

**OPINI MAHASISWA TENTANG TAYANGAN
PERNIKAHAN PUTRI PRESIDEN JOKOWI TERHADAP
HAK MEMPEROLEH INFORMASI**

SKRIPSI

Oleh :

USWATUN HASANAH

NPM : 1403110186

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Broadcasting



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

MEDAN

2018

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi oleh :

Nama : USWATUN HASANAH

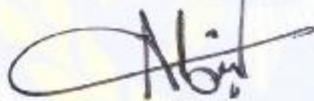
NPM : 1403110186

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : OPINI MAHASISWA TENTANG TAYANGAN
PERNIKAHAN PUTRI PRESIDEN JOKOWI TERHADAP
HAK MEMPEROLEH INFORMASI

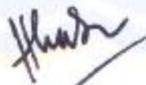
Medan, 29 Maret 2018

Pembimbing



ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom

Disetujui Oleh
KETUA PROGRAM STUDI



NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom

Pt. Dekan



Dr. RUDIANTO, M.Si

PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammdiyah Sumatera Utara oleh:

Nama : USWATUN HASANAH

NPM : 1403110186

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Pada hari : KAMIS, 29 Maret 2018

Waktu : 08.00 s/d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Hj.ASMAWITA AM, Lc.,M.A

PENGUJI II : Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A

PENGUJI III : ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom

PANITIA UJIAN

Ketua

Dr. RUDIANTO, M.Si

Sekretaris

Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, Uswatun Hasanah , NPM 1403110186, menyatakan dengan sungguh-sungguh :

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya jiplakan orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kerjasama di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapatan yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi :

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar keserjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, ~~22. MARET~~ 2018

Yang menyatakan,



Uswatun Hasanah



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
 Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : USWATUN HASANAH
 NPM : 1402110186
 Jurusan : ILMU KOMUNIKASI
 Judul Skripsi : OPINI MAHASISWA TENTANG TAYANGAN PERNIKAHAN PUTRI PRESIDEN
 JOKOWI TERHADAP HAK MEMPEROLEH INFORMASI

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	21 JANUARI 2018	BIMBINGAN REVISI PROPOSAL BAB 1,2,3	
2.	29 JANUARI 2018	ACC BAB 1,2,3	
3.	7 FEBRUARI 2018	PEDOMAN / BIMBINGAN KUESIONER	
4.	9 FEBRUARI 2018	ACC KUESIONER	
5.	20 MARET 2018	BIMBINGAN BAB 4,5	
6.	21 MARET 2018	REVISI BAB 4,5	
7.	21 MARET 2018	BIMBINGAN ABSTRAK	
8.	24 MARET 2018	REVISI ABSTRAK	
9.	23 MARET 2018	ACC BAB 4,5 & ABSTRAK	

Medan, ... 23 MARET ... 2018 ...

Dekan,

Ketua Program Studi,

Pembimbing ke :

(Rohanto... M. Si...)
 ABRAR ADHANI

(USWATUN HASANAH... NPM: 1402110186)

(ABRAR... ADHANI... (061) 6625474)

OPINI MAHASISWA TENTANG TAYANGAN PERNIKAHAN PUTRI PRESIDEN JOKOWI TERHADAP HAK MEMPEROLEH INFORMASI

Oleh :

Uswatun Hasanah (1403110186)

ABSTRAK

Opini merupakan pendapat dari individu mengenai penilaian tentang sesuatu yang telah dirasakan atau dialami. Media sudah menjadi bagian kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia, khususnya media televisi. Namun media saat ini khususnya media televisi harus benar-benar diperhatikan oleh pihak KPI atas apa yang telah ditayangkan sudah sesuai atau belum dengan P3-SPS. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana opini mahasiswa tentang tayangan pernikahan putri presiden Jokowi terhadap hak memperoleh informasi. Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah Deskriptif Kuantitatif, pengukuran data kuantitatif dan statistik objek melalui perhitungan ilmiah, berasal dari sampel orang-orang atau penduduk yang diminta menjawab atas sejumlah pertanyaan tentang survei untuk menentukan frekuensi dan presentasi tanggapan mereka. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan observasi di lapangan, kuesioner/angket, dan dokumentasi. Objek penelitian ini adalah mahasiswa semester VI Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Teori yang digunakan peneliti adalah teori S-O-R. Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah opini mahasiswa tentang tayangan pernikahan putri presiden Jokowi.

Kata kunci : Opini, Tayangan, Hak, Informasi.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahrabbi'l'alam, segala puji dan syukur kita hadiahkan kepada Allah S.W.T yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat beriring salam kita hadiahkan kepada junjungan kita kepada Nabi Muhammada S.A.W yang telah membawa umat dari zaman kebodohan menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan dan teknologi seperti sekarang.

Skripsi yang berjudul “Opini Mahasiswa tentang Tayangan Pernikahan Putri Presiden Jokowi Terhadap Hak Memperoleh Informasi” diajukan penulis sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada jenjang Strata 1 (S-1) Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak terutama kepada seluruh keluarga dan kedua orangtua yang saya cintai dan sayangi, **SRI MURNI & SUDARTO** yang telah memberikan begitu besar kasih sayang kepada penulis beserta bantuan moril dan material selama penulis menjalankan pendidikan hingga saat ini dan kepada adik-adik kandungku **Syarif Hidayat, Ari Suryansyah, Anisa Fadilah**. Terima kasih juga

kepada diri sendiri yang sudah mau mengerjakan skripsi ini. Dan penulis juga mengucapkan terima kasih atas bantuan dan sarannya kepada :

1. **Dr. Agussani, M.AP** selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. **Alm. Drs. Tasrif Syam M.Si** selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
3. **Dr. Rudianto S.Sos M.Si** selaku Plt. Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
4. **Drs. Zulfahmi, M.I.Kom** selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
5. **Abrar Adhani, S.Sos, M.I.Kom** selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik sekaligus Pembimbing yang telah banyak membantu dan memberikan arahan maupun masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. **Nurhasanah Nasution, S.Sos M.I.Kom** selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
7. **Akhyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom** selaku Sekertaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
8. **Bapak, Ibu Dosen dan Pegawai Biro Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara** yang telah mendidik dan membantu penulis dari awal hingga akhir perkuliahan.

8. Buat teman-teman, **Kinanti, Afizah Yolanda Fadly Tanjung**, yang selalu memberikan semangat dan motivasi sampai skripsi ini selesai dengan baik.
9. Buat kawan angkatan 1504 , (**Rizki Khairani, Imada Lubis, Mafuja**).
10. Buat satu-satunya kawan yang bertahan dikelas yang sama dan selalu berpikir positif serta menginspirasi, **Widya Ningtias**.
11. Buat semua kru UKM-LPM TEROPONG UMSU (**Mutia, Nofia, Anti, Novia, Iqbal, Arsyah, Ummu**) dan anak-anak magang yang gak bisa disebut satu persatu.
12. Buat kawan-kawan kost Ampera VII 49 (**Anggi, Dina, Putri**)
13. Buat seluruh teman-teman **Ilmu Komunikasi stambuk 2014** yang namanya tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih telah banyak membantu. Bersyukur bisa kenal sama kalian semua.
14. Buat diri sendiri yang mau berusaha sejauh ini untuk menyelesaikan skripsi ini di waktu yang tepat dengan bantuan orang-orang yang menyayangimu.

Medan, Maret 2018

Penulis,

Uswatun Hasanah

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	4
1.3 PEMBATAHAN MASALAH	5
1.4 TUJUAN PENELITIAN	5
1.5 MANFAAT PENELITIAN	5
1.6 SISTEMATIKA PENULISAN	6
BAB II URAIAN TEORITIS	7
2.1 PENGERTIAN KOMUNIKASI	7
2.2 KOMUNIKASI MASSA	9
2.3 MEDIA MASSA	17
2.4 OPINI PUBLIK	26

2.5 TAYANGAN.....	28
2.6 HAK	29
2.7 INFORMASI.....	30
2.8 TEORI S-O-R	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1 JENIS PENELITIAN	35
3.2 KERANGKA KONSEP	36
3.3 OPERASIONAL VARIABEL.....	37
3.4 DEVINISI OPERASIONAL	39
3.5 POPULASI DAN SAMPEL.....	40
3.6 TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	41
3.7 TEKNIK ANALISIS DATA	42
3.8 LOKASI DAN WAKTU PENELITIAN.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 DESKRIPSI DAN HASIL PENELITIAN	47
4.1.1 Identitas Data Responden	47
4.2 ANALISIS HASIL PENELITIAN.....	50
4.2.1 Persentase Jawaban Responden	50
4.3 PEMBAHASAN	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 KESIMPULAN	59
5.2 SARAN.....	59

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	
OPERASIONAL VARIABEL	38
Tabel 4.1	
JENIS KELAMNIN	48
Tabel 4.2	
USIA	49
Tabel 4.3	
VARIABEL PERTANYAAN NOMOR 1.....	50
Tabel 4.4	
VARIABEL PERTANYAAN NOMOR 2.....	51
Tabel 4.5	
VARIABEL PERTANYAAN NOMOR 3.....	52
Tabel 4.6	
VARIABEL PERTANYAAN NOMOR 4.....	53
Tabel 4.7	
VARIABEL PERTANYAAN NOMOR 5.....	54
Tabel 4.8	
VARIABEL PERTANYAAN NOMOR 6.....	55
Tabel 4.9	
VARIABEL PERTANYAAN NOMOR 7.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	
MODEL S-O-R	32
Gambar 3.1	
LOGO ILMU KOMUNIKASI UIN.....	42
Gambar 4.1	
PERBANDINGAN JENIS KELAMIN.....	48
Gambar 4.2	
USIA	49
Gambar 4.3	
PERBANDINGAN JAWABAN NOMOR 1	50
Gambar 4.4	
PERBANDINGAN JAWABAN NOMOR 2.....	51
Gambar 4.5	
PERBANDINGAN JAWABAN NOMOR 3.....	52
Gambar 4.6	
PERBANDINGAN JAWABAN NOMOR 4.....	53
Gambar 4.7	
PERBANDINGAN JAWABAN NOMOR 5.....	54
Gambar 4.8	
PERBANDINGAN JAWABAN NOMOR 6.....	55
Gambar 4.9	
PERBANDINGAN JAWABAN NOMOR 7.....	56

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Media sudah menjadi bagian kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia, khususnya media televisi. Baru-baru ini berbagai media menayangkan prosesi pernikahan putri Presiden Jokowi. Di Metro TV pernikahan anak Presiden Jokowi disorot dalam program istimewa bertajuk *Live Event Jokowi Mantu* yang berjalan lebih dari 8 jam, termasuk liputan langsung pada upacara pernikahan. Liputan utama dalam program berita Metro Pagi, *Newsline*, Metro Hari Ini dan juga *Headline news* juga mengulas acara ini.

Informasi merupakan hal yang wajib diketahui oleh khalayak dan pada dasarnya semua informasi itu legal dan patut diketahui oleh setiap orang, namun memang ada pengecualian dalam pengelolaan informasi yang tidak boleh dipublikasikan. Dalam pasal 28F UUD 1945 telah disebutkan bahwa setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya. Termasuk hak untuk mencari, memperoleh, memiliki, dan menyimpan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang ada. Untuk menguatkan ketentuan dalam UUD 1945 tersebut, maka disusunlah Undang-Undang No 14/2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (UU KIP). UU KIP memberikan jaminan kepada setiap warga negara untuk memperoleh informasi yang dikuasai oleh Badan Publik. UU KIP memberikan acuan yang

sangat jelas kepada warga negara tentang tata cara memperoleh informasi dari badan publik.

Penyiaran di Indonesia masih memerlukan berbagai pembenahan agar bisa menjadi kekuatan pencerahan. Penyiaran selayaknya berpihak pada kepentingan publik, terutama melalui penyajian muatan yang dapat memberikan kemaslahatan bagi masyarakat. KPI sebagai lembaga negara yang bersifat independen mengatur hal-hal mengenai penyiaran, memiliki tanggung jawab bersama-sama masyarakat untuk menciptakan penyiaran yang adil dan bermartabat.

Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) tentang Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3-SPS) telah menyatakan, "...agar pemanfaatan frekuensi radio sebagai ranah publik yang merupakan sumber daya alam terbatas dapat senantiasa ditujukan untuk kemaslahatan masyarakat sebesar-besarnya". P3 pasal 11 juga menyatakan: "Lembaga penyiaran wajib memperhatikan kemanfaatan dan perlindungan untuk kepentingan publik." SPS pasal 13 ayat 2 menyatakan lebih jauh bahwa, "Program siaran tentang permasalahan kehidupan pribadi tidak boleh menjadi materi yang ditampilkan dan/atau disajikan dalam seluruh isi mata acara, kecuali demi kepentingan publik."

