

Kompas TV Sebagai Media Televisi Berita Mainstream Dalam Upaya Mencerahkan Masyarakat di Indonesia

¹Cakra Adi Negara, ²Evan Saktiendi, ST., MIKOM

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma

Jl. Margonda Raya No.100, Depok 16424, Jawa Barat.

¹cakraadinegara@gmail.com, ²evansaktiendi@staff.gunadarma.ac.id

ABSTRAK

Di era globalisasi sekarang ini masyarakat semakin dipermudah oleh banyaknya fitur-fitur media komunikasi yang menyajikan informasi berupa kejadian-kejadian dan berita terkini. Ada banyak pilihan portal media berita yang bisa dikunjungi seperti media cetak, majalah, radio maupun televisi. Karena banyaknya media berita yang menjamur di tanar air, tidak sedikit pula media yang memihak golongan atau kepentingan tertentu sehingga kredibilitas dan independensi dari media tersebut sangat dipertanyakan. Oleh karena itu dengan hadirnya penelitian ini, penulis bermaksud untuk terjun langsung turun ke lapangan untuk meneliti tentang kualitas dari suatu media berita televisi yang kebetulan penulis meneliti televisi Kompas TV untuk di uji oleh beberapa pertanyaan yang bersifat “Deep Interview”

Kata kunci : Kompas TV, Televisi, Berita.

Kompas TV as a Mainstream News Television Media In An Attempt to Enlighten to The People of Indonesia

On globalization era, our society now are become made easy by so many things of communication media that features an information for daily events and also news update. There are so many news portal media that can be visit like newspaper, magazine, radio instead of television. Besides of so many news media on our country, there isn't so little media that take a sides to a section or certain needs that the credibility and also independency of the media itself were questioned. That is why by the presence of this research, author will gonna find out directly to the fi eld for researching the quality of the television media itself that in doing so the author are investigating the television named Kompas TV to be tested by several deep interview question.

Keyword: Kompas TV, Television, News.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi, yang berilmu pengetahuan dan berteknologi maju, saling berkolaborasi. Sehingga membentuk suatu sinerjisitas yang telah membawa pengaruh dalam hampir seluruh aspek kehidupan. Hal tersebut pada akhirnya membentuk sebuah gerak, ritme dan pola dalam berkehidupan. Hidup, di kehidupan, yang menjadikan hidup lebih hidup.

Salah satu aspek yang menjadikan tumbuh dan berkembangnya, ilmu pengetahuan dan teknologi tersebut sudah pasti atas dasar pelaku kehidupan. Dalam sebuah ilmu alamiah dasar, sudah barang tentu, bukan barang kali lagi. Manusia memiliki naluri yang membawa pada sebuah tindakan dan kegiatan kehidupan sehari-hari. Baik dalam kehidupan pribadi, dan juga kelompok. Sehingga muncul sebuah alamiah dasar, sebagai makhluk sosial yang tidak sendiri, artinya hidup bersama orang lain. Dengan demikian dibutuhkan suatu cara yang bisa dikatakan paling simple dan mudah dalam berhubungan dengan melalui komunikasi. Sistem mekanisme komunikasi yang didukung oleh sarana dan prasarana yang modern membuat seluruh lapisan sosial dengan mudah melakukan komunikasi.

Dengan membentuk sebuah kelompok, group atau jenis yang lainnya, dalam sebuah kesamaan secara dasar adalah merupakan makhluk sosial. Akan semakin mudah menjalin komunikasi yang secara harfiah dan juga alami mampu menampung aspirasi hidup mereka dalam berkehidupan dalam sebuah kelompok membentuk sebuah koneksi jaringan.

Media massa masa kini memang telah memberikan menu yang memanjakan para penggunanya. Namun terlepas dari itu, sebagai sebuah saluran aspirasi memang harus pula mendapat sebuah kontrol dan pengawasan agar dalam berkomunikasi yang terhubung atau terkoneksi luas mampu memberikan dampak positif. Membangun sebuah kultur dan budaya dalam berkomunikasi massa masa kini, tentu menjadi kewajiban kita bersama agar media yang menjadikan aspirasi, representasi dan juga sebagai sebuah saluran interpretasi masyarakat bisa terjaga dengan baik.

Jauh sebelum berkembang pesatnya era informasi, era jaringan, dan era sosial. Pergerakan era yang begitu cepat melaju dari era industrialisasi tentu para pakar dibidang masing-masing telah menyiapkan pula suatu formula khusus dalam mengimbangi gerak laju era ini.

