

**OPINI MASYARAKAT TERKAIT PEMANFAATAN
SPOT FOTO MERCI BARN**

SKRIPSI

Oleh:

IVANDA MAULIDIYAH

NPM 1503110018

Program Studi Ilmu Komunikasi



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

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

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

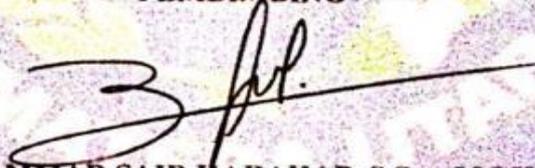
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama : Ivanda Maulidiyah
NPM : 1503110018
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul skripsi : OPINI MASYARAKAT TERKAIT PEMANFAATAN SPOT FOTO MERCI BARN

Medan, 21 Maret 2019

PEMBIMBING



MUHAMMAD SAID HARAHAHAP, S.Sos, M.I.Kom

Disetujui Oleh
KETUA PROGRAM STUDI



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



DEKAN

DR. ARIEN SALEH, S.Sos., MSP

UINSU
Unggu | Terpercaya

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 : Ivanda Maulidiyah
NPM : 1503110018
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada hari, tanggal : Rabu, 13 Maret 2019
Waktu : Pukul 07.45 Wib s.d. selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dra. Hj. ASMAWITA, AM, MA

PENGUJI II : MUHAMMAD THARIQ, S.Sos, M.I.Kom

PENGUJI III : MUHAMMAD SAID HARAHAAP, S.Sos, M.I.Kom

(Signature)
(.....)

(Signature)
(.....)

(Signature)
(.....)

UMSU
PANITIA PENGUJI
Ketua Sekretaris

(Signature)
Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP



(Signature)
Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom

PERNYATAAN

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

Dengan ini saya, Ivanda Maulidiyah, NPM 1503110018, menyatakan dengan sungguh-sungguh :

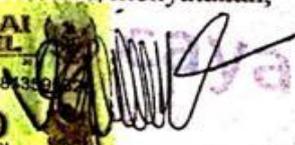
1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh keserjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang 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 ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar keserjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 21 Maret 2019

Yang menyatakan,


Ivanda Maulidiyah

Unggul | Cerdas |

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kekuatan Rahmad dan Karunia Nya, serta telah memberikan kekuatan dan kesehatan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini tepat waktu dengan judul “OPINI MASYARAKAT TERKAIT PEMANFAATAN SPOT FOTO MERCI BARN”.

Ucapan terima kasih terdalam penulis persembahkan kepada orang tua saya, Ayahanda tersayang Zulpan dan Ibunda tersayang Sanida Sulaiman atas segala upaya yang telah membesarkan, mendidik dan memberikan doanya sehingga penulis kelak menjadi orang yang berguna dikemudian hari. Penulis selalu mendapatkan dukungan dan semangat dari orang tua dalam menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.

Disamping itu semua, penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Agussani, M. AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.sos., MSP., selaku ekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Drs. Zulfahmi, M.I.Kom selaku Wakil Dekan I dan Bapak Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara.
4. Ibu Nurhasah Nst, S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan Bapak Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi.

5. Bapak Muhammad Said Harahap, S.Sos., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu dan ilmunya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak/Ibu Dosen serta seluruh Karyawan Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Narasumber yang sedia membantu dan menjawab semua pertanyaan penulis dengan senang hati.
8. Kepada sahabat saya Atika, Irda, Nadya, Nigita, Aulia, Lily, Diana, Abdur, Hendra, Satria Nurul, Sarah, Fahrunisya, dan yang lainnya yang telah memberikan dukungan, mendoakan, menemani, selalu ada disaat penulis bertanya dan senantiasa membantu.
9. Buat teman-teman seperjuangan IKO stambuk 2015 khususnya Aisyah, Novia, Nurul Ariska, Lisa, Khairani, Tiwa, Fadhil, Ridho, Danta, Dirja, Yudha, Ganda, Rehan, Bambang, Farhan, Nurul Rizky dan kelas 7 A IKO Malam.
10. Dan sahabat seperjuangan dalam menyelesaikan perkuliahan di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Akhir kata penulis berharap skripsi ini dapat berguna bagi kita semua kiranya Allah SWT yang dapat membalas kebaikan dan dukungan serta bantuan yang diberikan oleh semua pihak.

Wassalam

Medan, Februari 2019

IVANDA MAULIDIYAH

1503110018

OPINI MASYARAKAT TERKAIT PEMANFAATAN SPOT FOTO MERCI BARN

Ivanda Maulidiyah
1503110018

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Opini masyarakat terkait pemanfaatan *spot* foto MERCI BARN dengan metode penelitian kualitatif. Deskriptif kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Subjek penelitian ini melibatkan masyarakat yang berkunjung ke *spot* foto MERCI BARN, Medan Johor. Hasil penelitian melihat bahwa opini masyarakat terkait pemanfaatan *spot* foto MERCI BARN adalah *spot* foto MERCI BARN merupakan tempat yang memiliki ketertarikan bagi para pengunjung. *Spot* foto yang mereka hasilkan mampu membuat pengunjung penasaran dan ingin menikmati langsung keindahan *spot-spot* foto tersebut. Dengan adanya *spot* foto tersebut pengunjung merasakan seolah mereka berada di suatu Negara Asing yang identik dengan kincir angin raksasa yaitu, Negara Belanda. *Spot* foto inilah yang menjadi titik terkuat dari ciri khas MERCI BARN ini. Manfaat yang pengunjung dapatkan dari *spot* foto MERCI BARN ini yaitu kepuasan yang tersendiri yang mereka rasakan ketika pengunjung berhasil mendapatkan foto terbaiknya dari sudut pandang pengunjung sendiri yang akan pengunjung perlihatkan melalui *update*-tan foto di sosial media.

Kata Kunci: *Spot* foto MERCI BARN

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Pembatasan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	6
1.6. Sistematika Penulisan	6
BAB II : URAIAN TEORITIS	8
2.1. Komunikasi	8
2.1.1. Pengertian Komunikasi	8
2.1.2. Tujuan Komunikasi.....	9
2.1.3. Fungsi Komunikasi	10
2.1.4. Unsur-Unsur Komunikasi	12
2.1.5. Gangguan Komunikasi.....	14
2.2. Komunikasi Massa.....	17
2.2.1. Pengertian Komunikasi Massa.....	17
2.2.2. Fungsi Komunikasi Massa	18
2.2.3. Ciri-Ciri Komunikasi Massa	21
2.3. Media massa.....	22
2.3.1. Pengertian Media Massa	22
2.3.2. Kekuatan Media Massa	23
2.3.3. Pengaruh Media Massa	25
2.4. Opini Publik	27

2.4.1. Pengertian Opini Publik	27
2.4.2. Proses Pembentukan Opini Publik	30
2.4.3. Karakteristik Opini Publik	32
2.4.4. Komunikasi dan Opini Publik	34
2.5. Fotografi	35
2.6. Jenis-Jenis Kamera	35
2.6.1. Subminiature Camera	36
2.6.2. Kamera Poket	37
2.6.3. Kamera Sekali Pakai	38
2.6.4. Twin-Lens Reflex (TLR)	38
2.6.5. Single Lens Reflex (SLR)	39
2.6.6. Rangefinder Camera	40
2.6.7. Kamera Format Sedang (Medium Format/MF)	41
2.6.8. Large Format Camera	42
2.6.9. Kamera Instan	43
2.6.10. Kamera Stereo	44
2.6.11. Mirrorless Camera	45
BAB III : METODE PENELITIAN	47
3.1. Jenis Penelitian	47
3.2. Kerangka Konsep	47
3.3. Definisi Konsep	48
3.4. Kategorisasi Konsep	48
3.5. Informan atau Narasumber	49
3.6. Teknik Pengumpulan Data	49
a. Pengertian Observasi	49
b. Wawancara	49
c. Dokumentasi	50
3.7. Teknik Analisis Data	50
3.8. Lokasi dan Waktu Penelitian	51
3.9. Deskripsi Ringkas Lokasi Penelitian	51

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1. Hasil Penelitian	52
4.1.1. Deskripsi Informan Penelitian	53
4.1.2. Deskripsi Hasil Penelitian	54
4.2. Pembahasan.....	58
BAB V : PENUTUP.....	63
5.1. Simpulan	63
5.2. Saran	64
Daftar Pustaka

Daftar Tabel

Tabel 3.4 Tabel Kategorisasi48

Daftar Gambar

Gambar 3.2 Kerangka Konsep	47
Gambar 3.6 Teknik Pengumpulan Data	50

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Masyarakat saat ini sudah tidak asing lagi mendengar kata “foto” yang sangat digemari dan tidak terlepas dari kehidupan sehari-hari. Foto adalah sebuah gambar yang diambil melalui kamera dengan memfokuskan pada suatu objek tertentu. Foto tidak hanya digemari oleh suatu kalangan perempuan misal, anak remaja, ibu-ibu serta anak kecil sekalipun bahkan sampai pada kalangan laki-laki seperti anak remaja dan juga bapak-bapak. Masyarakat sangat menjadikan foto sebagai hal yang sangat dibutuhkan dalam situasi apapun. Dengan terus berkembangnya foto yang saat ini bermacam ragam bentuk, maka muncullah yang di namakan “*spot* foto” atau “tempat foto”.

Spot foto atau tempat foto adalah wadah atau tempat yang sengaja disediakan dalam beragam bentuk dan ukuran dimana tempat tersebut dijadikan latar belakang untuk berfoto. *Spot* foto adalah *spot*; tempat, “tempat khusus” sedangkan foto adalah diam baik berwarna maupun hitam-putih yang dihasilkan oleh yang merekam suatu objek atau kejadian atau keadaan pada suatu waktu tertentu. Jadi, *spot* foto adalah tempat dimana foto akan diambil oleh kamera dengan memberikan latar belakang yang memiliki arti. sumber :<https://kamus.belajarbahasa.id/spot> dan <https://id.wikipedia.org/wiki/Foto>

Spot foto tersebut bisa menjadikan foto lebih menarik dengan latar belakang yang menarik pula seperti *spot* foto di “*MERCI BARN*” singkatan dari “*Medan Resort City Barn*”.

Spot foto MERCI BARN yaitu *spot* foto yang berbentuk perumahan yang identik dengan “kincir angin” di Negara Belanda ini menjadi perhatian banyak masyarakat terutama dilingkungan Johor dan sekitarnya. Dengan adanya media sosial, *spot* foto MERCI BARN ini tersebar luas sehingga, banyak masyarakat yang diluar Johor berdatangan hanya untuk melihat dan memotret langsung *spot* foto tersebut. MERCI BARN ialah *Medan Resort City* yang merupakan proyek terbaru dari *Monaco Property Group* yang terletak di Jalan Merci Raya, yang menghubungkan dua jalan besar yaitu: Jalan Karya Jaya, Jalan Johor A Haji dan juga Jalan Bridjend Zein.

