

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

2.1 Sejarah Perkembangan *Jawa Pos*

Sejarah berdirinya *Jawa Pos* tidak bisa dilepaskan dari peran The Chun Shen dan Eric Samola. The Chun Shen (1904 – 1989) adalah pendiri *Jawa Pos* pada tahun 1949. Sebelumnya dia adalah pegawai salah satu bioskop di Surabaya. Pada tahun-tahun berikutnya, dia menerbitkan beberapa koran berbahasa Mandarin, Belanda, dan Inggris.

Isu-isu politik yang tidak kondusif pada tahun 60-an menyebabkan koran berbahasa Belanda dan Mandarinya gulung tikar. Sementara itu, oplah koran yang berbahasa Inggris mengalami penurunan sebelum akhirnya gulung tikar pada tahun 70-an. Pada tahun 1982 nasib *Jawa Pos* tidak berbeda jauh dengan koran-koran terdahulu. Disamping penurunan oplah hingga 6800 (padahal koran-koran lain oplahnya minimal 100.000 eksemplar), The Chun Shen juga mengalami krisis regenerasi di perusahaannya. Di usianya yang 83 tahun, tak satupun dari tiga anaknya yang mau mengurus *Jawa Pos*, hingga akhirnya perusahaan ini dijual pada PT. Grafiti Pers. Selanjutnya Pak The (nama panggilan Mr. Chun Shen) pindah dan menetap di London bersama keluarganya. Dia meninggal dunia beberapa tahun kemudian.

Orang kedua yang mempunyai peran penting di perusahaan *Jawa Pos* adalah Eric Samola. Dia adalah Presiden Direktur PT. Grafiti Pers yang membeli perusahaan *Jawa Pos* dari Pak The, yang merupakan penerbit majalah mingguan

TEMPO. Eric Samola merupakan pencipta fondasi manajemen *Jawa Pos* yang baru. Saat itu dia menunjuk Dahlan Iskan yang sebelumnya adalah reporter majalah TEMPO untuk menjalankan rutinitas koran *Jawa Pos* di Surabaya. Kelak, dia merupakan CEO *Jawa Pos* hingga saat ini. Pada tahun 1980 Samola terserang stroke dan meninggal pada tahun 2000.

Di bawah kepemimpinan Dahlan Iskan *Jawa Pos* mengalami perkembangan dan kemajuan yang signifikan. Hal ini tidak terlepas dari ide-ide baru dan brilian dari Dahlan Iskan . Dia membawa gaya penulisan baru untuk memudahkan pembaca memahami isi berita . Gaya tersebut dijuluki “ News Telling “ . Ide lainnya adalah menjadikan isteri para pegawai *Jawa Pos* sebagai distributor, mengingat saat itu tak seorangpun yang mau mendistribusikan *Jawa Pos* karena oplahnya yang terlalu kecil.

Kemajuan pesat lainnya adalah, *Jawa Pos* merupakan koran pertama di Indonesia yang menggunakan komputer di ruang wartawan dan koran pertama yang dicetak setiap hari (1986). Belakangan *Jawa Pos* menjadi koran pertama yang diterbitkan dalam beberapa bagian dan terbit di hari-hari libur. *Jawa Pos* juga memprakarsai teknologi cetak jarak jauh di Indonesia. Saat ini *Jawa Pos* dicetak di enam kota dalam waktu bersamaan.

Khusus mengenai teknologi cetak jarak jauh, *Jawa pos* sempat mengalami hambatan karena adanya larangan pemerintah saat itu (Rezim soeharto). Di samping larangan tersebut, juga terdapat peraturan-peraturan lain yang dirasa merugikan kebebasan pers. Larangan itu antara lain, jumlah halaman yang diterbitkan tidak boleh melebihi dua puluh empat halaman, jumlah iklan tidak

boleh melebihi 30% dari total halaman. Sebuah surat kabar juga tidak boleh membuat edisi berbeda pada wilayah yang berbeda.

Larangan cetak jarak jauh ini tidak menghalangi *Jawa pos* untuk melakukannya meskipun secara sembunyi-sembunyi. Tindakan ini tetap dilakukan oleh *Riau Pos* (Surat kabar *Jawa Pos* di Pekanbaru, Riau) untuk melanjutkan cetak jarak jauh di Batam, meskipun mendapat ancaman dari pemerintah.

