

**ANALISIS FRAMING REUNI 212 DI TV ONE PADA
ACARA INDONESIA LAWYER CLUB**

SKRIPSI

Oleh :

NUR MAHDI

NPM 1503110044

Program Studi Ilmu Komunikasi



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

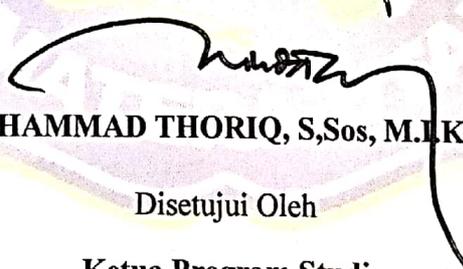
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama Lengkap : NUR MAHDI SIHOMBING
NPM : 1503110044
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : ANALISIS FRAMING REUNI 212 DI TV ONE PADA ACARA INDONESIA LAWYER CLUB.

Medan, 19 Maret 2019

Dosen Pembimbing


MUHAMMAD THORIQ, S.Sos, M.I.Kom

Disetujui Oleh

Ketua Program Studi


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

Dekan,


Dr. ARIRIN SALEH, S.Sos., MSP

PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama Lengkap : **NUR MAHDI SIHOMBING**

N P M : 1503110044

Program Studi : Ilmu Komunikasi

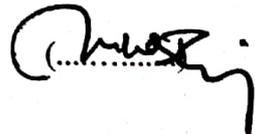
Pada Hari, Tanggal : Selasa, 19 Maret 2019

Waktu : Pukul 07.45 WIB s/d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : **NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom**  (.....)

PENGUJI II : **MUHAMMAD SAID HARAHAHAP, S.Sos, M.I.Kom**  (.....)

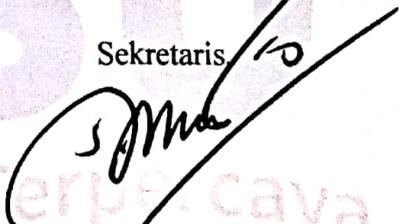
PENGUJI III : **MUHAMMAD THARIQ, S.Sos, M.I.Kom**  (.....)

PANITIA PENGUJI

Ketua,


Dr. ARIFIN SALEH, S.SOS., MSP

Sekretaris


Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom

PERNYATAAN



Dengan ini saya, Nur Mahdi Sihombing, NPM 1503110044, menyatakan dengan sungguh-sungguh :

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah 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 plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi :

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

Medan, 19 Maret 2019

Yang menyatakan,



Nur Mahdi Sihombing

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kekuatan Rahmad dan Karunia Nya serta telah memberikan kekuatan dan kesehatan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“ANALISIS FRAMING REUNI 212 DI TV ONE PADA ACARA INDONESIA LAWYER CLUB”**.

Ucapan terima kasih terdalem peneliti persembahkan kepada kedua orang tua saya, **Ayahanda saya & Ibunda saya** , serta **Saudara Kandung Saya**, yang telah membimbing saya untuk menyelesaikan perkuliahan selama ini. Terima kasih banyak telah memberikan banyak nasehat, dukungan moral, dukungan materil serta doa yang tidak putus-putusnya kepada saya serta selalu mensupport saya hingga saya bisa menyelesaikan perkuliahan dan skripsi saya.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bimbingan, nasihat serta dukungan dari banyak pihak. Maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

- 1 Bapak Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
- 2 Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Bapak Dr. Arifin Shaleh, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

- 3 Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Bapak Drs. Zulfahmi M.I.Kom.
- 4 Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Bapak Abrar Adhani M.I.Kom.
- 5 Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Ibu Nurhasanah Nasution, M.I.Kom.
- 6 selaku Dosen pembimbing saya yang juga telah begitu banyak memberikan masukan, waktu, tenaga, pikiran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
- 7 Kepada biro Fisip UMSU dan para staffnya yang membantu saya dalam hal pemberitahuan informasi dan membantu kelengkapan berkas-berkas perkuliahan saya.
- 8 OOPS SQUAD yaitu Annisa Majlaika, Henni Puspita, Dinayu Maghfira, Umi Syafitri, Irfan Indra Mulyawan, Muhammad fadil Fariski, Yulia Sari, BAambang Satria, Muhammad Suganda, Reyhan Fahrozi, Syahroni Agustian, Muhammad Rifan, abizar Falesi, dan Firdaus RIsanto, serta teman teman seperjuangan angkatan 2015 terima kasih juga telah menjadi keluarga di kampus

Medan, Maret 2019

Penulis :

NUR MAHDI

ABSTRAK

ANALISIS FRAMING REUNI 212 DI TV ONE PADA ACARA INDONESIA LAWYER CLUB

NUR MAHDI

NPM : 1503110044

Dalam hal ini, penulis ingin membincangi persoalan reuni akbar 212 di dalam talk show Indonesia Lawyer Club. Bagaimana para narasumber menyikapi persoalan tersebut menggunakan analisis framing. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis framing model Robert N. Entman.. Hasil penelitian ini adalah Reuni 212 adalah sebuah acara yang diselenggarakan oleh presidium alumni 212 dilapangan Monas untuk merayakan satu tahun aksi 212 yang menuntut pengambilan tindakan hukum terhadap Gubernur DKI Jakarta non aktif, Basuki Chahja Purnama (Ahok). Reuni 212 diselenggarakan pada tanggal 02 Desember 2017. Tujuan diadakannya reuni 212 ini adalah sebagai bentuk aksi propaganda positif yang dilaksanakan masyarakat umat Islam bahwa ini adalah sebuah kebenaran dan menimbulkan rasa kepercayaan yang begitu besar. Masyarakat yang berkumpul adalah masyarakat yang memiliki pandangan yang sama terkait isu penistaan agama oleh Basuki Chahja Purnama (Ahok). Perdebatan pro dan kontra muncul dikarenakan Reuni 212 tidak perlu diadakan karena keinginan masyarakat muslim pada kasus Ahok sudah tercapai.

**KATA KUNCI : ANALISIS FRAMING, INDONESIA LAWYER CLUB,
REUNI 212**

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	4
1.4. Sistematika Penulisan	5
BAB II URAIAN TEORITIS	7
2.1. Konsep Komunikasi	7
1. Pengertian Komunikasi.....	7
2. Fungsi Komunikasi.....	11
3. Unsur Komunikasi.....	14
4. Proses Komunikasi.....	16
5. Sifat Komunikasi.....	17
6. Hambatan Komunikasi	21
7. Komunikasi Yang Efektif	23
2.2. Komunikasi Massa	25
1. Pengertian Komunikasi Massa.....	25
2. Fungsi Komunikasi Massa.....	27
3. Ciri Komunikasi Massa	29
4. Komponen Komunikasi Massa	30
5. Karakteristik Komunikasi Massa	31
2.3. Media Massa	34
1. Pengertian Media Massa.....	34
2. karakteristik Media Massa	35
3. Jenis Media Massa.....	38

4. Media Elektronik.....	40
2.4. Teori Framing	41
1. Pengertian Teori Framing	41
2. Model Analisis Framing Robert N. Entmant	45
BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1. Metode Penelitian.....	47
3.2. Kerangka Konsep	50
3.3. Defenisi Konsep	51
3.4. Objek Penelitian	52
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.6. Teknik Analisis Data	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1. Penyajian Data	56
1. Deskripsi Objek Penelitian	56
2. Kasus Dugaan Penistaan Agama Oleh Ahok.....	57
3. Reuni 212.....	50
4.2. Pembahasan Data	59
BAB V PENUTUP	63
5.1. Kesimpulan	63
5.2. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Reuni 212 adalah sebuah acara yang diadakan oleh Presidium Alumni 212 di Lapangan Monas pada tanggal 2 Desember 2017 untuk merayakan satu tahun Aksi 212 yang menuntut pengambilan tindakan hukum terhadap Gubernur DKI Jakarta nonaktif pada masa itu, Basuki Tjahaja Purnama.

Aksi 212 merupakan sejarah besar bagi umat Islam Indonesia. Maka setiap tahun juga sebanyak tujuh juta orang ini akan berkumpul dan bersilaturahmi tanpa memandang kelompok, golongan, mazhab, dan agama. Ini menguatkan komitmen bahwa umat Islam menjadi yang terdepan menjaga kerukunan antar umat beragama dengan prinsip saling menghargai dan menghormati.

Bukan hanya itu Aksi 212 juga mempunyai dampak yang luar biasa bagi sebagian besar umat muslim di Indonesia dalam melihat pentingnya persatuan umat dalam bingkai NKRI. Aksi 212 telah menyatukan hati, menyamakan kata, dan merapatkan barisan umat Islam untuk menjaga NKRI. Apapun mazhabnya, apapun organisasinya, aksi 212 telah menyatukan persepsi dan hati sebagian besar umat Islam untuk mengubah energi kerumunan menuju energi kekuatan di berbagai bidang terutama ekonomi dan sosial.

Media massa atau Pers adalah suatu istilah yang mulai digunakan pada tahun 1920-an untuk mengistilahkan jenis media yang secara khusus didesain untuk mencapai masyarakat yang sangat luas. Dalam pembicaraan sehari-hari,

istilah ini sering disingkat menjadi media. Media adalah segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan. Kata media berasal dari kata latin, merupakan bentuk jamak dari kata “medium”. Secara harfiah kata tersebut mempunyai arti “perantara” atau “pengantar”, yaitu perantara sumber pesan (*a source*) dengan penerima pesan (*a receiver*). Jadi, dalam pengertian yang lain, media adalah alat atau sarana yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Banyak ahli dan juga organisasi yang memberikan batasan mengenai pengertian media.

Stasiun televisi swasta TV One, meliput dan menayangkan secara *live* dan eksklusif aksi reuni akbar 212 tersebut. Semua meliput secara langsung acara yang digelar tersebut. Kemudian salah satu siaran televisi *talk show* yang membahas dan mengulik tentang reuni akbar 212 adalah *talk show* Indonesia Lawyer Club. Indonesia Lawyer Club sendiri adalah acara talkshow yang disiarkan di TV One. Acara ini menampilkan dialog mengenai masalah hukum dan kriminalitas selama 210 menit dan dipandu oleh Karni Ilyas. Acara ini disiarkan setiap hari Selasa pukul 20:00 WIB dan Minggu pukul 19:30 WIB.

Didalam *talk show* Indonesia Lawyer Club, masih menyisakan perdebatan terhadap reuni akbar 212 tersebut. Banyak artikel, komentar dari para orang-orang yang berperanguh terhadap aksi reuni akbar tersebut. Sebagian masyarakat yang tidak menyetujui menganggap reuni akbar 212 tersebut sebagai tindakan intoleransi. Sedangkan sebagian masyarakat yang menyetujui menganggap bahwa ini adalah aksi silaturahmi yang baik untuk seluruh umat islam di Indonesia.

Dalam hal ini, penulis ingin membingkai persoalan reuni akbar 212 di dalam talk show Indonesia Lawyer Club. Bagaimana para narasumber menyikapi persoalan tersebut menggunakan analisis framing. Analisis framing adalah salah satu metode analisis media. Secara sederhana, Framing adalah membingkai sebuah peristiwa, atau dengan kata lain framing digunakan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan wartawan atau media massa ketika menyeleksi isu dan menulis berita.

Framing merupakan metode penyajian realitas di mana kebenaran tentang suatu kejadian tidak diingkari secara total, melainkan dibelokkan secara halus, dengan memberikan penonjolan pada aspek tertentu. Penonjolan aspek-aspek tertentu dari isu berkaitan dengan penulisan fakta. Ketika aspek tertentu dari suatu peristiwa dipilih, bagaimana aspek tersebut ditulis. Hal ini sangat berkaitan dengan pemakaian diksi atau kata, kalimat, gambar atau foto, dan citra tertentu untuk ditampilkan kepada khalayak.

Analisis framing digunakan untuk mengkaji pembingkai realitas (peristiwa, individu, kelompok, dan lainnya) yang dilakukan oleh media massa. Pembingkai tersebut merupakan proses konstruksi, yang berarti realitas dimaknai dan direkonstruksi dengan cara dan makna tertentu. Akibatnya, hanya bagian tertentu saja yang lebih bermakna, lebih diperhatikan, dianggap penting, dan lebih mengena dalam pikiran khalayak. Dalam praktik, analisis framing banyak digunakan untuk melihat *frame* surat kabar, sehingga dapat dilihat bahwa masing-masing surat kabar sebenarnya memiliki kebijakan politis tersendiri.

Maka dalam hal ini, penulis ingin mengangkat uraian tersebut sebagai latar belakang masalah dari penelitian dan judul skripsinya yakni **“Analisis Framing Reuni 212 di TV One Pada Acara Indonesia Lawyer Club”**.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan oleh penulis, maka perumusan masalah ini adalah sebagai berikut **“Bagaimana makna analisis framing reuni 212 di TV One pada acara Indonesia Lawyer Club?”**.

1.3. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana analisis framing pada reuni 212 di TV One pada acara Indonesia Lawyer Club.

2. Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Secara akademis, hasil penelitian ini dapat disumbangkan kepada FISIP UMSU khususnya jurusan Ilmu Komunikasi dalam rangka memperkaya literatur bacaan dan khasanah penelitian bagi Mahasiswa.
- b. Secara teoretis, diharapkan untuk menerapkan teori komunikasi yang didapat penulis selama menjadi Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UMSU serta memperkaya wawasan penulis.
- c. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat diharapkan memberi masukan kepada berbagai pihak khususnya kepada lembaga-lembaga yang terkait dalam hal pendidikan dan pada masyarakat khususnya Mahasiswa.