Medan rasa Belanda adalah kesan pertama saat melihat perumahan ini. Karena letak MERCI BARN berada di Medan tapi, arsitekturnya menggunakan gaya Belanda. Rumah berarsitektur Benua Eropa ini belum pernah ada di Medan, maka hal inilah yang membuat masyarakat sangat antusias dengan dibangunnya rumah tersebut. Dipertengahan tahun ini MERCI BARN akan rampung dan di isi oleh 2000 unit rumah, padahal Merci Barn sudah ada sejak tahun 2015 lalu.

Konsep dari *Merci Office* dirancang setiap tengah malam oleh arsitek bernama Rudy, tidak hanya luarnya yang bernuansa Eropa tetapi, interiornya juga berkonsep Eropa. Sumber :<https://www.jejakpiknik.com/merci-barn/>

Dari masyarakat yang mulai menggemari *spot* foto saat ini banyak opini publik atau pendapat masyarakat mengenai *spot* foto MERCI BARN tersebut. Mulai dari opini masyarakat yang sangat menyukai *spot* foto itu bahkan sampai opini masyarakat yang mungkin kurang tertarik dengan *spot* foto tersebut. Opini adalah pendapat yang dikeluarkan oleh masyarakat dalam suatu konteks tertentu seperti pendapat masyarakat mengenai *spot* foto MERCI BARN ini.

Menurut William Albiq (Santoso S.1990) dalam buku Ollie dan Erlita (2011: 21), *opini publik* adalah jumlah dari pendapat individu-individu yang diperoleh melalui perdebatan dan opini publik merupakan hasil interaksi antar individu dalam suatu publik. Emory S. Bogardus dalam *The Making of Public Opinion* mengatakan *opini publik* adalah hasil pengintegrasian pendapat berdasarkan diskusi yang dilakukan didalam masyarakat yang demokratis. Opini publik bukan merupakan jumlah seluruh pendapat individu-individu yang dikumpulkan.

Opini publik menyatakan bahwa opini publik adalah sekumpulan pandangan individu terhadap isu yang sama. Tetapi pendekatan “kesepakatan individual” untuk mendefinisikan opini publik ini melupakan bahwa ini bersifat publik. Kognisi individu barangkali mewakili atau barangkali tidak mewakili konsensus, atau “pemikiran bersama.” Sebab, consensus lebih merepresentasikan jenis opini yang membentuk atau dibentuk oleh diskusi publik di kalangan pihak-pihak yang berbagi “*sense of commonness*.” (Cutlip, Center dan Broom, 2009: 239).

Opini masyarakat yang terbangun tentang *spot* foto MERCI BARN tidak terlepas dari yang namanya “fotografi”. Fotografi (*photography*) berasal dari bahasa Yunani, yaitu dari kata *photos* (cahaya) dan *graphien* (menggambar). Fotografi secara umum dapat diartikan “menggambar dengan cahaya”. Dunia fotografi tidak bisa lepas dari pencahayaan. Tanpa cahaya, seorang fotografer tidak akan dapat mengambil gambar dari proses pemotretan (Setiadi, 2017: 2).

Jauh sebelum foto-foto pertama di buat dan dicetak, sejumlah ilmuwan telah melakukan pengamatan, percobaan dan membuat teori. Mo Ti (ejaan lain menyebutnya Mo Zi) seorang filsuf dan pakar rancang bangun asal Cina yang hidup pada abad ke-5 sebelum Masehi sudah memikirkan persoalan refleksi cahaya dalam ruangan gelap. Dalam buku *The History of Photography* karya Alma Davenport (1991), disebutkan bahwa, Mo Zi sudah mengamati sebuah gejala. Apabila pada dinding ruangan yang gelap terdapat lubang, maka di bagian dalam ruang itu akan terfleksikan pemandangan di luar ruang secara terbalik lewat lubang tadi. (Arbain Rambey: 2003). Mozi sudah membuat prinsip-prinsip kamera lubang jarum atau kamera obscura. Kamera ini disebutnya sebagai “koleksi plat” atau “ruang harta karun yang terkunci.” (Jenifer: 2005), (dalam Burhanuddin, 2014: 9-10).

Dengan pengertian diatas, peneliti ingin meneliti apa pendapat masyarakat atau opini masyarakat terkait pemanfaatan *spot* foto khususnya *spot* foto MERCI BARN. Dalam penelitian ini peneliti ingin agar masyarakat faham dan juga mengerti apa manfaat *spot* foto tersebut. Banyak masyarakat

yang hanya memanfaatkan *spot* foto sebagai hal yang menyenangkan atau unik. Dari sisi sudut pandang masyarakat peneliti ingin memperluas pandangan tersebut sehingga mendapatkan hasil dari jawaban-jawaban masyarakat itu sendiri.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini akan menganalisa tentang opini masyarakat terkait pemanfaatan *spot* foto MERCI BARN. Sehingga dalam penelitian ini rumusan masalahnya sebagai berikut:

”Bagaimana opini masyarakat terkait pemanfaatan *spot* foto MERCI BARN”

1.3. Pembatasan Masalah

Sesuai dengan masalah penelitian diatas, berikut ini adalah penulis merumuskan pembatasan masalah yang menjadi ruang lingkup dalam penelitian ini, yaitu :

1. Peneliti menetapkan 4 orang informan terhadap penelitian ini
2. Peneliti menetapkan bahwasanya ruang lingkup penelitian hanya pada *spot* foto MERCI BARN.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka, tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui opini masyarakat terkait pemanfaatan *spot* foto MERCI BARN.

2. Untuk mencari tahu sejauh mana peranan *spot* foto dalam meningkatkan kunjungan masyarakat ke MERCI BARN.
3. Untuk mencari tau seberapa besar antusiasme masyarakat dalam berkunjung ke MERCI BARN.

1.5. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

1. Dengan adanya temuan-temuan mengenai manfaat *spot* foto bagi masyarakat diharapkan mampu memberikan kontribusi pemikiran dan pengembangan teori dibidang Ilmu Komunikasi khususnya untuk disiplin keilmuan *Public Relations* yang berfokus pada pemanfaatan *Spot* Foto.
2. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi pembanding untuk penelitian-penelitian dibidang *Public Relations* berikutnya.

b. Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang properti untuk menjadikan *spot* foto sebagai media promosi.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menyelesaikan syarat untuk mencapai strata1.

1.6. Sistematika Penulisan

Sesuai dengan standart penulisan ilmiah, maka dalam peyusunan skripsi akan dibagikan kedalam lima bab. Selanjutnya masing-masing bab

dibagi dalam beberapa sub bab. Adapun sistematika penulisan skripsi ini disistematisasi sebagai berikut:

BAB I (Pendahuluan)

Pada bab ini berisikan Latar Belakang Masalah, Pembatasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian.

BAB II (Uraian Teoritis)

Pada bab ini dijelaskan tentang Komunikasi, Komunikasi Massa, Pengertian Opini Publik, Komunikasi dan Opini, Proses Pembentukan Opini Publik, Fotografi, Jenis-jenis Kamera.

BAB III (Metode Penelitian)

Berisikan tentang Jenis Penelitian, Kerangka Konsep, Definisi Konsep, Kategorisasi, Narasumber, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, Lokasi dan Waktu Penelitian dan Deskripsi ringkas lokasi penelitian.

BAB IV (Hasil Penelitian dan Pembahasan)

Pada bab ini membahas tentang Pembahasan dan Hasil Penelitian.

BAB V (Penutup)

Pada bab ini berisikan tentang Simpulan dan Saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1. Komunikasi

2.1.1. Pengertian Komunikasi

Menurut Stuart (1983), akar kata dari komunikasi berasal dari kata *communico* (berbagi). Kemudian berkembang ke dalam bahasa Latin, *communis* (membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih). Jadi komunikasi setidaknya mengandung; (1) berbagi, (2) kebersamaan atau pemahaman, (3) pesan. Dengan demikian, secara akar kata proses komunikasi bisa terjadi jika ada pesan yang dibagi ke pihak lain, pesan tersebut bertujuan untuk mencapai kebersamaan dalam pemahaman.

Jika ditelusuri dengan *literature* lain, komunikasi berasal dari bahasa Inggris *communication* (*noun*) dan *communicate* (*verb*). Keduanya mempunyai arti sama yakni “membuat sama” (*to make common*). Secara lebih rinci *communicate* berarti: (a) untuk bertukar pikiran, perasaan, informasi, (b) untuk membuat mengerti, (c) untuk membuat sama, (d) untuk mempunyai hubungan yang simpatik.

Sementara itu, *communication* (*noun*) berarti; (a) pertukaran simbol, pesan-pesan atau informasi yang sama, (b) proses pertukaran di antara individu-individu melalui sistem simbol yang sama, (c) seni untuk mengekspresikan gagasan, (d) ilmu pengetahuan tentang pengiriman pesan.

Dengan demikian, kata komunikasi dalam praktiknya akan selalu melibatkan; (a) adanya pesan sebagai alat untuk tukar menukar informasi,

(b) terciptanya kebersamaan antara komunikator (pengirim pesan) dengan komunikasi (penerima pesan).

Seseorang yang sedang terlibat dalam proses komunikasi tak lain mencoba untuk menumbuhkan kebersamaan atau *commones* (dalam pesan) pada orang lain yang diajak berkomunikasi. Ide, gagasan, dan perilaku yang kita libatkan dalam komunikasi diharapkan dipahami secara sama oleh penerima pesan (Nurudin, 2017: 8-10).

2.1.2. Tujuan Komunikasi

Ada empat tujuan komunikasi yang dikemukakan oleh (Devito, 2010:30-33). Tujuan komunikasi ini tidak perlu dikemukakan secara sadar, juga tidak perlu mereka yang terlibat menyepakati tujuan komunikasi. Tujuan dapat disadari ataupun tidak dapat dikenali.

a) Menemukan

Salah satu tujuan utama komunikasi menyangkut penemuan diri (*personal discovery*). Bila anda berkomunikasi dengan orang lain, anda belajar mengenal diri sendiri, memperoleh umpan balik yang mengenai perasaan, pemikiran, dan perilaku kita. Cara lain dimana kita melakukan penemuan diri adalah melalui proses perbandingan sosial, melalui perbandingan kemampuan, prestasi, sikap, pendapat, nilai, dan kegagalan.

b) Berhubungan

Salah satu motivasi kita yang paling kuat adalah berhubungan dengan orang lain. Kita ingin merasa dicintai dan disukai, kemudian kita juga ingin mencintai dan menyukai orang lain.

c) Untuk Meyakinkan

Kita sering menghabiskan banyak waktu untuk melakukan persuasi antarpribadi, baik sebagai sumber maupun sebagai penerima. Dalam pertemuan antarpribadi sehari-hari kita berusaha mengubah sikap dan perilaku orang lain.

d) Untuk Bermain

Kita menggunakan banyak perilaku komunikasi kita untuk bermain dan menghibur diri. Kita mendengar pelawak, pembicaraan, musik, dan film sebagian besar untuk hiburan.

