

BAB I

PENDAHULUAN

a. LATAR BELAKANG

Informasi yang tersaji dan dijual pers tidak bebas nilai, mempunyai maksud dan tujuan, baik terselubung maupun terang-terangan. Setiap informasi yang disajikan oleh media baik dalam bentuk tulisan, foto, gambar/kartun tidak disampaikan begitu saja. Untuk bisa tampil dalam media, setiap informasi harus melewati proses seleksi dan interpretasi dalam proses produksinya. Informasi yang tersaji merupakan upaya media untuk mendefinisikan realitas empiris yang berhasil mereka rekam. Hanya sebagian dari realitas empiris saja yang diwartakan dan perlu dikonsumsi oleh pembaca.

Hal ini disebabkan berbagai aturan teknis dan non teknis, pertimbangan bisnis, ideologi media, dan himbuan politis dari pihak-pihak yang berkepentingan terhadap media. Berbagai pihak yang menaruh kepentingan terhadap pemberitaan pers berusaha untuk memasukkan kepentingannya dan menggunakan media sebagai alat untuk mencapai tujuan, lebih-lebih pada saat terjadi konflik kepentingan seperti Kasus Century. Kasus dana talangan (bail out) Bank Century sebesar 6,7 Triliun yang dikeluarkan pemerintah untuk menyelamatkan bank tersebut ternyata menimbulkan kontroversi. Sebagian pihak menuding bahwa langkah tersebut adalah kesalahan besar pemerintah dalam menggunakan uang rakyat. Di sisi lain pemerintah beranggapan bahwa keputusan mereka sudah tepat.

Pada konteks inilah pers diuji sejauh mana profesionalitasnya dalam menjaga independensi pemberitaan dan tidak memihak terhadap salah satu peserta pemilu. Pada pelaksanaan pemilu di masa orde baru pers seringkali kehilangan independensinya dalam pemberitaan sehingga cenderung banyak berpihak pada partai pemerintah. Hal ini bisa dimengerti karena pada masa itu pers dihadapkan pada kondisi yang dilematis. Di satu pihak pers diidealkan sebagai alat kontrol sosial dan saluran hati nurani rakyat, tetapi disisi lain pers adalah suatu lembaga industri yang berusaha untuk tetap hidup sehingga pers juga harus menjaga kelangsungan hidupnya dengan mematuhi aturan penguasa pada saat itu.

Pada masa reformasi ini dimana kebebasan pers mendapat perlindungan hukum yang lebih baik mestinya bayang-bayang ketakutan terhadap pembredelan yang dilakukan pihak penguasa tidak ada lagi. Pada saat ini sebenarnya independensi dan profesional pers diuji, apakah mereka bisa bersikap netral atau justru memihak dalam pemberitaan mereka. Periode kritis adalah alat yang paling tepat untuk mengukur kredibilitas dan integritas pers. Mereka harus memilih dan pilihan itulah yang menunjukkan kredibilitas mereka. Pernyataan tersebut diungkapkan ketika pers Indonesia sedang dalam kondisi tiarap. Sekarang ini tentunya menarik untuk dilihat apakah pernyataan tersebut masih relevan. Di saat kebebasan pers sedang tumbuh dan berkembang apakah pers sendiri bisa menunjukkan jati dirinya kepada masyarakat atau justru malah berpihak kepada salah satu pihak.

Alasan pemilihan harian Kompas, Jawa Pos, dan Republika karena sebagai media nasional mereka dibaca jutaan orang dan berpotensi mempengaruhi sikap masyarakat.

b. PERUMUSAN MASALAH

Secara garis besar ada dua kekuatan yang bisa mempengaruhi independensi pers sehingga secara langsung maupun tidak sikap pers akan memihak dalam pemberitaan Kasus Century. Kekuatan *pertama* berasal dari internal pers itu sendiri yakni wartawan, dan pengelola pers berupa penyalahgunaan pers untuk kepentingan pragmatis sendiri. Kedua berasal dari *eksternal* yaitu kekuasaan (modal, negara, budaya, komunalisme) yang menggunakan pers untuk kepentingan sendiri. Dengan melihat kondisi tersebut menarik untuk dicermati bagaimana sikap media tersebut dalam pemberitaan Kasus Century?. Apakah dengan kondisi kebebasan pers sekarang ini pers bisa independen dalam memberitakan Kasus Century?

Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, dan merasa dalam menghadapi obyek, ide, situasi atau nilai (Rakhmat,2009:44). Sikap media adalah bentuk kecenderungan ideologis suatu media terhadap pola, format, maupun isi suatu berita. Sikap media ini mencerminkan akhir dari kebijakan redaksional . Sikap media dapat dikategorikan dalam tiga kelompok yaitu positif (mendukung salah satu kontestan pemilu), netral (tidak memihak), negatif (bersifat menentang terhadap salah satu kelompok).

c. TELAAH PUSTAKA

Teori Agenda Setting

Model Agenda Setting pertama kali diperkenalkan oleh Maxwell Mc Comb dan Donald L Shaw pada tahun 1973. Teori ini menyatakan bahwa media tidak selalu berhasil memberitahu apa yang dipikirkan audience, tetapi media berhasil memberitahu audience berfikir tentang apa. Media massa memberikan agenda-agenda melalui pemberitaanya, sedangkan audience akan mengikutinya. Asumsi teori ini adalah, media memiliki kemampuan untuk menyeleksi dan mengarahkan perhatian masyarakat pada gagasan atau peristiwa tertentu. Media menyampaikan kepada masyarakat hal yang penting dan tidak penting, dan media juga mengatur apa yang harus dilihat oleh masyarakat atau tokoh siapa yang harus didukung (Nurudin,2003:184-185). Selain itu teori ini menyatakan jika para pemilih dapat diyakinkan bahwa suatu masalah adalah penting, maka mereka akan memilih calon atau partai yang telah diproyeksikan sebagai yang paling mampu mengatasi masalah itu.

Konsep Agenda Setting menyatakan masalah-masalah yang banyak diberi perhatian di dalam media akan dirasakan oleh khalayak sebagai masalah yang paling penting. Ide dasarnya adalah diantara sejumlah masalah atau topik yang disampaikan, yang banyak mendapat perhatian dari media akan semakin akrab dengan khalayak dan dirasakan penting dalam suatu jangka waktu tertentu, sementara yang mendapat sedikit perhatian dari media berangsur-angsur akan hilang dari perhatian khalayak. Menurut Malcolm dan Donald Show, audience tidak hanya memahami masalah-masalah umum dan hal lainnya dari

media massa, mereka juga memahami betapa pentingnya suatu isu atau topik dari penekanan yang diberikan media massa terhadap topik itu. (Soehoet,2001:54).

Menurut Alexis S. Tan, media massa mempunyai kognisi politik dengan dua cara yaitu:

1. Media secara efektif menginformasikan peristiwa politik kepada khalayak
2. Media mempengaruhi persepsi khalayak mengenai pentingnya masalah politik

Menurut Manhein, Agenda Setting meliputi tiga agenda yaitu agenda media, agenda khalayak dan agenda kebijakan (Soehoet, 2001:54).

Dimensi-dimensi Agenda Media:

1. Visibility (jumlah dan tingkat menonjolnya berita)
2. Audience Salience (tingkat menonjolnya bagi khalayak, dan hubungan keterkaitan antara isi berita dengan kebutuhan khalayak)
3. Valensi (menyenangkan atau tidak menyenangkan cara pemberitaan bagi suatu peristiwa).

Dimensi-dimensi agenda khalayak:

1. Keakraban (derajat kesadaran khalayak akan topik tertentu)
2. Penonjolan pribadi (relevansi kepentingan dengan ciri pribadi)
3. Kesenangan (pertimbangan senang atau tidaknya akan topik berita)

Dimensi-dimensi agenda kebijaksanaan:

1. Dukungan (kegiatan menyenangkan bagi posisi suatu berita tertentu)
2. Kemungkinan kegiatan (kemungkinan pemerintah melaksanakan apa yang diibaratkan

3. Kebebasan bertindak (nilai kegiatan yang mungkin dilakukan pemerintah)

Teori Kegiatan Organisasi Media

Teori kegiatan organisasi media membicarakan beberapa hal yaitu organisasi media sebagai penjaga gerbang, dan mekanisme proses dan penyajian berita. Berbagai penelitian awal tentang penjagaan gerbang yang dilakukan oleh **White** dan **Gieber** hanya membatasi jangkauan permasalahan sekitar kegiatan pemilihan berita yang berlangsung dalam kamar berita. Dalam kamar berita dilakukan seleksi berita dari sejumlah besar berita yang masuk ke media. Dalam tahap penyeleksian ini, dapat diketahui tentang kadar subyektifitas dalam proses penyeleksian yang dilakukan oleh media (Mc Quail:2003:162)