1.4. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini, yaitu dengan membagi menjadi beberapa bab dimana masing-masing dibagi kedalam sub-sub dengan rincian sebagai berikut:

BAB I (PENDAHULUAN)

Bab ini membahas: Latar Belakang Masalah, Pembatasan dan Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II (URAIAN TEORETIS)

Bab ini membahas tentang teori-teori yang digunakan peneliti dalam penelitiannya. Uraian teoretis tersebut berkisar seputar pengertian dari Komunikasi, Komunikasi Massa, Media Massa dan Teori Framing.

BAB III (METODE PENELITIAN)

Bab ini membahas tentang Metodologi penelitian, Jenis Penelitian, Lokasi Kerangka Konsep, Objek Penelitian, Teknik pengumpulan data serta teknik analisis data

BAB IV (ANALISIS HASIL PENELITIAN)

Bab ini membahas mengenai hasil temuan penelitian yang kemudian di analisis dari kegiatan Analisis framing reuni 212 di TV One pada acara Indonesia Lawyer Club.

BAB V (PENUTUP)

Bab terakhir ini penulis berharap dapat mendeskripsikan hasil dari penelitian dan menguraikan data secara baik. Adapun beberapa uraian penting yang penulis berikan dari hasil penelitian ini akan dirangkum dalam bahasan kesimpulan.

Selanjutnya untuk menyempurnakan penelitian ini penulis memberikan saran-saran agar menjadi bahan pertimbangan tentang penulisan yang telah di angkat sebagai pokok permasalahan.

BAB II

URAIAN TEORETIS

2.1. Konsep Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi berpangkal pada perkataan latin *Communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata dalam bahasa latin *Communico* yang artinya membagi.

Defenisi singkat dibuat oleh Harold D. Laswell bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “Siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa, apa pengaruhnya”.

Everett M. Rogers (Effendy, 2011:10) seorang pakar Sosiologi Pedesaan Amerika yang telah banyak memberi perhatian pada Studi riset komunikasi, khususnya dalam hal penyebaran inovasi membuat defenisi bahwa: “Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.”

Defenisi ini kemudian dikembangkan oleh Rogers bersama D. Lawrence Kincaid (1981) sehingga melahirkan suatu defenisi baru yang menyatakan bahwa: “Komunikasi adalah suatu proses dimana ada dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian mendalam.”

Rogers (1981) mencoba menspesifikasikan hakikat suatu hubungannya dengan adanya suatu pertukaran informasi (pesan), di mana ia menginginkan adanya perubahan sikap dan tingkah laku serta kebersamaan dalam menciptakan slang pengertian dari orang-orang yang ikut serta dalam suatu proses komunikasi.

Komunikasi adalah proses penyampain pesan dari seseorang kepada orang lain dengan tujuan untuk mempengaruhi pengetahuan atau perilaku seseorang. Dari pengertian sederhana ini kita bisa mengatakan bahwa suatu proses komunikasi tidak akan bisa berlangsung tanpa didukung oleh unsur-unsur: pengirim (source), pesan (message), saluran/media (channel), penerima (receiver), dan akibat/pengaruh (effect). Menurut Effendy, (2011: 11-17) unsur-unsur ini bisa juga disebut komponen atau elemen komunikasi, adalah sebagai berikut :

1. Sumber

Suatu peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat dan pengirim informasi. Dalam komunikasi antar manusia, sumber bisa terdiri dari satu orang tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi atau lembaga. Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau dalam bahasa inggrisnya disebut source sender atau encoder.

2. Pesan

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah suatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda.

3. Media

Media yang dimaksudkan disini adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Terdapat beberapa pendapat tentang saluran atau media. Ada yang menilai bahwa media massa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam komunikasi antarpribadi pancaindra dianggap sebagai media komunikasi.

4. Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara.

5. Pengaruh

Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan.

6. Tanggapan Balik

Beberapa pendapat beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah salah satu bentuk dari pada pengaruh yang berasal dari penerima. Akan tetapi sebenarnya umpan balik bisa juga berasal dari unsur lain seperti pesan dan media, meski pesan belum sampai pada penerima.

7. Lingkungan

Lingkungan atau situasi adalah faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan atas empat

macam, yakni lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis, dan dimensi waktu.

Wilbur Schram (Mulyana, 2005) menampilkan apa yang ia sebut “ The Condition of Success in Communication”, yakni kondisi yang harus dipenuhi jika kita menginginkan agar suatu pesan membangkitkan tanggapan yang kita kehendaki. Kondisi tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut :

- 1) Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa, sehingga dapat menarik perhatian komunikan.
- 2) Pesan harus menggunakan lambang-lambang tertuju kepada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan, sehingga sama-sama mengerti.
- 3) Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut.
- 4) Pesan harus menyampaikan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan tadi yang layak bagi situasi kelompok di mana komunikan berada pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.

Beberapa defenisi komunikasi menurut para pakar menurut bidang ilmunya (Cangara, 2012:21-22), adalah sebagai berikut :

- Defenisi singkat menurut Harold D. Lasswell.

Bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya”.

- Menurut Steven

Bahwa komunikasi terjadi kapan saja suatu organisme memberi reaksi terhadap suatu objek atau stimuli.

- Everett M. Rogers pakar sosiologi

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

- 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.

- Menurut Weaver (1949)

Bahwa komunikasi adalah manusia yang saling pengaruh mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak sengaja.

2. Fungsi Komunikasi

William I. Loren Anderson (Mulyana,2005:5-30), mengkategorikan fungsi komunikasi menjadi 4, yaitu:

- a) Sebagai komunikasi sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh

kebahagian, terhindar dari tegangan dan tekanan, antara lain lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur danb memupuk hubungan dengan orang lain.

Pembentukan konsep diri Konsep diri adalah pandangan mengenai diri kita, dan itu hanya bisa kita peroleh lewat informasi yang diberikan oleh orang lain kepada kita. Melalui komunikasi dengan orang lain kita belajar bukan saja mengenai siapa kita, namun bagaimana kita merasakan siapa kita. George Herbert Mead mengistilahkan *significant others* (orang lain yang sangat penting) untuk orang-orang di sekitar kita yang mempunyai peranan penting dalam membentuk konsep diri kita. Richard Dewey dan W.J Humber (19969) menamai *affective others*, untuk orang lain yang dengan mereka kita punya ikatan emosional. Dari merekalah perlahan-lahan kita membentuk konsep diri kita.Selain itu, terdapat juga yang disebut *reference group* yaitu kelompok yang secara emosioanal mengikat kiota, dan berpengaruh terhadap pembentukan konsep diri kita. Dengan ini, orang akan mengarahkan perilakunya dan menyesuaikan diri dengan ciri-ciri kelompok.

Pernyataan eksistensi diri Orang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis.Fungsi komunikasi sebagai eksistensi diri terlihat jelas pada seorang pnanya pada sebuah seminar, walaupun sudah diperingati oleh moderator untuk brbicara singkat dan langsung ke pokok masalah, penanya atau komentator itu sering berbicara panjang kebar dengan argument-argumen yang kebanyakan tidak relevan.

Untuk kelangsungan hidup, memupuk hubungan, dan memperoleh kebahagiaan. Para psikolog berpendapat, kebutuhan utama kita sebagai manusia, dan untuk menjadi manusia yang sehat secara rohani, adalah kebutuhan akan hubungan sosial yang ramah, yang hanya bisa dipenuhi dengan membina hubungan yang baik dengan orang lain. Komunikasi sangat dibutuhkan untuk memperoleh dan memberi informasi yang dibutuhkan, untuk meujuk, dan mempengaruhi orang lain, mempertimbangkan solusi alternatif atas masalah kemudian mengambil keputusan, dan tujuan-tujuan sosial serta hiburan.

b) Sebagai komunikasi ekspresif

Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Perasaan-perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalui pesan-pesan nonverbal. Perasaan sayang, peduli, rindu, simpati, gembira, sedih, takut dapat disampaikan lewat kata-kata, namun bisa disampaikan lebih ekspresif lewat perilaku nonverbal, Misalnya ibu menunjukkan rasa kasih sayangnya dengan membelai kepala anaknya.

c) Sebagai komunikasi ritual

Komunikasi ritual biasanya dapat terlihat pada suatu komunitas yang melakukan upacara-upacara yang disebut oleh para antropolog sebagai *rites of passage*, seperti upacara kelahiran, upacara pernikahan, siraman, dan lain-lain. Dalam acara tersebut orang-orang biasanya mengucapkan kata-kata atau perilaku-perilaku simbolik.

d) Sebagai komunikasi instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum, yaitu: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, menggerakkan tindakan, dan juga menghibur

Sebagai instrument, komunikasi tidak saja digunakan untuk menciptakan dan membangun hubungan, namun juga untuk menghancurkan hubungan tersebut. Komunikasi berfungsi sebagai instrument untuk mencapai tujuan-tujuan pribadi dan pekerjaan, baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Berkenaan dengan fungsi komunikasi ini, seorang ahli bernama Harold D. Laswell memaparkan fungsi komunikasi sebagai berikut:

- Pengawasan lingkungan yaitu penyingkapan ancaman dan kesempatan yang mempengaruhi nilai masyarakat.
- Menghubungkan bagian-bagian penting yang tak terpisahkan bagi masyarakat untuk menanggapi lingkungan
- Menurunkan warisan sosial dari generasi ke generasi

3. Unsur-Unsur Komunikasi

Dari pengertian komunikasi yang telah dikemukakan, jelas bahwa komunikasi antar manusia hanya bisa terjadi jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu, artinya komunikasi hanya bisa terjadi kalau didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima pesan (komunikan) dan efek. Unsur-unsur ini bisa juga disebut komponen atau elemen komunikasi.

Menurut Harold Lasswell (Effendy, 2005:22) terdapat 5 unsur dalam komunikasi, yaitu:

- a. Komunikator (siapa yang mengatakan), adalah pihak yang bertindak sebagai pengirim pesan kepada komunikan (penerima pesan) dalam sebuah proses komunikasi.
- b. Pesan (mengatakan apa), adalah setiap pemberitahuan, kata atau komunikasi baik lisan maupun tertulis, yang dikirimkan dari satu orang ke orang lain.
- c. Alat atau media (kepada siapa), adalah segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan.
- d. Komunikan (kepada siapa), adalah pathner atau rekan dari komunikator dalam berkomunikasi, seperti penerima pesan yang telah dikirim oleh komunikator.
- e. Efek (dengan dampak / efek apa?), adalah perubahan, hasil atau konsekuensi yang disebabkan oleh sesuatu (pesan) yang dikirmkan oleh komunikator kepada komunikan.

Menurut Aristoteles (Cangara, 2004: 22) ahli filsafat Kuno dalam bukunya *Rhetorica* menyebutkan bahwa suatu proses komunikasi memerlukan tiga unsur yang mendukungnya, yakni siapa yang berbicara, apa yang dibicarakan dan siapa yang mendengarkan.

Claude E. Shannon dan Werren Weaver 1949 (Cangara, 2004:23), dua orang insinyur listrik menyatakan bahwa terjadinya proses komunikasi memerlukan 5 unsur yang mendukungnya, yakni pengirim, transmitter, signal,

penerima dan tujuan. Meski pandangan Shannon dan Weaver ini pada dasarnya berasal dan pemikiran proses elektronika, tetapi para sarjana yang muncul di belakangnya mencoba menerapkannya dalam proses komunikasi antarmanusia seperti yang dilakukan Miller.

Awal tahun 1960-an David K. Belo (Cangara, 2004:23) membuat formula komunikasi yang lebih sederhana. Formula ini dikenal dengan nama “SMCR”, yakni *Source* (pengirim), *Message* (pesan), *channel* (saluran-media) dan *Receiver* (penerima).

Perkembangan terakhir adalah munculnya pandangan dan Joseph De Vito, K Sereno dan Erika Vora (Cangara, 2004:24) yang menilai faktor lingkungan merupakan unsur yang tidak kalah pentingnya dalam mendukung terjadinya proses komunikasi.

4. Proses Komunikasi

Secara terminologis komunikasi berarti penyampaian suatu pernyataan seseorang kepada orang lain. Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap menurut (Effendy, 2011:11-17) yaitu :

a) Proses Komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampain pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambing (*symbol*) sebagai media. Lambing sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Bahwa *bahasa* yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi

adalah jelas karena hanya bahasalh yang mampu “menerjemahkan” pikiran seseorang kepada orang lain. Wilbur schramm, seorang ahli komunikasi, dalam karyanya, “*Communication Research in the United States*”, menyatakan bahwa komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan *kerangka acuan (frame of refrence)*, yakni paduan pengalaman dan pengertian (*collection of experiences and meanings*) yang pernah diperoleh komunikan. (Effendy, 2011:13)

b) Proses Komunikasi secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain denfan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambing sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relative jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio televisi, film, dan banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi.