2.1.3. Fungsi Komunikasi

Berdasarkan kerangka yang dikemukakan William I. Gordon (dalam Mulyana 2015:5-38) ada empat fungsi komunikasi, yaitu:

a) Komunikasi Sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang menghibur dan memupuk hubungan dengan orang lain. Melalui komunikasi kita bekerja sama

dengan anggota masyarakat untuk mencapai tujuan bersama, Stewart menunjukkan bahwa orang yang terkucil secara sosial lebih cenderung cepat mati. Selain itu, kemampuan berkomunikasi yang buruk ternyata mempunyai andil dalam penyakit jantung coroner.

b) Komunikasi Ekspresif

Erat kaitannya dengan komunikasi sosial adalah komunikasi ekspresif yang dapat dilakukan baik sendirian ataupun dalam kelompok. Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita.

c) Komunikasi Ritual

Komunikasi ritual biasanya dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebagai *rites of passage*, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun, pertunangan, siraman, pernikahan hingga upacara kematian. Dalam acara-acara itu orang mengucapkan kata-kata atau menampilkan perilaku-perilaku simbolik.

d) Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, keyakinan dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga menghibur. Bila diringkas, maka kesemua tujuan tersebut dapat

disebut membujuk (bersifat persuasif). Komunikasi yang berfungsi memberitahukan atau menerangkan (*to inform*) mengandung muatan persuasif dalam arti bahwa pembicara menginginkan pendengarnya bahwa fakta atau informasi yang disampaikannya akurat atau layak diketahui.

2.1.4. Unsur-Unsur Komunikasi

Terjadinya suatu proses komunikasi karena didukung oleh beberapa elemen atau unsur, yakni (dalam Cangara 2014:36-38):

a. Sumber

Sumber ialah pihak yang menyampaikan atau mengirim pesan kepada penerima. Sumber sering disebut dengan banyak nama atau istilah, antara lain; komunikator, pengirim, atau dalam bahasa Inggris disebut *source*, *sender*, atau *encoder*.

b. Pesan

Pesan ialah pernyataan yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pernyataan bisa dalam bentuk verbal (bahasa tertulis dan lisan) maupun non-verbal (isyarat) yang bisa dimengerti oleh penerima. Dalam bahasa Inggris pesan biasa diartikan dengan kata *message*, *content* atau *information*.

c. Media

Media ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Media dalam pengertian di sini bisa berupa media massa yang mencakup surat kabar, radio, film,

televisi, dan internet. Bisa juga berupa saluran misalnya kelompok pengajian atau arisan, kelompok pendengar dan pemirsa, organisasi masyarakat, rumah ibadah, pesta rakyat, panggung kesenian, serta media alternative lainnya misalnya poster, leaflet, brosur, buku, spanduk, bulletin, stiker, dan sebagainya.

d. Penerima

Penerima ialah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim dari sumber kepada penerima. Penerima biasa disebut dengan berbagai macam sebutan, antara lain khalayak, sasaran, target, adopter, komunikan. Dalam bahasa Inggris penerima biasa disebut dengan nama *receiver*, *audience*, atau *decoder*.

e. Efek

Pengaruh atau efek ialah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh bisa terjadi pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan. Pengaruh biasa disebut dengan nama akibat atau dampak.

f. Umpan balik

Umpan balik ialah tanggapan yang diberikan oleh penerima sebagai akibat penerimaan pesan dari sumber. Sebenarnya ada juga yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah efek atau pengaruh. Dalam bahasa Inggris umpan balik sering disebut dengan istilah *feedback reaction*, *response*, dan sebagainya.

g. Lingkungan atau situasi

Lingkungan ialah situasi yang memengaruhi jalannya komunikasi. Lingkungan dapat diartikan dalam bentuk fisik, sosial budaya, psikologi dan dimensi waktu. Sebuah informasi tidak bisa diterima. Misalnya tempatnya jauh di daerah pegunungan, lingkungan sosial budaya masyarakat, lingkungan psikologis masyarakat yang masih trauma akibat bencana yang baru menimpanya, dan sebagainya.

2.1.5. Gangguan (Rintangan) Komunikasi

Meski gangguan dan rintangan komunikasi dapat dibedakan, tapi sebenarnya rintangan komunikasi bisa juga terjadi disebabkan karena adanya gangguan. Gangguan atau rintangan komunikasi pada dasarnya dapat dibedakan atas delapan macam, yakni:

a. Gangguan teknis

Gangguan teknis terjadi jika salah satu alat yang digunakan dalam berkomunikasi mengalami gangguan, sehingga informasi yang ditransmisi melalui saluran mengalami kerusakan (*channel noise*). Misalnya gangguan pada stasiun radio dan TV, gangguan jaringan telepon, *sound system* radio yang terganggu sehingga suaranya tidak jelas dan sebagainya.

b. Gangguan semantik

Gangguan semantik ialah gangguan komunikasi yang disebabkan karena adanya 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 masyarakat tertentu.
- (b) Bahasa yang digunakan pembicara berbeda dengan bahasa yang digunakan penerima.
- (c) Struktur bahasa yang digunakan tidak sebagaimana mestinya, sehingga membingungkan penerima.
- (d) Latar belakang budaya yang menyebabkan terjadinya salah persepsi terhadap simbol-simbol bahasa yang digunakan.

c. Gangguan psikologis

Gangguan psikologis adalah gangguan yang terjadi karena adanya persoalan yang timbul dalam diri individu. Misalnya perasaan curiga penerima kepada sumber, situasi berduka atau karena gangguan kejiwaan sehingga dalam pengiriman dan penerimaan informasi tidak sempurna.

d. Rintangan fisik dan organik

Rintangan fisik ialah rintangan yang disebabkan oleh kondisi geografis. Misalnya tempat yang jauh dan terpencil sehingga sulit dicapai, tidak ada signal, jalur transportasi yang sulit, dan sebagainya. Dalam komunikasi antarmanusia rintangan fisik bisa

juga diartikan adanya gangguan organik pada fisik manusia. Misalnya, salah satu pancaindera si penerima tidak berfungsi karena buta, tuli, atau bisu.

e. Rintangan status

Rintangan status ialah rintangan yang disebabkan oleh jarak sosial di antara peserta komunikasi. Misalnya perbedaan status antara senior dan junior atau antara atasan dan bawahan. Perbedaan seperti ini biasanya menuntut perilaku komunikasi yang selalu memperhitungkan kondisi dan etika yang sudah membudaya dalam masyarakat, yakni bawahan cenderung hormat pada atasannya, atau rakyat pada raja yang memimpinya.

f. Rintangan kerangka berfikir

Rintangan kerangka berfikir ialah rintangan yang disebabkan adanya perbedaan persepsi antara komunikator dan khalayak. Ini disebabkan karena latar belakang pengalaman dan pendidikan yang berbeda.

g. Rintangan budaya

Rintangan budaya ialah rintangan yang terjadi disebabkan oleh adanya perbedaan norma, nilai, dan kebiasaan yang dianut oleh pihak-pihak yang berkomunikasi. Di negara-negara sedang berkembang orang cenderung menerima informasi dari sumber yang banyak memiliki kesamaan dengan dirinya, seperti kesamaan bahasa, agama, dan kebiasaankebiasaan lainnya.

h. Rintangan birokrasi

Rintangan birokrasi ialah terhambatnya suatu proses komunikasi yang disebabkan oleh struktur organisasi. Dalam organisasi pemerintahan atau perusahaan yang begitu besar seringkali terjadi kendala, yakni penyampaian informasi dari pimpinan puncak (*top manager*) tidak sampai pada karyawan ditingkat eselon bawah. Hal ini bisa disebabkan karena proses penyampaiannya melalui jenjang birokrasi yang terlalu panjang.

2.2. Komunikasi Massa

2.2.1. Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah proses penciptaan makna bersama antara media massa dan khalayaknya. Schramm memperbaiki model umum komunikasi yang dibuatnya dan Osgood membantu kita dalam memvisualisasikan aspek-aspek tertentu dalam proses komunikasi massa. Model ini dan model Osgood-Schramm memiliki banyak kesamaan-interpretasi, *encode*, *decode*, pesan-tetapi perbedaannya yang paling penting untuk pemahaman kita tentang perbedaan komunikasi massa dengan bentuk komunikasi lainnya (Baran, 2012: 7).

Komunikasi massa merupakan satu topik di antara banyak ilmu sosial dan hanya satu bagian dari lingkup penelitian dari komunikasi manusia. Di bawah istilah ‘ilmu komunikasi‘ (*communication science*), wilayah ini menurut Berger dan Chaffe (1987:17) adalah ‘ilmu yang mencoba memahami produksi, pengolahan, dan efek dari sistem simbol dan sinyal dengan

membangun teori yang dapat diuji, mengandung generalisasi yang sah yang menjelaskan fenomena yang berkaitan dengan produksi, pengolahan dan efek' (McQuail, 2011: 17).

Sementara menurut Tamburaka (2013: 15), komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas.

2.2.2. Fungsi Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah salah satu aktifitas sosial yang berfungsi di masyarakat. Robert K. Merton dalam (Bungin, 2006: 78) mengemukakan bahwa fungsi aktifitas sosial memiliki dua aspek, yaitu fungsi nyata (*manifest function*) adalah fungsi nyata yang diinginkan, kedua fungsi tidak nyata atau tersembunyi (*latent function*), yaitu fungsi yang tidak diinginkan. Begitu pula dengan komunikasi massa, sebagai aktifitas sosial masyarakat, komunikasi media massa juga mengalami hal yang serupa. Berikut fungsi komunikasi massa menurut (Devito, 2010: 575-579):

a) Menghibur

Media mendesain program-program mereka untuk menghibur. Hal ini untuk mendapatkan perhatian dari khalayak sebanyak mungkin sehingga media dapat menjual hal ini kepada para pengiklan.

b) Meyakinkan

Fungsi media yang paling penting adalah meyakinkan. Persuasi dapat datang dalam banyak bentuk: 1) mengukuhkan atau

memperkuat sikap, kepercayaan atau nilai seseorang; 2) mengubah sikap, kepercayaan atau nilai seseorang; 3) menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu dan; 4) memperkenalkan etika, atau menawarkan sistem nilai tertentu.

c) Menginformasikan

Sebagai informasi yang kita peroleh berasal dari media. Salah satu cara mendidik (persuasi) adalah melalui pengajaran nilai-nilai, opini serta aturan-aturan yang dianggap benar kepada pemirsa atau pembaca. Artinya, sebagian dari fungsi edukasi media diarahkan untuk membuat khalayak tersosialisasi.

d) Menganugrahkan Status

Daftar status orang berpengaruh di dunia hampir pasti berisi nama-nama orang yang banyak dimuat dalam media. Tanpa pemuatan ini tentu orang-orang tersebut tentulah tidak penting setidaknya dimata masyarakat.

e) Membius

Salah satu fungsi media yang paling menarik adalah fungsi membiusnya. Ini berarti bahwa bila media menyajikan informasi tentang sesuatu, penerima percaya bahwa tindakan tertentu telah diambil sebagai akibatnya, pemirsa atau penerima terbius kedalam keadaan tidak aktif.

f) Menciptakan Rasa Kebersatuan

Fungsi komunikasi massa yang tidak banyak orang sadari adalah kemampuan media membuat kita menjadi anggota suatu kelompok.

