Kriminal	0,310**	0,002	0,140	0,165	0,117	0,247	0,068	0,501

Keterangan :
* = signifikan pada taraf nyata α 0,05
K = Koefisien kontingensi (korelasi)
** = sangat signifikan pada taraf nyata α 0,01
P = Probabiliti (peluang)

lebih mudah terjadi tindak kriminal. Hal ini sejalan dengan pendapat Wirawan (2002), yang mengatakan bahwa manusia di daerah perkotaan yang padat dan ramai penduduk selalu lebih dengan menonton berita kriminal/kejahatan. Semakin rawan tempat tinggal seseorang terhadap tindak kriminal/kejahatan maka orang tersebut menganggap bahwa informasi mengenai kriminal/kejahatan yang ditayangkan oleh beberapa televisi swasta nasional semakin sangat penting untuk ditonton. Pada Tabel 3 terlihat peningkatan tindak kriminal berhubungan sangat nyata dan positif dengan motif menonton berita kriminal untuk mendapatkan informasi mengenai berita kriminal/kejahatan.

Tabel 4
Hubungan Faktor Lingkungan (Jenis Tindak Kriminal) dengan Motif Menonton Berita Kriminal

Faktor Lingkungan	Motif Menonton Berita Kriminal							
	Informasi		Pengawasan		Hiburan		Ketidakpastian	
	K	P	K	P	K	P	K	P
Jenis tindak kriminal	0,283	0,729	0,322	0,482	0,403	0,079	0,372	0,189

Keterangan :
K = koefisien korelasi
P = Probabilitas (peluang)

banyak terjadi kejahatan dengan kekerasan. Dalam lingkungan perkotaan yang sangat heterogen dan kurang saling mengenal terbuka peluang untuk melakukan kejahatan (Cohen, 1992)

Intensitas tindak kriminal memiliki hubungan yang sangat nyata dan positif dengan motif menonton berita kriminal untuk mendapatkan informasi tentang berita kriminal/kejahatan (Tabel 3). Hal ini menandakan bahwa dengan seringnya suatu tindak kejahatan terjadi pada suatu daerah yang membuat daerah tersebut menjadi daerah rawan kejahatan membuat orang ingin mendapatkan informasi yang lebih lengkap mengenai kejadian atau tindak kriminal/kejahatan

Tabel 4 terlihat faktor lingkungan yang tidak berhubungan dengan motif menonton berita kriminal adalah jenis tindak kriminal. Dalam penelitian ini, jenis tindak kriminal tidak berpengaruh terhadap motif-motifnya dalam menonton berita kriminal.

Hubungan Motif Menonton Berita Kriminal dengan Penggunaan Media TV

Tabel 5
Hubungan Motif Menonton Berita Kriminal dengan Penggunaan Media TV

Motif Menonton Berita Kriminal	Penggunaan Media TV									
	Frekuensi Menonton		Intensitas Menonton		Jumlah Berita		Jumlah Stasiun TV		Lama Penayangan	
	K	P	K	P	K	P	K	P	K	P
Informasi	0,108	0,285	0,323**	0,001	0,002	0,988	0,104	0,302	-0,090	0,375
Pengawasan	0,161	0,109	0,351**	0,000	0,042	0,677	0,099	0,325	-0,030	0,765
Hiburan	-0,076	0,509	0,176	0,080	0,086	0,393	-0,181	0,071	-0,256**	0,010
Ketidakpastian	-0,027	0,793	0,359**	0,000	0,291	0,270	0,408	0,183	-0,221*	0,027

Keterangan :
* = signifikan pada taraf nyata α 0,05 (uji dua arah)
** = sangat signifikan pada taraf nyata α 0,01 (uji dua arah)
K = koefisien korelasi
P = Probabilitas (peluang)

Pada Tabel 5 terlihat intensitas menonton berita kriminal berhubungan sangat nyata dan positif dengan motif mendapatkan informasi, motif pengawasan dan motif ketidakpastian. Lengkap tidaknya khalayak penonton dalam menonton berita kriminal sangat berpengaruh terhadap terpenuhinya motif menonton berita kriminal untuk mendapatkan informasi, pengawasan dan mengurangi ketidakpastian.

orang yang bekerja di perkantoran atau pabrik (31%) yang mana kesempatan mereka menonton berita kriminal pada saat istirahat makan siang di kantin-kantin atau rumah makan yang menyediakan televisi sebagai sarana informasi dan hiburan. Karena waktu istirahat makan siang hanya satu jam, sehingga mereka hanya sepintas lalu saja melihat televisi, itupun hanya sekedar mendapat hiburan atau untuk mengurangi