5. Sifat Komunikasi

Adapun sifat-sifat komunikasi adalah sebagai berikut :

- a. Tatap muka (*face to face*), Dalam berkomunikasi, biasanya kesadaran kita akan lebih pada saat-saat yang khusus, seperti kita diuji dengan ujian lisan oleh dosen kita atau ketika anda berdialog dengan orang asing dengan bahasa asing dibandingkan dengan ketika anda bercanda dengan teman atau kerabat kita di rumah. Pada saat seseorang tersenyum maka itu dapat ditafsirkan sebagai suatu kebahagiaan, Ketika seseorang diam dalam

sebuah dialog itu bisa diartikan setuju, malu, segan, marah, atau bahkan malas atau bodoh. Diam bisa diartikan setuju seperti perlakuan Rasulullah saw. yaitu ketika ada seorang sahabat yang menggosok giginya ketika berwudhu, ini menunjukkan bahwa beliau setuju dengan perlakuan sahabat tadi namun tidak dengan penegasan. Secara implisit semua perlakuan manusia dapat memiliki makna yang akhirnya bernilai komunikasi. Komunikasi yang dilakukan di mana komunikator berhadapan langsung dengan komunikannya memungkinkan respon yang langsung dari keduanya. Seorang komunikator harus mampu menguasai situasi dan mampu menyandi pesan yang disampaikan sehingga komunikan mampu menangkap dan memahami pesan yang disampaikan.

Diantara konteks komunikasi tatap muka (*face to face*) ini adalah Komunikasi interpersonal (*interpersonal Communication*). Komunikasi interpersonal menunjuk kepada komunikasi dengan orang lain. Komunikasi jenis ini dibagi lagi menjadi komunikasi diadik, komunikasi publik, dan komunikasi kelompok-kecil.

Komunikasi interpersonal termasuk:

- Pidato
- Komunikasi nonverbal
- Komunikasi bawah sadar
- penyimpulan
- parafrase

Memiliki komunikasi interpersonal yang baik mendukung proses-proses seperti:

- perdagangan
- konseling
- pelatihan
- bimbingan
- pemecahan konflik

Komunikasi interpersonal merupakan subyek dari beberapa disiplin dalam bidang psikologi, terutama analisis transaksional. Komunikasi ini dapat dihalangi oleh gangguan komunikasi atau oleh kesombongan, sifat malu.

- b. Bermedia (mediated), Dalam komunikasi, sekali anda mengirimkan pesan, anda tidak dapat mengendalikan pengaruh pesan tersebut bagi khalayak, apalagi menghilangkan efek pesan itu sama sekali. Sifat irreversible ini adalah implikasi dari komunikasi sebagai suatu proses yang selalu berubah, sehingga kita harus berhati-hati pada saat menyampaikan pesan kepada orang lain. Terutama pada saat kita berkomunikasi yang pertama kali, kita harus berhati-hati karena kesan pertama begitu berkesan bagi pendengar.

Terlebih saat seorang komunikator melakukan komunikasi melalui media cetak ataupun elektronik, maka pesan yang disampaikan haruslah betul-betul diyakini kebenarannya oleh dirinya dan masyarakat luas sebagai komunikan. Komunikasi yang dilakukan dengan media menuntut seorang komunikator untuk mampu menguasai teknologi komunikasi, juga

keterampilan untuk berkomunikasi dalam bentuk tulisan. Konteks komunikasi bermedia ini adalah :

Komunikasi Massa (*Mass Communication*), Yaitu komunikasi yang dilakukan seorang komunikator melalui media massa, baik cetak maupun elektronik yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang heterogen, anonim, dan di banyak tempat. Bisa melalui :

- Pers
- Radio
- Televisi
- Film
- Surat Kabar/Majalah

- c. Verbal (verbal) Lisan (oral), Komunikasi verbal adalah komunikasi dengan menggunakan simbol-simbol verbal. Simbol verbal bahasa merupakan pencapaian manusia yang paling impresif. Ada aturan-aturan yang ada untuk setiap bahasa yaitu fonologi, sintaksis, semantik dan pragmatis.

Komunikasi ini dapat berupa ucapan langsung dari komunikator (oral) juga berupa pesan yang dikomunikasikan lewat tulisan oleh komunikator. Komunikan dapat mendengar langsung pesan yang disampaikan dan juga dapat membaca pesan yang disampaikan oleh seorang komunikator dalam komunikasi verbal ini.

- d. Non verbal (non-verbal), Komunikasi nonverbal adalah proses komunikasi dimana pesan disampaikan tidak menggunakan kata-kata. Contoh

komunikasi nonverbal ialah menggunakan gerak isyarat, bahasa tubuh, ekspresi wajah dan kontak mata, penggunaan objek seperti pakaian, potongan rambut, dan sebagainya, simbol-simbol, serta cara berbicara seperti intonasi, penekanan, kualitas suara, gaya emosi, dan gaya berbicara.

Para ahli di bidang komunikasi nonverbal biasanya menggunakan definisi “tidak menggunakan kata” dengan ketat, dan tidak menyamakan komunikasi non-verbal dengan komunikasi nonlisan. Contohnya, bahasa isyarat dan tulisan tidak dianggap sebagai komunikasi nonverbal karena menggunakan kata, sedangkan intonasi dan gaya berbicara tergolong sebagai komunikasi nonverbal. Komunikasi nonverbal juga berbeda dengan komunikasi bawah sadar, yang dapat berupa komunikasi verbal ataupun nonverbal.

- a. Tulisan/cetak (written/printed)
- b. Nonverbal

(<https://nandaerlika.wordpress.com/2012/03/16/pengertian-dan-sifat-komunikasi/dikutip/08-01-2019>)

6. Hambatan Komunikasi

Menurut Shannon dan Weaver 1949 (Effendy,2011:19) hambatan komunikasi terjadi jika terdapat intervensi yang mengganggu salah satu elemen komunikasi, sehingga proses komunikasi tidak dapat berlangsung secara efektif serta adanya hambatan yang membuat proses komunikasi tidak dapat berlangsung sebagaimana harapan komunikator dan penerima. Maka pada dasarnya hambatan komunikasi dapat dibedakan atas tujuh macam, yakni sebagai berikut.

a. Gangguan Teknis

Gangguan teknis terjadi jika salah satu alat yang digunakan dalam berkomunikasi mengalami gangguan, sehingga informasi yang ditransmisikan melalui saluran mengalami kerusakan (channel noise). Misalnya gangguan pada stasiun radio dan tv, gangguan jaringan telepon, rusaknya pesawat radio sehingga terjadi suara bising dan semacamnya.

1. Gangguan Semantik dan Psikologis

Gangguan semantik ialah gangguan komunikasi yang disebabkan karena kesalahan pada bahasa yang digunakan (Blake 1979).gangguan semantik sering terjadi karena:

- a) Kata-kata yang digunakan terlalu banyak memakai jargon bahasa asing sehingga sulit dimengerti oleh khalayak tertentu.
- b) Bahasa yang digunakan pembicara berbeda dengan bahasa yang digunakan oleh penerima.
- c) Struktur bahasa yang digunakan tidak sebagaimana mestinya, sehingga membingungkan penerima.
- d) Latar belakang budaya yang menyebabkan salah persepsi terhadap simbol-simbol bahasa yang digunakan.

2. Rintangan Fisik

Rintangan fisik ialah rintangan yang disebabkan karena kondisi geografis misalnya jarak yang jauh sehingga sulit dicapai, tidak adanya sarana kantor pos, kantor telepon, jalur transportasi dan sebagainya.

3. Rintangan Status

Rintangan status ialah rintangan yang disebabkan karena jarak sosial diantara peserta komunikasi, misalnya perbedaan status senior dan junior atau atasan dengan bawahan.

4. Rintangan Hambatan Berfikir

Rintangan hambatan berfikir ialah rintangan yang disebabkan adanya perbedaan persepsi antara komunikator dan khalayak terhadap pesan yang digunakan dalam berkomunikasi. ini bisa disebabkan latar belakang pendidikan yang berbeda.

5. Rintangan Budaya

Rintangan budaya adalah rintangan yang terjadi disebabkan karena adanya perbedaan norma, kebiasaan dan nilai-nilai yang dianut oleh pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi

7. Komunikasi Yang Efektif

Komunikasi adalah proses berbagai makna melalui perilaku verbal dan perilaku non verbal. Selagi perilaku dapat disebut komunikasi jika melibatkan dua orang atau lebih. Komunikasi terjadi jika setidaknya suatu sumber membangkitkan respons pada penerima melalui penyampaian suatu pesan dalam bentuk tanda atau simbol, baik berbentuk verbal (kata-kata) atau bentuk non-verbal

(non kata-kata). Sementara komunikasi efektif berarti bahwa komunikator dan komunikan sama-sama memiliki pengertian yang sama tentang suatu pesan. Oleh karena itu, dalam bahasa asing orang menyebutnya “*the communication is in tune*”, yaitu kedua belah pihak yang berkomunikasi sama-sama mengerti apa pesan yang disampaikan, (Mulyana, 2008:03).

Komunikasi yang efektif ditandai dengan adanya pengertian, dapat menimbulkan kesenangan, mempengaruhi sikap, meningkatkan hubungan sosial yang baik, dan pada akhirnya menimbulkan suatu tindakan. Komunikasi efektif dipandang sebagai suatu hal yang penting dan kompleks. Dianggap penting karena ragam dinamika kehidupan (bisnis, politik, misalnya) yang terjadi biasanya menghadirkan situasi kritis yang perlu penanganan secara tepat, munculnya kecenderungan untuk tergantung pada teknologi komunikasi, serta beragam kepentingan yang ikut muncul, (Mulyana, 2008:03).

Keterampilan yang harus dimiliki dalam melakukan komunikasi efektif adalah keterampilan mendengarkan dan bertanya. Dalam proses berkomunikasi, seseorang harus mampu mendengarkan dan memahaminya dengan baik. Kemudian mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang saling memiliki keterkaitan dan mengarah pada suatu solusi atau ketenangan untuk masing-masing pihak. Sehingga tujuan utama dalam komunikasi yang efektif adalah sebuah solusi. Tak ada satupun orang yang mau disalahkan, inilah konsep dasar dari komunikasi efektif. Komunikasi efektif atau dalam bahasa lain sering pula disebut diplomasi, perlu dilakukan untuk dapat membangun sebuah kesamaan keinginan

dari sebuah informasi yang disajikan. Sehingga tujuan yang ingin diraih dapat dilakukan secara bersama-sama, (Mulyana, 2008:07).

Komunikasi efektif dapat dilakukan oleh setiap orang. Jika ada yang merasa tidak mampu, hal ini lebih karena masalah pembiasaan saja. Melatih orang berkomunikasi secara efektif bisa dilakukan dengan langsung pada prakteknya. Walaupun sepiintas mudah, hal ini dapat membantu setiap individu untuk mencapai sebuah kesuksesan baik di dalam kehidupan pribadinya maupun dalam kehidupan karirnya.

2.2. Komunikasi Massa

1. Pengertian Komunikasi Massa

Defenisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner (Rakhmat, 2003:188), yakni: komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*). Dari defenisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat akbar di lapangan luas yang dihadiri oleh ribuan, bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan media massa. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah: radio siaran dan televisi keduanya dikenal sebagai media elektronik: surat kabar dan majalah keduanya disebut sebagai media cetak: serta media film. Film sebagai media komunikasi massa adalah film bioskop. (Elvinaro, dkk, 2014 : 3).

Defenisi komunikasi massa yang lebih perinci dikemukakan oleh ahli komunikasi lain, yaitu Gerbner. Menurut Gerbner (1967) "*Mass communication is the tehnologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies*". (Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berdasarkan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri (Rakhmat, 2003:188).

Defenisi Gerbner tergambar bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebarkan, didistribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jarak waktu tetap, misalnya harian, mingguan, dua mingguan atau bulanan. Proses memproduksi pesan tidak dapat dilakukan oleh perorangan, melainkan harus oleh lembaga, dan membutuhkan suatu teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri (Rakmat, 2003:188).

Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Jay black and Fredrick C. Whitney (Nurudin, 2014:14) mendefenisikan komunikasi sebagai sebuah proses dimana pesan-pesan yang diproduksi secara massal atau tidak sedikit itu disebarkan kepada massa penerima pesan yang luas, anonim dan heterogen.

Sumber komunikasi massa bukanlah satu orang, melainkan suatu organisasi formal dan sang pengirim yang merupakan komunikator profesional. Pesan juga suatu produk dan komoditi yang mempunyai nilai tukar serta acuan simbolik yang mengandung nilai kegunaan. Hubungan antara pengirim dan

penerima bersifat satu arah dan jarang sekali bersifat interaktif. Hubungan tersebut juga bersifat impersonal, bahkan sering kali bersifat non moral dan kalkulatif, dalam pengertian bahwa sang pengirim biasanya tidak bertanggung jawab atas konsekuensi yang terjadi pada para individu dan pesan yang diperjual belikan dengan uang atau ditukar dengan perhatian tertentu. (Cangara, 2014:41).

Menurut Wright (1959), perubahan teknologi baru menyebabkan perubahan dalam defenisi komunikasi yang mempunyai tiga ciri (Severin dan Tankard, 2007:4), yaitu:

- a) Komunikasi massa yang diarahkan kepada audience yang relatif besar, heterogen dan anonim.
- b) Pesan-pesan yang disebarkan secara umum, sering dijadwalkan untuk bisa mencapai sebanyak mungkin anggota audience secara serempak dan sifatnya sementara.
- c) Komunikator cenderung berada atau beropersi dalam sebuah organisasi yang kompleks yang mungkin membutuhkan biaya yang besar.

2. Fungsi Komunikasi Massa

Sean MacBride ketua komisi masalah-masalah komunikasi UNESCO 1980 (Cangara, 2014:70-71) mengemukakan bahwa komunikasi juga bisa diartikan sebagai pertukaran berita dan pesan, tetapi juga sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai pertukaran data, fakta dan ide. Oleh karna itu, komunikasi massa dapat berfungsi sebagai berikut:

- 1) Informasi, yakni kegiatan untuk mengumpulkan, menyimpan data, fakta dan pesan, opini dan komentar, sehingga orang bisa mengetahui yang terjadi diluar

dirinya, apakah itu lingkungan daerah, nasional ataupun internasional.