Dua fungsi komunikasi massa dalam tiap sistem sosial menurut (Effendy, 2013: 27) sebagai berikut:

- a. Informasi
- b. Sosialisasi
- c. Motivasi
- d. Perdebatan dan diskusi
- e. Pendidikan
- f. Memajukan kebudayaan
- g. Hiburan
- h. Integrasi

2.2.3. Ciri-ciri Komunikasi Massa

Devito mengatakan komunikasi massa itu ditujukan kepada massa dengan melalui media massa dibandingkan dengan jenis-jenis komunikasi lainnya, maka komunikasi massa memiliki ciri-ciri khusus yang disebabkan oleh sifat-sifat komponennya (Effendy, 2013: 21-25) ciri-cirinya adalah sebagai berikut:

- a) Komunikasi massa berlangsung satu arah

Komunikasi berlangsung satu arah, ini berarti bahwa tidak terdapat arus balik dari komunikasi kepada komunikator. Sebagai konsekuensi dari komunikasi seperti ini, maka komunikator pada komunikasi massa harus

melakukan perencanaan dan persiapan sedemikian rupa sehingga pesan yang disampaikan kepada komunikan harus komunikatif dalam arti kata diterima secara inderawi dan secara rohani pada satu kali penyiaran.

b) Komunikator Pada Komunikasi Massa Melembaga

Media massa sebagai saluran komunikasi massa merupakan lembaga, yakni suatu institusi atau organisasi. Sebagai konsekuensi dari sifat komunikator yang melembaga, perannya dalam proses komunikasi ditunjang oleh orang-orang lain. Kemunculannya dalam media komunikasi tidak sendirian tetapi bersama dengan orang lain.

c) Pesan Pada Komunikasi Bersifat Umum

Pesan yang disebarkan melalui media massa bersifat umum (*public*) karena ditujukan kepada umum dan mengenai kepentingan umum. Media massa tidak akan menyiarkan satu pesan yang tidak menyangkut kepentingan umum.

d) Media Komunikasi Massa Menimbulkan Keserempakan

Ciri lain dari komunikasi massa adalah kemampuannya untuk menimbulkan keserempakan pada pihak khalayak dalam menerima pesan-pesan yang disebarkan. Radio dan televisi, karena merupakan media elektronik, tidak diragukan lagi keserempakannya ketika khalayak mendengar acara radio dan televisi.

e) Komunikan Komunikasi Massa Bersifat Heterogen

Komunikasi atau khalayak yang merupakan kumpulan anggota masyarakat yang terlibat dalam proses komunikasi massa sebagai sasaran yang dituju komunikator bersifat heterogen.

2.3. Media Massa

2.3.1. Pengertian Media Massa

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), bahwa media dapat diartikan sebagai: (1) alat, dan (2) alat atau sarana komunikasi seperti majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk. *Association For Education And Communication Technologi* (AECT) mendefinisikan media yaitu segala bentuk yang dipergunakan untuk suatu proses penyaluran informasi. Sedangkan *Education Association* mendefinisikan sebagai benda yang dapat dimanipulasikan, dilihat, didengar, dibaca atau dibicarakan beserta instrumen yang dipergunakan dengan baik. Sehingga dapat dikatakan media merupakan perantara dari suatu proses komunikasi seperti ketika seorang menulis surat, maka media yang digunakan adalah kertas atau ketika menelepon menggunakan media telepon.

Berbeda dengan pemahaman tentang media sebagai “perantara” komunikasi pada umumnya, pemahaman akan media massa dari sekedar sebagai “perantara komunikasi”, akan tetapi media massa adalah media yang digunakan dalam komunikasi di ruang pers. Media massa atau juga dikenal sebagai Pers merupakan istilah yang digunakan pada tahun 1920-an untuk memperkenalkan jenis media yang secara khusus dirancang untuk mencapai masyarakat yang sangat luas (Tamburaka, 2013: 39).

2.3.2. Kekuatan Media Massa

Terdapat tiga hal yang menandai kekuatan media massa ditengah masyarakat, yakni (a) mengkonstruksi dan mendekonstruksi realitas hingga tercipta citra dan persepsi-persepsi tertentu pada khalayak, (b) mengagregasikan dan mengartikulasikan kepentingan atau tuntutan-tuntutan, dan (c) memproduksi dan mereproduksi identitas budaya (Pawito, 2015: 103-118).

(a) Mengkonstruksikan dan Mendekonstruksikan Realitas

Kekuatan media massa dalam mengkonstruksikan dan mendekonstruksikan realitas terutama pada pemberitaan, di samping bentuk isi lain seperti tajuk (editorial), opini, dan karikatur pada media cetak, dan *talk show* pada media elektronik. Dalam pemberitaan, media massa biasanya memberikan prioritas liputan mengenai peristiwa ataupun isu tertentu dan mengabaikan yang lain (agenda *setting*). Disamping ini, media massa juga memberikan penekanan pada substansi persoalan tertentu berkenaan dengan peristiwa atau isu tertentu dan mengabaikan substansi persoalan lain (*framing*). Dengan kedua cara ini media massa mengkonstruksi dan mendekonstruksi realitas.

(b) Mengagregasikan dan Mengartikulasikan Kepentingan

Media massa memiliki kekuatan untuk mengagregasikan dan mengartikulasikan kepentingan. Hal demikian dapat diamati setidaknya dalam surat pembaca, liputan berita yang ekstensif

hasil wawancara dengan berbagai *elite* politik atau aspirasi termasuk aksi-aksi protes dan demonstrasi, pemuatan karikatur atau kartun, *polling* pendapat umum, dan acara *talkshow*.

(c) Memproduksi dan Mereproduksi Identitas Budaya

Media massa menyampaikan atau menyebarkan kepada publik nilai-nilai budaya seperti yang terwujud dalam busana (*fashion*), corak arsitektur, patung, lukisan, gaya hidup, kebiasaan, menu masakan, bentuk-bentuk kesenian, acara keagamaan, dan adat istiadat yang kesemuanya memiliki signifikansi dengan identitas budaya. Melalui berbagai paket acara seperti misalnya pemberitaan, *feature*, *talkshow*, iklan, tayangan film, sinetron, pentas musik, dan *reality show* nilai-nilai budaya dan identitas budaya diamplifikasi dan ditransmisikan dari suatu masyarakat ke masyarakat lain, bahkan juga dari suatu periode waktu ke periode waktu yang lain.

2.3.3. Pengaruh Media Massa

Istilah pengaruh dan juga dampak media massa dalam koneksi politik sangat melekat dengan fungsi media. Pengaruh seringkali dibedakan dengan dampak. Pengaruh lebih menunjukkan pada apa yang terjadi pada tingkat individual (bersifat mikro), sedangkan dampak lebih menunjuk pada apa yang terjadi di tingkat masyarakat secara lebih luas (bersifat makro). Dari sinilah, banyak peneliti yang cenderung menganggap pengaruh pada dasarnya sama dengan dampak.

Penelitian empiris mengenai pengaruh media merentang dalam kurun waktu terutama setelah decade 1940-an sampai sekarang. Pengaruh media, khususnya penyampaian pesan-pesan propaganda dan persuasi merupakan titik berat dari penelitian-penelitian pada awal periode ini. Metode eksperimen (*experimental research*) yang telah lebih dulu diterapkan dalam psikologi dan metode survey yang telah lebih dulu dikembangkan dalam disiplin sosiologi banyak sekali digunakan untuk meneliti pengaruh media. Baik metode eksperimen ataupun survey, keduanya bertolak dari aliran filsafat positivism. Penelitian dengan menggunakan metode eksperimen menemukan bahwa media massa memiliki pengaruh yang signifikan terhadap khalayak. Teori jarum suntik (*hypodermicneedle theory*) atau teori peluru (*bullet theory*) kemudian menjadi berkembang dan berpengaruh saat ini. Teori ini berpandangan bahwa media massa mempunyai pengaruh kuat terhadap khalayak termasuk dalam menumbuhkan pengetahuan, pembentukan atau perubahan sikap, pengambilan keputusan, dan perilaku (Pawito, 2015: 120-121).

Penemuan-penemuan yang lebih baru menunjukkan bahwa media massa tetap berpengaruh terhadap khalayak dalam berbagai hal termasuk:

- a. Pengagendaaan isu publik pada khalayak.

Hal ini Nampak dengan penguatan demi penguatan terhadap teori *agenda-setting* yang pad dasarnya berpandangan bahwa agenda media mempengaruhi agenda khalayak.

- b. *Frame* khalayak mengenai isu-isu publik

Hal ini dapat dilihat dengan berkembangnya teori media *framing* yang mengatakan bahwa *frame* media (substansi persoalan yang ditonjolkan oleh media mengenai isu-isu atau peristiwa-peristiwa tertentu) berpengaruh terhadap *frame* khalayak (persepsi khalayak mengenai isu atau peristiwa-peristiwa bersangkutan).

c. Pembentukan pendapat khalayak mengenai isu-isu publik

Hal ini nampak dengan berkembangnya teori *spiral of silence* yang menyatakan bahwa individu-individu khalayak sampai tingkat tertentu merujuk pada pemberitaan media untuk membangun pendapat-pendapat mengenai peristiwa atau isu-isu publik sambil mempertimbangkan pendapat mana yang terkesan lebih kuat (lebih banyak memperoleh dukungan).

d. Pandangan, penilaian atau persepsi terhadap realitas

Misalnya teori kultivasi mengasumsikan bahwa individu-individu dengan terpapar televisi lebih tinggi cenderung memiliki pandangan atau penilaian terhadap realitas yang sama dengan realitas yang disuguhkan melalui televisi.

e. Penumbuhan citra pada khalayak mengenal objek (*figure* atau tokoh, partai politik, organisasi, pemerintah, dan perusahaan) (Pawito, 2015: 126).

2.4. Opini Publik

2.4.1. Pengertian Opini Publik

Menurut Santoso Sastropetro (1990) (dalam Ollie dan Erlita, 2011: 21), istilah opini publik sering digunakan untuk menunjuk ke *pendapat-pendapat kolektif sejumlah besar orang*.

Menurut William Albiq (Santoso S.1990) dalam buku Ollie dan Erlita (2011: 21), *opini publik* adalah jumlah dari pendapat individu-individu yang diperoleh melalui perdebatan dan opini publik merupakan hasil interaksi antar individu dalam suatu publik. Emory S. Bogardus dalam *The Making of Public Opinion* mengatakan *opini publik* adalah hasil pengintegrasian pendapat berdasarkan diskusi yang dilakukan didalam masyarakat yang demokratis. Opini publik bukan merupakan jumlah seluruh pendapat individu-individu yang dikumpulkan.