P3SPS adalah pedoman dan standar bagi kegiatan penyelenggaraan penyiaran baik TV maupun radio di Indonesia. Saat ini, yang berlaku adalah P3SPS tahun 2009. Namun, berdasarkan amanat Rakornas (Rapat Koordinasi Nasional) KPI tahun 2010, dan dengan melihat dinamika perkembangan dunia penyiaran di Indonesia pada saat ini.

Informasi adalah suatu rekaman fenomena yang diamati, atau bisa juga berupa putusan-putusan yang dibuat seseorang (Estabrook, 1977: 24). Dalam hal ini tayangan pernikahan putri presiden Jokowi merupakan informasi. Meskipun tayangan pernikahan putri Presiden Jokowi merupakan sebuah informasi, ada baiknya penayangan semacam ini tidak disiarkan secara berlebihan karena hampir seluruh stasiun tv di Indonesia menayangkannya secara kontiniu.

Penting dicatat, Indonesia adalah negara Republik. Dalam negara republik kepala negara tidak sama dengan “negara”. Hal ini berbeda misalnya dari Kerajaan Inggris, yang memang telah memiliki tradisi tertentu dan tata cara pemerintahan yang berbeda. Pernikahan keluarga raja diatur dalam *Royal Marriage Act*, yang merupakan bagian dari hukum Inggris. Bahkan untuk merayakan peristiwa pernikahan keluarga kerajaan, libur panjang diterapkan, masyarakat turun ke jalanan dalam berbagai pawai megah, dan upacara pernikahan dijadikan fokus dari pengulasan media. Dalam republik, kehidupan pribadi pejabat publik pada tingkatan apapun tidak dapat didefinisikan sebagai kepentingan publik. Kecuali jika ia sudah menyangkut pada isu publik seperti korupsi, kematian figur, atau semacamnya. Maka jelaslah bahwa penyiaran berlebihan dari upacara pernikahan ini merupakan bentuk pelanggaran hak publik sebagaimana dijamin dalam UU Penyiaran.

Luasnya peliputan atas pernikahan putri presiden Jokowi tentu mengingatkan kita pada pernikahan Agus Harimurti Yudhoyono dan Annisa Pohan, Raffi Ahmad dan Nagita Slavina, dan bahkan kelahiran anak pasangan Anang Hermansyah dan Ashanti beberapa tahun lalu. Peristiwa-peristiwa ini

memang identik. Meski pernikahan putri Presiden ditayangkan selayaknya kisah berita, hampir tidak ada nilai berita yang berguna bagi publik dalam berbagai program-program ini. Selama berjam-jam, kita diberikan liputan selebritis “karpet merah” ala penghargaan Oscar, ulasan *fashion*, bahkan berkomentar “budayawan” yang mencoba berspekulasi tentang sifat pengantin pria melalui ekspresi wajahnya. Tayangan-tayangan ini adalah murni *infotainment*.

Terlepas dari gaya peliputan, pemakaian alokasi frekuensi publik untuk peliputan yang bersifat pribadi, terlebih dengan alokasi waktu tayang yang besar, bertentangan dengan semangat undang-undang penyiaran juga aturan turunannya.

Fakta-fakta yang telah dijelaskan di atas, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana opini mahasiswa tentang tayang pernikahan putri presiden Jokowi terhadap hak memperoleh informasi sekaligus menguji perhatian, pengetahuan, dan pemahaman mereka terhadap pemberitaan ini.

Sementara itu, kenapa alasan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara sebagai sasaran penelitian karena peneliti ingin mengetahui bagaimana mahasiswa menyikapi tayangan pernikahan putri Presiden Jokowi yang ditayangkan live oleh beberapa stasiun televisi di Indonesia.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian pada latar belakang, penulis menetapkan masalah yaitu “Bagaimana Opini Mahasiswa Tentang Tayangan Pernikahan Putri Presiden Jokowi Terhadap Hak Memperoleh Informasi?”

1.3 PEMBATASAN MASALAH

Untuk memperjelas dan membatasi ruang lingkup penelitian dan untuk menghasilkan uraian yang sistematis diperlukan pembatasan masalah. Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Jurusan Ilmu Komunikasi UIN SU semester VI.

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui bagaimana opini mahasiswa tentang tayangan pernikahan putri presiden Jokowi terhadap hak memperoleh informasi

1.5 MANFAAT PENELITIAN

1.5.1 Secara Teoritis

Untuk memperluas pengetahuan dan memperdalam pemahaman mengenai salah satu bidang kajian komunikasi massa yaitu Opini Publik. Dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan referensi bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi yang memiliki minat dan ketertarikan yang sama terhadap Opini Publik.

1.5.2 Secara Praktis

Penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak-pihak tertentu dalam mengambil beberapa kebijakan strategis yang menyangkut kepentingan orang banyak.

1.5.3 Secara Akademis

Penelitian ini sebagai syarat utama untuk memperoleh gelar sarjana bagi mahasiswa dan dapat memperkaya khasanah penelitian dikalangan FISIP UMSU serta menjadi sumber bacaan di lingkungan mahasiswa khususnya FISIP UMSU.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Sesuai dengan standart penulisan ilmiah maka penulis skripsi ini disistematiskan sebagai berikut:

- BAB I : Pendahuluan, Berisikan Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian.
- BAB II : Uraian teori yang menguraikan tentang teori Komunikasi, Komunikasi Massa, Media Massa, Opini Publik, Tayangan, Hak , Informasi dan Teori S-O-R.
- BAB III : Pelaksanaan Penelitian yang menguraikan tentang Jenis Penelitian, Kerangka Konsep, Definisi Konsep, Operasional Variabel, Definisi Operasional, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, Populasi dan Sampel, Lokasi dan Waktu Penelitian.
- BAB IV : Analisis hasil penelitian yakni berisikan rumusan kesimpulan yang digunakan menggambarkan fenomena penelitian dan hasil kesimpulan penelitian yang dikemukakan.
- BAB V : Penutup, berisikan kesimpulan akhir dan saran-saran bagaimana seharusnya terhadap permasalahan yang ada.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 PENGERTIAN KOMUNIKASI

Kata komunikasi berasal dari bahasa Inggris *communication*, secara etimologis atau menurut asal katanya komunikasi berasal dari bahasa Latin *communicatus*, dan perkataan ini bersumber dari kata *communis* yang memiliki makna “berbagi” atau “menjadi milik bersama” yaitu suatu usaha yang memiliki tujuan untuk kebersamaan atau kebersamaan makna.

Komunikasi merupakan salah satu aspek salah satu aspek terpenting namun juga kompleks dalam kehidupan manusia. Manusia sangat dipengaruhi oleh komunikasi yang dilakukannya dengan manusia lain. Baik yang sudah dikenal maupun yang tidak dikenal sama sekali (Morissan, 2013 : 1).

Beberapa definisi komunikasi oleh para ahli adalah ;

1. Menurut Harold D. Laswell (Nurudin, 2010: 27)

Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa? (sumber), mengatakan apa? (pesan), dengan saluran apa? (media), kepada siapa? (penerima), dengan akibat atau hasil apa? (efek).

Definisi dari Laswell diatas merangkum dengan jelas unsur-unsur komunikasi, yaitu adanya sumber (*source*), pengirim pesan (*communicator*), media (*channel*), penerima pesan (*communicant*), dan efek (*effect*).

2. Menurut Everett M. Rodgers (Nurudin, 2010: 26)

Komunikasi adalah proses hal dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud mengubah perilaku.

3. Everett M. Rogers pakar sosiologi

Komunikasi adalah sebuah proses di mana suatu ide di alihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.

4. Rogers mengembangkan definisi tersebut bersama D. Lawrence Kincaid (1981)

Melahirkan suatu definisi baru yang menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk dan melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian mendalam (Cangara, 2012:22).

5. Joseph A. Devito (Nurudin, 2010: 28) membagi pola komunikasi menjadi empat, yakni komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok kecil, komunikasi publik dan komunikasi massa.

Sementara, Everett M. Rodgers menekankan bahwa dalam komunikasi ada sebuah gagasan, lambang, dan di dalam proses itu melibatkan orang lain. Sehubungan dengan kenyataan bahwa komunikasi adalah sesuatu yang tidak bisa dipisahkan dari aktivitas seorang manusia, tentu masing-masing orang punya cara sendiri, tujuan apa yang akan didapatkan, melalui apa atau kepada siapa. Oleh

karena itu, dalam komunikasi dikenal pola-pola tertentu sebagai manifestasi perilaku manusia dalam berkomunikasi.

Ditinjau dari pola yang dilakukan, ada beberapa jenis yang dapat dikemukakan. Para sarjana komunikasi atau mereka yang tertarik dengan ilmu komunikasi mempunyai pola (tipe) tersendiri dalam mengamati perilaku komunikasi. Namun semua itu tak perlu dibedakan secara kontradiktif, hanya berbeda penekanan disebabkan latar belakang dan lingkungan yang mendukungnya. Beberapa sarjana Amerika membagi pola komunikasi menjadi lima, yakni komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*), komunikasi kelompok kecil (*small group communication*), komunikasi organisasi (*organizational communication*), komunikasi massa (*mass communication*), dan komunikasi public (*public communication*).

2.2 KOMUNIKASI MASSA

Komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas. Pesan yang disampaikan melalui media massa merupakan produk dan komoditi yang mempunyai nilai tukar, serta acuan yang mempunyai nilai guna (Tamburaka, 2013:15).

Menurut Mulyana (2015:83) komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), yang dikelola oleh suatu lembaga atau

orang yang tersebar yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim dan heterogen.

Komunikasi massa merupakan suatu tipe komunikasi manusia (*Human Communication*) yang bersamaan dengan mulai digunakannya alat-alat mekanik, yang mampu melipat gandakan pesan komunikasi yaitu semenjak ditemukannya mesin cetak oleh Johannes Gutenberg dan semenjak saat itu dimulailah era komunikasi massa. Yang dimaksud dengan komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa modern, yang meliputi surat kabar yang memiliki sirkulasi yang sangat luas, siaran radio dan televisi yang ditujukan secara umum, dan film yang dipertunjukkan gedung-gedung bioskop (Effendy, 2000 : 79).

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner (Ardianto, 2004:3), yakni: komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*masscommunication is messages communicated through a mass medium to a largenumber of people*). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa.

Unsur-unsur penting dalam komunikasi massa menurut Bungin (2007: 71), adalah:

- a. Komunikator (pihak yang mengandalkan media massa, sumber pemberitaan)
- b. Media massa (media komunikasi dan informasi)
- c. Informasi (pesan) massa
- d. Gatekeeper (penyeleksi informasi)

e. Umpan balik

Beberapa fungsi komunikasi massa menurut Nurudin (2007: 66-89), yaitu:

1. Informasi

Fungsi informasi merupakan fungsi paling penting yang terdapat dalam komunikasi massa. Fakta-fakta yang dicari wartawan di lapangan kemudian dituangkannya dalam tulisan juga merupakan informasi. Fakta yang dimaksud adalah adanya kejadian yang benar-benar terjadi di masyarakat.

2. Hiburan

Fungsi hiburan untuk media elektronik menduduki posisi yang paling tinggi dibandingkan dengan fungsi-fungsi yang lain. Masalahnya, masyarakat kita masih menjadikan televisi sebagai media hiburan. Hal ini mendudukan televisi sebagai alat utama hiburan (untuk melepas lelah). Oleh karena itu, jangan heran jika jam-jam prime time (pukul 19.00 sampai 21.00) akan disajikan acara-acara hiburan, entah sinetron, kuis, atau acara jenaka lainnya.

3. Persuasi

Fungsi persuasif komunikasi massa tidak kalah pentingnya dengan fungsi informasi dan hiburan. Banyak bentuk tulisan yang kalau diperhatikan sekilas hanya berupa informasi, tetapi jika diperhatikan

secara lebih jeli ternyata terdapat fungsi persuasi. Persuasi bisa datang dari berbagai macam bentuk: Pertama, mengukuhkan atau memperkuat sikap, kepercayaan, atau nilai seseorang; Kedua, mengubah sikap, kepercayaan, atau nilai seseorang; Ketiga, menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu; dan Keempat, memperkenalkan etika, atau menawarkan sistem nilai tertentu.

4. Transmisi Budaya

Transmisi budaya merupakan salah satu fungsi komunikasi massa yang paling luas, meskipun paling sedikit dibicarakan. Transmisi budaya tidak dapat dielakkan selalu hadir dalam berbagai bentuk komunikasi yang mempunyai dampak pada penerimaan individu.