- 2) Sosialisasi, yakni menyebarkan dan mengajarkan ilmu pengetahuan bagaimana orang bersikap sesuai nilai-nilai yang ada, serta bertindak sebagai anggota masyarakat secara efektif.
- 3) Motivasi, yakni mendorong orang untuk ikut kemajuan orang lain melalui apa yang mereka baca, lihat dan dengar lewat media massa.
- 4) Bahan diskusi, menyediakan informasi sebagai bahan diskusi untuk mencapai tujuan dalam hal perbedaan pendapat mengenai hal-hal yang menyangkut orang banyak.
- 5) Pendidikan, yakni membuka kesempatan untuk memperoleh pendidikan secara luas, baik untuk pendidikan formal di sekolah maupun untuk di luar sekolah. Juga meningkatkan kualitas penyajian materi yang baik, menerima dan mengesankan.
- 6) Memajukan budaya, media massa menyebarluaskan hasil-hasil kebudayaan melalui pertukaran program siaran radio dan televisi, ataupun bahan cetak seperti buku dan penerbitan lainnya.
- 7) Hiburan, media massa telah menyita banyak waktu luang untuk semua golongan usia dengan di fungsikannya sebagai alat hiburan dalam rumah tangga. Sifat estetika yang dituangkan dalam bentuk lagu, lirik dan bunyi maupun gambar dan bahasa, membawa orang pada situasi menikmati hiburan seperti halnya kebutuhan pokok lainnya.
- 8) Integrasi, banyak bangsa di dunia dewasa ini diguncangkan oleh kepentingan-kepentingan tertentu karena perbedaan etnis dan ras. Komunikasi seperti satelit

dapat dimanfaatkan untuk menjembatani perbedaan-perbedaan itu dalam memupuk dan memperkokoh persatuan bangsa.

Wilburn Schramm (Wahyuni. 2004:1) menyatakan, komunikasi massa berfungsi sebagai decoder, interpreter dan encoder. Komunikasi massa mendecode lingkungan sekitar untuk kita mengawasi kemungkinan timbulnya bahaya, mengawasi terjadinya persetujuan dan juga efek dari hiburan. Komunikasi massa menginterpretasikan hal-hal yang dicode sehingga dapat mengambil kebijakan terhadap efek, menjaga berlangsungnya interaksi serta membantu anggota masyarakat menikmati kehidupan. Komunikasi juga mengdecode pesan yang memelihara hubungan kita dengan masyarakat lain sehingga menyampaikan kebudayaan baru terhadap masyarakat.

Fungsi komunikasi massa yang diungkapkan oleh Devito (Wahyuni, 2004:5) ada beberapa fungsi yang sangat penting yaitu :

- 1) Menghibur
- 2) Meyakinkan : mengukuhkan atau mengubah pemikiran
- 3) Menggerakkan pemirsa untuk berbuat sesuatu (membeli yang diiklankan), menawarkan etika atau sistem nilai baru
- 4) Menginformasikan
- 5) Menginformasikan
- 6) Membius
- 7) Menciptakan rasa kebersamaan.

3. Ciri Komunikasi Massa

Dibandingkan dengan bentuk-bentuk komunikasi sebelumnya komunikasi massa memiliki ciri tersendiri. Sifat pesannya terbuka pada khalayak yang variatif, baik dari segi usia, agama, suku, pekerjaan, maupun dari segi kebutuhan. Ciri lain yang dimiliki komunikasi massa ialah sumber dan penerima yang dihubungkan oleh saluran yang telah diproses secara mekanik. Sumber juga merupakan suatu lembaga atau institusi yang terdiri dari banak orang misalnya reporter, penyiar, teknisi dan sebagainya. Oleh karna itu proses penyimpanannya lebih formal, terencana, terkendali oleh redaktur atau lebih rumit dengan kata lain melembaga.

Ciri-ciri komunikasi massa menurut *Elizabeth Neuman* (Wahyuni. 2004:

4) adalah sebagai berikut:

- 1) Bersifat tidak langsung artinya harus melalu media teknis.
- 2) Bersifat satu arah artinya tidak ada interaksi antara peserta komunikasi.
- 3) Bersifat terbuka artinya ditunjukkan pada publik yang tidak terbatas.

4. Komponen Komunikasi Massa

Komunikasi massa pada dasarnya merupakan komunikasi satu arah, artinya komunikasi berlangsung dari komunikator (sumber) melalui media kepada komunikan (khalayak). Walaupun komunikasi massa dalam prosesnya bersifat satu arah, namun dalam operasionalnya memerlukan komponen lain yang turut menentukan lancarnya proses komunikasi. Komponen dalam komunikasi massa ternyata tidak sesederhana komponen komunikasi yang lainnya.

Proses komunikasi massa lebih kompleks, karena setiap komponennya mempunyai karakteristik tertentu adalah sebagai berikut (Ardianto, 2004:36-42).

a) Komunikator

Dalam komunikasi massa produknya bukan merupakan karya langsung seseorang, tetapi dibuat melalui usaha-usaha yang terorganisasikan dari beberapa partisipan, diproduksi secara massal, dan didistribusikan kepada massa.

b) Pesan

Sesuai dengan karakteristik dari pesan komunikasi massa yaitu bersifat umum, maka pesan harus diketahui oleh setiap orang. Penataan pesan bergantung pada sifat media yang berbeda antara satu sama lainnya.

c) Media

Media yang dimaksud dalam proses komunikasi massa yaitu media massa yang memiliki ciri khas, mempunyai kemampuan untuk memikat perhatian khalayak secara serempak (*simultaneous*) dan serentak (*instananeous*).

d) Khalayak

Khalayak yang dituju oleh komunikasi massa adalah massa atau sejumlah besar khalayak. Karena banyaknya jumlah khalayak serta sifatnya yang anonim dan heterogen, maka sangat penting bagi media untuk memperhatikan khalayak.

e) Filter dan Regulator Komunikasi Massa

Dalam komunikasi massa pesan yang disampaikan media pada umumnya ditujukan kepada massa (khalayak) yang heterogen. Khalayak yang heterogen ini akan menerima pesan melalui media sesuai dengan latar belakang sosial, ekonomi, pendidikan, agama, usia, budaya. Oleh karena itu, pesan tersebut akan di *filter* (disaring) oleh khalayak yang menerimanya.

f) Gatekeeper (Penjaga Gawang)

Dalam proses perjalanannya sebuah pesan dari sumber media massa kepada penerimanya, gatekeeper ikut terlibat di dalamnya. Gatekeeper dapat berupa seseorang atau satu kelompok yang dilalui suatu pesan dalam perjalanannya dari sumber kepada penerima

5. Karakteristik Komunikasi Massa

Definisi yang lebih lengkap lagi, komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang diajukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonym melalui media cetak atau elektronik, sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. Adapun karakteristik dari komunikasi massa sendiri menurut Ardianto dan Erdinaya (2005: 7) dapat diuraikan masing-masing sebagai berikut:

1) Komunikator terlembagakan.

Ciri komunikasi massa yang pertama adalah komunikatornya. Komunikasi massa itu melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks.

2) Pesan bersifat umum.

Komunikasi massa itu bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu. Pesan komunikasi massa yang dikemas dalam bentuk apa pun harus memenuhi kriteria penting atau menarik bagi sebagian besar komunikannya.

3) Komunikannya anonim dan heterogen

Komunikasi pada komunikasi massa bersifat anonim dan heterogen. Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Disamping anonim, komunikan komunikasi massa adalah heterogen karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda yang dapat dikelompokkan berdasarkan usia atau jenis kelamin.

4) Media massa menimbulkan keserempakan

Kelebihan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya adalah jumlah sasaran khalayaknya atau komunikan yang dicapai relatif banyak dan tidak terbatas. Effendy (dalam Ardianto dan Erdinaya, 2005: 9) mengartikan keserempakan media massa itu adalah keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator dan antar penduduk berada dalam keadaan terpisah.

5) Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan

Karakteristik komunikasi massayang kelima ini menunjukkan bahwa pada komunikasi massa yang paling utama adalah unsur isi daripada hubungan.

Dalam komunikasi massa, pesan harus disusun sedemikian rupa berdasarkan sistem tertentu dan disesuaikan dengan karakteristik media massa yang akan digunakan.

6) Komunikasi massa bersifat satu arah

Seperti yang dikatakan sebelumnya bahwa komunikasi massa menggunakan media. Karena melalui media massa maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif menerima pesan namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog seperti halnya komunikasi antar pribadi.

7) Stimulasi alat indra terbatas

Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indera bergantung pada jenis media massa. Pada surat kabar dan majalah, pembaca hanya melihat. Pada radio siaran dan rekaman auditif, khalayak hanya dapat mendengar, sedangkan pada media televisi dan film digunakan alat indera penglihatan dan pendengaran.

8) Umpan balik tertunda

Komponen umpan balik atau yang lebih populer dengan sebutan feedback merupakan faktor penting dalam komunikasi. Seringkali efektivitas komunikasi dilihat dari feedback yang disampaikan oleh komunikannya. Karena komunikasi massa menggunakan media, maka feedback yang terjadi tidak secara langsung.

Demikian secara ringkas uraian tentang karakteristik komunikasi massa menurut ahli. Cermati pula karakteristik komunikasi massa yang dikemukakan oleh ahli yang lain.

2.3. Media Massa

1. Pengertian Media Massa

Jaman sekarang ini kita sering menggunakan jasa media massa untuk mengetahui berbagai macam informasi yang terbaru, tapi apakah itu media masa? pada kesempatan kali ini kita akan mempelajari mengenai definisi media masa dan menurut para ahli. Serta lengkap dengan jenis, karakteristik dan fungsi media massa.

Media Massa berasal dari istilah bahasa inggris. Media massa merupakan Singkatan dari *mass media of communication* atau *media of mass communication*. *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 didayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya.

Bukan hanya itu, media juga dapat menjadi sumber dominan yang dikonsumsi oleh masyarakat untuk memperoleh gambaran dan citra realitas sosial baik secara individu maupun kolektif, dimana media menyajikan nilai-nilai dan penilaian normatif yang dibaurkan dengan berita dan hiburan.

Menurut beberapa para ahli, media massa adalah sebagai berikut :Menurut Cangara (2002:145), 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.

Sedangkan menurut (Rakhmat, 2001:23) 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.

2. Karakteristik Media Massa

Selanjutnya, media massa memiliki beberapa karakteristik sebagaimana diungkapkan oleh Cangara sebagai berikut (Cangara, 2003:134):

1. Bersifat melembaga: pihak yang mengelola media terdiri atas banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan, sampai pada penyajian informasi.
2. Bersifat satu arah: komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dengan penerima. Kalau misalnya terjadi reaksi atau umpan balik maka biasanya memerlukan waktu dan tertunda.
3. Meluas dan serempak: dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak karena memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, di mana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada saat yang sama.
4. Memakai peralatan teknis atau mekanis: seperti radio, televisi, surat kabar.
5. Bersifat terbuka: pesan dapat diterima oleh siapa saja dan di mana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin, agama, dan suku bangsa. Beberapa

bentuk media massa meliputi alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi.

Media massa terdiri dari media cetak (surat kabar, majalah, dan lain-lain) dan media non cetak atau elektronik (radio, TV, internet, film). Media elektronik (film, radio, dan televisi) sendiri memiliki sejarah yang sangat berbeda dari media cetak. Sebagai produk revolusi industri dan teknologi, media elektronik muncul ketika alam demokrasi di AS sudah berkembang secara penuh dan urbanisasi sudah berlangsung lama, lengkap dengan berbagai persoalan yang dibawanya.

Karena itu media elektronik sejak awal sudah bersifat demokratis, dan sejak awal juga khalayaknya adalah masyarakat luas secara keseluruhan, bukan kalangan tertentu saja. Dahulu tidak seperti media cetak, media elektronik menuntut khalayaknya memberikan perhatian secara penuh karena apa yang disiarkannya tidak akan diulang. Kita bisa membaca tentang plato sekarang, lalu meneruskannya sepuluh tahun kemudian. Kita tidak dapat menikmati siaran radio dan televisi seperti itu, namun teknologi audio dan video kemudian mengubahnya, karena kita bisa merekam secara tertentu untuk kita nikmati pada saat kapan saja diluar pada saat acara itu disiarkan.

Teknologi sifat dasar elektronik, dan kebutuhan akan dukungan yang besar mengharuskan film, radio dan televisi memiliki khalayak luas atau massal. Program acara radio atau film pendek pun memerlukan biaya yang besar dan menuntut bermacam keahlian mulai dari penulis naskah, produser, sutradara, pemain, insinyur dan teknisi yang menangani berbagai peralatan. Untuk menutup semua biaya itu diperlukan khalayak yang besar (Rivers dkk, 2003:59).

Karakteristik atau ciri khas pada media massa pada intinya yaitu media yang ditujukan kepada khalayak umum sebagai sasarannya, hubungan antara komunikator dan konikan hanya bersifat interpersonal tidak terdapat hubungan yang timbal balik, terjadi kontak yang keserempakan dengan banyak orang yang terpisah satu sama lain, memiliki struktur organisasi yang melembaga secara jelas dan isi yang disampaikan mengenai kepentingan umum.