Mengikuti selama kurang lebih 15 tahunan perkembangan jejaring sosial, penulis merasa memiliki kewajiban pula untuk memberikan opini terhadap perkembangan media jejaring sosial. Dimana selama ini, mungkin dalam kacamata penulis, media mainstream masih belum memberikan ruang gerak pada publik.

Sebagai tindak lanjut terhadap apa yang menjadi aspirasi sosial yang berkembang agar dinamika dalam berkehidupan disebuah media bisa memberikan dukungan yang konstruktif bukan destruktif. Bagi tercapainya seluruh proses berdemokrasi yang baik di negeri ini. Dan kita perlu ingat bahwa demokrasi kita beda dengan demokrasi dinegara dunia belahan manapun. Demokrasi kita adalah demokrasi pancasila yang dipimpin.

Tentunya berdasarkan atas azaz demokrasi tersebut, sudah selayaknya kewajiban dalam membimbing, mendidik dan mengembangkan bentuk aspirasi harus benar-benar dipimpin dengan baik, tidak bertebaran dan berserakan kemana-mana. Sehingga menjadi problem karena munculnya salah dalam mengkomunikasikan dan salah dalam penafsiran seperti yang sering muncul konflik dimedia.

Pola komunikasi massa masa kini yang banyak dipengaruhi oleh situasi global, sudah semestinya perlu mendapat pendampingan agar dalam mengungkapkan aspirasi, baik berupa pemikiran, pendapat, pandangan, komentar akan memperhatikan norma etis komunikasi, dan juga jurnalis. Semua itu tentu tidak lepas atas dasar demokrasi yang menjadi azaz demokrasi kita, sesuai dengan amanat Pancasila dan Pembukaan UUD 1945, yang juga termuat dalam Garis – Garis Besar Haluan Negara (GBHN), mencerdaskan kehidupan bangsa dan ikut menciptakan perdamaian dunia.

Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian ilmiah tentang studi kasus ini yang mungkin sebelumnya sudah pernah dipelajari oleh para mahasiswa atau dosen pendahulu, namun tiada salahnya apabila penulis mencoba untuk mengorek lagi lebih dalam tentang permasalahan ini agar supaya mungkin dari berbagai jurnal penelitian yang sudah dikemukakan ada beberapa point pembaharuan dan pembahasan serta teori-teori baru yang muncul didalam penelitian ilmiah penulis. Adapun judul penelitian ilmiah tersebut ialah tentang “Kompas TV Sebagai Media Televisi Berita Mainstream Dalam Upaya Mencerahkan Masyarakat di Indonesia”

KERANGKA TEORI

Menurut Effendy (2002 : 21) yang dimaksud dengan televisi adalah televisi siaran yang merupakan media dari jaringan komunikasi dengan ciri- ciri yang dimiliki komunikasi massa, yaitu berlangsung satu arah, komunikatornya melembaga, pesannya bersifat umum, sasarannya menimbulkan keserampakan, dan komunikasinya bersifat heterogen.

Perkembangan teknologi melahirkan suatu media baru yang dapat menyajikan informasi secara cepat kepada masyarakat yaitu Televisi. TV sebagai alat penangkap siaran dan gambar. Televisi berasal dari kata Tele ; tampak dan Vision ; jauh atau jika digabungkan menjadi suatu makna yang berarti “jauh dan tampak” atau dengan kata lain TV merupakan suatu alat untuk “melihat dari jarak jauh”. Segi jauhnya

diwakili oleh prinsip radio yaitu dapat mendengarkan suara sedangkan segi “penglihatan” diwakili dengan adanya gambar. Tanpa gambar tidak ada apa-apa yang dapat dilihat. Para penonton dapat menikmati gambar karena adanya pemancar, dan gambar yang bergerak (Dalam hal tertentu juga gambar diam, still picture).

Televisi merupakan jaringan komunikasi dengan peran seperti komunikasi massa yaitu satu arah, menimbulkan keserempakan dan komunikasi bersifat heterogen. Televisi merupakan media massa yang berfungsi sebagai alat pendidikan, penerangan, dan hiburan. Selain itu sifat negatif TV adalah sepiintas lalu, tidak terlalu dapat diterima dengan sempurna, dan menghadapi publik yang heterogen (Dominick, 2000 : 192).