Kegiatan organisasi media terkait dengan mekanisme proses dan penyajian berita membicarakan tentang kecenderungan memihak atau menyimpang bukan saja disebabkan oleh proses dan prosedur seleksi yang berpola, tetapi juga karena adanya mekanisme yang terjadi dalam organisasi. Salah satu kenyataan yang sering terjadi ialah adanya seleksi susulan setelah dilakukan seleksi awal terhadap berita. Seleksi awal biasanya dilakukan oleh wartawan ketika dia memilih berita apa yang akan dilaporkan dan ditulis, tokoh siapa yang akan diwawancarai dan bagaimana berita akan ditulis. Seleksi susulan bisa dilakukan oleh editor berita atau oleh pemilik modal berkaitan berita apa yang akan disampaikan kepada masyarakat.

Kebanyakan media yang berorientasi pasar memiliki berbagai sumber dana yang berasal dari penanaman modal, pemasang iklan, konsumen, dan kadang pula dari subsidi masyarakat dimana penyandang dana tersebut terkadang

bersifat independen dan terkadang memihak terhadap kepentingan tertentu (Mc Quail:2003:154). Hasil penelitian yang dilakukan oleh **Sigelman** menyatakan bahwa manakala terjadi konflik antara organisasi media dengan karyawannya, maka pada saat itu seringkali kecenderungan politik atau kepentingan ekonomi organisasi menghalangi kebebasan ekspresi individu (Mc Quail:2003:159). Berbagai penelitian tentang surat kabar juga menunjukkan secara tegas bahwa para pemimpin redaksi dan pemilik modal cenderung memaksakan berita yang akan dipilih dan cara penyajiannya. Tinjauan **Gans** tentang kekuasaan pemimpin perusahaan terhadap para reporter menyatakan bahwa mereka membuat kebijakan yang mengarahkan secara teratur, mengawasi kepentingan komersial dan politik perusahaan, serta memilih, menyarankan dan memveto berita bila mereka menghendaki (Mc Quail:2003:160).

Berkaitan dengan isi media, Shoemaker dan Resse mengutarakan lima factor yang mempengaruhi isi media yaitu, individu pekerja, rutinitas media, organisasi media, ideology media dan kekuasaan di luar organisasi media (Nurudin:2003:239). Factor yang dominan adalah organisasi media dimana di dalamnya terdapat kepentingan pemilik modal. Kebijakan dari pemilik modal lebih berpengaruh daripada jurnalis. Seringkali pemilik modal menentukan isi suatu media, seperti memihak partai politik tertentu dan itu dianggap sebagai sikap media.

Konsep Gatekeeper

Istilah gatekeeper pertama kali diutarakan oleh Kurt Lewin pada tahun 1947. Dalam kaitannya dengan komunikasi massa gatekeeper adalah orang yang

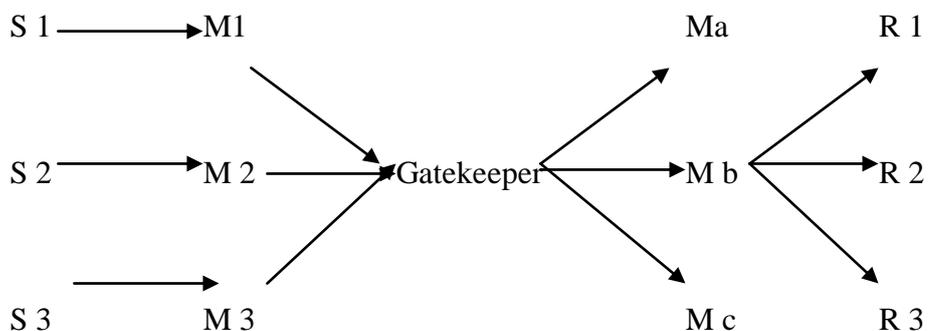
bertugas mempengaruhi atau memberi ijin tersebarnya suatu berita (Nurudin:2003:108-109). Bittner mengistilahkan gatekeeper sebagai individu-individu atau kelompok orang yang memantau arus informasi dalam saluran komunikasi massa. Jika diperluas maknanya, yang disebut gatekeeper adalah orang yang berperan penting dalam media massa yaitu para reporter, editor berita dan pemilik modal (Nurudin:2003:109-110).

Semua saluran media massa mempunyai sejumlah gatekeeper. Mereka memainkan peranan dalam beberapa fungsi. Mereka dapat menghapus pesan atau memodifikasi dan menambah pesan yang akan disebarkan. Gatekeeper juga dapat menghentikan sebuah informasi dan tidak membuka “pintu gerbang” (gate) bagi keluarnya informasi lain. Secara umum peran gatekeeper sering dihubungkan dengan berita khususnya surat kabar. Editor sering melakukan fungsi ini dengan menentukan apa yang layak disajikan kepada audience.