Namun dari kedua jenis media massa baik cetak maupun elektronik memiliki perbedaan dari sifat maupun bentuknya. Menurut Effendy (2005:145) kedua jenis media massa tersebut mempunyai perbedaan yang khas yaitu sebagai berikut:

- a. Pesan-pesan yang disiarkan media massa elektronik hanya sekilas sehingga khalayak harus selalu berada di depan pesawat, sedangkan pesan-pesan yang disiarkan melalui media cetak dapat diulang untuk dipelajari serta disimpan untuk dibaca pada setiap kesempatan.
- b. Kedua jenis media massa tersebut baik cetak maupun elektronik memiliki karakteristik masing-masing. Media cetak/surat kabar memiliki karakteristik yang berbeda dengan televisi maupun media lainnya.
Karakteristik media surat kabar
- c. Bahwa media massa pada umumnya berfungsi sebagai wadah informasi yang disampaikan dari satu sumber kesejumlah sasaran.
- d. Surat kabar mempunyai karakter tersendiri sesuai dengan surat kabar itu sendiri. Oleh Karena itu dengan surat kabar sudah jelas bahwa khalayak adalah mereka yang bias membaca. Liputannya tergantung bagaimana dan

siapa pembacanya, jadi bisa sangat heterogen bisa juga homogen. Namun paling penting ialah bahwa dampaknya tidak seketika. Ia membutuhkan waktu yang cukup lama, sementara pengulangan suatu informasi actual akan selalu mempercepat dampak yang dirasakan.

3. Jenis Media Massa

Menurut Sanaky (2011:50) beberapa jenis mediamassa yang sering digunakan yaitu:

- a) Media cetak. Media cetak adalah jenis media yang paling banyak digunakan dalam proses belajar. Jenis media ini memiliki bentuk yang sangat bervariasi, mulai dari buku, brosur, leaflet, studi guide, jurnal dan majalah ilmiah.
- b) Media pameran. Jenis media yang memiliki bentuk dua atau tiga dimensi. Informasi yang dapat dipamerkan dalam media ini, berupa benda-benda sesungguhnya (realia) atau benda reproduksi atau tiruan dari benda-benda asli. Media yang dapat diklasifikasikan kedalam jenis media pameran yaitu poster, grafis, realia dan model. Realia yaitu benda nyata yang dapat dihadirkan diruang kuliah untuk keperluan proses pembelajaran. Pengajar dapat menggunakan realia untuk menjelaskan konsep bentuk dan mekanisme kerja suatu sistem misalnya peralatan laboratorium. Model yaitu benda tiruan yang digunakan untuk mempresentasikan realitas. Model mesin atau benda tertentu dapat digunakan untuk menggantikan mesin riil.

- c) Media yang diproyeksikan. Media yang diproyeksikan juga memiliki bentuk fisik yang bervariasi, yaitu overhead transparansi, slide suara dan film strip.
- d) Media *Online*. Media online (*online media*) adalah media atau saluran komunikasi yang tersaji secara online di situs *web (website)* internet. Semua jenis kanal (*channel*) komunikasi yang ada di internet atau hanya bisa diakses dengan koneksi internet disebut media online.
- e) Rekaman audio. Rekaman audio adalah jenis medium yang sangat tepat untuk digunakan dalam pembelajaran bahasa asing, al-quran dan latihan-latihan yang bersifat verbal
- f) Video dan VCD. Video dan vcd dapat digunakan sebagai media untuk mempelajari obyek dan mekanisme kerja dalam mata kuliah tertentu. Gambar bergerak yang disertai dengan unsur suara dapat ditayangkan melalui media video dan vcd.
- g) Komputer, Sebagai media pembelajaran, komputer memiliki kemampuan yang sangat luar biasa dan komputer mampu membuat proses belajar mengajar menjadi interaktif.

4. Media Elektronik

Media elektronik adalah informasi atau data yang dibuat, disebarkan, dan diakses dengan menggunakan suatu bentuk elektronik, energi elektromekanikal, atau alat lain yang digunakan dalam komunikasi elektronik. Yang termasuk ke dalam media elektronik antara lain : televisi, radio, komputer, handphone, dan alat lain yang mengirim dan menerima informasi dengan menggunakan elektronik

(Surya, 2012). Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), media elektronik adalah sarana media massa yang menggunakan alat-alat elektronik modern, seperti radio, televisi, komputer, handphone (Alwi, 2007).

Beberapa jenis media elektronik yang banyak digunakan di Indonesia, antara lain (Alwi, 2007) sebagai berikut :

- a) Televisi. TV atau televisi berasal dari bahasa Yunani yaitu *tele* yang berarti jauh dan bahasa Latin yaitu *visio* yang berarti penglihatan. Jadi, TV bisa diartikan sebagai suatu alat komunikasi jarak jauh yang menggunakan media visual atau penglihatan.
- b) Radio. Radio adalah transmisi sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik baik lewat udara atau ruangan hampa udara
- c) Telepon seluler atau *handphone*. Telepon seluler atau handphone adalah alat komunikasi modern tanpa kabel atau wireless sehingga mudah dibawa kemana-mana. Fungsinya hampir sama dengan telepon konvensional yang ada di rumah, hanya saja telepon seluler bisa digunakan untuk mengirim dan menerima pesan singkat melalui layanan *short messaging service*(SMS). Beberapa jenis telepon seluler ada yang disertai berbagai fitur lain seperti *bluetooth*, kabel data, dan internet yang semakin memudahkan pertukaran informasi.
- d) Komputer/laptop. Komputer berasal dari kata *computare* yang berarti menghitung. Komputer adalah mesin yang dapat memanipulasi, menyimpan, dan mengolah data sesuai dengan prosedur dan instruksi yang diberikan. Komputer dan laptop sebenarnya sama dari segi fungsi hanya

saja laptop terkesan lebih canggih dan praktis, karena sifatnya yang *mobile* dan harganya yang lebih mahal.

- e) *Smartphone* dan *tablet computer*. *Smartphone* memiliki fungsi dasar yang sama seperti telepon seluler biasa, yaitu sebagai alat komunikasi dengan fitur telepon dan pesan singkat, hanya saja *smartphone* atau telepon pintar ini lebih canggih karena adanya fitur-fitur tambahan yang tidak dimiliki telepon seluler biasa. Sedangkan *tablet computer* adalah komputer portabel lengkap yang bersifat *mobile* dengan layar sentuh sebagai piranti input yang menggunakan *stylus*, *pena digital*, atau ujung jari, tidak seperti komputer biasa yang menggunakan *keyboard* atau *mouse*.

2.4. Teori Framing

1. Pengertian Teori Framing

Menurut Sobur (2006:162), Konsep framing telah digunakan secara luas dalam literatur ilmu komunikasi untuk menggambarkan proses penSeleksian dan penyorotan aspek-aspek khusus sebuah realita oleh media. Dalam ranah studi komunikasi, analisis framing mewakili tradisi yang mengedepankan pendekatan atau perspektif multidisipliner untuk menganalisis fenomena atau aktivitas komunikasi. Analisis framing digunakan untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksikan fakta. Analisis ini mencermati strategi seleksi, penonjolan, dan tautan fakta ke dalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti atau lebih diingat, untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai perpektifnya.

Ada beberapa definisi framing dalam Eriyanto (2010:67-68). Definisi tersebut dapat diringkas dan yang disampaikan oleh beberapa ahli. Meskipun berbeda dalam penekanannya dan pengertian. Masih ada titik singgung utama dari definisi tersebut, yaitu antara lain:

1. Menurut Robert Etman Proses seleksi di berbagai aspek realitas sehingga aspek tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol dibandingkan aspek lainnya. Ia juga menyatakan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga tertentu mendapatkan alokasi lebih besar daripada sisi lainnya.
2. Menurut Todd Gitlin Strategi bagaimana realitas atau dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak. Peristiwa-peristiwa ditampilkan dalam pemberitaan agar tampak menonjol dan menarik perhatian khalayak pembaca. Itu dilakukan dengan seleksi, pengulangan, penekanan dan presentasi aspek tertentu dari realitas.
3. Menurut David Snow dan Robert Benford Pemberian makna untuk ditafsirkan peristiwa dari kondisi yang relevan. *Frame* mengorganisasikan system kepercayaan dan diwujudkan dalam kata kunci tertentu, seperti anak kalimat, citra tertentu, sumber informasi dan kalimat tertentu.
4. Menurut Zhongdan dan Pan Konsicki Sebagai konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa dihubungkan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita.

Menurut Sobur (2006:167), Proses pembentukan dan konstruksi realita tersebut hasil akhirnya ada bagian-bagian tertentu yang ditonjolkan dan ada

bagian-bagian yang lain disamarkan atau bahkan dihilangkan. Aspek yang tidak ditonjolkan kemudian akan terlupakan oleh khalayak karena khalayak digiring pada satu realitas yang ditonjolkan oleh media tersebut. Framing adalah sebuah cara bagaimana peristiwa disajikan oleh media. Di tambah pula dengan berbagai kepentingan, maka konstruksi realitas politik sangat ditentukan oleh siapa yang memiliki kepentingan dengan berita tersebut.

Menurut Sobur (2006:168), Secara selektif media menyaring berita, artikel, atau tulisan yang akan disiarkannya. Seperti menyunting bahkan wartawan sendiri memilih mana berita yang disajikan dan mana yang disembunyikan. Dengan demikian media mempunyai kemampuan untuk menstruktur dunia dengan memilah berita tertentu dan mengabaikan yang lain. Media membentuk citra seperti apa yang disajikan oleh media dengan cara menyediakan ruang atau waktu untuk sebuah realitas dengan ruang dan waktu secara tertentu. Ada dua aspek dalam framing, yaitu:

- 1) Memiliki fakta atau realitas

Proses pemilihan fakta adalah berdasarkan asumsi dari wartawan akan memilih bagian mana dari realitas yang akan diberitakan dan bagian mana yang akan dibuang. Setelah itu wartawan akan memilih angle dan fakta tertentu untuk menentukan aspek tertentu akan menghasilkan berita yang berbeda dengan media yang menekankan aspek yang lain.

- 2) Menuliskan fakta

Proses ini berhubungan dengan penyajian fakta yang akan dipilih kepada khalayak. Cara penyajian itu meliputi pemilihan kata, kalimat, preposisi, gambar dan foto pendukung yang akan ditampilkan. Tahap menuliskan fakta itu berhubungan dengan penonjolan realitas. Aspek tertentu yang ingin ditonjolkan akan mendapatkan alokasi dan perhatian yang lebih besar untuk diperhatikan dan mempengaruhi khalayak dalam memahami suatu realitas.

kata kunci dari analisis framing adalah seleksi isu, pola penonjolan dan menulis berita. Analisis framing berpusat pada produksi berita oleh media. Penonjolan merupakan sebuah produk interaksi antara teks dan penerima, maka kehadiran *frame* dalam teks tidak menjamin pengaruhnya terhadap pemikiran khalayak (Entman, 1993 dalam Siahaan, 2001:78-79).

Menurut Bungin (2008:195), analisis framing merupakan versi terbaru dari pendekatan analisis wacana, khususnya untuk menganalisis teks media. Gagasan mengenai framing, pertama kali dilontarkan oleh Beterson pada tahun 1955. Pada mulanya *frame* dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan, dan wacana, serta menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Namun kemudian, pengertian framing berkembang yaitu ditafsirkan untuk menggambarkan proses penyeleksian dan penyorotan aspek-aspek khusus sebuah realita oleh media.

Dalam perspektif studi komunikasi, analisis framing dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksi fakta. Dengan kata lain, framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau

cara pandang orang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isudan menulis berita. Oleh karenaitu, berita menjadi manipulative dan bertujuan mendominasi keberadaan subjek sebagai sesuatu yang legitimate, objektif, alamiah, wajar dan tak terelakkan, (Nurhadi, 2015:80).

Pada dasarnya framing adalah metode untuk melihat cara media bercerita atas suatu realitas. ada dua esensi utama dari framing tersebut. Pertama, bagaimana peristiwa dimaknai. Ini berhubungan dengan bagian mana yang diliput dan mana yang tidak diliput. Kedua, bagaimana fakta itu ditulis. Aspek ini berhubungan dengan pemakaian kata, kalimat, dan gambar untuk mendukung gagasan. Dalam analisis framing juga yang menjadi pusat perhatian adalah pembentukan pesan dari teks. Terutama, melihat bagaimana pesan/peristiwa dikonstruksi oleh media. Bagaimana wartawan mengkonstruksi peristiwa dan menyajikannya kepada khalayak pembaca, (Eriyanto, 2002:11).

2. Model Analisis Framing Robert N. Entman

Konsep framing oleh Entman, digunakan untuk menggambarkan proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media. Framing memberi tekanan lebih pada bagaimana teks komunikasi ditampilkan dan bagian mana yang ditonjolkan atau dianggap penting oleh pembuat teks. Kata penonjolan itu sendiri dapat didefinisikan membuat informasi lebih terlihat jelas, lebih bermakna, atau lebih mudah diingat oleh khalayak. Bentuk penonjolan tersebut bisa beragam menempatkan satu aspek informasi lebih menonjol dibandingkan yang lain, lebih mencolok, melakukan pengulangan informasi yang dipandang penting atau dihubungkan dengan aspek budaya yang akrab di benak khalayak. Karena

kemenonjolan adalah produk interaksi antara teks dan penerima, kehadiran *frame* dalam teks bisajadi tidak seperti yang dideteksi oleh peneliti, khalayak sangat mungkin mempunyai pandangan apa yang dia pikirkan atas suatu teks dan bagaimana teks berita tersebut dikonstruksi dalam pikiran khalayak, (Eriyanto, 2002:186).