Komunikasi Massa

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner, yakni: komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (mass communicatio is messages communicated through a mass medium to a large number of people). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat akbar di lapangan luas yang dihadiri oleh ribuan, bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah radio siaran, dan televisi. Keduanya dikenal sebagai media elektronik, surat kabar dan majalah. Keduanya disebut dengan media cetak serta media film. Film sebagai media komunikasi massa adalah film bioskop.

Definisi komunikasi massa yang lebih rinci dikemukakan oleh ahli komunikasi yang lain, yaitu Gerbner. Menurut Gebner (1967) “Mass communication is the tehnologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continous flow of messages in industrial societies”. (Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat indonesia. Dari definisi gerbner tergambar bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebarkan, didistribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jarak waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan, dua mingguan atau bulanan. Proses memproduksi pesan tidak dapat dilakukan oleh perorangan, melainkan harus oleh lembaga, dan membutuhkan suatu teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri.

Kredibilitas

Kredibilitas adalah sifat yang harus dimiliki oleh seorang komunikator, yakni apa yang dinyatakannya, baik secara lisan maupun tulisan oleh komunikator dianggap benar dan memang benar adanya. (Effendy, 1989:79) Sedangkan menurut Jalaluddin Rakhmat, kredibilitas adalah seperangkat persepsi komunikate tentang sifat-sifat komunikator. Dalam definisi ini terkandung 2 hal, yaitu (1) Kredibilitas adalah persepsi komunikate, jadi tidak inheren dalam diri komunikator; (2) kredibilitas berkenaan dengan sifat-sifat komunikator, yang selanjutnya akan disebut sebagai komponen-komponen kredibilitas. (Rakhmat, 1994:257)

Kepercayaan adalah kesan komunikator tentang watak komunikator. Komunikator biasanya akan menilai apakah komunikator itu mempunyai sifat jujur, tulus, sopan dan etis. (Rakhmat, 1994:260). Kredibilitas sangat penting untuk menentukan berhasil tidaknya suatu pesan yang disampaikan, penilaian tersebut tergantung kepada persepsi komunikator terhadap komunikatornya. Namun pihak komunikator pun tentu akan berusaha agar dirinya dinilai baik sehingga komunikator akan dapat mempercayainya. Komunikator harus terus melatih diri untuk berbicara kepada komunikator sehingga jika sering melakukannya akan timbul kepercayaan diri pada diri komunikator. Untuk meningkatkan percaya diri, menumbuhkan konsep diri yang sehat menjadi perlu. Percaya diri adalah faktor yang menentukan ketakutan orang untuk berkomunikasi. (Rakhmat, 1994:109)

Independensi

Sejak abad ke-20 sistem demokrasi Barat sangat menghargai independensi media melalui teori persnya yang kemudian disebut “the theory of press freedom” yang berasal dari kebebasan pers jurnalistik dalam proses politik, seperti yang diungkapkan oleh berbagai pemikir liberal yaitu Thomas Paine, John Stuart Mill, Alex de Tocqueville, dan sebagainya. Kebebasan tersebut terletak pada persoalan pemberitaan dan komentar yang mendalam untuk mendukung kemajuan demokrasi yang representatif. Tradisi Anglo-Amerika menyatakan bahwa kebebasan pers itu identik dengan gagasan kebebasan individu dan dengan filsafat politik liberal dan utilitarian. John Stuart Mill dalam bukunya *On Liberty* menyatakan bahwa perilaku membungkam (silencing) opini seseorang, sama halnya dengan merampok (robbing).

Teori Komunikasi Hegemoni

Teori hegemoni merupakan sebuah teori politik paling penting abad XX. Teori ini dikemukakan oleh Antonio Gramsci (1891-1937). Antonio Gramsci dapat dipandang sebagai pemikir politik terpenting setelah Marx. Gagasannya yang cemerlang tentang hegemoni, yang banyak dipengaruhi oleh filsafat

hukum Hegel, dianggap merupakan landasan paradigma alternatif terhadap teori Marxis tradisional mengenai paradigma base- superstructure (basis-suprastruktur). Teori-teorinya muncul sebagai kritik dan alternatif bagi pendekatan dan teori perubahan sosial sebelumnya yang didominasi oleh determinisme kelas dan ekonomi Marxisme tradisional.