Ketika rezim Soeharto runtuh dan kebebasan pers memperoleh ruang yang lebar, *Jawa Pos* segera mengoperasikan teknologi jarak jauh pada enam kota yang berbeda, yaitu Surabaya, Banyuwangi, Solo, Banjarmasin, Balikpapan, dan Jakarta.

Divisi percetakan *Jawa Pos* juga terus berkembang dan memperbanyak mesin cetak untuk meningkatkan kapasitas dan kualitas. Beberapa mesin juga dipergunakan oleh koran lain di bawah bendera Jawa Pos Grup. Saat ini *Jawa Pos* merupakan grup penerbitan dengan jaringan terbesar di Indonesia. Di bawah naungan grup Jawa pos, terdapat 70 koran harian dan 15 terbitan mingguan di seluruh nusantara.

Meskipun berpusat di Surabaya, sejumlah staf redaksi yang kuat di Jakarta membuat liputan nasionalnya. Setiap hari *Jawa Pos* diterbitkan dalam empat seksi yang berbeda, yakni *Metropolis*, *Olahraga*, *DeTeksi*, dan *Jawa Pos*. Pembagian ini juga mengenalkan model jurnalisme baru di Indonesia.

Di samping perusahaan yang sangat kuat manajemennya, *Jawa Pos* juga mensuplai sendiri kertas yang digunakan, sehingga mengurangi tingkat ketergantungan terhadap kertas import. Ide untuk mempunyai pabrik kertas

sendiri ini muncul ketika krisis kertas terjadi pada tahun 1990. Waktu itu kebijakan uang ketat berlaku di Indonesia dan memunculkan masalah pada banyak perusahaan.

Selama waktu itu, produksi kertas negara dimonopoli oleh dua perusahaan, yaitu Leces (Milik daerah) dan Aspek (Milik kroni-kroni Soeharto), sedangkan untuk impor kertas, dikenai pajak di atas 25%. Sementara itu, pemilik pabrik kertas perorangan ragu-ragu menambah produksinya karena khawatir pemerintah akan mengintervensi harga kertas. Faktor-faktor tersebut seringkali mengakibatkan harga kertas tinggi tetapi suplai terbatas.

Pada tahun 1990, keputusan dibuat *Jawa Pos* untuk membeli pabrik kertas. Kurang dari 18 bulan kemudian pabrik kertas PT. Adhiprima Suraprinta beroperasi di dekat Krian, sekitar 30 menit perjalanan dari Surabaya. Kapasitas pabrik kertas ini sendiri mencapai 100 ton per hari dan saat ini meningkat menjadi 150 ton per hari. Produksi sebanyak ini tidak hanya untuk mensuplai kebutuhan kertas grup *Jawa Pos* saja, tetapi juga di ekspor ke Malaysia, Australia, India, Bangladesh, dan beberapa negara lain.

Masalah kembali menerpa saat badai krisis menghantam Indonesia pada tahun 1998. *Jawa Pos* yang sedang giat-giatnya berekspansi, terpaksa harus mengambil langkah-langkah strategis untuk bertahan dari badai krisis. Keputusan-keputusan penting diambil oleh *Jawa Pos* dengan menjual 13 bank kecil, menghentikan rencana pembelian hotel, mengurangi halaman yang diterbitkan setiap hari, dari 24 halaman menjadi 16 halaman, ukuran koran diperkecil, dari

sembilan kolom menjadi tujuh kolom, memotong gaji para manajer secara signifikan, serta langkah-langkah strategis lainnya untuk bertahan.

Khusus mengenai pengecilan ukuran koran, sebenarnya *Jawa Pos* sudah mempunyai keinginan tersebut sejak 1980 dan baru terealisasi pada saat krisis ekonomi di tahun 1998. Krisis yang melanda merupakan momen yang tepat untuk mengubah ukuran koran sehingga efisiensi bisa ditekan. Semula *Jawa Pos* merasa takut pembaca akan menolak format baru tersebut, sehingga promosi besar-besaran harus dilakukan oleh manajemen *Jawa Pos* mengingat format ini benar-benar baru di Indonesia. Pada akhirnya pembaca bisa menerima, bahkan merasa lebih tertarik dengan format ini.