Dalam praktiknya, framing dijalankan oleh media dengan menseleksi isu tertentu dan mengabaikan isu yang lain dan menonjolkan aspek dari isu tersebut dengan menggunakan berbagai strategi wacana penempatan yang mencolok (menempatkan di *headline* depan atau bagian belakang), pengulangan, pemakaian grafis untuk mendukung dan memperkuat penonjolan, pemakaian label tertentu ketika menggambarkan orang atau peristiwa yang diberitakan, asosiasi terhadap simbol budaya, generalisasi, simplifikasi dan lain-lain. Semua aspek itu dipakai untuk membuat dimensi tertentu dari konstruksi berita menjadi bermakna dan diingat oleh khalayak. Framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh para wartawan ketika menseleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, dan hendak dibawa kemana berita tersebut, (Nurhadi, 2015:91).

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah suatu cara untuk memecahkan masalah ataupun cara mengembangkan ilmu pengetahuan dengan menggunakan metode ilmiah. Secara lebih luas lagi dijelaskan bahwa metode penelitian adalah cara-cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid, dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis framing model Robert N. Entman. Analisis framing digunakan untuk mengkaji pembingkaihan realitas (peristiwa, individu, kelompok, dan lainnya) yang dilakukan oleh media massa. Pembingkaihan tersebut merupakan proses konstruksi, yang berarti realitas dimaknai dan direkonstruksi dengan cara dan makna tertentu.

Metode penelitian adalah langkah yang dimiliki dan dilakukan oleh peneliti dalam rangka untuk mengumpulkan informasi atau data serta melakukan investigasi pada data yang telah didapatkan tersebut. Metode penelitian memberikan gambaran rancangan penelitian yang meliputi antara lain: prosedur dan langkah-langkah yang harus ditempuh, waktu penelitian, sumber data, dan

dengan langkah apa data-data tersebut diperoleh dan selanjutnya diolah dan dianalisis

Robert Entman merupakan seorang ahli yang meletakkan dasar–dasar bagi analisis framing untuk studi isi media (Eriyanto, 2002: 219). Konsep Entman menjadi menarik untuk digunakan dalam meneliti kasus reuni akbar 212. Melalui konsep framing yang digunakan untuk menggambarkan proses seleksi sudah menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media, dapat menghasilkan penelitian yang memberi gambaran mengenai isu dan aspek apa yang ditonjolkan oleh kedua media terkait kasus tersebut. Hal tersebut disebabkan framing dapat dipandang sebagai penempatan informasi–informasi dalam konteks yang khas sehingga isu tertentu mendapatkan alokasi lebih besar dari pada isu yang lain (Eriyanto, 2002: 220).

Penonjolan sendiri dimaknai sebagai proses membuat informasi menjadi lebih bermakna, lebih menarik, berarti, atau lebih diingat oleh khalayak. Lebih jelas dipaparkan oleh Eriyanto (2002: 222). Mengenai framing melalui dua proses yakni seleksi isu, aspek ini berhubungan dengan pemilihan fakta. Dari realitas yang kompleks dan beragam, aspek manayang diseleksi untuk ditampilkan. Dari proses ini selalu terkandung didalamnya ada bagian berita yang dimasukkan (*included*), tetapi ada juga berita yang dikeluarkan (*excluded*). Tidak semua aspek atau bagian dari isu ditampilkan, tim redaksi memilih aspek tertentu dari suatu isu. Penonjolan aspek, proses ini berhubungan dengan penulisan fakta. Ketika aspek tertentu dari suatu peristiwa/isu tersebut telah dipilih, bagaimana aspek tersebut ditulis. Hal ini sangat berkaitan pemakaian kata, kalimat, gambar, dan citra tertentu

untuk ditampilkan kepada khalayak. Dalam konsepsi Entman, framing pada dasarnya merujuk pada pemberian definisi, penjelasan, evaluasi, dan rekomendasi dalam suatu wacana untuk menekankan kerangka berpikir tertentu terhadap peristiwa yang diwacanakan. Konsep tersebut dijelaskan melalui tabel berikut :

Tabel 3.1.

Konsep Framing Robert N. Entman

<p><i>Define Problems</i>(Pendefinisian Masalah)</p>	<p>Bagaimana suatu peristiwa/isu dilihat? Sebagai apa? Atau sebagai masalah apa?</p>
<p><i>Diagnose Causes</i>(Memperkirakan masalah atau sumber masalah)</p>	<p>Peristiwa itu dilihat disebabkan oleh apa? Apa yang dianggap sebagai penyebab dari suatu masalah? Siapa (aktor) yang dianggap sebagai penyebab masalah?</p>
<p><i>Make Moral Judgement</i>(Membuat keputusan moral)</p>	<p>Nilai moral apa yang disajikan untuk menjelaskan masalah? Nilai moral apa yang dipakai untuk mendelegitimasi suatu tindakan?</p>
<p><i>Treatment Recommendation</i>(Menekankan penyelesaian)</p>	<p>Penyelesaian apa yang ditawarkan untuk mengatasi masalah/isu? Jalan apa yang ditawarkan dan harus ditempuh untuk mengatasi masalah?</p>

(Sumber: Eriyanto, 2002: 223-224)

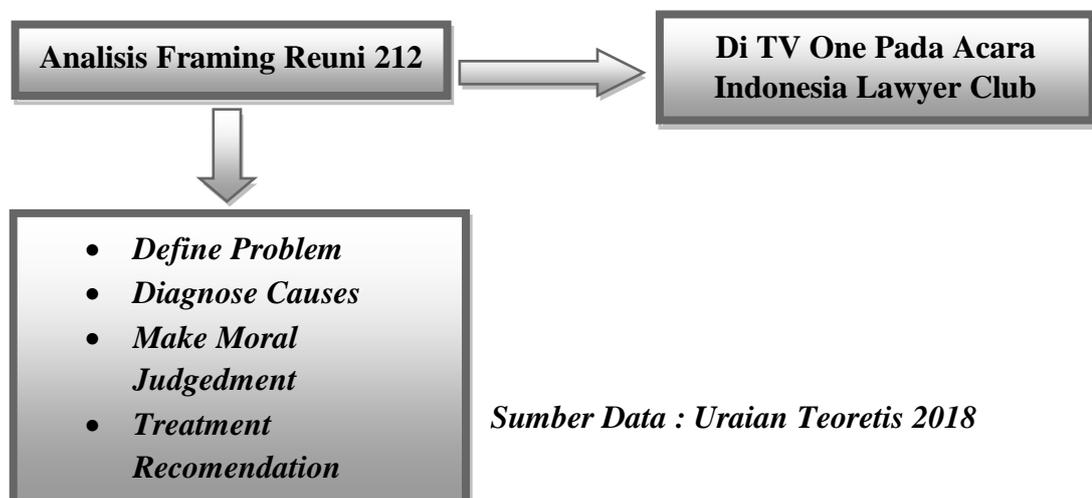
3.2. Kerangka Konsep

Seorang peneliti harus menguasai teori-teori ilmiah sebagai dasar dari argumentasi dalam menyusun kerangka konsep atau kerangka pemikiran yang membuahkan hipotesis. Kerangka konsep atau kerangka pemikiran ini merupakan penjelasan sementara terhadap kriteria utama agar suatu kerangka konsep bisa meyakinkan sesama alur-alur pemikiran yang logis dalam membangun suatu kerangka berfikir yang membuahkan kesimpulan atau hipotesis, Sugiyono (2010:60).

Kerangka konsep adalah sebuah kerangka berfikir yang dijadikan sebagai landasan dalam momentum perspektif penelitian. Kerangka konsep merupakan hasil pemikiran yang bersifat kritis dalam memperkirakan kemungkinan hasil penelitian yang akan dicapai. Kerangka konsep disusun sebagai perkiraan teoretis dan yang akan dicapai setelah analisa secara kritis berdasarkan persepsi yang dimiliki, (Nawawi 2005: 43). Adapun kerangka konsep dalam penelitian ini yaitu menggambarkan melalui bagan sebagai berikut:

Gambar 3.1.

Kerangka Konsep



Sumber Data : Uraian Teoretis 2018

3.3. Definisi Konsep

Adapun definisi konsep pada kerangka konsep diatas antara lain sebagai berikut :

- a) *Define problems* adalah elemen yang pertama kali kita lihat mengenai framing. Elemen ini merupakan master *frame*/bingkai yang paling utama. Menekankan bagaimana peristiwa dipahami oleh wartawan. Ketika ada masalah atau peristiwa, bagaimana peristiwa/isu tersebut dipahami. Peristiwa yang sama dapat dipahami secara berbeda. Kemudian bingkai yang berbeda ini akan menyebabkan realitas bentukan yang berbeda (Sumber: Eriyanto, 2002: 223-224).
- b) *Diagnose causes* merupakan elemen framing untuk membingkai siapayang dianggap sebagai aktor dari suatu peristiwa. Penyebab disini bisa berarti apa(what), tetapi juga bisa berarti siapa(who). Bagaimana peristiwa dipahami, tentu saja menentukan apa dan siapa yang dianggap sebagai sumber masalah. Karena itu, masalah yang dipahami secara berbeda, penyebab masalah secara tidak langsung juga akan dipahami secara berbeda.
- c) *Moral judgement*, elemen framing yang dipakai untuk membenarkan/memberi argumentasi pada pendefinisian masalah yang sudah dibuat. Ketika masalah sudah didefinisikan, penyebab masalah sudah ditentukan, dibutuhkan sebuah argumentasi yang kuat untuk mendukung gagasan tersebut. Gagasan yang dikutip berhubungan dengan sesuatu yang familiar dan dikenal oleh khalayak.

- d) *Treatment recommendation* elemen ini dipakai untuk menilai apa yang dikehendaki oleh wartawan. Jalan apa yang dipilih untuk menyelesaikan masalah. Penyelesaian sangat tergantung pada bagaimana peristiwa itu dilihat dan siapa yang di pandang sebagai penyebab masalah

3.4. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah variabel atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian, sedangkan subjek penelitian merupakan tempat dimana variabel melekat. Objek penelitian penulis adalah siaran televisi reuni 212 di TV One pada acara Indonesia Lawyer Club.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam suatu penelitian, langkah pengumpulan data adalah satu tahap yang sangat menentukan terhadap proses dan hasil penelitian yang akan dilaksanakan tersebut. Kesalahan dalam melaksanakan pengumpulan data dalam satu penelitian, akan berakibat langsung terhadap proses dan hasil suatu penelitian. Teknik pengumpulan data pada penelitian analisis framing ini adalah studi pustaka, yaitu mencari dengan cara penelusuran terhadap literatur untuk mencari data mengenai teori-teori seperti framing, media, komunikasi massa yang dapat mendukung penelitian ini.

3.6. Teknik Analisis Data

Menurut Kriyantono (2006:124), Analisis framing adalah salah satu metode analisis media. Secara sederhana, Framing adalah membingkai sebuah peristiwa, atau dengan kata lain framing digunakan untuk mengetahui bagaimana

perspektif atau cara pandang yang digunakan wartawan atau media massa ketika menyeleksi isu dan menulis berita.

Framing merupakan metode penyajian realitas di mana kebenaran tentang suatu kejadian tidak diingkari secara total, melainkan dibelokkan secara halus, dengan memberikan penonjolan pada aspek tertentu. Penonjolan aspek-aspek tertentu dari isu berkaitan dengan penulisan fakta. Ketika aspek tertentu dari suatu peristiwa dipilih, bagaimana aspek tersebut ditulis. Hal ini sangat berkaitan dengan pemakaian diksi atau kata, kalimat, gambar atau foto, dan citra tertentu untuk ditampilkan kepada khalayak.

Analisis framing digunakan untuk mengkaji pembingkai realitas (peristiwa, individu, kelompok, dan lainnya) yang dilakukan oleh media massa. Pembingkai tersebut merupakan proses konstruksi, yang berarti realitas dimaknai dan direkonstruksi dengan cara dan makna tertentu. Akibatnya, hanya bagian tertentu saja yang lebih bermakna, lebih diperhatikan, dianggap penting, dan lebih mengenal dalam pikiran khalayak. Dalam praktik, analisis framing banyak digunakan untuk melihat *frame* surat kabar, sehingga dapat dilihat bahwa masing-masing surat kabar sebenarnya memiliki kebijakan politis tersendiri.

Menurut Eriyanto (2010:10), Analisis framing adalah analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas. Analisis ini juga digunakan untuk melihat bagaimana peristiwa dipahami dan dibingkai oleh media. Ada dua esensi framing utama, yakni bagaimana peristiwa dimaknai dan bagaimana fakta ditulis.

Analisis framing merupakan metode analisis teks sebagaimana analisis isi kuantitatif, namun keduanya mempunyai perbedaan karakteristik. Dalam analisis isi kuantitatif yang ditekankan adalah isi dari suatu pesan/teks komunikasi. Sementara pusat perhatian analisis framing adalah pembentukan pesan/makna dari teks. Framing melihat bagaimana teks/pesan dikonstruksi oleh wartawan dan media serta bagaimana menyajikannya kepada khalayak.

Frame merupakan suatu ide yang dihubungkan dengan elemen yang berbeda dalam teks berita kutipan sumber, latar informasi, pemakaian kata atau kalimat tertentu kedalam teks secara keseluruhan. *Frame* berhubungan dengan makna. Bagaimana seseorang memaknai suatu peristiwa, dapat dilihat dari perangkat tanda yang dimunculkan dalam teks.