Teori hegemoni sebenarnya bukanlah hal yang baru bagi tradisi Marxis. Menurut Femia pengertian semacam itu sudah dikenal oleh orang Marxis lain sebelum Gramsci, seperti; Karl Marx, Sigmund Freud, Sigmund Simmel. Yang membedakan teori hegemoni Gramsci dengan penggunaan istilah serupa itu sebelumnya adalah; Pertama, ia menerapkan konsep itu lebih luas bagi supremasi satu kelompok atau lebih atas lainnya dalam setiap hubungan sosial, sedangkan pemakaian istilah itu sebelumnya hanya menunjuk pada relasi antara proletariat dan kelompok lainnya. Kedua, Gramsci juga mengkarakterisasikan hegemoni dalam istilah “pengaruh kultural”, tidak hanya “kepemimpinan politik dalam sebuah sistem aliansi” sebagaimana dipahami generasi Marxis terdahulu (Femia, 1983).

METODE PENELITIAN

Jenis dan desain penelitian dalam penelitian ini, peneliti menggunakan desain penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan pendekatan studi kasus. Penelitian deskriptif memberikan gambaran seutuhnya mengenai suatu hal menurut pandangan manusia yang diteliti, berhubungan dengan ide, persepsi, pendapat, atau kepercayaan orang yang diteliti. Penelitian deskriptif yaitu suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara gejala yang ditemukan.

Penulis menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif karena peneliti akan lebih menekankan analisis pada proses penyimpulan induktif serta memperoleh deskripsi mengenai bagaimana kebutuhan dan perilaku pencarian informasi mengenai Kompas TV Sebagai Media Televisi Berita Dalam Upaya Mencerahkan Masyarakat di Indonesia, sehingga pembahasannya harus kualitatif atau menggunakan uraian kata-kata. Sedangkan bentuk penelitian ini adalah studi kasus. Menurut Santoso (2005:30) Studi kasus adalah penelitian ini umumnya bertujuan untuk mempelajari secara mendalam terhadap suatu individu, kelompok, lembaga, atau masyarakat tertentu, tentang latar belakang, keadaan sekarang atau interaksi yang terjadi di dalamnya.

Objek Penelitian

Objek Penelitian ini diambil dari Kota Bekasi mengikuti narasumber yang akan dituju sebagai pembahasan utama sehingga dapat membantu dalam pembuatan analisis data dan mampu menetapkan sintesis, sebagai dasar perancangan yang akan dilakukan. Kota Bekasi menjadi ekspose utama karena

daerah ini sangat berdekatan dengan ibukota DKI Jakarta yang adalah pusat dari pemberitaan media, penulis memilih di Kota Bekasi agar ingin melihat bagaimana dampak pemberitaan dan informasi yang berasal dari DKI Jakarta kepada kota-kota lain.

Sumber Data

Penelitian ini menggunakan sumber data mencakup sumber data primer dan sumber data sekunder yang akan mendukung dalam penemuan data di lapangan dan data yang relevan dengan penelitian ini menyangkut informasi tentang kredibilitas dan independensi terhadap Kompas TV itu sendiri. Selain mengambil sumber data dari primer dan sekunder, peneliti juga menggunakan sumber data tambahan dari foto dan video singkat, karena foto dan video singkat yang akan ditampilkan merupakan gambaran di lapangan yang akan menguatkan data. Sumber data utama dari penelitian ini adalah kata-kata dan tindakan dari orang-orang yang diteliti dan diwawancarai, responden dalam penelitian ini adalah para informan yang dianggap mengetahui lebih dalam tentang dunia pertelevisian dan juga Kompas TV. Menurut Moleong (2011:157) menyatakan bahwa Sumber data utama dicatat melalui catatan tertulis atau melalui perekaman video/audio tapes, pengambilan foto, atau film.

Teknik Pengumpulan Data

Peneliti dalam penelitian kali ini menggunakan metode pengumpulan data dengan menggunakan metode wawancara mewawancarai dengan Informan agar mendapatkan informasi dan jawaban-jawaban dari permasalahan yang ada, agar menjadi acuan dalam penyusunan penelitian ini. Menurut Moleong (2011: 186) maksud mengadakan wawancara adalah untuk mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian, dan lain-lain untuk memperluas informasi yang diperoleh dari orang lain.