Opini publik menyatakan bahwa opini publik adalah sekumpulan pandangan individu terhadap isu yang sama. Tetapi pendekatan “kesepakatan individual” untuk mendefinisikan opini publik ini melupakan bahwa ini bersifat publik. Kognisi individu barangkali mewakili atau barangkali tidak mewakili konsensus, atau “pemikiran bersama.” Sebab, consensus lebih merepresentasikan jenis opini yang membentuk atau dibentuk oleh diskusi publik di kalangan pihak-pihak yang berbagi “*sense of commonness*.” (Cutlip, Center dan Broom, 2009: 239).

Ditinjau dari ilmu sosiologi, opini publik diartikan sebagai kekuatan yang ada dalam masyarakat (Summer, 2014). Disini kekuatan bukan berasal dari pendapat perorangan, melainkan norma atau mitos yang ada dalam

masyarakat. Definisi ini menjelaskan bahwa jika suatu pendapat dianut oleh banyak orang, diasumsikan bahwa pendapat tersebut benar.

Ilmu komunikasi mendefinisikan opini publik sebagai pertukaran informasi yang membentuk sikap, menentukan isu dalam masyarakat, dan dinyatakan secara terbuka. Opini publik sebagai komunikasi mengenai soal-soal tertentu yang jika dibawakan dalam bentuk atau cara tertentu kepada orang tertentu akan membawa efek tertentu pula (Barelson, 1941). Sementara ilmu psikologi mendefinisikan opini publik sebagai hasil dari sikap sekumpulan orang yang memperlihatkan reaksi yang sama terhadap rangsangan yang sama dari luar (Doob, 1971).

Opini publik, menurut Hennesy (1965), adalah kompleks preferensi terhadap suatu isu yang berkaitan dengan umum yang dilakukan oleh sekelompok orang. Menurut James Bryces, dalam bukunya, *Modern Democracy*, opini publik merupakan kumpulan pendapat dari sejumlah orang tentang masalah-masalah yang dapat memengaruhi atau menarik minat atau perhatian masyarakat di dalam suatu daerah tertentu.

Opini publik dapat didefinisikan sebagai kumpulan pendapat orang yang berbeda dan kompleks. Selain itu, opini publik juga merupakan jawaban terbuka terhadap suatu persoalan atau isu ataupun jawaban yang dinyatakan berdasarkan kata-kata yang diajukan secara tertulis ataupun lisan. Dari situlah publik yang membentuk opini memiliki kepentingan-kepentingan umum yang mempersatukan anggota-anggotanya, menciptakan suatu kesamaan pandangan sehingga terbentuklah opini publik.

Menurut Nimmo (1978), opini publik merupakan proses yang menggabungkan pikiran, perasaan, dan usul yang diungkapkan oleh warga Negara secara pribadi terhadap pilihan kebijakan yang dibuat oleh pejabat pemerintah yang bertanggung jawab atas dicapainya ketertiban sosial dalam situasi yang mengandung konflik, perbantahan, serta perselisihan pendapat tentang apa yang akan dilakukan dan bagaimana melakukannya.

Secara sederhana, opini publik merupakan kegiatan untuk mengungkapkan atau menyampaikan apa yang oleh masyarakat tertentu diyakini, dinilai, dan diharapkan oleh seseorang untuk kepentingan mereka dari situasi tertentu (isu diharapkan dapat menguntungkan pribadi atau kelompok) (Syahputra, 2018: 7-9).

2.4.2. Proses Pembentukan Opini Publik

Secara umum terdapat tiga tahap pembicaraan, yaitu :

Tahap I: Pada tahap ini, masukan masih semraut. Ada sementara ilmuwan menyebutkan sebagai *stage of brain storming*. Ferdinand Tonnies menyebutkan sebagai *lufartigen position* atau sebagai angin.

Tahap II: Pada tahap ini, pembicaraan mulai terarah, mulai membentuk opini yang jelas dan menyatu. Tahap ini oleh sebagian ilmuwan disebut sebagai *the stage of consolidation*. Ferdinand Tonnies menyebutnya *fleissigen position*.

Tahap III: Para ilmuwan menyebut tahap ini sebagai *the solid stage*. Ferdinand Tonnies menyebutnya *festigen position*.

Setelah berada di tahap ketiga, hasil diskusi tidak dipertentangkan lagi oleh kelompok yang hadir dalam diskusi. Opini yang telah dinyatakan tidak ditentang lagi, dan itulah yang disebut sebagai “opini publik.” Menurut Emory S. Bogardus, opini yang timbul sebagai akibat interaksi ini disebut opini publik. Kemudian, mereka bubar dan membicarakan masalah lain.

Contoh-contoh diatas terbukti selaras dengan definisi Leo Bogart yang menyatakan opini publik tidak timbul dari persetujuan, tetapi dari pertentangan pendapat mengenai nilai-nilai. Mereka yang menyatakan “pro” dan “kontra” masing-masing mengemukakan penilaian dan pendapatnya serta mengemukakan fakta, prinsip, harapan, ataupun perasaan. Dengan tidak disadari publik terlibat ke proses pembentukan opini publik. (Olii dan Erlita, 2011: 49).

Opini publik tidak statis. Pandangan orang tentang masalah dapat berkembang dengan dan berubah dari waktu ke waktu. Lalu, bagaimana opini publik terbentuk? Banyak pendapat mengenai hal ini. Misalnya, Cutlip dan Center (2006) menyatakan bahwa ada empat tahap dalam proses terbentuknya opini publik, yaitu (dalam Syahputra, 2018: 53-54) :

1. Ada masalah yang perlu dipecahkan sehingga orang mencari alternatif pemecahan.
2. Munculnya beberapa alternatif yang memungkinkan terjadinya diskusi untuk memilih alternatif.
3. Dalam diskusi diambil keputusan yang melahirkan kesadaran kelompok.

4. Untuk melaksanakan keputusan, disusunlah program yang memerlukan dukungan yang lebih luas.

Erikson dan Tedin (2015) mengemukakan bahwa opini publik terbentuk melalui empat tahap, yaitu (dalam Syahputra, 2018: 54) :

1. Muncul isu yang dirasakan sangat relevan bagi kehidupan orang banyak.
2. Isu tersebut relatif baru hingga memunculkan keaburan standar penilaian atau standar ganda.
3. Ada *opinion leaders* (tokoh pembentuk opini) yang juga tertarik dengan isu tersebut, seperti politikus atau akademisi.
4. Mendapat perhatian pers hingga informasi dan reaksi terhadap isu tersebut diketahui khalayak.

Sementara itu, sosiolog dan ahli komunikasi Jerman, Ferdinand Tonnties (2000), mengemukakan tiga tahap pembentukan opini publik sebagai berikut (dalam Syahputra, 2018: 54):

1. *Die luftartigen position*, yaitu posisi bagaikan angin yang merupakan tahap dimana suatu masalah masih acak, tidak menentu, dan masih sebatas kabar angin.
2. *Die fleissigen position*, yaitu tahap pembicaraan mengenai suatu masalah mulai terarah untuk membentuk pola yang jelas. Pada tahap ini muncul pro dan kontra; isu bisa disetujui bisa juga tidak.
3. *Die festigen position*, yaitu tahap yang dapat menyatukan pendapat kelompok dari tahap-tahap sebelumnya. Adapun kesepakatan bagaimana seharusnya masalah diselesaikan.

2.4.3. Karakteristik Opini Publik

Dapat dikemukakan bahwa opini publik memiliki karakteristik sebagai berikut (Syahputra, 2018: 37-39):

1. Peristiwa-peristiwa yang bersifat luar biasa dapat mengubah opini publik seketika. Opini publik tidak akan stabil sebelum peristiwa yang luar biasa tersebut menunjukkan perkembangan yang jelas.
2. Opini publik sangat peka terhadap berbagai peristiwa penting.
3. Opini pada umumnya lebih banyak ditentukan oleh peristiwanya daripada oleh kata-kata, kecuali jika kata-kata itu sendiri merupakan suatu peristiwa.
4. Pernyataan lisan dan tindakan penanggulangan hanya bisa dilakukan pada saat opini belum terbentuk dan pada waktu orang-orang masih dalam keadaan bimbang serta mencari keterangan dan sumber yang dapat dipercaya.
5. Pada umumnya, opini publik tidak mendahului kejadian, tetapi hanya bereaksi terhadap kejadian atau keadaan.
6. Opini mudah berubah, kecuali jika orang-orang merasa bahwa kepentingan pribadinya benar-benar bersangkutan atau jika opini yang dibangkitkan oleh kata-kata diperkuat oleh peristiwa nyata.
7. Secara psikologis, opini pada dasarnya ditentukan oleh kepentingan pribadi. Berbagai peristiwa, kata-kata, dan hal-hal lain mmengaruhi opini apabila ada hubungannya dengan kepentingan pribadi dan sebagainya.

8. Jika kepentingan pribadi sudah tersangkut, tidaklah mudah untuk mengubah opini publik.
9. Bila kepentingan pribadi sudah tersangkut, opini publik dalam Negara demokrasi cenderung untuk mendahului atau bahkan mendikte kebijakan pemerintah atau pihak lain yang berwenang.
10. Jika suatu opini didukung oleh mayoritas yang tidak begitu kuat atau jika opini tidak mempunyai dasar-dasar yang kuat, peristiwa berikutnya mudah mengubah opini dan arah penerimanya.
11. Pada saat-saat kritis, setiap orang menjadi lebih peka terhadap kemampuan pemimpinnya dan apabila mereka mempunyai kepercayaan terhadapnya, mereka bersedia untuk memberikan lebih banyak tanggung jawab kepadanya dari pada biasanya. Tetapi apabila kepercayaan mereka itu berkurang, toleransi mereka pun akan berkurang dari biasanya.
12. Masyarakat biasanya segan untuk menentang keputusan yang telah diambil oleh pemimpinnya dalam keadaan kritis, apalagi bila mereka merasa diikutsertakan dalam pengambilan keputusan tersebut.
13. Membentuk opini tentang sesuatu yang ada hubungannya dengan suatu tujuan tertentu lebih mudah dari pada membentuk opini mengenai metode-metode yang diperlukan untuk mencapai tujuan itu.
14. Opini publik, sama halnya dengan opini pribadi, mengandung suatu keinginan. Apabila opini itu hanya didasarkan pada keinginan, bukan pada suatu penerangan, hal itu cenderung untuk menunjukkan perhatian yang sangat besar pada suatu peristiwa.

15. Semakin luas pengetahuan masyarakat tentang perkembangan kejadian dan gagasan mengenai kepentingannya sendiri, semakin cenderung untuk melontarkan opini yang lebih objektif.