- a) Struktur sintaksis bisa diamati dari bagan berita. Sintaksis berhubungan dengan bagaimana wartawan menyusun peristiwa pernyataan, opini, kutipan, pengamatan atas peristiwa ke dalam bentuk susunan kisah berita. Dengan demikian struktur sintaksis dapat diamati dari bagan berita (headline) yang dipilih, lead yang dipakai, latar informasi yang dijadikan sandaran, sumber yang dikutip dan sebagainya).
- b) Struktur skrip melihat bagaimana strategi bercerita. Struktur ini melihat gaya bertutur yang dipakai wartawan dalam mengemas peristiwa.
- c) Struktur tematik berhubungan dengan cara wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa kedalam proposisi, kalimat, atau hubungan antar kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. Struktur ini

akan melihat bagaimana pemahaman itu diwujudkan ke dalam bentuk yang lebih kecil.

- d) Sedangkan struktur retorik berhubungan dengan cara wartawan menekankan arti tertentu. Dengan kata lain, struktur retorik melihat pemakaian pilihan kata, idiom, grafik, gambar yang digunakan untuk memberi penekanan pada arti tertentu (Sobur 2002:176).

Hasil temuan penelitian nantinya akan dikumpulkan dan ditafsir dengan model framing Robert N. Entman. Hasil temuan juga akan dianalisis dengan menggunakan paradigma konstruktivisme untuk melihat bagaimana pembingkaiannya reuni aksi 212 di Tugu Monas pada acara *talk show* Indonesia Lawyer Club. Peneliti memilih perangkat framing Entman dalam penelitian ini dengan argumen perangkat *frame* Entman mampu membantu peneliti dalam mendefinisikan masalah makna reuni 212. Selanjutnya, perangkat ini akan membantu peneliti dalam mencari tahu keputusan moral yang diangkat oleh media. Kemudian pada tahap akhir, perangkat framing Entman ini akan membantu peneliti dalam mencari tahu rekomendasi seperti apa yang dikemukakan oleh media dalam upaya penyelesaian masalah

TABEL 3.2
KERANGKA FRAMING MODEL ROBERT N, ENTMAN

STRUKTUR	PERANGKAT FRAMING	UNIT YANG DI AMATI
SINTAKSIS Cara wartawan menyusun fakta	1. Skema berita	<i>Headline, lead, latar</i> informasi, kutipan, sumber, pernyataan, penutup
SKRIP Cara wartawan mengisahkan fakta	2. Kelengkapan berita	5W+1H
TEMATIK Cara wartawan menulis fakta	3. Detail 4. Maksud kalimat, hubungan 5. Nominalisasi antarkalimat 6. Koherensi 7. Bentuk kalimat 8. Kata ganti	Paragraf, proporsi,
RETORIS Cara wartawan menekankan fakta	9. Leksikon 10. Grafis 11. Metafor 12. Pengandaian	Kata, idiom, gambar/foto, grafik

Sumber : Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, 2015, hlm. 176

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Penyajian Data

1. Deskripsi Objek Penelitian



Indonesia Lawyers Club (disingkat *ILC*; sebelumnya bernama *Jakarta Lawyers Club*) adalah acara talkshow yang disiarkan di tvOne. Acara ini menampilkan dialog mengenai masalah hukum dan kriminalitas selama 210 menit dan dipandu oleh Karni Ilyas. Acara ini disiarkan setiap hari Selasa pukul 20:00 WIB.

2. Kasus Dugaan Penistaan Agama Oleh Ahok

Kasus ini bermula ketika Ahok berkunjung ke Kabupaten Adm. KepulauanSeribu pada bulan September 2016. Kunjungan tersebut dalam rangkaProgram Kerjasama Pemprov DKI dengan Sekolah Tinggi Perikanan(STP) untuk budi daya perairan. Di dalam video yang diunggah oleh Publikasi dan Dokumentasi, Dinas Komunikasi Informasi dan Kehumasan, Pemprov DKI Jakarta, dalam pidatonya Ahok mengatakan dibohongi pakai surat Al-Maidah ayat 51.Berikut potongan *script* pada menit ke23.40sampai 24.57dari video tersebut :

“Jadi bapak ibu gak usah khawatir, ini pemilihan kan dimajuin ,jadi kalau saya tidak terpilih pun, bapak ibu saya berhentinya Oktober 2017. Jadi kalau program ini kita jalankan dengan baik pun, bapak ibu masih sempat panen sama saya, sekalipun saya tidak terpilih jadi Gubernur. Jadi saya ingin,ceritanya bapak/ibu semangat. Jadi, gak usah kepikiran ah nanti kalau gak terpilih, pasti Ahok programnya bubar. Enggak, saya sampai oktober 2017”“*Jadi jangan percaya sama orang, kan bisa aja dalam hati kecil bapak ibu, nggak bisa milih saya,ya kan. dibohongi pakai surat Al Maidah 51macam–macam itu. Itu hak bapak ibu, ya, jadi kalau bapak ibu perasaangka bisa milih nih karena saya takut masuk neraka, dibodohin gitu ya, nggak papa.Karena kan panggilan pribadi bapak ibu. Program ini jalan saja, jadi bapak ibu nggak usah merasa enggak enak. Dalam nuraninya nggak bisa pilih Ahok, nggak suka sama Ahok, tapi programnya gua kalau terima, gua nggak enak dong sama dia, gua hutang budi.*

Jangan, kalau bapak ibu punya perasaan nggak enak nanti mati pelan-pelan lo kena struk.”

Kemudian video tersebut diunggah kembali oleh Buni Yani pada tanggal 5 Oktober 2016. Video tersebut viral di sosial media seperti berita yang diterbitkan oleh republika.co.id dengan judul “*Video Ahok: Anda Dibohongi Al-Quran Surat Al-Maidah 51 Viral di Medsos*”, pada hari Kamis, 6 Oktober 2016, pukul 14:17 WIB oleh penulis Agung Sasongko. Setelah informasi ini menjadi konsumsi bagi khalayak karena diangkat oleh berbagai media, hingga hari ini pemberitaan pun terus bergulir. Baik mengangkat isu penistaan agama, hingga terjadinya aksi massa yang cukup besar pada tanggal 28 Oktober 2016, 4 November 2016, 2 Desember 2016, hingga penetapan Ahok menjadi tersangka oleh Kapolri seperti berita yang diterbitkan pada Rabu, 16 November 2016, pukul 10:12 WIB oleh Metrotvnews.com “Ahok Jadi Tersangka”. Diprediksi masih akan terus bergulir hingga kasus dugaan penistaan agama selesai di pengadilan.

3. Reuni 212

Aksi 2 Desember atau yang disebut juga Aksi 212 dan Aksi Bela Islam III terjadi pada 2 Desember 2016 di Jakarta, Indonesia di mana sedikitnya ribuan massa kembali menuntut Gubernur DKI Jakarta nonaktif, Basuki Tjahaja Purnama (Ahok), yang telah ditetapkan sebagai tersangka dalam kasus dugaan penistaan agama. Aksi ini juga dikenal dengan sebutan Aksi Damai 2 Desember. Aksi tersebut merupakan peristiwa penuntutan kedua terhadap Ahok pada tahun 2016 setelah unjuk rasa sebelumnya terjadi pada 4 November. Pada awalnya, aksi tersebut rencana diadakan pada 25 November, namun kemudian disepakati

diadakan pada tanggal 2 Desember 2016. Aksi ini dilaksanakan di halaman Monumen Nasional, Jakarta. Jumlah peserta hadir berkisar antara 200 ribu (klaim polisi) hingga jutaan (klaim penyelenggara)

Dari bukti - bukti video yang tersebar di berbagai sosial media dan situs berbagi video melalui tangkapan kamera drone, dapat terlihat bahwa jumlah massa meluas hingga mamadati area Bundaran Hotel Indonesia (HI). Dalam aksi ini, sejumlah kegiatan yang dilaksanakan adalah berdoa dan melakukan salat Jumat bersama. Presiden Joko Widodo hadir dalam acara ini dan disambut hangat oleh para peserta aksi.

4.2. Pembahasan

Pada pembahasan peelitian ini, penulis akan membahas siaran televisi TV One pada acara Indonesia Lawyer Club (ILC) yang ditayangkan pada hari selasa, 05 desember 2017. Adapun model framing Robertn N. Entment yang dipakai oleh penulis, akan dijabarkan pada tabel berikut ini :

Tabel 4.1.

Analisis Framing Robert N. Entment

No	Teori Model Robert N. Entment	Analisis Framing
1.	<i>Define Problems</i> (Pendefinisian Masalah)	Pada reuni 212 yang ditayangkan oleh Indonesia <i>Lawyer Club</i> (ILC) pendefinisian masalah yang dapat ditarik oleh penulis adalah aksi reuni 212 yang masih dipertanyakan apa tujuannya.

		Dikarenakan aksi 212 tersebut telah menemukan titik terang. Yakni ditangkapnya Basuk Chahja Purnama (Ahok) menjadi tersangka dari dugaan kasus penistaan surat AL-Maidah ayat 51
2	<i>Diagnose Causes</i> (Memperkirakan masalah atau sumbermasalah)	Pada <i>talk show</i> Indonesia <i>Lawyer Club</i> , perdebatan timbul dikarenakan menurut narasumber Dedy Siregar pada acara Indonesia <i>Lawyer Club</i> (ILC) reuni 212 sara dengan gerakan politik. Hal ini dikarenakan banyaknya tokoh politik yang hadir mengikuti reuni 212 tersebut serta dianggap mubazir, dikarenakan transaksi dana untuk perhelatan tersebut digadang-gadang mencapai Rp.4 miliar.
3	<i>Make Moral Judgement</i> (Membuat keputusan moral)	Menurut Fadli Zon, Wakil Ketua DPR RI yang juga menjadi narasumber di acara <i>talk show</i> Indonesia <i>Lawyer Club</i> (ILC), reuni

		<p>212 dilihat dari substansi-substansi apakah tergolong dalam gerakan politik, moral ataupun sosial. Moral yang dapat diambil dari adanya reuni 212 tersebut yakni bagaimana seluruh umat Islam dapat berkumpul menjadi satu kesatuan membuat satu acara besar yang begitu damai tanpa ada keributan atau ada pihak-pihak yang merusak acara tersebut. Bersama-sama datang berbondong-bondong hanya bermodalkan satu fikiran yang sama terkait isu penistaan agama sertamembawa bekal masing-masing bahkan memberikan makanan kepada orang lain, membuang dan mengutip sampahnya dengan tertib. Kemudian tidak menginjak rumput sebagai bentuk cara menghargai tanaman dan agar tidak merusak keindahan tugu Monas.</p>
--	--	--

4	<p style="text-align: center;"><i>Treatment</i></p> <p style="text-align: center;"><i>Recommendation</i>(Menekankan penyelesaian)</p>	<p>Pada tahap ini, seperti yang diungkapkan oleh KH. M. Al Khathah sebagai sekretaris reuni akbar 212, reuni 212 adalah sebuah acara reuni dan tasyakuran sebagai bentuk rasa syukur bahwa pada 02 desember 2016, pernah berkumpul seluruh umat Islam se Indonesia berkumpul menjadi satu dalam satu suara, satu kesatuan, satu pemikiran tanpa adanya kekerasan seperti perlawanan tanpa kekerasan terkait isu atau kasus penistaan agama oleh Ahok terhadap surat Al-Maidah ayat 51. Seluruh umat Islam bersatu menjadi satu demi kejayaan NKRI. Kemudian reuni 212 juga sebagai perlehatan acara Maulid Nabi SAW.</p>
---	---	--

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dari hasil analisis framing Robert N. Entman dengan 4 perangkat *framing* acara *talk show* Indonesia *Lawyer Club* (ILC), maka penulis menarik kesimpulan yakni sebagai berikut :

Reuni 212 yang diadakan di Tugu Monas pada tanggal 02 Desember 2017 menimbulkan banyak perdebatan. Perdebatan timbul dikarenakan adanya pro dan kontra terkait perlu tidaknya diadakan Reuni 212 tersebut. Indonesia *Lawyer Club* mengupas perdebatan tersebut agar menemukan solusi jawaban. Reuni 212 sudah direncanakan secara terorganisasi jauh sebelum diadakannya kegiatan tersebut. Tujuan diadakannya reuni 212 ini adalah mengumpulkan kembali masyarakat yang mengikuti aksi 212 sebagai bentuk aksi propaganda positif yang dilaksanakan masyarakat umat Islam bahwa ini adalah sebuah kebenaran dan menimbulkan rasa kepercayaan yang begitu besar. Masyarakat yang berkumpul adalah masyarakat yang memiliki pandangan yang sama terkait isu penistaan agama oleh Basuki Chahja Purnama (Ahok) menjadi satu kesatuan demi kejayaan NKRI.

Perdebatan pro dan kontra muncul dikarenakan Reuni 212 tidak perlu diadakan karena keinginan masyarakat muslim pada kasus Ahok sudah tercapai. Isu yang berkembang untuk mengadakan kegiatan tersebut, maka panitia mengunpulkan dana sebanyak 4 miliar rupiah. Tentunya ini tidaklah dana yang

sedikit untuk sebuah kegiatan reuni yang maksud dan tujuannya jelas tercapai. Alangkah baiknya jika dana tersebut dialokasikan untuk kegiatan yang lebih penting seperti untuk korban bencana alam dan sejenisnya. Kemudian, Reuni 212 juga dianggap sebagai sebuah pergerakan politik, hal ini dikarenakan banyaknya anggota politik yang ikut hadir dan diisukan berperan serta dalam pendanaan kegiatan Reuni 212 tersebut.