5. Mendorong Kohesi Sosial

Kohesi yang dimaksud di sini adalah penyatuan. Artinya, media massa mendorong masyarakat untuk bersatu. Dengan kata lain, media massa merangsang masyarakat untuk memikirkan dirinya bahwa bercerai-berai bukan keadaan yang baik bagi kehidupan mereka. Media massa yang memberitakan arti pentingnya kerukunan hidup umat beragama, sama saja media massa itu mendorong kohesi sosial. Akan tetapi, ketika media massa mempunyai fungsi untuk menciptakan integrasi sosial, sebenarnya di sisi lain media juga memiliki peluang untuk menciptakan disintegrasi sosial. Jadi, sebenarnya peluang untuk menciptakan integrasi dan disintegrasi sama besarnya.

6. Pengawasan

Komunikasi massa mempunyai fungsi pengawasan. Fungsi pengawasan bisa dibagi menjadi dua, yakni *warning or beware surveillance* atau pengawasan peringatan dan *instrumental surveillance* atau pengawasan instrumental. Fungsi peringatan dapat dilihat dari pemberitaan tentang munculnya bencana alam seperti badai, topan, gempa & tsunami dan sebagainya. Fungsi pengawasan peringatan juga meliputi informasi tentang adanya serangan militer yang dilakukan Negara lain. Sementara itu, fungsi pengawasan yang kedua yaitu pengawasan instrumental. Contohnya adalah informasi soal harga kebutuhan sehari-hari merupakan informasi penting yang sangat dibutuhkan masyarakat.

7. Korelasi

Fungsi korelasi yang dimaksud adalah fungsi yang menghubungkan bagian-bagian dari masyarakat agar sesuai dengan lingkungannya. Erat kaitannya dengan fungsi ini adalah peran media massa sebagai penghubung antara berbagai komponen masyarakat.

8. Pewarisan Sosial

Dalam hal ini media massa berfungsi sebagai seorang pendidik, baik yang menyangkut pendidikan formal maupun informal yang mencoba meneruskan atau mewariskan suatu ilmu pengetahuan, nilai, norma, pranata, dan etika dari satu generasi ke generasi selanjutnya.

9. Melawan Kekuasaan dan Kekuatan Represif

Hal yang dilupakan oleh banyak orang adalah bahwa komunikasi massa bisa menjadi sebuah alat untuk melawan kekuasaan dan kekuatan represif. Komunikasi massa berperan memberikan informasi, tetapi informasi yang diungkapkannya ternyata mempunyai motif-motif tertentu untuk melawan kemapanan. Memang diakui bahwa komunikasi massa juga bisa berperan untuk memperkuat kekuasaan, tetapi juga bisa sebaliknya.

Seseorang yang akan menggunakan media massa sebagai alat untuk melakukan kegiatan komunikasinya perlu memahami karakteristik komunikasi massa, yakni seperti uraian dibawah ini:

a. Komunikasi massa bersifat umum

Pesan komunikasi yang disampaikan melalui media massa adalah terbuka untuk semua orang. Benda benda tercetak, film, radio, dari televisi apabila dipergunakan untuk keperluan pribadi dalam lingkungan organisasi yang tertutup, tidak dapat dikatakan komunikasi massa. Meskipun pesan komunikasi massa bersifat umum dan terbuka, sama sekali terbuka juga jarang diperoleh, disebabkan faktor yang bersifat paksaan yang timbul karena struktur sosial. Pengawasan terhadap faktor tersebut dapat dilakukan secara resmi sejauh bersangkutan dengan penyiaran keluar negeri.

Rintangan yang tidak ada pada perencanaan timbul dari perbedaan bahasa, kebudayaan, pendidikan, pendapat, kelas sosial, dan pembatasan

yang bersifat teknik. Penggunaan lebih banyak media audio visual, kemajuan teknik untuk mencapai jarak jauh dari perluasan usaha bebas buta huruf, cenderung untuk mempercepat menuju keterbukaan yang luas.

b. Komunikan bersifat heterogen

Perpaduan antara jumlah komunikan yang besar dalam komunikasi massa dengan keterbukaan dalam memperoleh pesan-pesan komunikasi, erat sekali hubungannya dengan sifat heterogen komunikan Massa dalam komunikasi massa terjadi dari orang-orang yang heterogen yang meliputi penduduk yang bertempat tinggal dalam kondisi yang sangat berbeda, dengan kebudayaan yang beragam, berasal dari berbagai lapisan masyarakat, mempunyai pekerjaan yang berjenis-jenis maka oleh karena itu mereka berbeda pula dalam kepentingan, standar hidup dan derajat kehormatan, kekuasaan dan pengaruh.

Suatu paradoks dari heterogenitas komunikan dalam komunikasi massa ialah pengelompokan komunikan harus mempunyai minat yang sama terhadap media massa, terutama jenis khusus dari isi penyiaran serta mempunyai kesamaan pengertian kebudayaan dan nilai-nilai.

Komunikan dalam komunikasi massa adalah sejumlah orang yang disatukan oleh suatu minat yang sama yang mempunyai bentuk tingkah laku yang sama dan terbuka bagi pengaktifan tujuan yang sama; meskipun demikian orang-orang yang tersangkut tadi tidak saling mengenal, berinteraksi secara terbatas, dan tidak terorganisasikan. Komposisi

komunikasikan tersebut tergeser geser terus menerus serta tidak mempunyai kepemimpinan atau perasaan identitas.

c. Media massa menimbulkan keserempakan

Keserempakan yang dimaksud disini adalah keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang lebih jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah. Radio dan televisi dalam hal ini melebihi media tercetak, karena yang terakhir dibaca pada waktu yang berbeda dan lebih selektif.

Ada dua segi penting mengenai kontak yang langsung itu, pertama kecepatan yang lebih tinggi dari penyebaran dan kelangsungan tanggapan kedua: keserempakan adalah penting untuk keseragaman dalam seleksi dan interpretasi pesan pesan. Tanpa komunikasi massa hanya pesan pesan yang sangat sederhana saja yang disiarkan tanpa perubahan dari orang yang satu ke orang yang lainnya.

d. Hubungan komunikator-komunikasikan bersifat non-pribadi

Dalam komunikasi massa, hubungan antara komunikator dan komunikasikan bersifat non pribadi, karena komunikasikan yang anonim dicapai oleh orang orang yang dikenal hanya dalam peranannya yang bersifat umum sebagai komunikator. Sifat non-pribadi ini timbul disebabkan teknologi dari penyebaran yang massal dan sebagian lagi dikarenakan syarat syarat bagi peranan komunikator yang bersifat umum. Yang terakhir ini, umpamanya, mencakup keharusan untuk objektif dan tanpa prasangka

dalam memilih dan menanggapi pesan komunikasi yang mempunyai norma-norma penting.

Komunikasi dengan menggunakan media massa berlaku dalam satu arah (*one way communication*), dan radio output-input komunikasi sangat besar. Tetapi dalam hubungan komunikator-komunikasi itu terdapat mekanisme resmi yang dapat mengurangi ketidakpastian, terutama penelitian terhadap komunikasi, korespondensi, dan bukti keuntungan dari penjualan (siaran komersial).

2.3 MEDIA MASSA

Media massa adalah (bahasa Inggris: Mass Media) singkatan yang berasal dari Media Komunikasi Massa dalam bahasa Inggris Mass Communication Media, yang berarti media massa yaitu sarana penyampaian pesan-pesan, aspirasi masyarakat, sebagai alat komunikasi untuk menyebarkan berita ataupun pesan kepada masyarakat langsung secara luas.

Beberapa pengertian media massa menurut para ahli :

1. Menurut (Hafied Cangara, 2002 : 134) – Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan-pesan dari sumber kepada khalayak (menerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, TV.
2. Sedangkan menurut (Rakhmat, 2001) – Media massa adalah faktor lingkungan yang mengubah perilaku khalayak melalui proses pelaziman klasik, pelaziman operan atau proses imitasi (belajar sosial). Dua fungsi

dari media massa adalah media massa memenuhi kebutuhan akan fantasi dan informasi.

Media massa adalah “komunikasi dengan menggunakan sarana atau peralatan yang dapat menjangkau massa sebanyak-banyaknya dan area yang seluas-luasnya”. Komunikasi massa tak akan lepas dari massa, karena dalam komunikasi massa, penyampaian pesannya adalah melalui media. (McQuail 2005:3) menyatakan bahwa media massa merupakan sumber kekuatan alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat yang dapat di dayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya.

Komunikasi dengan menggunakan media massa berlaku dalam satu arah (*one way communication*), dan radio output-input komunikan sangat besar. Tetapi dalam hubungan komunikator-komunikan itu terdapat mekanisme resmi yang dapat mengurangi ketidakpastian, terutama penelitian terhadap komunikan, korespondensi, dan bukti keuntungan dari penjualan (siaran komersial).

Ada dua kelompok penggolongan media massa. Yang pertama yaitu media cetak seperti surat kabar, majalah, buku, poster, pamflet, dan leaflet. Yang kedua yaitu media elektronik seperti televisi, radio, film, dan internet.

Menurut Nurudin (2014 : 4-5) media massa terbagi menjadi tiga jenis, yaitu:

- 1) Media Massa Cetak (*Printed Media*)

Media massa cetak adalah media massa yang dicetak dalam lembaran kertas. Dari segi formatnya dan ukuran kertas, media massa cetak secara rinci meliputi Koran, atau surat kabar, tabloid, majalah, buku, *newsletter*, dan bulletin. Media massa cetak bisa dibilang merupakan media massa

yang sudah lama dikenal di dunia dimana kemunculannya sudah ada sejak tahun 1920-an.

Secara harfiah pengertian media cetak bisa diartikan sebagai sebuah media penyampai informasi yang memiliki dan terkait dengan kepentingan rakyat banyak, yang disampaikan secara tertulis. Dari pengertian ini, kita bisa melihat bahwa media cetak adalah sebuah media yang didalamnya berisi informasi yang terkait dengan kepentingan masyarakat umum dan bukan terbatas pada kelompok tertentu saja. Media cetak juga merupakan salah satu media yang mempunyai kekuatan dalam membentuk opini publik, bahkan menciptakan citra (*image*) dalam suatu masyarakat. Selama ini permasalahan tentang media cetak selalu dihubungkan dengan intervensi media dan ketidakberdayaan khalayak atas dampak yang dihasilkan. Media cetak digambarkan terlampau hebat dalam mempengaruhi khalayak, dan khalayak digambarkan sebagai individu yang tidak berdaya dan menerima apa saja yang ditawarkan oleh media cetak.

2) Media Massa Elektronik (*Electronic Media*)

Media massa elektronik adalah jenis media massa yang disebarluaskan melalui suara atau gambar dan suara dengan menggunakan teknologi elektronik. Seperti radio, dimana media ini menyampaikan informasi melalui audio atau suaranya. Kemudian muncul televisi yang memungkinkan khalayak bukan hanya dapat mendengar suara namun jga

menyaksikan langsung bagaimana peristiwa yang terekam dalam gambar atau visual yang disajikan.

a. Radio

Radio adalah suatu perlengkapan elektronik yang termasuk media audio. Radio Menurut UU No. 32/2002 tentang penyiaran: ” Penyiaran radio adalah media komunikasi massa dengar yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan”.

Radio adalah media komunikasi massa yang mengandalkan suara sebagai penyampai pesannya untuk didengar oleh komunikan, dikonsumsi telinga atau pendengaran. Semua informasi yang disampaikan melalui media komunikasi massa yang satu ini, bersifat auditif, hanya suara, dan hanya suara.

Karakteristik radio

Radio siaran memiliki karakteristik unik dan khas, tentunya mempunyai keunggulan dan kelemahan. Radio memiliki cara tersendiri yang disebut dengan gaya radio meliputi kosakata lisan, musik/lagu dan *sound effect*, yang menjadi kunci utama untuk memikat pendengarnya.

Menurut Triartanto (2010:32) Sifat radio siaran secara karakteristiknya mencakup:

1. Imajinatif

Karena radio siaran hanya bisa di dengar, Imajinasi pendengar bisa beragam persepsinya. Radio menciptakan *theater of mind*. Pendengar bisa terhanyut perasaannya sat ia mendengarkan drama radio yang disiarkan.

2. Auditori

Radio adalah bunyi atau suara yang hanya bisa di konsumsi oleh telinga. Maka dari itu, apa yang di dengar oleh telinga kemampuannya cukup terbatas. Untuk itu, pesan radio siaran harus jelas, singkat dan sepintas lalu.

3. Akrab

Media Radio siaran adalah intim, karena penyiar menyampaikan pesannya secara personal/individu. Walaupun radio itu di dengar oleh orang banyak, sapaan penyiar yang khas seolah ditujukan kepada diri pendengar secara seorang diri, seakan-akan berada di sekitarnya. Sehingga radio bisa menjadi "teman" di kala seseorang sedang sedih ataupun gembira.