Peneliti juga menggunakan metode Observasi untuk melakukan pengamatan langsung ke tempat penelitian untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka menyusun penelitian ini. Menurut Moleong, (2000: 126) Teknik pengamatan ini didasarkan atas pengalaman langsung dengan melihat, mengamati, mencatat peristiwa yang berkaitan. Pada waktu observasi di lapangan peneliti akan membuat catatan lapangan yang berguna sebagai alat perantara yaitu antara apa yang dilihat, didengar, dirasakan, dicium, dan diraba pada saat berada di lapangan tempat penelitian dilakukan. Dalam penelitian ini peneliti meneliti langsung di lokasi tempat narasumber berkecimpung dan tinggal yang juga menjadi kawasan yang paling berpengaruh dalam penyebaran informasi media televisi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Kompas TV

Industri media mengalami perubahan dalam satu dasawarsa terakhir. Perubahan menimbulkan tantangan sekaligus peluang bagi Kompas Gramedia. Pengalaman Kompas Gramedia selama 50 tahun menjadi tuntutan berharga bagi kami untuk dapat beradaptasi dan mengelola setiap perubahan. Media dan teknologi akan menjadi paduan penting pada perkembangan media selanjutnya. Televisi dan media digital akan semakin berperan penting di masyarakat. Kompas Gramedia menyadari tren perubahan ini dan memperkuat kehadirannya melalui media televisi dan media digital.

Menjawab kebutuhan masyarakat akan informasi melalui media televisi, kami hadirkan KompasTV sebagai televisi berita. Ini adalah wujud komitmen untuk meneruskan cita-cita para pendiri Kompas Gramedia untuk terus mendukung dan membangun masyarakat bangsa Indonesia. Bersama media kami yang sudah lebih dulu berkembang di masyarakat, kami yakin KompasTV juga akan menjadi media terdepan pilihan masyarakat. Dukungan dan kerjasama semua pihak sangat kami harapkan untuk menjadi kunci keberhasilan KompasTV di Indonesia.

Dimulai pada bulan September 2011. Perdana di 9 kota besar, hingga saat ini KompasTV sudah bisa dinikmati lebih dari 100 kota di Indonesia dengan kualitas yang prima. Perjalanan ini menunjukkan komitmen KompasTV untuk menjadi media terdepan yang inovatif, kreatif, dan inspiratif tak hanya menghadirkan informasi aktual, tapi juga berkualitas.

Kami menyadari kemajuan teknologi informasi yang begitu pesat memberi dampak bagi perilaku masyarakat Indonesia, terutama untuk penikmat layar kaca dan KompasTV. Menjawab tantangan ini, Kami hadir menyapa pemirsa setia dalam bentuk digital di berbagai platform mulai dari televisi berbayar dengan kualitas high definition, free streaming, hingga menjadi yang terdepan di berbagai media sosial.

Pertumbuhan followers Kompas TV di sosial media meningkat hingga 700% sejak berdiri, maka tidak sedikit program dan pembahasan di KompasTV menjadi trending topic di Indonesia bahkan dunia. Kami terus mengembangkan jaringan siaran KompasTV di seluruh Indonesia. Ini semua untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa sekaligus menjadi yang terdepan di Republik Indonesia. Adalah komitmen KompasTV menjadi media terpercaya untuk memberikan yang terbaik bagi Anda, karena KompasTV, Televisi Berita “Independen Terpercaya”.

Berdasarkan penelitian yang sudah penulis teliti, dapat diambil sebuah jawaban-jawaban dari seluruh pertanyaan yang dilontarkan kepada informan. Terkait dengan data yang penulis peroleh melalui

wawancara terbuka yang bersifat dept interview, kini bisa diulas pembahasannya adalah sebagai berikut : Kompas TV terbukti kredibel dan independen terhadap pemberitaan media komunikasi massa kepada masyarakat.

Menurut teori Hegemoni Media yang dikenalkan oleh Antonio Gramsci (1971) yaitu untuk menggambarkan dominasi satu kelas sosial atas orang lain. Pada teori ini menekankan pada ideologi, bentuk ekspresi, cara penerapan, serta mekanisme yang dijalankan untuk mempertahankan dan mengembangkan diri melalui kepatuhan pada kelas pekerja sehingga upaya itu berhasil mempengaruhi dan membentuk alam pikiran mereka (sumber: Isti Nursih Wahyuni, dalam buku Komunikasi Massa. Tahun 2014)