2.4.4. Komunikasi dan Opini Publik

Komunikasi adalah penggunaan tanda-tanda yang berarti untuk membina hubungan social (Oli dan Erlita, 2011: 44). Menurut Sastropoetro (1990) (dalam Oli dan Erlita, 2011: 47), opini public dapat didefinisikan sebagai “apa yang difikirkan sekelompok orang secara kolektif tentang sesuatu yang bersifat kontroversial” atau “hasil pemikiran sekelompok orang secara kolektif tentang sesuatu hal yang bersifat kontroversial.”

2.5. Fotografi

Kata “*Photography*” (fotografi) berasal dari bahasa Yunani yang terdiri dari 2 kata: “*Photo*” yang berarti sinar dan “*Graphos*” yang berarti menggambar. Jadi *Photography* dapat diartikan “menggambar dengan cahaya”. Jika kita ibaratkan fotografi dengan melukis, dalam fotografi kita menggunakan kamera dan lensa sebagai alat lukisnya (*brush/kuas*), film dan sensor digital sebagai kanvas atau kertas dan cahaya sebagai catnya.

Penyebutan istilah fotografi sendiri, yang dapat dilacak dari catatan paling awal dilakukan oleh Hercules Florence. Pelukis dan penemu asal Perancis ini pada 1834 menulis dalam buku hariannya kata “*photography*” untuk menggambarkan proses tersebut. Namun yang membuat kata “*photography*” dikenal dunia itu, setelah Sir John Herschel memberikan

kuliah di Royal Society of London pada 14 Maret 1839 (Burhanuddin, 2014: 1).

Fotografi digital telah dirintis sejak tahun 1970-an. Karena banyaknya penelitian yang dilakukan tanpa memberi hasil yang signifikan, tanggal pasti untuk itu tidak ada. Selain itu, definisi kelahiran foto digital sulit didapat. Mengingat foto digital bisa lahir dari berbagai sumber. Sebuah foto digital bisa dihasilkan alat *scanner*, atau bisa juga dibuat murni oleh computer (*computer generated picture*) (Burhanuddin, 2014: 21).

2.6. Jenis-jenis Kamera

Sejak ditemukan konsep kamera obskura, telah banyak jenis kamera dibuat. Kamera-kamera tersebut ada yang dibuat secara eksperimental untuk memenuhi kebutuhan pembuatnya sendiri hingga kamera yang di produksi massal oleh pabrikan. Saat ini merek-merek besar telah memiliki kantor pemasaran hampir di seluruh benua.

Pada tahun 1888, Eastman memperkenalkan kamera kotak (*box camera*) dengan merek Kodak yang dilengkapi dengan rol film yang cukup untuk membuat 100 gambar. Bila bertitik tolak dari diproduksinya kamera secara massal itu hingga munculnya teknologi digital, jenis kamera untuk fotografi dapat dibedakan dalam dua kelompok besar yaitu: kamera film dan kamera digital.

2.6.1. Subminiature Camera

Istilah “miniature” pada awalnya digunakan untuk menyebut film dengan format 35mm, sehingga kamera yang menggunakan format yang lebih

kecil dari 35mm disebut sebagai “sub-miniatur”.Semakin kecil kamera, khususnya Minox, berhubungan dengan mata-mata.Istilah miniature disini bukan untuk memotret subjek mikroskopis.Kalau kita ingin memotret benda-benda yang kecil biasanya dilakukan dengan kamera biasa namun dengan penambahan jenis lensa khusus (makro).

Kamera yang keluar dipasaran sejak tahun 1930-an ini semakin sulit dioperasikan.Saat ini mendapatkan film ukuran kecil seperti ini bukan perkara mudah. Belum lagi studio foto yang tidak lagi menyediakan proses cuci-cetak untuk film ini. Hingga tahun 2006 sejumlah merek masih diproduksi.Namun pada tahun 2011, hanya Minox yang masih memproduksinya.

2.6.2. Kamera Poket

Kamera jenis ini memiliki lensa yang menyatu dengan badan kamera.Kita melihat obyek yang kita foto bukan melalui lensa, tapi melalui *viewfinder*.Juga akrab disebut dengan *point and shoot*, karena jenis ini secara keseluruhan full otomatis, dengan fitur oto-fokus, oto-eksposur (terang gambar). Tersedia dalam film format 35mm dan APS (*Advance Photo System*). Rentang harga cukup variatif: dimulai dari yang sangat murah sampai mahal dengan lensa dari manufaktur terkenal dan bodi terbuat dari titanium. Sekarang ini, kamera poket yang banyak di pacaran adalah kamera poket digital.

Keuntungan dari kamera ini adalah ukurannya yang kecil, hingga dapat dimasukkan ke dalam kantong.Karena itu dinamakan kamera poket

(kantong, saku).Kemudian dalam hal pengoperasian sangat mudah.Memungkinkan untuk ditenteng sehingga nyaman dibawa traveling.

Namun kamera poket juga memiliki banyak kekurangan.Diantaranya tidak memungkinkan untuk pengoprasian manual.Lensa yang menyatu dengan body kamera tidak dapat diganti-ganti.Sudut pandang lensa dengan *view-finder* terletak pada tempat yang berbeda, hingga mengganggu pada saat melakukan komposisi, terutama memotret dalam jarak dekat.Kamera ini memang pada dasarnya bukan diciptakan untuk fotografer serius.

Dikarenakan sudut pandang yang berbeda antara lensa dan *view-finder* memungkinkan untuk gambar yang ditangkap film berbeda dengan yang kita lihat.Dalam fotografi dikenal dengan istilah kesalahan paralaks (*parallax error*).Kesalahan paralaks didalam fotografi (pada desain kamera) menyebabkan fotografer kesulitan menentukan komposisi foto yang dihasilkan.

2.6.3. Kamera Sekali Pakai

Kamera ini dimaksudkan untuk digunakan sekali pakai oleh konsumen. Ketika akan diproses (cuci-cetak) kamera “dikembalikan” kepada lab atau studio. Setelah selesai proses kita hanya akan menerima hasil proses (film dan cetakan). Sementara kamera yang telah dibuka untuk diambil filmnya akan didaur ulang, untuk diisi dengan film dan dijual kembali.

Mekanisme yang digunakan sangat sederhana dan dijual satu paket dengan rol film yang sudah terpasang di dalamnya.Film yang digunakan adalah format 135 atau APS. Kebanyakan menggunakan lensa- fixed focus.

Beberapa model dilengkapi dengan lampu bit. Bahkan kamera ini ada yang dibuat dengan versi tahan air untuk fotografi *under water* dan memiliki fitur zoom pada lensanya.

Kamera ini disukai turis dan menjadi solusi fotografi bawah air bagi mereka yang tidak mampu memiliki kamera khusus bawah air. Karena permintaan yang begitu besar, perusahaan seperti Konica, Canon dan Nikon juga memproduksinya. Pada tahun 2005, ketika digital mulai merambah pasar fotografi, kamera sekali pakai merupakan ujung tombak penjualan kamera film.

2.6.4. *Twin-Lens Reflex (TLR)*

Adalah jenis kamera dengan dua lensa yang sama panjang focus (lensa kembar). Salah satu lensa digunakan mengambil gambar sedangkan yang lainnya digunakan sebagai jendela bidik. Dua lensa terhubung, sehingga focus yang dilihat akan persis sama seperti yang akan terekam film. Kebanyakan TLR dengan harga ekonomis menggunakan model fixed-focus.

Kamera TLR untuk pertama kali dikembangkan sekitar tahun 1870 dan masih digunakan hingga akhir tahun 1960-an. Memiliki lensa kembar berarti kita dapat lebih fokus mengambil gambar tanpa harus menjaga pergerakan cermin yang menutup plat (dalam jenis SLR) sehingga dapat mengurangi waktu yang dibutuhkan untuk mengambil gambar.

Sebelum pengembangan SLR, semua kamera dengan viewfinder memiliki dua lensa alias TLR. Hal ini tidak bermasalah untuk gambar yang diambil dari jarak jauh. Tapi ketika mengambil gambar close-up muncul

masalah kesalahan dalam komposisi atau yang lebih dikenal dengan kesalahan paralaks.

Pada praktiknya semua TLR adalah kamera film. Format film yang paling sering digunakan medium format 120 (6x6cm). Meskipun ada juga yang menggunakan format lain. Karena masa kejayaan kamera TLR sudah berakhir jauh sebelum era kamera digital, hingga kini tidak ada kamera digital TLR diproduksi untuk kegiatan fotografi serius. Pada 2004 digital TLR memang diproduksi oleh Rollei namun itu ditunjukan bagi kolektor Camera Mini-Digital, yang diperkenalkan sebagai “mainan” mahal.

2.6.5. Single Lens Reflex (SLR)

Kamera jenis ini diminati oleh para fotografi serius. Disebut Single Lens Reflex (Refleksi Lensa Tunggal), karena secara mekanisme kita melihat obyek foto melalui satu cermin yang memantul gambar dari satu lensa ke *viewfinder* dan mengambil gambar dengan satu lensa. Dengan kalimat yang lebih ringkas kita dapat melihat subjek dari lensa yang sama untuk merekam.

Tersedia dalam berbagai format film, dimulai dari APS (*Advance Photo System*), dan Medium (120mm). Terdapat kamera SLR dari teknologi dasar hingga sangat maju. Penggerak otomatis disediakan untuk kebutuhan memotret sederhana yang memungkinkan orang awam dapat mengoperasikannya secara manual.

Keuntungan dari kamera SLR antara lain: subyek dilihat langsung melalui lensa kemudian dipantulkan ke *viewfinder* itulah hasil yang akan direkam. Kamera jenis amatir sering dilengkapi dengan lampu kilat secara

built-in. lensa dapat diganti-ganti sesuai kebutuhan dan tersedia banyak pilihan, begitu juga aksesoris yang tersedia.

Sedangkan kekurangan dari kamera SLR adalah terkadang karena ukurannya yang lebih besar dari kamera poket merepotkan sewaktu dipakai saat traveling. Lensa dengan kualitas terbaik sangat mahal harganya.

2.6.6. Rangefinder Camera

Tersedia dalam film format medium dan kecil (35mm). Walaupun jenis kamera ini ada juga yang mempunyai lensa built-in (tidak dapat di ganti-ganti), kebanyakan manufaktur kamera ini menawarkan kamera yang dapat diganti-ganti lensanya. Sistem bidik kamera ini sama dengan kamera poket, ada yang terletak di samping atau di atas lensa tapi tidak langsung melihat dari lensa seperti kamera SLR. Dibandingkan dengan model lama, model baru dari kamera ini biasanya mempunyai sistem bidik yang cukup akurat. Kita dapat melihat apa yang akan direkam oleh film, bahkan dengan subyek berjarak dekat.