Sebelum seorang editor mendapatkan sebuah berita, sebenarnya seorang reporter telah terlebih dahulu melakukan fungsi gatekeeper ini ketika mencari dan menyeleksi fakta di lapangan. Saat reporter memilih fakta dengan menonjolkannya dalam tulisan, saat itulah ia melaksanakan fungsi gatekeeper. Hasil liputan yang diberikan kepada editor merupakan hasil tarik menarik kepentingan kebijakan media tempat ia bekerja dan persepsi reporter itu sendiri. Berita media sebagai hasil konstruksi realitas dipengaruhi oleh kecenderungan personal, konteks social dan budaya yang melingkupi gatekeepernya pada satu sisi dan dipengaruhi oleh system yang dijalankan media yang bersangkutan.

Selain reporter dan editor, kebijakan editorial juga bentuk dari pelaksanaan fungsi gatekeeper ini. Berbeda media akan berbeda pula nilai yang ditampilkan. Gatekeeper mempunyai efek potensial dalam komunikasi massa jika media yang seharusnya milik masyarakat dikontrol oleh kekuatan minoritas pemilik modal. Disamping itu penyaringan informasi juga berpotensi menimbulkan efek. Efek ini bisa disebabkan oleh aktifitas dari gatekeeper itu sendiri, salah satunya adalah munculnya distorsi informasi. Distorsi informasi ada dua yaitu *systemic distortion* dan *random distortian*. *Systemic distortion* biasanya terjadi melalui pembiasan informasi yang disengaja. Sementara *random distortion* terjadi melalui kecerobohan atau ketidaktahuan dari gatekeeper. Contoh ditorsi yang disengaja adalah pemutarbalikan fakta. Ini dibuat agar audience mengikuti kontruksi informasi yang diciptakan media massa. Sedangkan distorsi yang tidak disengaja terjadi karena kecerobohan atau ketidaktahuan, ini juga sangat terkait erat dengan human error. Kecorobohan bisa terjadi karena kekurangan informasi yang diperoleh atau tergesa dalam pennerbitan.

Untuk menggambarkan proses gatekeeping, De Vito menggambarkanya sebagai berikut:



Sumber: (Joseph A Devito,1997 dalam Nurudin:2003:119)

Dari gambar diatas pesan-pesan M1, M2 dan M3 diterima dari berbagai sumber berbeda (S1,S2,S3). Penyaring informasi kemudian secara selektif menyampaikan pesan (Ma, Mb, Mc) ke penerima yang berbeda (R1,R2,R3) .

Isi media baik dalam bentuk berita, foto, maupun tajuk rencana menunjukkan sikap dari media itu sendiri. Adanya perbedaan topik, metode, atau cara pemberitaan antara satu surat kabar dengan lainnya semakin mempertegas indikasi bahwa pihak medialah yang mempunyai wewenang dalam menentukan layak tidaknyasuatu berita itu diturunkan. Hal ini relevan dengan model agenda setting yang menyatakan bahwa media menentukan apa yang diberikan kepada khalayak dan menganggap hal itu layak untuk disimak khalayak. Sejalan dengan itu implementasi agenda setting dapat terlihat dari penonjolan berita yang merupakan peneguhan sikap media.

Menurut. Assegaf, penonjolan berita dapat dilihat dari panjang pendek kolom, ukuran kolom, judul dan lead, dan penempatan (positioning) (Assegaf:.1991:25-26). Berita yang dimuat media tidak selalu sesuai dengan agenda publik karena pengaruh sidang redaksi, pesan sponsor dan faktor eksternal yang mempengaruhinya.