Keputusan-keputusan penting yang dilakukan *Jawa Pos* semasa krisis itu akhirnya berimbas positif. Pada tahun 1999, kondisi *finansial Jawa Pos* kembali normal, bahkan penghasilan dan keuntungannya lebih tinggi dibandingkan puncak yang pernah dicapai sebelum krisis. Belakangan, pada tahun 2000, *Jawa Pos* mampu meningkatkan jumlah halaman yang diterbitkan menjadi 32 halaman setiap hari. Terakhir, *Jawa Pos* berhasil menyelesaikan gedung 21 lantai (Graha Pena).

Di tahun 2001, bisnis *Jawa Pos* semakin melebar. Iklim pers dan informasi yang kondusif dalam pemerintahan baru melahirkan RTV dan JTV, sebuah bisnis baru bagi *Jawa Pos*, yakni dunia pertelevisian. RTV adalah stasiun televisi lokal yang disiarkan di Riau, Pekanbaru. Kelahiran RTV adalah hasil kerja keras Rida K. Liamsi, pimpinan *Jawa Pos Center* dan Grup Sumatera Utara. Setelah berhasil mendirikan dan menerbitkan sembilan koran berbeda di tiga

propinsi dalam satu wilayah, Rida merasa yakin untuk mendirikan stasiun televisi lokal.

Di Surabaya, pada akhir tahun 2001, disiarkan pula stasiun televisi lokal dengan nama JTV. Studio stasiun televisi ini berada di lantai 21 gedung Graha Pena Jawa Pos yang sudah disiapkan sejak April 2001.

Kunci keberhasilan *Jawa Pos* adalah kedekatan dan kepeduliannya pada pembaca. Penelitian yang dilakukan beberapa institusi profesional menunjukkan bahwa 68,6% orang dewasa di Surabaya membaca *Jawa Pos* (Riset Marketing Indonesia, 2000). Di tahun yang sama, *Jawa Pos* menerima penghargaan Customer Satisfaction Award dari majalah Swa (salah satu majalah bisnis berpengaruh di Indonesia) yang bekerja sama dengan Frontier (sebuah institusi penelitian)

Jawa Pos juga peduli terhadap orang-orang yang terlibat dalam jalur distribusi, seperti para loper dan agen-agen distribusi. Untuk menghormati kontribusi mereka, *Jawa Pos* mengasuransikan 5000 loper dan secara periodik menghadiahi agen-agen distribusi dengan perjalanan ke luar negeri.

Bentuk lain dari kepedulian *Jawa Pos* adalah program interaksi antar budaya, terutama etnis Cina dengan etnis mayoritas. Program ini terbentuk dari latar belakang adanya rasa prihatin saat terjadinya kerusuhan di Jakarta dan kota-kota besar lainnya di Indonesia saat terjadinya krisis ekonomi tahun 1998, dimana banyak kaum minoritas, terutama etnis Cina menjadi korban. Oleh Jawa Pos program ini disebut Tekat Sayang (Tak Kenal Maka Tak Sayang). Program ini dilaksanakan pada saat liburan sekolah dan diikuti oleh anak-anak berumur 7-12

tahun dengan sistem pertukaran *home stay*. Di samping itu, saat ini *Jawa Pos* juga mendirikan yayasan peretukan budaya Mison-Indonesia yang berpusat di gedung Graha Pena.

Iklim politik yang demokratis, terutama sistem pemerintahan yang berdasar pada otonomi daerah, didukung secara penuh oleh *Jawa Pos* melalui Institut Pro-otonomi *Jawa Pos* yang didirikan pada tahun 2001. Institut ini akan *me-ranking* daerah-daerah dan memberikan penghargaan pada daerah yang paling maju berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditentukan. Institusi ini juga *me-ranking* daerah-daerah yang mempunyai resiko paling tinggi. Dengan demikian, masing-masing daerah akan bersaing untuk menciptakan kondisi terbaik bagi perusahaan lokal maupun luar negeri untuk berinvestasi.

Program ini diujicobakan di Jawa Timur mulai tahun 2001 dan berjalan dengan baik. Rencananya program ini akan diterapkan pada tiap daerah di Indonesia dengan menggunakan jaringan yang kuat.

Perhatian *Jawa Pos* yang besar pada pembaca juga direalisasikan dalam bentuk Komisi Ombudsmen dalam perusahaannya. Tugasnya adalah menelaah keluhan-keluhan pembaca tentang isi berita *Jawa Pos*.