Jadi pada teori diatas, terdapat kecocokan pada setiap jawaban informan yang mengacu pada teori Hegemoni Media yang dikemukakan oleh Antonio Gramsci. Seperti yang ditelusuri oleh penulis, maka jawaban dari setiap informan terhadap kredibilitas dan independensi Kompas TV adalah SETUJU.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Setelah sejauh ini penulis mengamati dan meneliti, ternyata Kompas TV cukup bisa dibilang sebagai media televisi berita yang sangat independen dan terpercaya kredibilitasnya. Hal tersebut dapat dibuktikan dari setiap jawaban ketiga informan kategori masyarakat umum yang penulis berikan sejumlah pertanyaan setelah mengambil jawaban dari kedua informan kategori pihak Kompas TV guna untuk mencocokkan data, lalu ternyata hasil kecocokan data pada kedua informan kategori pihak Kompas TV dengan ketiga informan kategori masyarakat umum memiliki keakuratan data sebesar 95%. Ini berarti apa yang telah dijabarkan dan dibuktikan oleh kedua informan kategori pihak Kompas TV merupakan suatu informasi fakta dan indikator dari survey masyarakat yang khususnya penulis dapatkan langsung dari pengambilan sample oleh ketiga informan berusia 18 sampai 25 tahun dengan profesi yang bermacam-macam, mulai seorang tim kreatif, pekerja kantoran hingga ke seorang mahasiswa.

Lalu penulis juga mendapatkan sebuah jawaban dari masing-masing kategori informan bahwa Kompas TV cukup layak untuk menjadi media komunikasi massa televisi nasional yang memiliki nilai kredibilitas dan independensi yang tinggi menurut hasil wawancara dept interview antara penulis kepada ketiga informan tersebut, ketiganya menyatakan setuju terhadap tagline “Independen Terpercaya” pada televisi berita Kompas TV.

Terkait dengan prestasi dan pencapaian yang telah diraih oleh Kompas TV pun juga tidak sedikit, karena menurut jawaban dari kedua informan kategori pihak Kompas TV, selama kurang dari 5 tahun Kompas TV sudah berhasil mendapatkan 3 piala penghargaan Adinegoro yang diberikan setahun sekali pada hari Pers nasional kepada media-media berita yang dinilai sangat berkualitas, informatif dan sangat dipercaya oleh masyarakat di Indonesia. Tidak sampai disitu, informan dari kategori pihak Kompas TV juga menambahkan bahwa masih banyak piala-piala dan penghargaan lainnya yang didapatkan, mulai dari kinerja perusahaan, ataupun perorangan karyawan Kompas TV yang juga mendapatkan beberapa penghargaan atas dedikasi dan jasanya dibidang jurnalistik media berita televisi.

Saran

Guna lebih memberikan suatu kesan yang baik atas penelitian ini, maka penulis secara garis besar memberikan pandangan umum atau saran konstruktif sebagai berikut:

1. Bagi masyarakat untuk lebih berhati-hati dalam memilah suatu berita di media manapun, karena pada dasarnya kita para pelaku masyarakat juga dituntut untuk lebih bijak lagi dalam memahami suatu informasi berita baik di televisi, internet, cetak maupun surat kabar.
2. Bagi media berita televisi dan media massa agar memberitakan informasi- informasi yang faktual dan kredibel tanpa adanya kepentingan- kepentingan pihak lain agar tetap bisa dipercaya oleh masyarakat sebagai media kredibel yang kompeten khususnya dalam penyebaran berita dan informasi.
3. Bagi para penulis yang akan datang untuk bisa mengambil sample masyarakat umum pada usia 30 tahun keatas guna melengkapi penelitian yang penulis teliti, bagi yang ingin menggali lebih dalam tentang nilai- nilai independensi dan kredibilitas pada suatu media berita baik televisi, internet, cetak maupun media massa.
4. Bagi masyarakat untuk lebih bijak dan mau menerima fakta-fakta informasi yang diberitakan oleh suatu media yang sudah diverifikasi keabsahan datanya dan tidak dibutakan oleh penyebaran informasi hoax maupun provokasi hanya karena ingin mencari pembenaran atau mencari informasi berita yang mendukung pandangan masyarakat tersebut tanpa harus di cek kembali validitasnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. 2014. Metodologi Penelitian Untuk Public Relations. Edisi ketiga. Bandung, Simbiosis Rekatama Media.
- Wahyuni, Isti Nursih. 2014. Komunikasi Massa. Edisi pertama. Bandung. Graha Ilmu.
- Eriyanto. 2014. Analisis Jaringan Komunikasi. Edisi pertama. Bandung. Prenadamedia Group