4. Gaya percakapan

Bahasa yang digunakan bukan bahasa tulisan, tetapi gaya percakapan sehari-hari. Tak heran bahasa-bahasa percakapan yang unik muncul dari dunia radio yang diperkenalkan penyiar menjadi sesuatu yang trend.

b. Televisi

Televisi adalah alat penangkap siaran bergambar, yang berupa audio visual dan penyiaran videonya secara broadcasting. Istilah ini berasal dari bahasa Yunani yaitu tele (jauh) dan vision (melihat), jadi secara harfiah berarti "melihat jauh", karena pemirsa berada jauh dari studio tv. (Ilham Z, 2010:255)

Sedangkan menurut Adi Badjuri (2010:39) Televisi adalah media pandang sekaligus media pendengar (audio-visual), yang dimana

orang tidak hanya memandang gambar yang ditayangkan televisi, tetapi sekaligus mendengar atau mencerna narasi dari gambar tersebut.

Fungsi televisi sebagai media komunikasi massa

a. Fungsi Informasi (The Information Function)

Dalam melaksanakan fungsinya sebagai sarana informasi tidak hanya dalam bentuk siaran pandang mata, atau berita yang dibacakan penyiar, dilangkapi gambar-gambar yang faktual, akan tetapi juga menyiarkan bentuk lain seperti ceramah, diskusi dan komentar. Televisi dianggap sebagai media massa yang mampu memuaskan pemirsa dirumah jika dibandingkan dengan media lainnya. Hal ini dikarenakan efek audio dan visual yang memiliki unsur immediacy dan realism.

b. Fungsi Pendidikan (The Education Function)

Televisi merupakan sarana yang ampuh untuk menyiarkan pendidikan kepada khalayak yang jumlahnya begitu banyak dan disampaikan secara simultan. Sesuai dengan makna pendidikan, yakni meningkatkan pengetahuan dan penalaran masyarakat televisi menyiarkan acaranya secara teratur dan terjadwal seperti pelajaran bahasa indonesia, matematika, dan lainnya. Selain itu televisi juga menyajikan acara pendidikan yang bersifat informal seperti sandiwara, legenda dan lain-lain.

c. Fungsi Hiburan (The Entartaint Function)

Dalam negara yang masyarakatnya masih bersifat agraris, fungsi hiburan yang melekat pada televisi siarannya tampaknya lebih dominan. Sebagian besar dari alokasi waktu siaran diisi oleh acara-acara hiburan. Hal ini dapat dimengerti

karena pada layar televisi dapat ditampilkan gambar hidup beserta suaranya bagaikan kenyataan, dan dapat dinikmati di rumah-rumah oleh seluruh keluarga, serta dapat dinikmati oleh khalayak yang tidak dimengerti bahasa asing bahkan yang tuna aksara.

Karakteristik Televisi

Didalam buku Elvinaro (2007:137) terdapat tiga macam karakteristik televisi, yaitu:

1. Audiovisual

Televisi memiliki kelebihan dibandingkan dengan media penyiaran lainnya, yakni dapat didengar sekaligus dilihat. Jadi apabila khalayak radio siaran hanya mendengar kata-kata, musik dan efek suara, maka khalayak televisi dapat melihat gambar yang bergerak. Maka dari itu televisi disebut sebagai media massa elektronik audiovisual. Namun demikian, tidak berarti gambar lebih penting dari kata-kata, keduanya harus ada kesesuaian secara harmonis.

2. Berpikir dalam gambar

Ada dua tahap yang dilakukan proses berpikir dalam gambar. Pertama adalah visualisasi (*visualization*) yakni menerjemahkan kata-kata yang mengandung gagasan yang menjadi gambar secara individual. Kedua, penggambaran (*picturization*) yakni kegiatan merangkai gambar-gambar

individual sedemikian rupa sehingga kontinuitasnya mengandung makna tertentu.

3. Pengoprasian lebih kompleks

Dibandingkan dengan radio siaran, pengoprasian televisi siaran jauh lebih kompleks, dan lebih banyak melibatkan orang. Peralatan yang digunakan pun lebih banyak dan untuk mengoprasikannya lebih rumit dan harus dilakukan oleh orang-orang yang terampil dan terlatih.

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 menmbulkan keserampakan, dan komunikasinya bersifat heterogen.

3) Media Massa Online (*Online Media*)

Media massa online yaitu media massa yang memungkinkan khalayak untuk mengakses informasi melalui internet tanpa batas waktu dan territorial daerah, sehingga informasi tersebar dengan jauh lebih luas dan lebih cepat. Media massa ini terbilang media yang cukup baru, dimana kemunculannya baru ramai dikenal masyarakat dunia pada sekitar abad 21. Semua sarana atau saluran komunikasi yang ada di internet atau hanya

bisa diakses melalui koneksi internet disebut media online --sarana komunikasi secara online.

Karakteristik Media Online

1. *Unlimited Space*. Kapasitas luas --halaman web bisa menampung naskah sangat panjang
2. *Real Time & Flexible*. Pemuatan dan *editing* naskah bisa kapan saja dan di mana saja.
3. *No Deadline*. Jadwal terbit bisa kapan saja bisa, setiap saat.
4. *Speed*. Cepat, begitu di-upload langsung bisa diakses semua orang.
5. *Wide Audience*. Menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
6. *Actual*. Aktual, berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
7. *Update*. Pembaruan informasi terus dan dapat dilakukan kapan saja.
8. *Interactive*. *Interaktif*, dua arah, dan "*egaliter*" dengan adanya fasilitas kolom komentar, *chat room*, *polling*, dsb.
9. *Storage*. Terdokumentasi, informasi tersimpan di "*bank data*" (arsip) dan dapat ditemukan melalui "*link*", "*artikel terkait*", dan fasilitas "*cari*" (*search*).
10. *Links*. Terhubung dengan sumber lain (*hyperlink*) yang berkaitan dengan informasi tersaji.

2.4 OPINI PUBLIK

Opini (Inggris: *opinion*) adalah pendapat, ide atau pikiran untuk menjelaskan kecenderungan atau preferensi tertentu terhadap perspektif dan ideologi akan tetapi bersifat tidak objektif karena belum mendapatkan pemastian atau pengujian, dapat pula merupakan sebuah pernyataan tentang sesuatu yang berlaku pada masa depan dan kebenaran atau kesalahannya serta tidak dapat langsung ditentukan misalnya menurut pembuktian melalui induksi.

Opini bukanlah merupakan sebuah fakta, akan tetapi jika di kemudian hari dapat dibuktikan atau diverifikasi, maka opini akan berubah menjadi sebuah kenyataan atau fakta. Opini juga dapat berupa perilaku, sikap tindak, pandangan dan tanggapan Djoenaesih menyebutkan opini memiliki beberapa ciri, dia menyebutkan ciri-ciri opini yaitu “selalu diketahui dari pernyataan-pernyataan” merupakan sintesa dari banyak pendapat, serta mempunyai pendukung dalam jumlah yang besar.

Menurut Frazier Moore (2004) Opini lebih kuat dari pada sebuah kesan tetapi lebih lemah dari pada pengetahuan positif. Opini ada dalam pikiran dan belum dikeluarkan untuk diperdebatkan.

Opini publik adalah pendapat kelompok masyarakat atau sintesis dari pendapat dan diperoleh dari suatu diskusi sosial dari pihak-pihak yang memiliki kaitan kepentingan.

Opini publik menurut para ahli:

1. Opini publik menurut William Albiq adalah suatu jumlah dari pendapat individu-individu yang diperoleh melalui perdebatan dan opini publik merupakan hasil interaksi antar individu dalam suatu publik. Emory S. Bogardus dalam *The making of Public Opinion* mengatakan opini publik hasil pengintegrasian pendapat berdasarkan diskusi dalam masyarakat demokratis (Olii, 2007:20).
2. Pengertian opini publik menurut Leonardo W. Dood adalah sikap orang-orang mengenai sesuatu persoalan dimana mereka merupakan anggota dari sebuah masyarakat yang sama (dalam Soemirat 2004).
3. Pengertian opini publik menurut D. Irish dan James W. Protho adalah ekspresi mengenai sikap persoalan masyarakat. Pengertian tersebut meliputi tiga aspek, ekspresi, persoalan/isu, dan kemasyarakatan (Effendy, 2002).

Proses pembentukan opini publik dalam setiap kasus mungkin cepat, lambat, atau ditangguhkan. Faktor-faktor tertentu membatasi dan memengaruhi sejumlah fakta, pengalamandan penilaian yang menjadi dasar pembentukan opini. Ada kemungkinan terjadi sejumlah kombinasi antar faktor yang menguatkan kesamaan opini,tetapi ada sejumlah faktor lain yang menguatkan keanekaragaman opini.

Helena Olii (2007: 20) menyebut istilah opini publik dapat dipergunakan untuk menandakan setiap pengumpulan pendapat yang dikemukakan individu-

individu. Sedangkan, Santoso Sastroputero (dalam Oliy, 2007: 20) menyebut istilah opini publik sering digunakan untuk menunjuk kepada pendapat-pendapat kolektif dari sejumlah besar orang. Marian D. Irish dan James W. Prothro (Soemirat & Ardianto, 2002:106), menyebutkan bahwa opini publik adalah ekspresi sikap mengenai persoalan masyarakat. Definisi tersebut mencakup tiga aspek yaitu : (1) ekspresi, (2) persoalan (*Issue*), (3) masyarakat.

Dalam beberapa kasus, satu atau beberapa faktor memberikan pengaruh yang melebihi faktor lain terhadap opini yang dipegang dengan teguh oleh kelompok tertentu. Dalam kasus lain, sejumlah faktor memberikan pengaruh yang melemahkan opini. Akhirnya, proses pembentukan opini dapat ditanggihkan karena tidak ada informasi atau resolusi yang kuat. Yang ada hanyalah pengaruh yang kuat, atau pengaruh yang saling bertentangan. Dalam kasus demikian, dikatakan tidak terjadi pembentukan opini. (Oliy, 2007:37).

2.5 TAYANGAN

Tayangan menurut bahasa adalah sesuatu yang ditayangkan (dipertunjukkan), pertunjukan (film, dan sebagainya) persembahan. Televisi adalah sistem elektronik yang mengirimkan gambar diam dan gambar hidup bersama suara melalui kabel dan ruang. Sistem ini menggunakan peralatan yang mengubah cahaya dan suara ke dalam gelombang elektrik dan mengkorvesinya kembali ke dalam cahaya dan suara yang dapat di dengar. Dalam tayangan kita dapat melihat sebuah informasi yang kemungkinan besar penting dalam kehidupan. (<http://www.referensimakalah.com/2012/12/pengertian-tayangan-televisi.html>, diakses pada tanggal 6 Januari 2018).

2.6 HAK

Hak adalah segala sesuatu yang harus di dapatkan oleh setiap orang yang telah ada sejak lahir bahkan sebelum lahir. Di dalam Kamus Bahasa Indonesia hak memiliki pengertian tentang sesuatu hal yang benar, milik, kepunyaan, kewenangan, kekuasaan untuk berbuat sesuatu (karena telah ditentukan oleh undang-undang, aturan, dsb), kekuasaan yang benar atas sesuatu atau untuk menuntut sesuatu, derajat atau martabat. Sedangkan kewajiban adalah sesuatu yang wajib dilaksanakan, keharusan (sesuatu hal yang harus dilaksanakan). Di dalam perjalanan sejarah, tema hak relatif lebih muda usianya dibandingkan dengan tema kewajiban, walaupun sebelumnya telah lahir . Tema hak baru “lahir” secara formal pada tahun 1948 melalui Deklarasi HAM PBB, sedangkan tema kewajiban (bersifat umum) telah lebih dahulu lahir melalui ajaran agama di mana manusia berkewajiban menyembah Tuhan, dan berbuat baik terhadap sesama.

Hak seorang manusia merupakan fitrah yang ada sejak mereka lahir. Ketika lahir, manusia secara hakiki telah mempunyai hak dan kewajiban. Tiap manusia mempunyai hak dan kewajiban yang berbeda, tergantung pada misalnya, jabatan atau kedudukan dalam masyarakat. Sebelum membahas lebih lanjut mengenai hak dan kewajiban, penulis ingin memaparkan pengertian hak dan kewajiban. K. Bertens (2007: 176) memaparkan bahwa dalam pemikiran Romawi Kuno, kata *ius-iurus* (Latin: hak) hanya menunjukkan hukum dalam arti objektif. Artinya adalah hak dilihat sebagai keseluruhan undang-undang, aturan-aturan dan lembaga-lembaga yang mengatur kehidupan masyarakat demi kepentingan umum (hukum dalam arti Law, bukan right). Pada akhir Abad Pertengahan *ius* dalam arti

subjektif, bukan benda yang dimiliki seseorang, yaitu kesanggupan seseorang untuk sesuka hati menguasai sesuatu atau melakukan sesuatu(right, bukan law)

Hak merupakan sesuatu yang mutlak menjadi milik kita dan penggunaannya tergantung kepada kita sendiri. Contohnya: hak mendapatkan pengajaran, hak mengeluarkan pendapat. Seperti contoh dibawah ini

Setiap warga negara bebas untuk memilih, memeluk dan menjalankan agama dan kepercayaan masing-masing yang dipercayai.