Jawa Pos juga membentuk komisi pembaca. Komisi ini terdiri dari 25 anggota yang masing-masing diwakili oleh jenis pembaca yang berbeda-beda (Pengusaha, kelompok aktifis, praktisi hukum, ahli medis dan lain-lain). Setiap periode bekerja selama tiga bulan dan kemudian digantikan oleh komisi baru.

Sebelum satu periode, *Jawa Pos* menerbitkan formulir untuk ditandatangani anggota komisi pembaca, kemudian 25 anggota diseleksi untuk

bergabung. Jadwal pertemuan dilaksanakan setiap sekali sepekan untuk memberikan pandangan mengenai isi *Jawa Pos*.

Jawa Pos sebagai perusahaan yang besar mempunyai pegawai yang relatif sedikit. Pada 2001, *Jawa Pos* hanya mempunyai 350 pegawai. Angka ini relatif sama dengan jumlah pegawai pada lima tahun yang lalu.

Untuk meningkatkan kinerja pegawainya, evaluasi tentang pegawai diatur dengan ketat. Mulai tahun 1999, diadakan *rating* para pegawai. Lima persen terbesar akan mendapat perhatian khusus, sedangkan lima persen di bawahnya akan dipindahkan sementara. Di tahun 2000, *Jawa Pos* membuat suatu formula. Tujuannya, memperoleh 5% dari pegawainya yang memiliki nilai 90 atau lebih, 20% dengan nilai 80. 5% dengan nilai 75. 15% dengan nilai 70. 10% dengan nilai 60, dan hanya 5% dengan nilai 50. bentuk formula ini penting karena mampu menjamin kedisiplinan para pegawai dan masa depan perusahaan yang lebih baik.

Untuk kesejahteraan para pegawai, *Jawa Pos* mempunyai program mengirim pegawainya ke luar negeri. Para pegawai pada tingkat manajerial diberikan kursus- kursus atau mengikuti program studi banding. Pegawai lain diikutsertakan dalam tur keluar negeri. Pada tahun 1994, seluruh pegawai *Jawa Pos* (termasuk *office boy*) dikirim ke Singapura. Kemudian pada tahun 1996 mereka dikirim ke Australia. Program ini berhenti secara perlahan pada 1998 karena krisis ekonomi. Ketika situasi normal, program tersebut dilanjutkan kembali.

2.2 Latar Belakang dan Sejarah *DeTeksi*

DeTeksi adalah halaman dari koran *Jawa Pos* yang menyajikan hasil *polling* yang dihimpun dari pendapat sekelompok masyarakat dengan topik yang beragam dan diterbitkan dalam bentuk tulisan atau ulasan. Jadi hasil dari *polling* yang berupa angka-angka dan tabel tersebut diubah menjadi tulisan yang menarik disertai dengan ilustrasi.

Fenomena *polling* dalam media massa merupakan gejala baru, karena selama ini berita disusun berdasarkan alur cerita dengan mengutip nara sumber yang berkompeten, bisa saksi kejadian, pihak yang berwenang atau para ahli masalah yang bersangkutan. Dalam halaman *DeTeksi*, tulisan dan ulasan yang ada merupakan hasil dari sebuah metode pengumpulan pendapat secara ilmiah yang dalam dunia pers disebut jurnalisme preresi (*precision journalism*), yaitu suatu metode pemberitaan dengan memanfaatkan riset sosial kuantitatif dengan mengolah peristiwa, sikap, dan tingkah laku menjadi angka-angka. Pada prinsipnya adalah jurnalistik yang didasarkan pada penelitian mendalam dengan pendekatan ilmu sosial. Lewat *polling* diharapkan bisa diperoleh gambaran pendapat publik tentang berbagai hal, meskipun tingkat keakuratannya tidak bisa dijamin.

Atas dasar hal tersebut kemudian *DeTeksi* diterbitkan pertama kali pada tanggal 26 Februari 2000. Ide penerbitan ini diprakarsai oleh Azrul Ananda (putra Dahlan Iskan) yang terinspirasi oleh USA TODAY, sebuah harian terkemuka di Amerika Serikat, yang menjadikan *polling* sebagai sarana untuk memperoleh berita.