Keuntungan dari kamera ini adalah *viewfinder* tidak menjadi gelap pada saat eksposur. Ini disebabkan tidak adanya *mirror* (cermin) yang memantulkan gambar ke *viewfinder* antara lensa dan film seperti pada kamera SLR. Sehingga waktu *shutter* diaktifkan kita tetap dapat melihat gerakan dari subyek, maka dari itu sangat tepat digunakan untuk memotret manusia. *Viewfinder* cukup terang dan jelas untuk kondisi cahaya minim.

Apabila dibandingkan dengan kamera SLR, kekurangan dari kamera jenis ini sangat jelas: biasanya kamera jenis ini kalah dalam teknologi, harga

cukup mahal dilihat dari kemampuannya yang terbatas, sedikit pilihan untuk lensa dan aksesoris, dengan lensa tele penglihatan tidak terlalu jelas dan kurang akurat, adanya kesalahan *parallax* (umumnya pada model lama) sebagaimana yang juga terjadi pada kamera jenis poket.

2.6.7. Kamera Format Sedang (Medium Format/MF)

Walaupun film dengan format 35mm banyak keuntungannya, banyak juga fotografer yang memilih untuk memakai film yang ukurannya tiga sampai lima kali lebih besar seperti kamera medium format. Kamera MF banyak macamnya, jenis yang paling umum digunakan adalah yang menghasilkan film negatif atau positif (transparansi) berukuran 6x4.5cm (disebut kamera “645”) atau 6x6cm, atau 6x7cm. Format yang lebih besar dari ini juga tersedia.

Keuntungan dari kamera MF adalah dapat menghasilkan kualitas cetak lebih besar. Sama seperti kamera format 35mm, kamera MF juga tersedia dalam sistem SLR dan *Rangefinder*. Selain itu juga tersedia TLR (*Twin Lens Reflex*). Jenis TLR ini mempunyai dua lensa (atas dan bawah). Lensa atas digunakan untuk melihat subyek; lensa yang di bawah untuk merekam gambar pada film. Kamera ini biasanya menggunakan film format 6x6cm.

2.6.8. Large Format Camera

Kamera LF, disebut juga *view camera*, menggunakan film format yang besar. Pertama kali dikembangkan di era Daguerreotype (1840-50-an)

dan masih digunakan sampai sekarang, yang tentu saja dengan banyak perbaikan sistem.

Ukuran film terkecil adalah 4x5inch (10x12.5cm) dan yang terbesar adalah 8x10inch (15x25cm). Ukuran standar dalam inch adalah: 4x5,5x7,4x10,5x12,8x10,11x14,7x17,8x20, dan 20x24. Format yang paling banyak digunakan adalah 4x5, diikuti oleh 8x10.

Pada dasarnya tidak tersedia rol film untuk kamera ini. Film yang digunakan adalah film dalam bentuk lembaran-satu lembar untuk satu foto yang kita ambil. Dapat saja kita menggunakan rol film pada *view camera* namun harus dengan menggunakan pemegang rol film khusus.

Kamera ini bisa dibilang sangat spesial, diperlukan waktu yang lama untuk belajar menggunakannya. Ukurannya sangat besar dan sangat sederhana, bahkan tidak dilengkapi dengan *built-in Lightmeter* (pengukur cahaya). Terdapat tiga bagian utama dari kamera ini, yaitu: lensa, *bellow*, kaca focus (disebut *ground glass* dan *focusing glass*).

Dilihat dari besarnya film, dapat diketahui bahwa keuntungan dari kamera ini adalah dapat dilakukan pembesaran cetakan gambar yang jauh lebih besar (film terkecilnya kira 2,15 kali lebih besar dari film 35mm). Akan tetapi, karena ukurannya yang besar tidak memudahkan kita untuk membawanya. Walaupun dengan mekanisme sangat sederhana, pengoperasian kamera ini bisa sangat sulit.

2.6.9. Kamera Instan

Kamera instan adalah jenis kamera yang menghasilkan gambar dari film instan khusus tanpa perlu mencetaknya. Film instan yang digunakan tersebut berisi bahan kimia yang dapat men-developing sendiri, yang dalam penggunaan film konvensional itu harus diproses secara tersendiri di lab atau kamar gelap. Cara kerjanya, film instan positif (hasil sesuai gambar tercetak) melakukan pengalihan difusi untuk memindahkan pewarna dari negatif ke positif melalui reaksi *reagent*. Proses ini bervariasi sesuai dengan jenis film.

Jenis kamera instan yang paling populer adalah kamera Polaroid. Edwin Land, ilmuwan Amerika sering disebut sebagai yang paling bertanggung jawab menemukan kamera ini. Land pertama kali meluncurkan kamera instan komersial, Kamera Land, pada tahun 1948. Setahun sebelumnya dia meluncurkan film instan. Sebenarnya Land bukanlah yang pertama. Kamera instan paling awal, dirangkai pada tahun 1923 oleh Samuel Shlafrock yang terdiri dari kamera dan kamar gelap portable di satu kompartemen.

Karena sifatnya yang dapat segera dilihat, kamera instan telah banyak berjasa sebelum lahirnya kamera digital. Kamera instan sering dianggap hanya untuk keperluan foto hiburan karena banyaknya kehadiran juru foto kamera instan yang menawarkan foto langsung jadi di tempat-tempat seperti kebun binatang dan lokasi wisata lainnya.

2.6.10. Kamera Stereo

Kamera stereo adalah jenis kamera yang menggunakan dua atau lebih lensa. Dengan memasang dua lensa sebagai perekam memungkinkan kamera memberikan kemampuan menangkap gambar tiga dimensi. Jarak antara lensa

kamera diletakkan secara horizontal sebanding dengan jarak antara mata manusia (dikenal sebagai jarak intra-okular sekitar 6,35cm).

Kamera Stereo paling populer yang menggunakan film 135 adalah Stereo Realist (1950). Sebenarnya membuat gambar 3D dapat dibuat lebih murah dengan mengambil dua gambar dengan kamera yang sama dengan menggeser kamera beberapa cm ke kiri atau kanan mengikuti teori kamera stereo. Tapi cara ini memiliki masalah ketika memotret benda bergerak.

Tidak semua kamera yang menggunakan dua lensa dapat digunakan untuk membuat foto stereoskopik. Misalnya kamera TLR (*twin-lens reflex*) yang menggunakan dua lensa. Kamera ini tidak menggunakan kedua lensanya untuk merekam gambar. Hanya satu yang digunakan untuk merekam gambar, sedangkan satu lensa lagi digunakan sebagai *viewfinder*. Letak dua lensa dalam kamera TLR biasanya dalam konfigurasi vertical.

2.6.11. Mirrorless Camera

Mirrorless Camera atau lengkapnya *mirrorless interchangeable lens camera* (MILC) adalah kamera dengan medium perekam sensor digital. Lebih jelasnya kamera ini hanya ada pada sistem digital dan tidak ditemukan yang menggunakan medium perekam film. Seperti DSLR kamera ini menyediakan mount (mulut lensa) untuk berganti-ganti lensa. Bedanya dengan DSLR kamera MILC tidak memiliki cermin reflex dan jendela bidik.

Untuk menyebutnya beberapa nama lain MILC diantaranya: *compact system camera* (CSC), *mirrorless system camera* (MSC), *digital single lens*

mirrorless (DSLM), *digital interchangeable-lens system camera*, dan *electronic viewfinder with interchangeable lens* (EVIL).

Pada tahun 2012 sudah tersedia banyak jenis dan merek kamera MILC. Dimulai oleh Epson R-DI (dirilis pada 2004), diikuti oleh Leica M8 (dirilis September 2006) kemudian Panasonic Lumix DMC-G1 (Oktober 2008).

MILC menggabungkan sejumlah kelebihan antara kamera kompak dan DSLR. Dibandingkan dengan kamera kompak, MILC menawarkan fleksibilitas dalam berganti-ganti lensa dan ukuran sensor yang lebih besar. Kelebihan dari DSLR, kebisingan bunyi shutter DSLR tidak ditemukan pada MILC karena tidak menggunakan cermin bergerak.

Selain kelebihan diatas, MILC memiliki banyak keterbatasan dibanding kamera kompak dan DSLR. Diantaranya tidak ada jendela bidik layaknya sistem SLR yang menggunakan viewfinder langsung dari lensa melainkan layar LCD. Sistem ini akan berpengaruh pada *shutter-lag*. Beberapa kamera menawarkan jendela bidik optik layaknya kamera *range vinder* yang akan menimbulkan kesalahan paralaks.

Kebanyakan kamera MILC menggunakan mount lensa dengan sistem baru yang tidak kompatibel dengan lensa DSRL yang ada. Ini berarti bahwa lensa DSLR yang ada tidak dapat digunakan tanpa adaptor. Padahal investasi terbesar fotografer adalah lensa, bukan body kamera. Berganti kamera yang mengharuskan juga mengganti koleksi lensanya akan sangat dipikirkan oleh

fotografer mengingat harga yang harus dibayar cukup mahal (Burhanuddin, 2014: 28-36).

BAB III

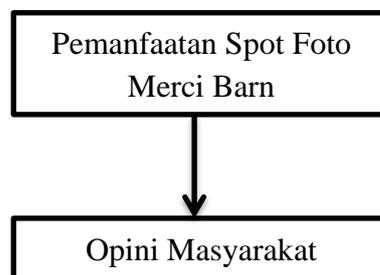
METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah “*realitas jamak*”. Prinsip penelitian kuantitatif, mempercayai adanya “*realitas tunggal*”, yang digeneralisasikan. Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomenal social dan masalah manusia.

Pada pendekatan ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami (Creswell, 1998: 15). Bogdan dan Taylor (Moleong, 2007: 3) mengemukakan bahwa metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dan perilaku dari orang-orang yang diamati (Ardial, 2014: 249).

3.2. Kerangka konsep



Gambar 3.2 Kerangka Konsep

3.3. Definisi konsep

Menurut William Albiq (Santoso S.1990) dalam buku Ollie dan Erlita (2011: 21), *opini publik* adalah jumlah dari pendapat individu-individu yang diperoleh melalui perdebatan dan opini publik merupakan hasil interaksi antar individu dalam suatu publik.

Spot foto adalah spot; tempat, “tempat khusus” sedangkan foto adalah gambar diam baik berwarna maupun hitam-putih yang dihasilkan oleh kamera yang merekam suatu objek atau kejadian atau keadaan pada suatu waktu tertentu. Jadi, spot foto adalah tempat dimana foto akan diambil oleh kamera dengan memberikan latar belakang yang memiliki arti. sumber :<https://kamus.belajarbahasa.id/spot> dan <https://id.wikipedia.org/wiki/Foto>

3.4. Kategorisasi Penelitian

Definisi Operasional	Definisi Teoritis
Opini Masyarakat Terkait Pemanfaatan Spot Foto Mercu Bar	a. Komunikasi b. Komunikasi massa c. Opini Publik d. Proses Pembentukan Opini Publik e. Fotografi f. Jenis-jenis Kamera

Tabel 3.4 Tabel Kategorisasi

3.5. Informan atau Narasumber

Narasumber merupakan orang yang memberi informasi dan pengetahuan lebih dari orang lain berkaitan dengan objek yang sedang diteliti. Untuk mendapatkan informasi yang diinginkan maka peneliti menentukan bahwa narasumber yang akan diteliti sebanyak 4 orang.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

a. Pengertian Observasi

Teknik ini menurut adanya pengamatan dari si peneliti terhadap objek penelitiannya, missal dalam melakukan eksperimen. Instrument yang dipakai dapat berupa lembar pengamatan, panduan pengamatan, dan lainnya.