1. Setiap warga negara berhak mendapatkan perlindungan hukum.
2. Setiap warga negara berhak memperoleh pendidikan dan pengajaran.
3. Setiap warga negara berhak atas pekerjaan dan penghidupan yang layak.
4. Setiap warga negara memiliki kedudukan yang sama di mata hukum dan di dalam pemerintahan.

2.7 INFORMASI

Kata informasi berasal dari kata Perancis kuno *informacion* (tahun 1387) yang diambil dari bahasa Latin *informationem* yang berarti “garis besar, konsep, ide”. Informasi merupakan kata benda dari *informare* yang berarti aktivitas dalam “pengetahuan yang dikomunikasikan”.

Para Yunani kuno kata untuk *form* adalah $\mu\omicron\rho\phi\acute{\eta}$ (*morphe*; cf. *morph*) dan juga $\epsilon\ \delta\omicron\varsigma$ (*eidos*) "ide, bentuk, set", kata yang terakhir ini biasa digunakan dalam pengertian teknis filosofis oleh Plato (dan kemudian Aristoteles) untuk

menunjukkan identitas yang ideal atau esensi dari sesuatu (lihat Teori bentuk). "Eidos" juga dapat dikaitkan dengan pikiran, proposisi atau bahkan konsep.

Informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang berguna untuk membuat keputusan. Informasi berguna untuk pembuat keputusan karena informasi menurunkan ketidakpastian (atau meningkatkan pengetahuan) Informasi menjadi penting, karena berdasarkan informasi itu para pengelola dapat mengetahui kondisi obyektif perusahaannya. Informasi tersebut merupakan hasil pengolahan data atau fakta yang dikumpulkan dengan metode ataupun cara – cara tertentu.

Informasi adalah data yang diolah sehingga dapat dijadikan dasar untuk mengambil keputusan yang tepat (George 2000 :1)

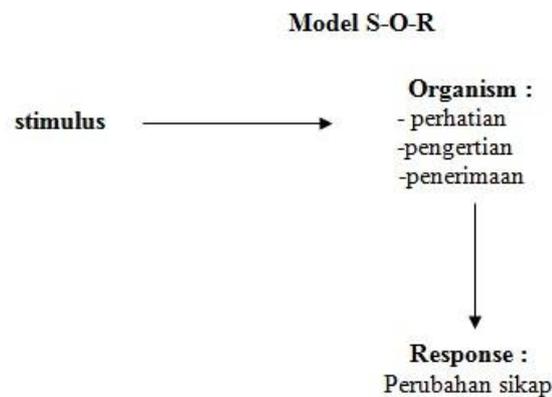
Secara umum informasi dapat didefinisikan sebagai hasil dari pengolahan data dalam suatu bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi penerimanya yang menggambarkan suatu kejadian-kejadian yang nyata yang digunakan untuk pengambilan keputusan.

2.8 TEORI S-O-R

Dimulai pada tahun 1930-an, lahir suatu model klasik komunikasi yang banyak mendapat pengaruh teori psikologi, Teori S-O-R singkatan dari Stimulus-Organism-Response. Objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen : sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi, dan konasi. Teori S-O-R ini juga merupakan model

penelitian yang beranjak dari anggapan bahwa organisme akan menghasilkan perilaku atau reaksi tertentu jika diberikan suatu kondisi stimulus tersebut, sehingga seseorang dapat mengharapkan kesesuaian antara pesan dengan reaksi komunikasi. Elemen-elemen dari model ini adalah pesan (stimulus), komunikasi (organisme), efek (respon). Model S-O-R dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1 Model S-O-R



Asumsi dasar dari model ini adalah media massa menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikasi. Model ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi-reaksi. Artinya model ini mengasumsikan bahwa kata-kata verbal, isyarat non verbal, symbol-simbol tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu. Pola S-O-R ini dapat berlangsung secara positif atau negatif. Model inilah yang kemudian mempengaruhi suatu teori klasik komunikasi yaitu *Hypodermic Needle* atau teori jarum suntik. Asumsi dari teori ini tidak jauh berbeda dengan model S-O-R, yakni bahwa media secara langsung dan cepat memiliki efek yang kuat terhadap

komunikasikan. Artinya media diperlakukan sebagai jarum suntik besar yang memiliki kapasitas sebagai perangsang (S) dan menghasilkan tanggapan (R) yang kuat.

Selanjutnya teori ini mengatakan bahwa perilaku dapat berubah hanya apabila stimulus yang diberikan benar-benar melebihi dari stimulus semula. Stimulus yang melebihi stimulus semula ini berarti stimulus yang diberikan harus dapat meyakinkan organisme. Dalam meyakinkan organisme ini, faktor *reinforcement* memegang peranan penting. Dalam proses perubahan sikap tampak bahwa sikap dapat berubah, hanya jika stimulus yang diterima benar-benar melebihi semula. Hovland (Effendy, 2003:255) beranggapan bahwa perubahan sikap adalah serupa dengan proses belajar. Ia juga menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variabel penting, yaitu :

1. Perhatian
2. Pengertian
3. Penerimaan

Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap. Teori ini mendasarkan asumsi bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku tergantung kepada kualitas rangsangan yang berkomunikasi dengan organisme. Artinya kualitas dari sumber komunikasi (sources) misalnya kredibilitas, kepemimpinan,

gaya berbicara sangat menentukan keberhasilan perubahan perilaku seseorang, kelompok atau masyarakat.

Tahap-tahap dari respon adalah sebagai berikut :

- 1) Tahap Kognitif, yaitu meliputi tahap mengingat pesan, kesadaran pengenalan terhadap pesa, dan pengetahuan terhadap pesan tersebut.
- 2) Tahap afektif, yaitu meliputi kesediaan dalam mencari tahu lebih banyak lagi informasi tentang pesan yang disampaikan, evaluasi terhadap pesan, dan minat untuk mencoba.
- 3) Tahap behavioral, yaitu tahap perubahan sikap dan perilaku terhadap pesan yang disampaikan.

Namun dalam penelitian ini respon yang diberikan stimulus hanya sampai pada tahap kognitif dan afektif saja, tidak sampai pada tahap behavioral, karena yang menjadi objek penelitian hanya dibatasi sampai pada opini publik saja.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 JENIS PENELITIAN

Jenis penelitian yang di pakai pada penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, metode penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam. Proses pengukuran adalah bagian yang sentral dalam penelitian kuantitatif, karena hal ini memberikan hubungan yang fundamental antara pengamatan empiris dan ekspresi matematis dari hubungan-hubungan kuantitatif.

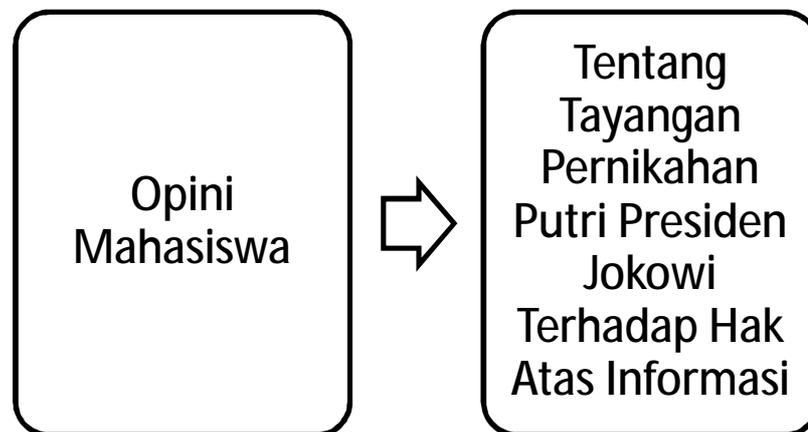
Penelitian kuantitatif adalah definisi, pengukuran data kuantitatif dan statistik objek melalui perhitungan ilmiah, berasal dari sampel orang-orang atau penduduk yang diminta menjawab atas sejumlah pertanyaan tentang survei untuk menentukan frekuensi dan presentasi tanggapan mereka, Sugiono (2010:213). Metode penelitian kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut sebagai metode positivistic karena berlandaskan pada filsafat positivis (Sugiyono, 2009 : 13).

Jenis Penelitian kuantitatif deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan hanya menggambarkan keadaan gejala sosial apa adanya, tanpa melihat hubungan-hubungan yang ada (Bungin, 2001:187).

3.2 KERANGKA KONSEP

Kerangka konsep dalam komunikasi menurut Bernard Berelson dan Gary A. Steiner (Mulyana, 2013:68) adalah transmisi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya. Adapun kerangka konsep dalam penelitian ini Penulis menggambarkan melalui bagan sebagai berikut:

Gambar 3.1 Kerangka Konsep



Bahri (2008:30) Konsep adalah satuan arti yang mewakili sejumlah objek yang mempunyai ciri yang sama. Orang yang memiliki konsep mampu mengadakan abstraksi terhadap objek-objek yang dihadapi, sehingga objek-objek ditempatkan dalam golongan tertentu. Objek-objek dihadirkan dalam kesadaran orang dalam bentuk representasi mental tak berperaga. Konsep sendiri pun dapat dilambangkan dalam bentuk suatu kata.

Definisi konsep adalah satuan arti yang mewakili sejumlah objek yang mempunyai ciri yang sama. Orang yang memiliki konsep mampu mengadakan abstraksi terhadap objek-objek yang dihadapi, sehingga objek-objek di tempatkan dalam golongan tertentu. Definisi konsep untuk opini publik merupakan sekumpulan pendapat dari individu ataupun sejumlah masyarakat terhadap suatu permasalahan atau isu yang dapat mempengaruhi atau menarik minat perhatian publik. Konsep sendiri pun dapat dilambangkandalam bentuk suatu kata.

Adapun definisi konsep pada penelitian ini adalah sebagaiberikut :

1. Opini adalah tanggapan, respon, atau jawaban terbuka terhadap suatu isu atau persoalan yang dinyatakan berdasarkan kata-kata, baik dalam bentuk lisan maupun tulisan.
2. Mahasiswa adalah sebutan bagi orang yang sedang menempuh pendidikan tinggi di sebuah perguruan tinggi.
3. Tayangan adalah sesuatu yang ditayangkan (dipertunjukkan), pertunjukan (film, dan sebagainya) persembahan.
4. Hak adalah segala sesuatu yang harus di dapatkan oleh setiap orang yang telah ada sejak lahir bahkan sebelum lahir.
5. Informasi adalah pesan atau kumpulan pesan yang terdiri dari order sekuens dari simbol, atau makna yang dapat ditafsirkan dari pesan atau kumpulan pesan. Informasi dapat direkam atau ditransmisikan.
6. Tayangan pernikahan putri Presiden Jokowi pada tanggal 8 November 2017.

3.3 OPERASIONAL VARIABEL

Berdasarkan kerangka konsep diatas maka dibuat suatu operasional variabel yang berfungsi untuk kesamaan dan kesesuaian dalam penelitian, yaitu :

Tabel 3.1 Operasional Variabel

No	Variabel	Operasional Variabel
1	Variabel X Opini Mahasiswa	a) Perhatian b) Pengertian c) Penerimaan
2	Variabel Y Tayangan Pernikahan Putri Presiden Jokowi Terhadap Hak Memperoleh Informasi	a) Informasi terhadap tayangan b) Sumber informasi c) Ketertarikan terhadap informasi
3	Variabel Z Karakteristik Responden	a) Usia b) Jenis kelamin

3.4 DEVINISI OPERASIONAL

Untuk menghindari pengertian yang meluas pada variabel yang telah dioperasionalkan, maka disusun definisi batasan terhadap hal-hal yang akan dijadikan pembahasan dalam penelitian, yaitu :

3.4.1 Opini Mahasiswa

1. Perhatian, adalah atensi yang diberikan responden, yakni perhatian terhadap tayangan.
2. Pengertian, adalah responden mengerti untuk melanjutkan proses berikutnya.
3. Penerimaan, adalah setelah memperhatikan dan mengerti maka terjadilah kesediaan untuk menerima sehingga dapat mengubah sikap.