Tabel 6
Hubungan Motif Menonton Berita Kriminal dengan Penggunaan Media Televisi
(Waktu Menonton dan Jenis Isi Pesan)

Motif Menonton Berita Kriminal	Penggunaan Media TV			
	Waktu Menonton		Jenis Isi Pesan	
	K	P	K	P
Informasi	0,226	0,250	0,287	0,703
Pengawasan	0,130	0,788	0,265	0,818
Hiburan	0,369**	0,003	0,357	0,263
Ketidakpastian	0,300*	0,042	0,344	0,340

Keterangan :
* = signifikan pada taraf nyata α 0,05
K = koefisien korelasi
** = sangat signifikan pada taraf nyata α 0,01
P = Probabilitas (peluang).

Pada tabel 6 terlihat waktu menonton khalayak berhubungan dengan motif menonton berita kriminal untuk mengurangi ketidakpastian mengenai peristiwa tindak kejahatan dan untuk mendapatkan hiburan.

Waktu menonton yang lebih banyak dilakukan oleh responden pada siang hari, disebabkan sebagian besar khalayak penonton adalah orang-

ketidakpastian mengenai peristiwa tindak kejahatan. Khalayak penonton lainnya adalah yang aktivitasnya sebagai wiraswasta (29%) dan ibu-ibu rumah tangga (25%) yang bekerja di rumah sehingga menganggap berita yang mereka tonton hanyalah sebagai usaha untuk mengisi waktu yang luang sambil mengerjakan pekerjaan lain.

Tabel 7
Hubungan Penggunaan Media Televisi dengan Pemenuhan Kebutuhan

Penggunaan Media	Pemenuhan Kebutuhan							
	Informasi		Pengawasan		Hiburan		Ketidakpastian	
	K	P	K	P	K	P	K	P
Frekuensi Menonton	0,002	0,986	0,071	0,484	-0,158	0,116	0,073	0,468
Intensitas Menonton	0,341**	0,001	0,129	0,203	0,301*	0,020	0,328**	0,001
Jumlah Berita	0,149	0,140	-0,158	0,066	0,138	0,171	0,019	0,848
Jumlah Stasiun TV	0,050	0,622	-0,033	0,741	0,058	0,566	0,057	0,577
Lama Penayangan	0,029	0,778	-0,083	0,413	-0,144	0,152	-0,118	0,242

Hubungan Penggunaan Media Televisi dengan Pemenuhan Kebutuhan

Pada Tabel 7 terlihat intensitas menonton berita kriminal berhubungan sangat nyata dan positif dengan pemenuhan kebutuhan informasi berita kriminal. Hal ini menunjukkan bahwa semakin lengkap khalayak penonton mengkonsumsi berita kriminal maka akan semakin terpenuhi kebutuhan informasi tersebut. Intensitas menonton berhubungan sangat nyata dengan pemenuhan kebutuhan akan pengawasan terhadap tindak kriminal.

Intensitas menonton berhubungan nyata dengan pemenuhan kebutuhan akan hiburan, hal ini diasumsikan bahwa semakin lengkap khalayak penonton mengkonsumsi berita kriminal maka akan terpenuhi kebutuhannya akan informasi berita kriminal tersebut sebagai informasi yang menghibur. Intensitas menonton berhubungan sangat nyata dan positif dengan pemenuhan kebutuhan mengurangi ketidak-pastian tentang tindak kriminal. Dengan asumsi bahwa semakin lengkap khalayak penonton mengkonsumsi berita kriminal maka akan semakin terpenuhi kebutuhannya akan informasi tersebut dalam mengurangi ketidakpastiannya.

Keterangan :
* = signifikan pada taraf nyata α 0,05
** = sangat signifikan pada taraf nyata α 0,01
K = Koefisien korelasi
P = Probabiliti (peluang)

Pada Tabel 7 secara umum terlihat tidak adanya hubungan yang nyata antara penggunaan media dengan pemenuhan kebutuhan informasi mengenai berita kriminal kecuali intensitas menonton berita kriminal yang menunjukkan hubungan dengan pemenuhan kebutuhan berita kriminal sebagai informasi, pengawasan dan mengurangi ketidakpastian.