Dalam hal ini, yang terjadi adalah politik identitas dimana berpusat pada politisasi identitas bersama atau perasaan “kekitaan” yang menjadi basis utama perekat kolektivitas kelompok. Pada Reuni 212, reuni dibentuk oleh panitia penyelenggara sebagai bentuk rasa syukur kepada Allah SWT karena kasus penistaan agama yang mengaitkan Gubernur DKI Jakarta Basuki Chahja Purnama (Ahok) telah menemui titik terang serta sebagai bentuk rasa persatuan dan tasyakuran atas bersatu dan bertemunya masyarakat muslim tanpa adanya kelompok-kelompok tertentu yang mengganggu dan juga sebagai bentuk menjaga momentum aksi 212 Desember 2016.

5.2. Saran

Adapun saran yang di sampaikan penulis adalah sebagai masukan demi pihak-pihak terkait dan sebagai syarat dari penulisan skripsi penulis, yakni Bagi Pembaca Peneliti menyarankan kepada pembaca untuk lebih kritis dan berfikir positif terhadap suatu gerakan yang dilakukan oleh pihak-pihak tertentu. Peneliti berharap masyarakat memanfaatkan pemahaman *literacy media* sebagai filter dalam menggunakan media agar dapat berfikir lebih bijak dalam memahami dan

mengomentari suatu atau sebuah kejadian/peristiwa yang berdampak bagi khalayak banyak.

Pesan moral yang didapat dari adanya reuni 212 adalah kekompakan umat Islam dalam menyikapi suatu isu atau kasus yang berkaitan dengan agama Islam. Membentuk satu kesatuan dan menjadi penopang demi kejayaan NKRI. Reuni 212 juga tidak hanya dihadiri oleh umat Islam saja. Salah satu umat non-muslim yang menghadiri acara tersebut adalah selebritis papan atas Agnes Monica. Kemudian Reuni 212 juga membentuk sebuah *Social Movement* yakni sebuah aktivitas sosial berupa gerakan sekelompok informal yang berbentuk organisasi, berjumlah besar yang secara spesifik berfokus pada suatu isu-isu sosial atau politik dengan melaksanakan, menolak atau mengkampanyekan sebuah perubahan sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, Hafied. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- , 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- , 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi (Cetakan Ke Empat)*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- Cangara, Hafied. 2003. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada
- , 2002. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta. Kencana Prenada Group.
- Effendy, Onong Uchjana. 2011. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya
- , 2005. *Dinamika Komunikasi, Jilid III*, Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Elvinaro, Ardianto. 2014. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Bandung. Simbiosis Rekataman media.
- , 2004. *Komunikasi Massa*, Bandung. Simbiosis Rekatama Media.
- Eriyanto. 2010. *Analisis Framing, Konstruksi, Ideologi Dan Politik Media*, Jakarta. Rineka Cipta
- , 2002. *Analisis Framing*, Yogyakarta. LKIS Ismail.
- Kriyantono, Rakhmat. 2006. *Teknik Riset Komunikasi*. Jakarta. Kencana.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- McQuail, Dennis. 2005. *Teori Komunikasi Massa*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- Nawawi, Hadiri. 2005. *Penelitian Penerapan*, Yogyakarta. Gajah Mada University.

- Nuruddin. 2014. *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta. Rajawali Pers.
- Rakhmat, Jallaludin. 2003. *Psikologi Komunikasi*, Bandung. RemajaRosdakarya
- Rivers, Peterson, Jensen. 2003. *Media Massa Dan Masyarakat Modern (Terjemahan)*. Jakarta .Prenada Media.
- Sanaky, AH.Mujair. 2011. *Media Pembelajaran*, Yogyakarta. Kaubakara Dipantara.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Dan R&D*. Bandung. Alfabeta
- Sobur, Alex. 2006. *Analisis Teks Media Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik Dan Analisis Framing*, Bandung. RemajaRosdakarya
- . 2002. *Analisis Teks Media : Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Semiotik dan Framing*, Bandung. RemajaRosdakarya
- Siahaan, Hotman. 2001. *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta. Raja Grafindo Persada.
- Wahyuni, Pudjiastuti. 2004. *Analisis Public Relation*, Jakarta. PurbayantyNency.



100.11

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

PERMOHONAN-PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

Sk-1

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Ketua Jurusan.....
FISIP UMSU
di
Medan.

Medan,20.....

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Mr Mahdi Sihombing
NPM : 1503110044
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Tabungan sks : 172 sks, IP Kumulatif

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Analisis Framing Rumi 212 di tv one pada Acara Indonesia Twitter Club	✓ 7/12-18
2	Komunikasi Pemasaran Froudeste upata mening paitan simlah tamu hotel Grand Aston Medan	
3	Komunikasi Organisasi untuk terhadap produktivitas kerja karyawan di departemen front office Aston Medan	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

- Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
- Daftar Kemajuan Akademik Mahasiswa (DKAM) yang dikeluarkan oleh Dekan.
- Tanda bukti Lunas Uang/Biaya Seminar Proposal;*)

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Rekomendasi Ketua Jurusan :
Ruskan kepada Dekan untuk
Setapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tgl:20.....

Ketua,

[Signature]

Pemohon,

[Signature]
Mr Mahdi

PB: M-THORICE 17/12/18



Cerdas & Terpercaya

Agar surat ini agar disebutkan tanggalnya

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

Jalan Kapten Muchtar 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

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**
Nomor : 11.106 /SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2018

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor 975/SK/IL3/UMSU/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440H/ 23 November 2018 M dan Rekomendasi Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi tertanggal **07 Desember 2018** dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : **NUR MAHDI**
NPM : 1503110044
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) Tahun 2018/2019
Judul Skripsi : **ANALISIS FRAMING REUNI 212 DI TV ONE PADA ACARA INDONESIA LAWYER CLUB**
Pembimbing : **MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom**

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor Nomor 975/SK/IL3/UMSU/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440H/ 23 November 2018 M.
2. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa kadaluarsa tanggal 07 Desember 2019

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 29 Rabiul Awwal 1440 H
07 Desember 2018 M

Dekan

Dr. Arim Saleh, S.Sos., MSP


Tembusan :

1. Ketua P.S. Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing di Medan;



UIN Ar-Raniry
Jember
Jember
Jember

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
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.um.su.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 31-Desember-2018

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : NUR MAHDI SIHOMBING
N P M : 15 03 11 00 49
Jurusan : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing No. 11.104/SK/II.3/UMSU-03/F/2018.. tanggal .. dengan judul sebagai berikut :

ANALISIS FRAMING REUNI Q12 di TV
ONE PADA ACARA INDONESIA LAWYER CLUB

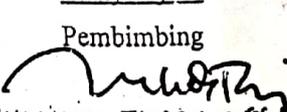
Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Proposal Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3)
8. Semua berkas dimasukkan ke dalam MAP.

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Menyetujui :

Pembimbing


(MUHAMMAD THARIQ, S.Sos, M.Hum)

Pemohon,


(NUR MAHDI SIHOMBING)

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI

Nomor : 011/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2019

Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Hari, Tanggal : Selasa, 08 Januari 2019
 Waktu : 09.00 WIB s.d. selesai
 Tempat : Ruang 207-CFISIP UMSU
 Pemimpin Seminar : Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom

No	NAMA MAHASISWA	NOOR POLYK MAHASISWA	PENGUJI	PEMBIMBING	JUDUL SKRIPSI
1	NIKI EL IMRAN	1503110015	Dr. ANANG ANAS AZHAR, S.Ag., M.A.	Dra. DEWI KURNIAWATI, M.Si., Ph.D. ✓	ANALISIS ISI TOKOH YANG BERMANUVER POLITIK DALAM FILM INFERNAL AFFAIRS
2	NUR MAHDI	1503110044	Dr. ANANG ANAS AZHAR, S.Ag., M.A.	MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom. ✓	ANALISIS FRAMING REUNI 212 DI TV ONE PADA ACARA INDONESIA LAWYER CLUB
3	MUHAMMAD SUGANDA	1503110010	Dr. ANANG ANAS AZHAR, S.Ag., M.A.	TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom., H. ✓	OPINI MAHASISWA TENTANG REUNI 212 TANGGAL 02 DESEMBER 2018 (STUDI KASUS PADA MAHASISWA STRATA-I ILMU KOMUNIKASI UINSU
4	AZKA GHILMAN	1503110016	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.	ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom. ✓	PERSEPSI PEMILIH TERHADAP IKLAN POLITIK CALON ANGGOTA LEGISLATIF ACEH UTARA
5	ROMY DWI PUTRA RAMADHAN	1503110025	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom	OPINI PEMILIH PEMULA TERHADAP PEMILIHAN PRESIDEN 2019 DI KELURAHAN GEDUNG JOHOR, MEDAN

Medan, 28 Rabiul Akhir 1440 H

05 Januari



Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.



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

Jalan Kapten Muchtar 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

*Agenda Cendekia & Terpercaya
Kemajuan: Kunci bagi agar diwujudkan
di setiap langkahnya*

Sk-5

- BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : **WULU MAHDI**
NPM : **15 03 11 00 44**
Jurusan : **Ilmu Komunikasi**
Judul Skripsi : **Analisis Framing Rerui 212 di Tv one pada acara Indonesia 1st Party Club**

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	28/01-2019	Revisi Bab I, <u>ii</u> , <u>iii</u>	
2.	29/01-2019	ACC Bab I, <u>ii</u> , <u>iii</u>	
3.	11/02-2019	Bimbingan Bab <u>IV</u>	
4.	15/02-2019	Revisi Bab <u>IV</u>	
5.	18/02-2019	Revisi Bab <u>IV</u>	
6.	25/02-2019	Revisi Bab <u>IV</u>	
7.	6/03-2019	Bimbingan Bab <u>V</u>	
8.	8/03-2019	Revisi Bab <u>V</u>	
9.	11/03-2019	ACC Skripsi	

Medan, Maret 2019

Dekan,



Dr. H. Rizkiyul Bahen S.Sos, M.S.P
(.....)

Ketua Program Studi,

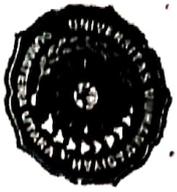


Muhammad Hafidhan Karim, S.Sos, M.Kom
(.....)

Pembimbing ke :



Muhammad Thariq S.Sos, M.Kom
(.....)



UMSU
United Muhammadiyah Sumatera Utara

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Sk-10

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI
Nomor : 398/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2019

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Sabtu, 16 Maret 2019
Waktu : 07.45 WIB s.d. selesai
Tempat : Ruang LAB. FISIP UMSU

Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENJUALI			Judul Skripsi
		PENJUALI I	PENJUALI II	PENJUALI III	
SANTY HANDAYAN	1503110009	Dr. YAN HENDRA, M.Si.	MUHAMMAD THARIQ, S.Sos, M.I.Kom	Dr. RIBUT PRIADI, M.I.Kom	PELAKSANAAN PROGRAM MEDIA RELATIONS OLEH BAGIAN HUMAS DALAM MENINGKATKAN REPUTASI PEMERINTAH KOTA MEDAN
PERSADAYITA KAROKARO	1503110031	Dr. RIBUT PRIADI, M.I.Kom	PUJI SANTOSO, S.S, M.SP	Dr. YAN HENDRA, M.Si.	PEMANFAATAN MEDIA LUAR RUANG DALAM PROMOSI PRODUK PT. SINARWAS MULTIFINANCE CABANG MEDAN
MUR MAHDI	1503110044	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M.I.Kom	MUHAMMAD THARIQ, S.Sos, M.I.Kom	ANALISIS FRAMING REUNI 212 DI TV ONE PADA ACARA INDONESIA LAWYER CLUB
ADHIL RAMADHAN	1503110250	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M.I.Kom	PUJI SANTOSO, S.S, M.SP	PENERAPAN P3SPS DALAM PROGRAM SIARAN BERITA WALAH SUMUT BULAN OKTOBER 2018 DI METRO TV SUMATERA UTARA
M.ARIEF HIDAYAT	1503110208	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, MAP.	FAIZAL HANZAH LUBIS, S.Sos, M.I.Kom	PUJI SANTOSO, S.S, M.SP	ANALISIS ISI SIARAN BERITA PROGRAM "DIALOG SUMUT" DI METRO TV SUMUT

Sidang: Medan, 07 Rabiul 1440 H
14 Maret 2019 M

Disahkan oleh:
Rektor
Drs. R. ARIFIN ALI
Drs. R. ARIFIN ALI, SH, M.Hum

Ketub.
Drs. ARIFIN SALEH, S.Sos, M.SP.

Panitia Ujian
Drs. ZULFAHM, M.I.Kom

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Daftar pribadi

Nama : Nur Mahdi Sihombing
Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 02 September 1996
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Alamat : Jl. Amaliun Gg, Kp. Boyan No 25 B
Anak Ke : 2 (dua) dari 4 (empat) Bersaudara
Nama Orang Tua
Ayah : Hasan Mustafa
Pekerja : Wiraswasta
Ibu : Djulia AR
Alamat : Jl. Amaliun Gg, Kp. Boyan No 25 B

Pendidikan Formal

2002-2008 : SDN 067090 MEDAN
2008-2011 : SMP AL-WASHLIYAH 01 MEDAN
2011-2014 : MADRASAH ALIYAH EX PGA PROYEK
UNIVA MEDAN
2015-2019 : S1 Ilmu Komunikasi