3.4.2 Tayangan Pernikahan Putri Presiden Jokowi Terhadap Hak Memperoleh Informasi

1. Informasi tentang tayangan pernikahan putri Presiden Jokowi terhadap hak memperoleh informasi yaitu menyangkut hal-hal yang penting untuk disampaikan kepada publik tentang tayang tersebut.
2. Sumber informasi adalah data-data dan fakta-fakta yang diperoleh dari tayangan tersebut.

3. Keterkaitan informasi adalah hal-hal yang menarik dari informasi tersebut.

3.4.3 Karakteristik Responden

1. Usia : mahasiswa semester VI usia 19-21
2. Jenis Kelamin : laki-laki dan perempuan

3.5 POPULASI DAN SAMPEL

3.5.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek, yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu, yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan di simpulkan (Sugiyono, 2009 : 117). Populasi dapat berupa orang, objek dan benda-benda alam. Populasi berupa jumlah yang ada pada objek dan subjek yang di pelajari serta seluruh karakteristik atau sifat yang di miliki oleh subjek atau objek itu (Kuswana, 2011:130).

Menurut hasil pra riset data yang telah di peroleh, maka populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Jurusan Ilmu Komunikasi UIN SU semester VI usia 19-21 tahun sejumlah 56 orang.

3.5.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiono, 1999:57). Sampel adalah sebagian yang diambil dari keseluruhan objek yang diteliti dan dianggap mewakili seluruh populasi

(Notoatmodjo, 2005). Sampel terdiri dari bagian populasi terjangkau yang dapat dipergunakan sebagai subjek penelitian melalui sampling.

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto, 2010). Untuk menentukan besarnya sampel apabila subjek kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya penelitian populasi.

3.6 TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam teknik penelitian karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai sumber dan cara. Menurut Sugiyono (2010:225) macam-macam teknik pengumpulan data, yaitu observasi, kuisisioner, dan dokumentasi. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Observasi adalah dasar dari semua pengetahuan yang bekerja berdasarkan data yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang di peroleh melalui observasi.
2. Angket atau kuisisioner adalah suatu alat pengumpul data, yang berupa serangkaian pertanyaan yang di ajukan kepada responden untuk mendapat jawaban yang pasti.
3. Dokumentasi adalah catatan peristiwa yang telah berlalu yang berbentuk gambar, tulisan ataupun karya-karya monumental dari seseorang yang pedapat menambah pengetahuan dan wawasan terhadap penelitian.

3.7 TEKNIK ANALISIS DATA

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan dengan cara analisis deskriptif kuantitatif dan penyajian data menggunakan table data tunggal. Teknik penyajian dan analisis data menggunakan teknik statistik. Karena penelitian kuantitatif selalu berhubungan dengan data dan angka, baik angka yang diperoleh dari pencacahan ataupun penghitungan.

3.8 LOKASI DAN WAKTU PENELITIAN

3.8.1 Lokasi penelitian

Lokasi dalam penelitian ini adalah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Fakultas Ilmu Sosial Jurusan Ilmu Komunikasi.

Program Studi Ilmu Komunikasi beridri sejak tahun 2015 dan saat ini berada dibawah naungan fakultas Ilmu Sosial. dari awal berdirinya prodi ini hingga sekarang animo calon mahasiswa semakin meninggi. karna diakui bahwa Program Studi Ilmu Komunikasi salah satu Jurusan pavorit yang ada di UIN Sumatera Utara.

Gambar 3.2 Logo Ilmu Komunikasi UIN SU



Tentu langkah pertama yang dilakukan oleh pengelola program studi yakni menyusun Visi dan Misi yang disampaikan ke masyarakat

luas. Berikut Mekanisme penyusunan Visi, misi, tujuan, dan sasaran Program Studi Ilmu Komunikasi dilakukan melalui mekanisme sebagai berikut :

Penyusunan Visi Misi berdasarkan PP No 32 Tahun 2013 tentang Standart Nasional Pendidikan dan PP No. 8 Tahun 2012 tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia. Mekanisme penyusunan Visi, misi, tujuan, dan sasaran Program Studi Ilmu Komunikasi dilakukan melalui mekanisme sebagai berikut :Penyusunan Visi, Misi, Tujuan dan Sasaran Program Studi Ilmu Komunikasi tidak terlepas dari visi Misi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara dan Visii Misi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara .

Penyusunan Visi, Misi, Tujuan dan Sasaran Program Studi Ilmu Komunikasi pertama dilakukan dengan mempelajari visi ,misi universitas terkemuka yang memiliki prodi ilmu komunikasi seperti Visi ,misi UGM, UI, DAN USU. setelah mempelajari visi misi universitas tersebut, dilakukan rapat internal jurusan dengan melibatkan dosen prodi ilmu komunikasi dengan membedah visi misi univrstas terkemuka tersebut dengan tetap menseimbangkan visi misi UINSU.

Setelah merumuskan visi misi pada tingkat dosen prodi dilanjtkan dengan mengundang para ahli komnikasi dan calon pengguna alumni dengan Focus Group Discusion (FGD) yang dilaksanakan dengan melibatkan Tim ahli dari perguruan tinggi lain yaitu Prof Dr Suwardi

lubis dari USU, Prof. Dr. Syukur Kholil, MA, Prof. Dr. Yusnadi, MA, UNIMED, Dr. H. Dedi Sahputra, MA Redaktur Surat Kabar Waspada, kepala INFOKOM SUMUT Drs. Fitriyus M.Si, kepala bagian balai besar penelitian komunikasi dan informatika Drs. Abdurrahman M.Si. Drs. Zulkifli M.A dari TVRI sebagai calon pengguna lulusan dan perwakilan mahasiswa.

Setelah dirampungkan bersama tim ahli melalui FGD maka lahirlah visi misi program studi ilmu komunikasi. Hasil rumusan Visi, Misi, Tujuan dan Sasaran tersebut dibawa dalam Rapat Akademik Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara untuk ditinjau kembali dan disetujui. Selanjutnya diterbitkanlah Surat Keputusan Visi, Misi, Tujuan dan Sasaran Program Studi Ilmu Komunikasi oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

VISI DAN MISI

VISI:

Terwujudnya prodi ilmu komunikasi yang unggul dan berstandar internasional tahun 2022 berdasarkan nilai-nilai Islam

MISI:

1. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran untuk mengembangkan pola pikir, wawasan dan keterampilan mahasiswa di bidang komunikasi

secara kreatif dan inovatif berbasis potensi lokal serta berdasarkan nilai nilai Islam

2. Meningkatkan penelitian di kalangan dosen, mahasiswa terkait permasalahan bidang komunikasi di lingkungan masyarakat
3. Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pelatihan teknis dibidang komunikasi. Dan pemanfaatan media.
4. Meningkatkan kerja sama untuk penguatan institusi dan peningkatan kualitas lulusan.

PIMPINAN PROGRAM STUDI

Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi

Kepala Prodi : Dr. Hasan Sazali, MA

Sekretaris Prodi : Dr. Nursapia Harahap, MA

DOSEN DAN STAF

1. Dr. Hasan Sazali, MA
2. Dr. Nursapia Harahap, MA
3. Dr. Anang Anas Azhar, MA
4. Muhammad Husni Ritonga, MA
5. Yose Rizal, MA
6. Drs. Syahrul Abidin, MA

7. Dra. Zuhriah, MA

8. Drs. Abdul Rasyid, MA

9. Indira Patra Deni P. S.Sos. MA

10. Fakhruru Rozi, M.Ikom

Staf PRODI: Toguan Rambe, M.Pem.I

3.8.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian akan dilaksanakan pada bulan Maret 2018 sampai selesai.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 DESKRIPSI DAN HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini akan dijelaskan hasil penelitian yang telah dilakukan dan diolah untuk mengetahui opini mahasiswa tentang tayangan "Pernikahan Putri Presiden Jokowi Terhadap Hak Memperoleh Informasi" peneliti sudah menyebar angket sebanyak 56 responden, dimana yang menjadi responden adalah Mahasiswa Semester 6 Ilmu Komunikasi UIN SU . Identitas responden yang ditanyakan pada kuisisioner penelitian ini adalah jenis kelamin dan usia. Data tentang responden akan dijelaskan sebagai berikut :

4.1.1 Identitas Data Respoden

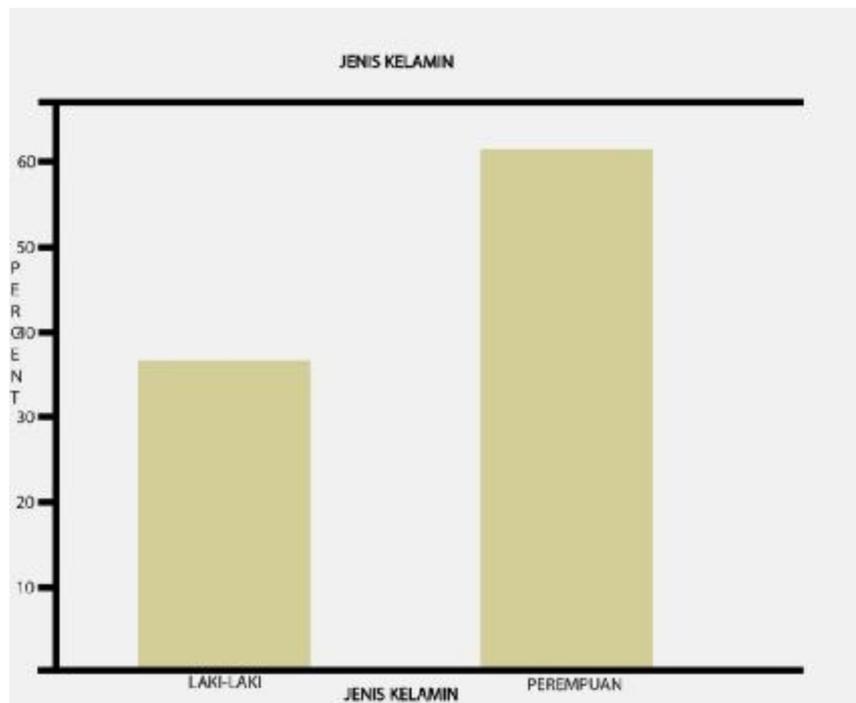
Untuk mengetahui identitas responden maka dapat dilihat dari karakteristik responden berikut ini

a. Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	21	37.5	37.5	37.5
Permpuan	35	62.5	62.5	100.0
Total	56	100.0	100.0	

Dari tabel diatas terlihat persentase jenis kelamin responde dimana yang menjadi mayoritas responden adalah laki laki yang berjumlah 21 orang (37,5%), kemudian responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 35 orang (62,5%)



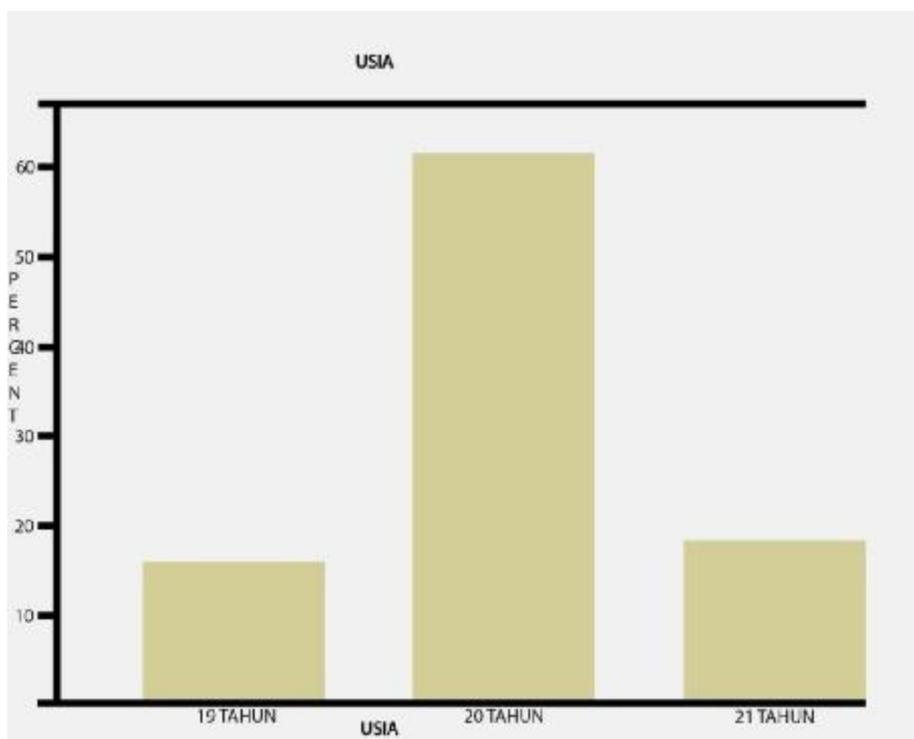
Gambar 4.1 Perbandingan jenis kelamin responden

b. Usia

Tabel 4.2 Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	19 tahun	10	17.9	17.9	17.9
	20 tahun	35	62.5	62.5	80.4
	21 tahun	11	19.6	19.6	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Dari tabel diatas terlihat persentase usia responden dimana yang berusia 19 tahun berjumlah 10 orang (17,9%), lalu yang berusia 20 tahun berjumlah 35 orang (62,5%) dan yang berusia 21 tahun berjumlah 11 orang (19,6%).