Pada Tabel 8 terlihat adanya hubungan yang sangat nyata dan positif antara waktu menonton dengan pemenuhan kebutuhan sebagai informasi dan pemenuhan kebutuhan sebagai

Tabel 8
Hubungan Penggunaan Media (Waktu Menonton dan Jenis Isi Pesan) Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Berita Kriminal

Penggunaan Media	Pemenuhan Kebutuhan Informasi berita Kriminal							
	Informasi		Pengawasan		Hiburan		Ketidakpastian	
	K	P	K	P	K	P	K	P
Waktu Menonton	0,181**	0,010	0,204**	0,020	0,270*	0,050	0,123*	0,043
Jenis Isi Pesan	0,283	0,729	0,322	0,482	0,403	0,079	0,372	0,189

Keterangan :
* = signifikan pada taraf nyata α 0,05 (uji dua arah)
** = sangat signifikan pada taraf nyata α 0,01 (uji 2 arah)
K = koefisien korelasi
P = Probabilitas (peluang)

pengawasan. Jenis isi pesan tidak berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan informasi berita kriminal, hal ini tidak terlepas pada penayangan berita kriminal dengan penyajian gambar-gambar korban kejahatan dan rekonstruksi ulang peristiwa kejahatan yang diperlihatkan secara vulgar yang kurang mendidik sehingga khalayak penonton merasakan motif mereka menonton berita kriminal untuk mendapatkan informasi tidak terpenuhi.

Kesimpulan

1. Motif yang melatar-belakangi khalayak penonton dalam menonton berita kriminal sebagian besar adalah motif mendapatkan informasi dan mengurangi ketidakpastian.
2. Tidak terlihat adanya hubungan yang nyata antara Karakteristik khalayak penonton dengan motif-motifnya dalam menonton berita kriminal. Aktivitas dan pengalaman khalayak menunjukkan hubungan yang nyata dan positif dengan motif menonton berita kriminal.
3. Faktor lingkungan berhubungan secara nyata dengan motif menonton berita kriminal, kecuali jenis tindak kriminal.
4. Tidak terlihat adanya hubungan yang nyata antara motif menonton berita kriminal dengan penggunaan media, kecuali intensitas menonton. Lamanya penayangan berita kriminal menunjukkan hubungan yang terbalik sangat nyata dengan motif hiburan dan berhubungan terbalik yang nyata dengan motif mengurangi ketidak-pastian terhadap situasi kriminal. Waktu menonton berita kriminal berhubungan sangat nyata dan positif dengan motif hiburan dan mengurangi ketidak-pastian.
5. Tidak terlihat adanya hubungan yang nyata antara Penggunaan media dengan pemenuhan kebutuhan, kecuali intensitas menonton.

Saran

1. Sebagian besar khalayak penonton motifnya adalah untuk mendapatkan informasi dan motif untuk mengurangi ketidakpastian, maka hendaknya stasiun televisi swasta yang menayangkan berita kriminal lebih memperhatikan isi dan jenis berita kriminal dengan penyajiannya yang lebih informatif dan mendidik.
2. Bagi produser dan pengarah acara berita kriminal lebih memperhatikan waktu penayangan agar lebih banyak masyarakat yang memiliki kesempatan untuk menonton berita kriminal.
3. Sebaiknya penayangan berita kriminal memiliki durasi yang lebih lama antara 30 sampai 45 menit, sehingga setiap kasus kejahatan yang disajikan dalam berita kriminal dapat lebih lama ditayangkan untuk menambah informasi dan mengurangi ketidakpastian khalayak penonton .

Daftar Acuan

1. Ancok J. (dalam Singarimbun M E). 1995. Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Survai. Jakarta: LP3ES.
2. Arikunto S. 1998. Manajemen Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta.
3. Cohen J. Bruce. 1992. Sosiologi Suatu Pengantar. Jakarta: Rineka Cipta.
4. Faisal S. 1992. Format-format Penelitian Sosial: Dasar-dasar dan Aplikasi. Jakarta: Rajawali.
5. Effendy OU. 1993. Televisi Siaran Teori dan Praktek. Bandung: Mandar. Maju.
6. Effendy OU. 2000. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung. Citra Aditya Bakti.
7. Katz E. J. G. Blumler, Mitchel G. 1974. Utilization of Mass Communication Current Perspectives on gratifications research. London. Sage Publication.
8. Polda Metrojaya. 2003. Meningkatnya Tindak Kriminalitas. Jakarta: Http://www. Poldametrojaya.Com.htm. (20 November 2003)
9. Rakhmat. J. 1993. Psikologi Komunikasi. Bandung; Remadja Rosdakarya.
10. Sarwono S.W. 2002. Psikologi Sosial (Individu dan Teori Sosial).Jakarta:Balai Pustaka.
11. Wahyudi J.B, 1984. Jurnalistik Televisi. Tentang dan Sekitar Siaran Berita di TVRI. Bandung. Alumni.