Metode *polling* yang memang benar-benar baru ini dimanfaatkan oleh Azrul Ananda untuk menarik minat baca, terutama anak muda terhadap surat kabar yang memang pada saat itu menurun. Dan terbukti, begitu *DeTeksi* terbit pertama kali, reaksi –reaksi positif langsung berdatangan ke meja redaksi.

Untuk mengetahui perkembangan minat baca ini maka pada 18 Februari 2001, *DeTeksi* melakukan *survey. Polling* ini dilakukan pada mahasiswa Perguruan Tinggi dan siswa SMU atau SMK yang pernah membaca *DeTeksi* dan hasilnya adalah 38,7% di antaranya mengaku membaca ulasan hasil *polling* saat pertama kali membaca *Jawa Pos*. Lima bulan kemudian *survey* serupa dilakukan. Hasilnya, sebanyak 64,1% mengaku membaca ulasan *polling*, sebuah peningkatan yang tajam untuk sebuah halaman yang masih baru.

Di samping meningkatkan minat baca, *DeTeksi* juga mampu menjadi jembatan komunikasi antara orang tua dengan anaknya dalam menyelami pikiran anak muda. Hal ini ditunjukkan melalui orang tua yang ingin di-*polling* mengenai topik tertentu yang berhubungan dengan masalah anaknya.

2.3 Rubrik-rubrik dalam halaman *DeTeksi*

Halaman *DeTeksi* dibagi menjadi tiga. Untuk halaman utama, ada tiga naskah utama, komentar pakar, tips seputar topik yang bersangkutan, dan boks. Masing-masing kolom ini mempunyai makna dan tujuan yang berbeda.

Di bagian naskah utama dibebaskan mengenai hasil *polling* sehubungan dengan topik yang dikeluarkan. Di dalamnya terdapat beberapa kutipan responden yang diwawancarai oleh *surveyor DeTeksi*. Untuk komentar pakar, disediakan

kolom *Bla Bla Bla* yang terletak di bagian kiri atas halaman utama. Kolom ini menyajikan penjelasan dari pakar tentang topik yang dibahas *DeTeksi* hari itu. Tepat di bawah kolom *Bla bla Bla*, terdapat tips seputar topik yang disebut *Tak Tik Tong*. Isinya adalah tips-tips lucu dan konyol dari penulis *DeTeksi*, sedangkan pada bagian bawah dari halaman utama (box) terdapat kolom *Share* yang berisi pengalaman responden ataupun publik figur yang berhubungan dengan topik.

Untuk halaman dua dan tiga, rubrik yang disajikan dibagi menjadi tujuh bagian yang berbeda setiap harinya, yaitu:

A.Senin: Game dan Discovery

Halaman ini mengupas semua hal tentang *game* terbaru yang keluar di pasaran, sedangkan *Discovery* mengupas tentang penemuan-penemuan ilmiah, perilaku hewan, sampai dengan keajaiban dunia.

B. Selasa: De-Tech dan Cerpen

Di hari kedua di sajikan *De-Tech* yang berisi tentang informasi teknologi terbaru, seperti *handphone*, komputer, *laptop*, dan penemuan-penemuan teknologi terbaru. Berdampingan dengan *De-Tech* adalah *Cerpen*. Halaman ini merupakan wadah kreatifitas anak muda yang gemar menulis, karena yang dimuat adalah cerpen-cerpen hasil kreatifitas pelajar.

C. Rabu: Otomotif, Anime, dan Manga

Untuk hari rabu, para pecinta otomotif akan dimanjakan dengan ulasan mengenai seluk beluk mobil, motor, dan semua yang berbau otomotif. Di sampingnya, diselipkan halaman *Anime* dan *Manga* yang mengulas berbagai komik dan animasi terbaru dari negeri Jepang.

D. Kamis: Aidoru dan Toys & Hobby

Untuk hari Kamis, disajikan berita-berita artis Asia terutama dari Jepang dan Korea. Berita ini meliputi gosip, profil, dan lain-lain yang dirangkum dalam rubrik *Aidoru*. Di sebelahnya, dimuat halaman khusus untuk penggemar mainan, boneka, dan aneka *hobby* yang disajikan dalam rubrik *toys & Hobby*. Untuk ulasannya, *DeTeksi* biasanya bekerja sama dengan toko-toko mainan yang ada di Surabaya.