Gambar 4.2 perbandingan Usia responden

4.2 Analisis Hasil Penelitian

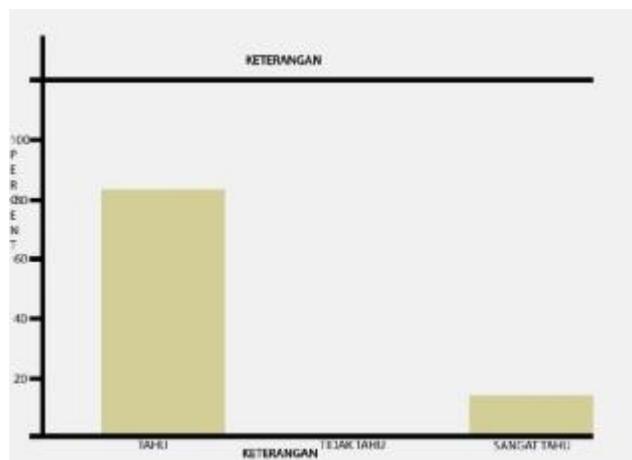
4.2.1. Persentase Jawaban Responden

Dibawah ini akan dijelaskan persentase jawaban responden untuk setiap variabel.

Tabel 4.3 VAR1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tahu	46	82.1	82.1	82.1
	Tidak tahu	0	0	0	82.1
	Sangat tahu	10	17.9	17.9	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban untuk pernyataan “Apakah Anda mengetahui pemberitaan tv mengenai tayangan pernikahan putri Presiden Jokowi ?” sebanyak 46 responden (82,1%) menjawab tahu, 0 responden (0%) menjawab kurang tahu, dan 10 responden (17,9%) sangat tahu, dari keterangan diatas terlihat bahwa pemberitaan mengenai tayangan pernikahan putri Presiden Jokowi telah diketahui oleh semua mahasiswa semester VI Ilmu Komunikasi UIN

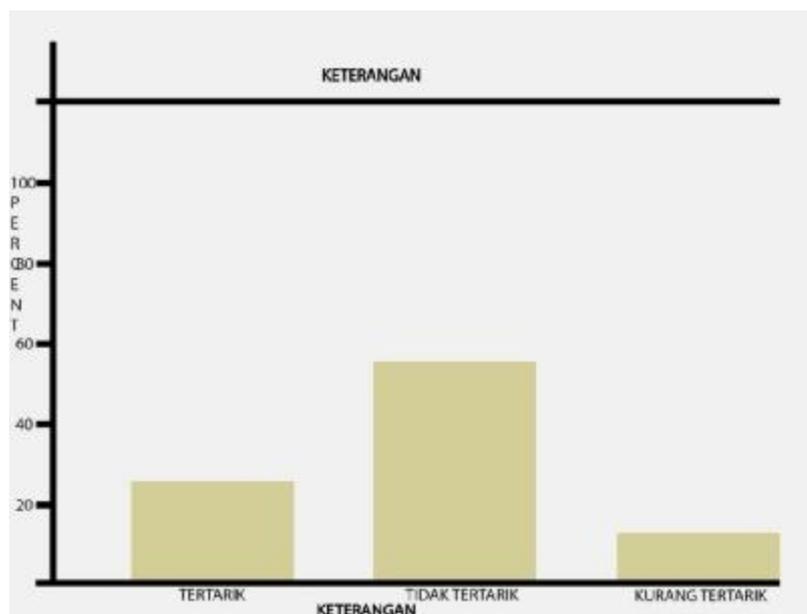


Gambar 4.3 Perbandingan Jawaban Pertanyaan no.1

Tabel 4.4 VAR2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tertarik	14	25.0	25.0	25.0
Kurang tertarik	33	58.9	58.9	83.9
Tidak tertarik	9	16.1	16.1	100.0
Total	56	100.0	100.0	

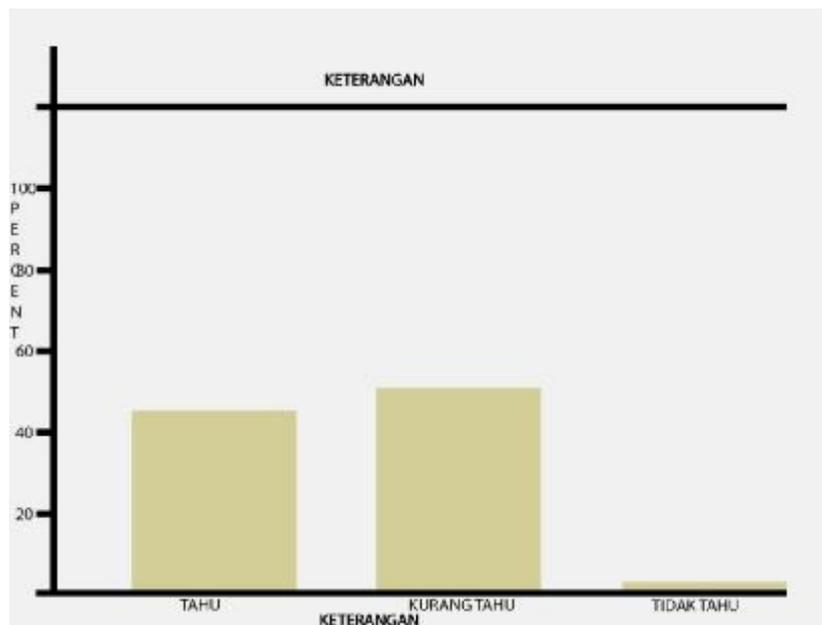
Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban untuk pernyataan “Apakah Anda tertari terhadap tayangan tersebut ? ” sebanyak 14 responden (25%) menjawab tertarik, 33 responden (58,9%) menjawab kurang tertarik, dan 9 responden (30,8%) tidak tertarik, dari keterangan diatas terlihat bahwa mayoritas mahasiswa semester VI Ilmu Komunikasi UIN SU kurang tertarik terhadap tayangan pernikahan putri Presiden Jokowi.

**Gambar 4.4 Perbandingan Jawaban Pertanyaan no.2**

Tabel 4.5 VAR3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tahu	26	46.4	46.4	46.4
Kurang tahu	28	50.0	50.0	96.4
Tidak tahu	2	3.6	3.6	100.0
Total	56	100.0	100.0	

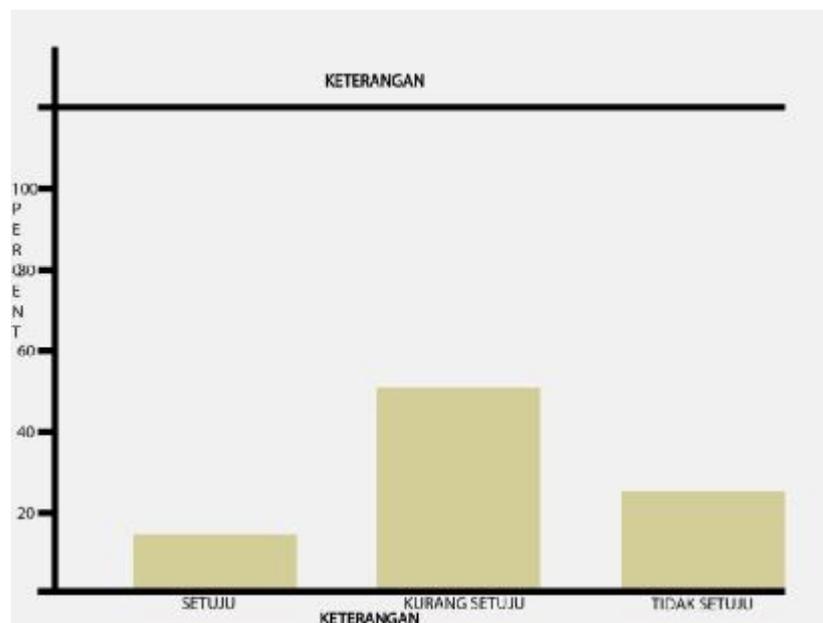
Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban untuk pernyataan “Apakah Anda tahu stasiun tv apa saja yang melakukan live di prosesi pernikahan putri Presiden Jokowi ?” sebanyak 26 responden (46,4%) menjawab tahu, 28 responden (50%) menjawab kurang tahu, dan 2 responden (3,6%) tidak tahu, dari keterangan diatas terlihat bahwa mahasiswa semester VI Ilmu Komunikasi UIN SU mayoritas kurang mengetahui stasiun tv apa saja yang melakukan live di prosesi pernikahan putri Jokowi.

**Gambar 4.5 Perbandingan Jawaban Pertanyaan no.3**

Tabel 4.6 VAR4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	10	17.9	17.9	17.9
Kurang setuju	32	57.1	57.1	75.0
Tidak setuju	14	25.0	25.0	100.0
Total	56	100.0	100.0	

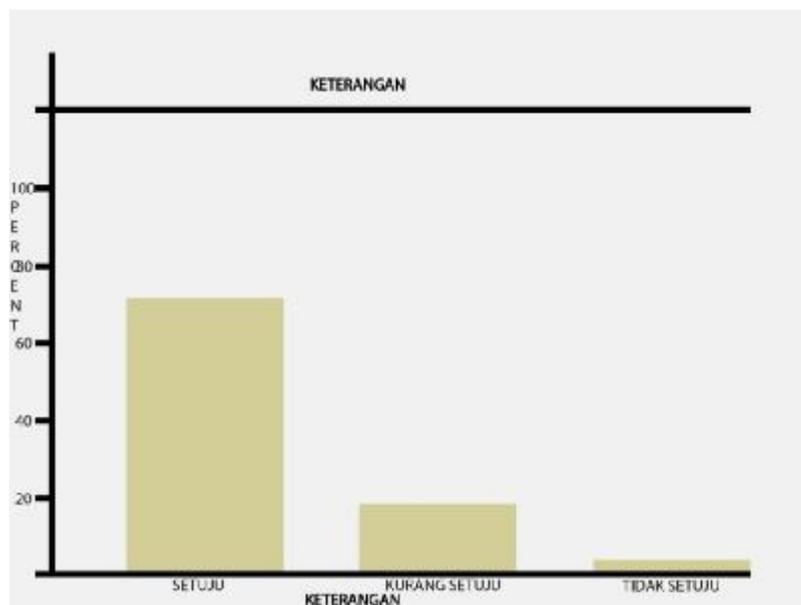
Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban untuk pernyataan “Apakah Anda setuju kalau sebuah pernikahan anak tokoh ternama ditayangkan live selama dua hari ?” sebanyak 10 responden (17,9%) menjawab setuju, 32 responden (57,1%) menjawab kurang setuju, dan 14 responden (25%) tidak setuju, dari keterangan diatas terlihat bahwa mahasiswa semester VI Ilmu Komunikasi UIN SU banyak yang kurang setuju tentang tayangan pernikahan anak seorang tokoh ternama ditayangkan live selama dua hari.

**Gambar 4.6 Perbandingan Jawaban Pertanyaan no.4**

Tabel 4.7 VAR5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	43	76.8	76.8	76.8
Kurang setuju	11	19.6	19.6	96.4
Tidak setuju	2	3.6	3.6	100.0
Total	56	100.0	100.0	

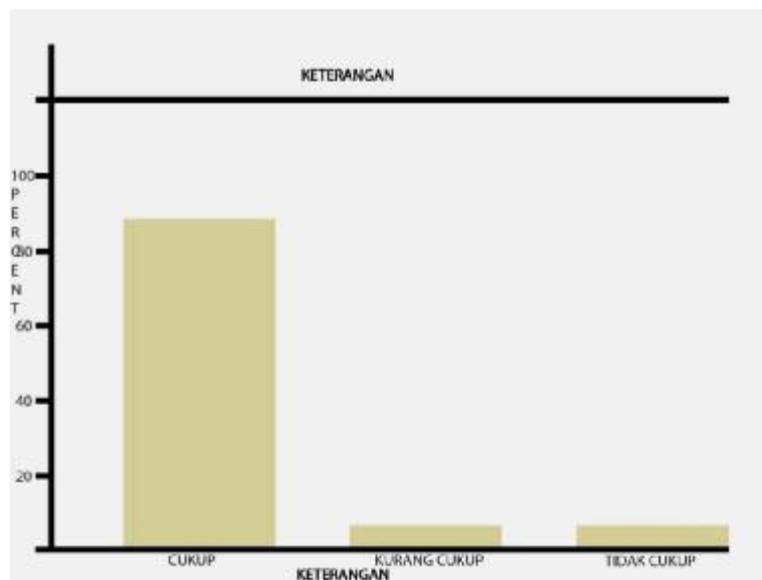
Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban untuk pernyataan “Apakah tayangan tersebut berlebihan dalam menayangkan sebuah prosesi pernikahan ?” sebanyak 43 responden (76,8%) menjawab setuju, 11 responden (19,6%) menjawab kurang setuju, dan 2 responden (3,6%) tidak setuju, dari keterangan diatas terlihat bahwa mayoritas mahasiswa semester VI Ilmu Komunikasi UIN SU merasa tayangan pernikahan tersebut berlebihan.