- Suryanto. 2015. Pengantar Ilmu Komunikasi. Edisi pertama. Bandung, Pustaka Setia.
- Effendy, Onong Uchjana. 2002. Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis. Bandung, Remaja Rosdakarya.
- Dominick, Joseph R. 2000. The Dynamics of Mass Communication. New York, Random House.
- Gerbner, G. 1967. Mass Media and Human Communication Theory. Human Communication Theory, F. E. X. Dance, editor. New York. Holt, Rinehart, & Winston.
- Maletzke G. (1963). Psychologie der Massenkommunikation: Theorie und Systematik (Psychology of mass communication: Theory and systematics) Hamburg, Verlag Hans-Bredow-Inst.
- Freidson, E. (1994) Profesionalism Reborn: Theori, Prophecy, and policy. Chicago. The University of Chicago Press
- Jalaludin, Rakhmat. (1998). Psikologi Komunikasi. Bandung. Rosda
- Effendy, Onong Uchjana. 1989. Kamus Komunikasi. Bandung. PT. Mandar Maju. Jalaluddin Rakhmat. 1994. Psikologi Komunikasi, Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong. 2000. Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung. PT. Rosdakarya.
- Sudarto, 1995, Metodologi Penelitian Filsafat, Jakarta. Raja Grafindo Persada.
- Mardalis, 1996, Metode Penelitian, Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Femia, Joseph V. 1983, Gramsci's Political Thought: Hegemony, Consciousness, and The Revolutionary Process. Clarendon Press.
- Heryanto, Ariel. 1997, Hegemoni Kekuasaan versi Gramsci, Forum Keadilan, Jakarta. No. 2, Th. VI.
- Hendarto, Heru, 1993, Mengenal Konsep Hegemoni Gramsci : dalam Diskursus Kemasyarakatan dan Kemanusiaan. Jakarta, Gramedia.
- Ibrahim, 1997. Prinsip-Prinsip Total Quality Service. Yogyakarta, Penerbit Andi.
- James Lull, 1998. Media Komunikasi Kebudayaan. Jakarta, Yayasan Obor Indonesia.
- Siebert, F. S., T.B. Peterson, and W. Schramm, 1956. Four Theories of The Press. Urbana, University of Illinois Press.
- Christians, Clifford G and Theodor e L. Glasser and Denis McQuail, Kaarle Nordenstreng, and Robert A.

White. 2009. NORMATIVE THEORIES OF THE MEDIA : Journalism in Democratic Societies. United State of America, Board of Trustees of the University of Illinois.

McQuail, Denis. 2002. Mass Communication Theory. London, Sage.

Jurnal :

Putra, Mardan Kurniawan. 2014. Pengaruh Tayangan Berita Jurnal Sore di Esa TV Terhadap Kepuasan Menonton Mahasiswa (2014).

Zahroh, Fatimatuz. 2013. Dampak Televisi Terhadap Perilaku Anak Sekolah.

Database dari Internet :

Apa itu Televisi. Diunggah pada Kamis 15 Maret 2018 dari <https://www.landasanteori.com/2015/10/pengertian-televisifungsi-sebagai.html?m=1> . Diakses pada 15 Maret 2018.

Apa itu Kompas Gramedia. Diunggah pada Kamis 15 Maret 2018 dari <http://www.kompasgramedia.com/about-kg/overview> . diakses pada Kamis, 15 Maret 2018.

Visi dan Misi Kompas Gramedia. Diunggah pada Kamis 15 Maret 2018 dari <https://www.kompasgramedia.com/about-kg/visionmission-values> . diakses pada Kamis, 15 Maret 2018 .

Apa itu Kompas TV. Diunggah pada Kamis 15 Maret 2018 dari <https://www.kompas.tv/about-us/> . diakses pada Kamis, 15 Maret 2018.

Apa itu Kredibilitas. Diunggah pada Sabtu 17 Maret 2018 dari <http://www.pengertianmenurutparaahli.net/pengertian-kredibilitas-dan-contohnya/> . diakses pada Sabtu, 17 Maret 2018.

Apa itu Independensi. Diunggah pada Sabtu 17 Maret 2018 dari <https://www.komunikasi.uinsgd.ac.id/dewan-pers-mediaindependen-adalah-media-yang-mandiri/> . diakses pada Sabtu, 17 Maret 2018.