E. Jumat: De-Tech dan DeTeksi

Di hari Jumat kembali diulas informasi teknologi-teknologi terbaru dalam rubrik *De-Tech*. Di sebelahnya disediakan halaman yang membahas topik *polling* di halaman utama pada hari itu. Sebagai contoh, jika halaman utama *DeTeksi* pada hari itu membahas topik tentang perilaku guru, maka di rubrik *DeTeksi* pada halaman tiga akan membahas segala sesuatu yang berhubungan dengan topik tersebut.

F. Sabtu: Aime dan Ekstrem

Untuk hari Sabtu, disajikan halaman khusus yang membahas tentang cinta, konsultasi problem percintaan, tips-tips berkencan, dan lain-lain dalam rubrik *Aime*. Di sebelahnya, ada halaman *Ekstrem* yang mengulas tentang olahraga-olahraga ekstrem yang sarat tantangan seperti, *skate board*, *climbing*, *surfing*, dan lain-lain.

G. Minggu: De-style dan Muzik

Di hari Minggu, disajikan halaman *De-style* yang membahas mode dan *trend* pakaian. Di samping itu, disajikan juga ulasan tentang aksesoris, perawatan

tubuh dan hal-hal yang berhubungan dengan penampilan. Di sebelahnya, disediakan halaman *Muzik* yang akan mengulas habis informasi terbaru artis-artis dalam dan luar negeri, sejarah terbentuknya band musik, resensi kaset, dan info-info lain yang berhubungan dengan musik.

2.4 Proses dan Tahapan *polling*

Seperti yang telah disebutkan di atas, *DeTeksi* merupakan halaman khusus yang menyajikan mengenai hasil *polling* dari pendapat umum dengan menggunakan metode *survey*, yaitu metode di mana objek adalah individu dan menggunakan kuisioner sebagai alat untuk mendapatkan informasi atau data melalui suatu prosedur ilmiah. Prinsip-prinsip ilmiah yang diterapkan ini berfungsi untuk membedakan *polling* dengan pengumpulan pendapat lain yang tidak menggunakan prosedur ilmiah, seperti mendengarkan obrolan di warung, wawancara di jalan, pengerahan massa, dan lain-lain.

Adapun tahapan-tahapan *polling* yang dilakukan *DeTeksi* meliputi:

1. Mengidentifikasi tujuan *polling*

Identifikasi *pollin* digunakan untuk menentukan semua instrumen *polling*.

2. Populasi *polling*

Popuasi adalah keseluruhan unit analisa yang ciri-cirinya akan diduga. Populasi *DeTeksi* adalah seluruh anak muda menengah ke atas yang berusia 15 – 26 tahun.

3. Menentukan teknik pengambilan sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan *DeTeksi* adalah *multi stage sampling*, *cluster sampling*, dan sampel bergugus dengan pertimbangan bahwa kerangka sampel yang memuat anggota populasi tidak tersedia dan populasi cukup menyebar. Untuk perhitungan besar sampel, rumus yang digunakan adalah:

$$N = (P \times Q) \frac{Z^2}{E}$$

N : Jumlah sampel

(P x Q) : variasi proporsi populasi

Z : Tingkat kepercayaan

E : Sampling error

$$N = (0,5 \times 0,5) \frac{1,96^2}{0,05^2}$$

$$= 0,25 \cdot \frac{3,842}{0,0025}$$

$$= 384 \sim 400 \text{ Responden}$$

4. Menentukan tipe informasi

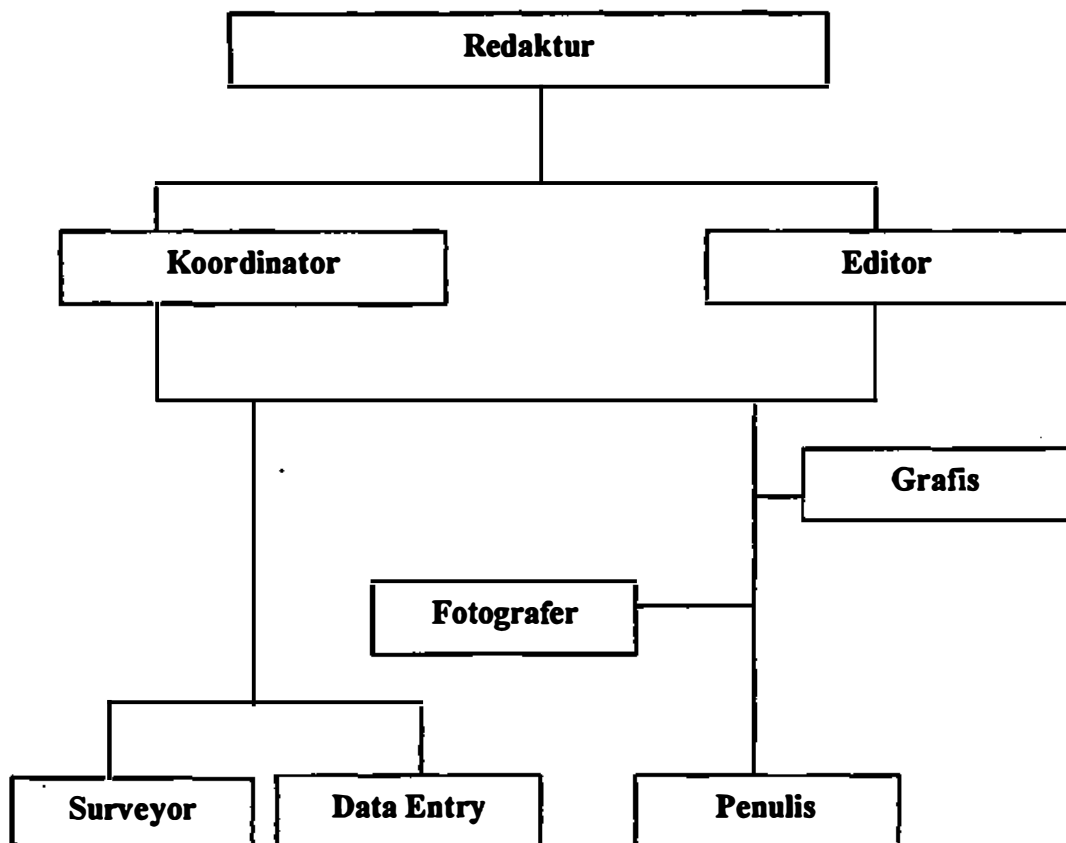
Dalam *polling*, data diperoleh dengan menanyakan langsung pada responden, dan kuisioner merupakan instrumen penelitian yang berfungsi sebagai alat di mana data dapat diperoleh dan sebagai ukuran pendapat seseorang.

5. Menentukan metode wawancara.

Wawancara yang digunakan adalah wawancara langsung dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam.

2.5 Struktur Organisasi dan Proses Kerja *DeTeksi Jawa Pos*

Struktur organisasi kepengurusan *DeTeksi* dibagi atas:



Untuk proses kerja, dimulai dari koordinator surveyor yang bertugas menentukan topik berdasarkan masukan-masukan dari tim *DeTeksi* yang

kemudian akan membuat kuisoner, yaitu daftar pertanyaan yang digunakan untuk memperoleh data yang diinginkan.

Tahap kedua, surveyor akan turun ke lapangan dan mencari responden dari kelompok mahasiswa dan pelajar SMU / SMK yang sudah ditentukan pemilihan responden ini dilakukan secara acak (random).

Setelah data diperoleh dan terkumpul, proses selanjutnya adalah mengecek jawaban dan memilah-milah untuk memperoleh data yang valid. Tugas ini dilakukan oleh *Data Entry*, yang kemudian menjabarkan data-data yang sudah terpilih tadi dalam bentuk tabel.

Kemudian, data-data tersebut dijabarkan kembali dalam bentuk ulasan. Tugas ini dilakukan oleh penulis. Disamping itu, penulis juga harus mengecek jawaban berdasarkan konsistensinya. Responden yang dianggap konsisten tersebut kemudian diwawancarai secara mendalam dan komentar-komentarnya akan dimuat.

Setelah itu Redaktur bertugas mengedit bahasa dari ulasan-ulasan yang dilakukan oleh penulis, yang kemudian akan diserahkan ke bagian *Lay Out, Lay Out* bertugas menyusun dan menampilkan halaman berdasarkan bentuk dan tatanan yang sudah direncanakan oleh Redaktur. Ini merupakan proses terakhir sebelum hasilnya dicetak dan diterbitkan.

BAB III

TEMUAN DAN ANALISIS DATA