**Gambar 4.7 Perbandingan Jawaban Pertanyaan no.5**

Tabel 4.8 VAR6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Cukup	50	89.2	89.2	89.2
Kurang cukup	3	5.4	5.4	94.6
Tidak cukup	3	5.4	5.4	100.0
Total	56	100.0	100.0	

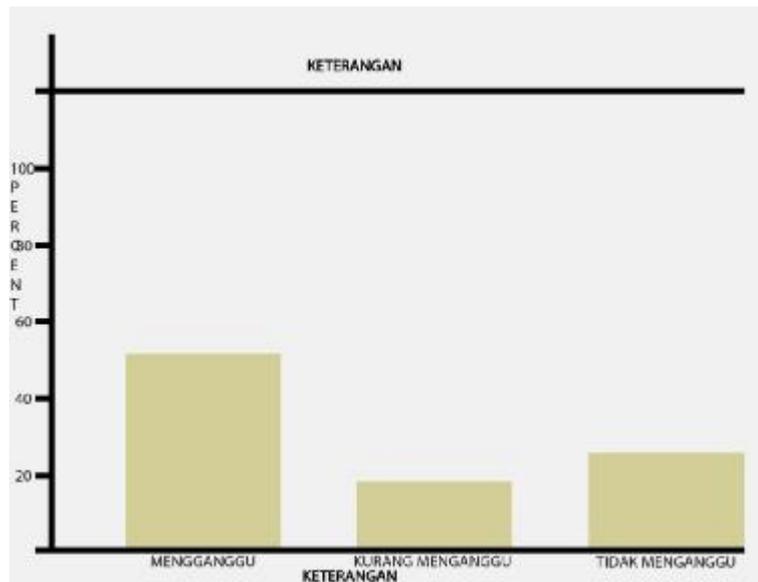
Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban untuk pernyataan “Apakah tayangan yang disajikan stasiun tv sudah cukup untuk memberi informasi tentang pernikahan putri Jokowi ?” sebanyak 50 responden (89,2%) menjawab cukup, 3 responden (5,4%) menjawab kurang cukup, dan 3 responden (5,4%) tidak cukup, dari keterangan diatas terlihat bahwa mayoritas mahasiswa semester VI Ilmu Komunikasi UIN SU merasa cukup atas informasi yang disajikan tv mengenai pernikahan putri Presiden Jokowi.

**Gambar 4.8 Perbandingan Jawaban Pertanyaan no.6**

Tabel 4.9 VAR7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Mengganggu	32	57.1	57.1	57.1
Kurang mengganggu	11	19.6	19.6	76.7
tidak tertarik	13	23.3	23.3	100.0
Total	56	100.0	100.0	

Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban untuk pernyataan “Menurut Anda Apakah tayangan pernikahan tersebut mengganggu pola frekuensi tontonan Anda terhadap tayangan lain ?” sebanyak 32 responden (57,1%) menjawab mengganggu, 11 responden (19,6%) menjawab kurang mengganggu, dan 13 responden (23,3%) tidak mengganggu, dari keterangan diatas terlihat bahwa mahasiswa semester VI Ilmu Komunikasi UIN SU banyak yang merasa pola frekuensi tontonan mereka terhadap tayangan lain terganggu.

**Gambar 4.9 Perbandingan Jawaban Pertanyaan no.7**

4.3 Pembahasan

Dari hasil angket yang disebar mengenai opini mahasiswa tentang tayangan “Pernikahan Putri Presiden Jokowi Terhadap Hak Memperoleh Informasi” terdapat berbagai macam ragam jawaban responden atas pertanyaan yang di ajukan kepada mahasiswa semester VI Ilmu Komunikasi UIN SU. Banyak opini yang keluar dari responden yang memiliki jawaban beragam, dalam hal ini opini mahasiswa terbagi menjadi beberapa segmen sesuai dengan angket yang disebar, yaitu :

1. Bagaimana tayangan tentang pernikahan putri Presiden Jokowi, hasil dari angket variabel 1,2 dan 3, dalam hal ini terlihat mahasiswa semester 6 Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara telah mengetahui tayangan tersebut dan banyak dari mahasiswa yang kurang tertarik dengan tayangan pernikahan putri Presiden Jokowi, sudah jelas bahwa tayangan pernikahan seorang anak tokoh ternama tidak membuat semua penonton merasa tertarik dengan tayangan yang disuguhkan. Tayangan tersebut disiarkan live selama dua hari oleh beberapa stasiun tv di Indonesia.
2. Bagaimana tanggapan mahasiswa semester VI Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara terhadap tayangan pernikahan putri Presiden Jokowi, dilihat dari angket yang disebar mahasiswa banyak yang kurang dan tidak menyetujui tayangan tersebut karena hal ini merupakan sesuatu yang berlebihan dimana pernikahan anak tokoh ternama ditayangkan live selama dua hari oleh beberapa stasiun tv. Hal ini tentunya juga termasuk mengganggu hak mahasiswa dalam memperoleh informasi lain. Perlu kita ingat kalau Indonesia merupakan

negara republik. Dalam negara republik kepala negara tidak sama dengan “negara”. Hal ini berbeda misalnya dari Kerajaan Inggris, yang memang telah memiliki tradisi tertentu dan tata cara pemerintahan yang berbeda. Pernikahan keluarga raja diatur dalam *Royal Marriage Act*, yang merupakan bagian dari hukum Inggris. Bahkan untuk merayakan pernikahan keluarga kerajaan, libur panjang diterapkan, masyarakat turun ke jalanan dalam berbagai pawai megah, dan upacara pernikahan dijadikan fokus dari pengulasan media. Dalam republik, kehidupan pribadi pejabat publik pada tingkatan apapun tidak dapat didefinisikan sebagai kepentingan publik. Kecuali jika ia sudah menyangkut pada isu publik seperti korupsi, kematian figur, atau semacamnya. Maka jelas bahwa penyiaran berlebihan dari upacara pernikahan ini merupakan bentuk pelanggaran hak publik sebagaimana dijamin dalam UU Penyiaran.

3. Kemudian yang terakhir bagaimana reaksi mahasiswa terhadap tayangan pernikahan putri Presiden Jokowi, banyak mahasiswa yang kontra dengan kesigapan media televisi dalam menyiarkan tayangan yang dianggap berlebihan dan mengganggu pola frekuensi tontonan mahasiswa terhadap tayangan lain yang biasa mereka tonton.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Dari hasil analisis yang telah dibahas sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut opini mahasiswa yang muncul dengan adanya tayangan “Pernikahan Putri Presiden Jokowi Terhadap Hak Memperoleh Informasi” adalah bahwa mayoritas responden mahasiswa semester VI Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, telah mengetahui tayangan prosesi pernikahan tersebut dan banyak mahasiswa yang kurang tertarik dengan tayangan tersebut serta menganggap hal tersebut tidak perlu dan tidak setuju dengan pernikahan yang ditayangkan live selama dua hari.

Karena ini merupakan sesuatu yang mengganggu mereka untuk mendapatkan tontonan lain. Kemudian tayangan yang disajikan oleh berbagai stasiun tv sudah cukup dalam menyiarkan sebuah prosesi pernikahan.

5.2 SARAN

Saran yang diberikan peneliti adalah sebagai berikut:

- a. Ada baiknya demi menggiring opini publik yang baik, pihak pemilik media televisi menyiarkan tayangan yang tidak berlebihan dan sesuai dengan Undang-undang penyiaran yang berlaku di Indonesia, apalagi Presiden

adalah seorang publik figur, yang setiap tindak tanduknya pasti akan menimbulkan pihak yang pro ataupun kontra.

- b. Ada baiknya untuk masyarakat agar lebih menyaring informasi yang diperoleh dari berbagai media televisi, untuk lebih memahami isi tayangan televisi, dan tidak salah memahami tujuan penyiaran tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, 2004, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Simbiosis Rekatmama, Bandung.
- Arikunto, 2010, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi)*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Bungin, Burhan, 2001, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Bungin, Burhan, 2007, *Sosiologi Komunikasi: Teori Paradigma dan Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, PT. Kencana Prenada Media, Jakarta.
- Cangara, Hafied, 2013, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Effendy, Onong, Uchjana, 2000, *Ilmu komunikasi Teori dan Praktik*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Morissan, 2014, *Teori Komunikasi : Individu Hingga Massa*, Kencana, Jakarta.
- Mulyana, Dedi, 2007, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- McQuail, Dennis, 2005, *Mcquail Mass Communication Theory*, Sage Publication, London.
- Nurudin, 2007, *Sistem Komunikasi Massa*, PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Nurudin, 2007 *Pengantar Komunikasi Massa*, PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Nurudin, 2010 *Pengantar Komunikasi Massa*, PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Olii, 2007, *Opini Publik*, Penerbit PT. Indeks, Jakarta.
- Ruslan, Rosady, 2003, *Metodologi Penelitian PR dan Komunikasi*, PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta.

Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung.

Tamburaka, Apriadi, 2013, *Literasi Media Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*, PT. Rajagrafindo Persada. Jakarta.

LAMPIRAN 1

DOKUMENTASI



Peneliti sedang membagikan kuesioner kepada responden di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.



Responden sedang mengisi kuesioner yang telah dibagikan oleh peneliti.



Peneliti sedang menjelaskan tentang apa yang diteliti guna menyelesaikan tugas skripsi Stara 1.

LAMPIRAN 2

KUESIONER PENELITIAN

Saya memohon kesediaan saudara/i untuk meluangkan waktu sejenak mengisi kuesioner ini. Diharapkan dalam mengisi jawaban responden sesuai dengan persepsi sendiri, jujur dan terbuka sebab tidak ada jawaban benar ataupun salah. Sesuai dengan kode etik penelitian, peneliti menjamin kerahasiaan semua data responden.

Kuesioner penelitian ini merupakan salah satu instrument penelitian yang dilakukan oleh Uswatun Hasanah, Mahasiswi jurusan Ilmu Komunikasi (*Broadcasting*), Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan. Untuk memenuhi tugas penyelesaian skripsi mengenai OPINI MAHASISWA TENTANG TAYANGAN PERNIKAHAN PUTRI PRESIDEN JOKOWI TERHADAP HAK MEMPEROLEH INFORMASI.

Kesediaan yang responden berikan dalam mengisi kuesioner ini merupakan bantuan yang tidak ternilai bagi peneliti. Untuk itu, peneliti mengucapkan terima kasih atas bantuan dan kerjasamanya.

IDENTITAS RESPONDEN

NAMA :

JURUSAN :

SEMESTER :

JENIS KELAMIN : () LAKI-LAKI () PEREMPUAN

USIA :

1. Apakah Anda mengetahui pemberitaan tv mengenai tayangan pernikahan putri presiden jokowi ?
 - a. Tahu
 - b. Kurang Tahu
 - c. Sangat Tahu
2. Apakah Anda tertarik terhadap tayangan tersebut ?
 - a. Tertarik
 - b. Kurang tertarik
 - c. Tidak tertarik
3. Apakah Anda tahu stasiun tv apa saja yang melakukan live di prosesi pernikahan putri Jokowi ?
 - a. Tahu
 - b. Kurang tahu
 - c. Tidak tahu
4. Apakah Anda setuju kalau sebuah pernikahan anak tokoh ternama ditayangkan live selama dua hari ?
 - a. Setuju
 - b. Kurang setuju
 - c. Tidak setuju
5. Apakah tayangan tersebut berlebihan dalam menayangkan sebuah prosesi pernikahan ?
 - a. Setuju
 - b. Kurang setuju
 - c. Tidak setuju
6. Apakah tayangan yang di sajikan stasiun tv sudah cukup untuk memberi informasi tentang pernikahan putri Jokowi ?
 - a. Cukup
 - b. Kurang cukup
 - c. Tidak cukup
7. Menurut anda apakah tayangan pernikahan tersebut mengganggu pola/frekuensi tontonan Anda terhadap tayangan lain ?
 - a. Setuju
 - b. Kurang setuju
 - c. Tidak setuju