Untuk mengamati dan menganalisa sikap media dapat dilihat dari:

1. Bagaimana masing-masing media menonjolkan agendanya seperti frekuensi berita, panjang pendek kolom, judul, penempatan, ukuran kolom

2. Penonjolan agenda media tersebut dipengaruhi aspek redaksi, ideologis, tekanan penguasa, pemilik media dan sponsor
3. Perlu analisa semantik terhadap isi media

Menurut Ashadi setiap media adalah produk yang hadir dari formula keredaksionalan. Pimpinan suatu media dengan politik keredaksionalannya akan menggerakkan seluruh personil jurnalistik untuk mewujudkan formula tersebut, maka lahirlah Kompas, Tempo, Kartini dan lainnya yang dapat dikenal jati dirinya (Ashadi:1995:59). Pada konteks penyelenggaraan pemilu dimana masing-masing kontestan peserta berlomba-lomba memanfaatkan media untuk mempublikasikan diri menjadi menarik untuk mengamati bagaimana sikap media dalam menghadapi fenomena ini. Dari sini dapat kita lihat sejauh mana kemampuan dari media untuk bertindak independen dan bersikap netral terhadap masing-masing kontestan pemilu. Pada kenyataannya upaya untuk netral ini berhadapan dengan tekanan pihak-pihak yang menaruh kepentingan terhadap pemberitaan media.

d. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui sikap Kompas, Jawa Pos, dan Republika pada Kasus Century.
2. Untuk mengukur independensi pemberitaan Kompas, Jawa Pos, dan Republika dalam pemberitaan Kasus Century.

e. METODE PENELITIAN

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif analitik yang bertujuan menggambarkan dan menganalisa suatu fenomena. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode analisis isi kuantitatif. Menurut Klaus Krippendorff, analisis isi adalah suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi-inferensi dan sah data dengan memperhatikan konteksnya (Krippendorff,1993:15).Menurut Berelson analisis isi adalah teknik penelitian untuk mendeskripsikan secara objektif, sistematis dan kuantitatif isi komunikasi yang manifest (Krippendorff 1993:17).

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan menghabiskan waktu 8 bulan. Secara umum, proses pengumpulan data yang akan dianalisis, dan penelusuran literatur akan dilakukan di Semarang. Seluruh proses analisis data hingga penulisan laporan penelitian akan peneliti lakukan di Semarang.

3. Obyek Penelitian

a. Populasi

Merupakan keseluruhan dari unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga. Populasi dari penelitian ini adalah isi surat kabar harian Kompas, Jawa Pos, dan Republika selama Januari 2010 yang berkaitan Kasus Century.

b. Sampel

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan purposif dan semua populasi dijadikan sampel (total sampling).

3. Kategorisasi Penelitian

a. Rubrikasi

Rubrik-rubrik yang menjadi bahan penelitian adalah tajuk rencana, wacana, analisa, artikel, kolom dan juga foto beserta keterangannya.

Rubrik	Jumlah item	Pengungkapan judul		Pengungkapan isi		Proporsi berita		
		S	K	E	I	Jumlah kolom	Jumlah paragraf	frekuensi
Artikel								
Teropong								
Wacana								
Analisa								
Foto								
Tajuk								

S=substantif, K=konotatif, E=Eksplisit, I=Implisit

b. Sifat Informasi

Sifat informasi yang disajikan bisa dikategorisasikan menjadi informasi yang memihak, menentang atau netral (tidak memihak) jika informasinya hanya bersifat memberitakan.

Sifat informasi	Nama rubrik				
	Jumlah item	Pengungkapan judul		Pengungkapan isi	
		Substantif	Nonsubstantif	Eksplisit	Implisit
Netral					
Menentang					
Memihak					

c. Narasumber

Nara sumber dikategorisasikan menjadi dua yaitu narasumber yang berasal dari redaksi media dan narasumber dari luar redaksi seperti birokrat, tokoh masyarakat, elit parpol, militer, intelektual, dan organisasi kemasyarakatan.

Narasumber	Artikel	Teropong	Wacana	Analisa	Foto
Redaksi					
Birokrasi					
Tokoh masyarakat					
Elite parpol					
Keamanan					
Intelektual					
Tokoh ormas					

4. Pengkodean

Untuk menghindari kealpaan dalam pengukuran serta kekurangan cermatan dalam identifikasi data dan meminimalkan kesalahan dalam keakuratan

hasil penelitian, peneliti dibantu dua orang pengkoder. Koder dipilih dari orang yang memiliki kerangka pengalaman yang sama dengan peneliti dan memiliki kecermatan serta ketelitian dalam meneliti data. Koder diperlukan dalam melihat apakah hasil koding oleh peneliti dapat memenuhi objektifitas tertentu.

5. Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur (kategorisasi) dapat dipercaya atau diandalkan bila dipakai lebih dari satu kali untuk mengukur gejala yang sama. Uji reliabilitas dilakukan dengan cara melakukan dokumentasi terlebih dahulu pada saat pengumpulan data dan kemudian memasukkannya ke dalam lembar koding sesuai dengan kategorisasi yang telah ditentukan. Setelah itu pengkoder yang telah dipilih akan melakukan uji reliabilitas terhadap kategorisasi tersebut dengan cara yang sama dengan peneliti. Reliabilitas kategori dapat diketahui dari besarnya nilai kesepakatan antar koder. Reliabilitas berarti sejauhmana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih yang dijelaskan dengan rumus:

$$C. R = \frac{2M}{N_1 + N_2}$$

C.R: coefficient reability

M: jumlah pertanyaan yang disetujui oleh dua orang koder

N₁ dan N₂: jumlah pertanyaan yang diberi kode oleh koder

Derajat kesepakatan tinggi antara peneliti dengan koder satu dan dua (80%-100%) menunjukkan data yang diperoleh reliable dan bisa diterima. Untuk menjamin ketepatan pengukuran, mencegah kesalahan dan meningkatkan keterpercayaan

maka dipakai *Equipment Forms Method* yaitu cara yang menggunakan dua atau lebih pengkoding yang mengkoding bahan yang sama. Hasilnya kemudian dibandingkan satu sama lain dengan keterpercayaan yang sempurna maka pemberi koding akan memperoleh hasil yang sama. Berkaitan dengan persetujuan bersama, **Lasswell** mengatakan "Pemberian angka yang menunjukkan kesamaan selayaknya sampai 70 hingga 80 persen diantara para pengkoding maka hasil koding tersebut dapat diterima sebagai kepercayaan."

6. Prosedur Penelitian

a. Persiapan

Tahap persiapan meliputi diskusi dan pembahasan materi proposal penelitian diantara tim peneliti. Rapat kordinasi juga dilakukan untuk melakukan pembagian kerja diantara anggota tim.

b. Pengumpulan data

Pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan bahan pemberitaan yang ada di media yang akan diteliti. Selain data primer tersebut juga dilakukan pengumpulan data sekunder dengan melakukan telaah pustaka yang mendukung materi penelitian.

c. Analisis data

Analisis data diawali dengan pengkodean data yang dilakukan oleh para koder dalam hal ini anggota tim peneliti. Kategorisasi dilakukan setelah semua data diberikan kode. Untuk menghilangkan data yang tidak relevan maka tim peneliti melakukan reduksi data agar dihasilkan data yang valid. Tahap

selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas antar koder. Tahapan terakhir adalah pengambilan kesimpulan hasil penelitian

d. Penyusunan laporan

Penyusunan laporan dibagi dalam tiga tahap yaitu tahap awal, koreksi dan penggandaan laporan.

Bab VI. Jadwal Pelaksanaan

Penelitian ini akan menghabiskan waktu 8 bulan dengan jadwal pelaksanaan sebagai berikut:

No	Aktifitas	1	2	3	4	5	6	7	8
1	Pengumpulan bahan/kliping media	■							
2	Pemberian kode terhadap berita		■						
3	Kategorisasi hasil pengkodean			■					
4	Reduksi data dan analisis hasil coding sheet				■				
5	Uji reliabilitas antar koder					■			
6	Pengambilan kesimpulan						■		
7	Penulisan artikel/laporan akhir penelitian							■	
8	Seminar dalam rangka publikasi hasil penelitian								■

Keterangan:

Angka 1 sampai 8 dalam bagan di atas menunjukkan bulan ke-1 hingga bulan ke-8 dari jadwal pelaksanaan penelitian

Bab VII. Personalia Penelitian

Personalia penelitian terdiri dari tiga orang dengan biodata terlampir.

Bab VIII. Perkiraan Biaya Penelitian

Biaya rapat dan diskusi

No	Nama Kegiatan	Jam	Minggu	Bulan	Biaya Rp	Jumlah
1	Rapat	1	1	6	25.000	250.000
2	Diskusi	1	1	6	25.000	250.000
						500.000

Bahan habis pakai dan penyusunan laporan

No	Nama	Jumlah	Satuan	Harga satuan	Jumlah
1	Kertas kwarto	2 rim	2	40.000	80.000
2	Flash disk 4G	2 buah	2	150.000	300.000
3	Tinta printer	2 buah	2	50.000	100.000
4	Lem, gunting, cutter Ballpoint	2 buah	2	25.000	50.000
5	Biaya perjalanan	10 buah	10	5.000	300.000
6	Bahan analisis	3 paket	3	200.000	300.000
7	Reduksi data	5 buah	5	6.000	300.000
8	Pengumpulan data	2 buah	2	200.000	300.000
9	Laporan	1 buah	1	500.000	270.000
	Total				2000.000