Sebenarnya setiap saat kita selalu melakukan observasi. Kita mengamati perilaku anak-anak, gerakan kendaraan di jalan raya, atau bintang di jagat raya. Dengan observasi itulah kita memperoleh informasi tentang dunia di sekitar kita. Observasi adalah kegiatan kita yang paling utama dan teknik penelitian ilmiah yang penting. Observasi ilmiah berbeda dengan observasi sehari-hari (Ardial, 2014: 367).

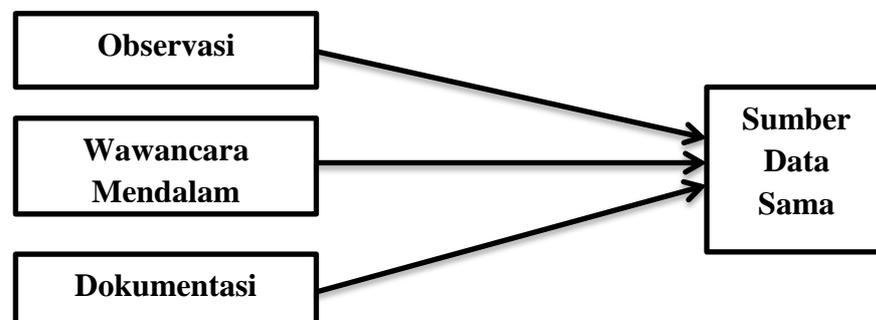
b. Wawancara

Wawancara adalah salah satu dari sekian teknik pengumpulan data yang pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung dengan yang diwawancarai, dan dapat juga secara tidak langsung (Ardial, 2014: 372).

c. Dokumentasi

Studi dokumen merupakan metode pengumpulan data kualitatif sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi. Sebagian besar data berbentuk surat, catatan harian, arsip foto,

hasil rapat, cenderamata, jurnal kegiatan dan sebagainya. bahan documenter terbagi beberapa macam, yaitu otobiografi, surat-surat pribadi, buku atau catatan harian, memorial, klipping, dokumen pemerintah atau swasta, data di server dan flashdisk, data tersimpan di website, dan lain-lain. Data jenis ini mempunyai sifat utama tak terbatas pada ruang dan waktu sehingga bisa dipakai untuk menggali informasi yang terjadi di masa silam (Sujarweni, 2014: 33).



Gambar 3.6 Teknik Pengumpulan Data

3.7. Teknik Analisis Data

Menurut Mudjirahardjo Analisis data adalah sebuah kegiatan untuk mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberi kode atau tanda, dan mengkategorikannya sehingga diperoleh suatu temuan berdasarkan fokus atau masalah yang ingin dijawab. Melalui serangkaian aktivitas tersebut, data kualitatif yang biasanya berserakan dan bertumpuk-tumpuk bisa disederhanakan untuk akhirnya bisa difahami dengan mudah. Setelah data terkumpul selanjutnya dianalisis. Analisis data merupakan bagian sangat penting dalam penelitian, analisis data kualitatif sangat sulit karena tidak ada

pedoman baku, tidak berproses secara linier, dan tidak ada aturan-aturan yang sistematis.

Menurut Miles(1994) dan Faisal(2003) analisis data dilakukan selama pengumpulan data dillapangan dan setelah semua data terkumpul dengan teknik analisis model interaktif. Analisis data berlangsung secara bersama-sama dengan proses pengumpulan data.

Dengan metode ini dapat diketahui bagaimana opini msyarakat terkait pemanfaatan spot foto Merci Barn (Sujarweni, 2014: 34).

3.8. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian : adapun penelitian ini akan dilakukan di JL. Karya Jaya, Gedung Johor, Medan Johor, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara. Waktu Penelitian : penelitian ini dari bulan Februari sampai dengan Maret.

3.9. Deskripsi Ringkas Lokasi Penelitian

MERCI BARN, terletak di JL. Karya Jaya, Gedung Johor Medan. Perumahan yang berkonsep arsitektur Negara “Kincir Angin” yang memiliki tinggi hampir 22m ini memberikan ketertarikan *background* taman ala Belanda yang terdapat di Sumatera Utara. MERCI BARN sebenarnya bukan destinasi wisata melainkan berfungsi sebagai kantor marketing dari sebuah perusahaan pada bidang perumahan yakni “*Medan Resort City Barn*”, sehingga sering kali disingkat menjadi “MERCI BARN”.

MERCI BARN berdiri sejak tahun 2015, *Merci Office* dirancang setiap tengah malam oleh arsitek bernama Bapak Rudy, tidak hanya luarnya

yang bernuansa Eropa tetapi, interiornya juga berkonsep Eropa. Tak hanya memiliki view Eropa memukau, di perumahan MERCI BARN kota Medan terdapat peternakan sapi ala Eropa yang bahkan sapi itu merupakan sapi asli dari Belanda yang diberi nama “Momoo dan Molly”. Dilokasi lain juga terdapat hewan peliharaan kuda liar berjumlah dua ekor.

Ketertarikan yang berbentuk Negara asing ini merupakan strategi cerdas mempromosikan property perusahaan dan membawa pengunjung untuk melihat langsung serta menikmati situasi seolah berada di Eropa. Supaya menambah kemeriahan pihak pengelola setiap sebulan sekali mengundang band lokal membawa musik bernuansa Eropa, sehingga makin kental nuansa Eropa didalamnya. Menurut informasi dari pihak pengelola bahwa kedepannya akan hadir beberapa *spot* foto menarik diantaranya restoran apung, *france garden*. Waktu operasi MERCI BARN dimulai pukul 10.00 hingga 17.00 WIB atau bisa langsung kunjungi *official instagram @wisatamerci*.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

Pada BAB IV ini peneliti memaparkan fokus dari penelitian ini yaitu Opini Masyarakat Terkait Pemanfaatan Spot Foto Merci Barn, yang sesi wawancara dilakukan pada hari Rabu, tanggal 06 Februari 2019 pada pukul 11.00 WIB sampai dengan selesai. Dimana penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan pendekatan deskriptif. Metode kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (natural setting), (Sugiyono, 2013). Pada penelitian kualitatif, peneliti dituntut dapat menggali data berdasarkan apa yang diucapkan, dirasakan dan dilakukan oleh sumber data. Pada penelitian kualitatif peneliti bukan sebagaimana seharusnya apa yang dipikirkan oleh peneliti tetapi berdasarkan sebagaimana adanya yang terjadi di lapangan, yang dialami, dirasakan dan dipikirkan oleh sumber data. Dengan melakukan penelitian melalui pendekatan deskriptif, maka peneliti harus memaparkan, menjelaskan, menggambarkan data yang telah diperoleh oleh peneliti melalui wawancara mendalam yang dilakukan dengan para informan. Pada BAB IV ini dibagi menjadi tiga bagian agar lebih sistematis dan terarah yaitu sebagai berikut:

4.1.1. Deskripsi Informan Penelitian

a. Informan I

Informan pertama adalah pengunjung MERCI BARN, Muhammad Fadly Rifani, dengan jenis kelamin laki-laki, berusia

22 tahun dan sudah bekerja di PT. Tanto Intim Line (anak cabang Pelindo) Medan Belawan selama 2 tahun.

b. Informan II

Informan kedua adalah pengunjung MERCI BARN, Atika Wulandari, dengan jenis kelamin perempuan, berusia 22 tahun dan sudah bekerja di Kampus Amik Polibisnis Medan sebagai Admin selama 6 bulan.

c. Informan III

Informan ketiga adalah pengunjung MERCI BARN, Anita Dristi Nst, dengan jenis kelamin perempuan, berusia 24 tahun dan sudah bekerja sebagai pengemudi ojek online.

d. Informan IV

Informan keempat adalah pengunjung MERCI BARN, Vallen Melwanti, dengan jenis kelamin perempuan, berusia 22 tahun dan pengusaha online jilbab serta sabun muka selama 5 bulan.

4.1.2. Deskripsi Hasil Penelitian

Informan I

Menurut saudara Fadly, *spot* foto MERCI BARN sangat menarik perhatian banyak orang salah satunya adalah beliau sendiri yang memang mencintai foto terutama *spot* foto. Menurutnya, *spot* foto ini unik dengan bentuk yang menyerupai Negara Eropa yaitu Belanda, dengan identik bentuk-bentuk perumahan seperti di Belanda, kincir angin, yang membuat beliau serasa di Negara Eropa sesungguhnya. Kemudian beliau juga menegaskan

dengan hasil foto yang bagus di *spot* foto tersebut yang beliau ambil dan dipamerkan kepada masyarakat lainnya, sehingga masyarakat mampu menikmati hasil foto ataupun secara tidak langsung mengajak atau merekomendasikan masyarakat untuk datang langsung dan melihat sendiri keindahan *spot* foto MERCI BARN tersebut.

MERCI BARN adalah tempat yang sangat beliau senangi untuk mengunjungi kembali tempat tersebut. Bagi beliau tempat itu sangat dibutuhkan oleh anak-anak milenial zaman sekarang yang sangat mengincar yang namanya *spot-spot* foto yang menarik. Bukan hanya sekedar identik dengan bentuk rumah Belanda saja tetapi, *spot* foto MERCI BARN juga dipenuhi dengan berbagai macam warna cerah sehingga terlihat lebih indah dan menarik.

Manfaat yang beliau dapatkan adalah mendapati hasil foto terbaiknya sehingga, menimbulkan rasa kepuasan tersendiri dengan hasil fotonya. Jenis kamera HP atau DSLR yang biasa beliau gunakan disetiap pengambilan foto mampu mendukung hasil terbaik dalam pengambilan foto. Beliau tidak memiliki cara khusus untuk teknik pengambilan foto dikarenakan beliau hanya mempelajari fotografi secara otodidak dan sesuai sudut pandangnya sendiri.

Foto adalah salah satu hal yang penting bagi beliau karena disetiap foto yang beliau ambil mempunyai momen dan kesan serta pesan yang memiliki arti. Beliau memiliki caranya tersendiri untuk menyampaikan suatu pesan melalui sebuah foto, seperti pesan yang beliau sampaikan melalui *spot*

foto Merci Barn kepada masyarakat atau teman-temannya melalui media sosial.

Informan II

Menurut saudari Atika, *spot* foto MERCI BARN bagus untuk mendapatkan hasil foto yang memuaskan dirinya. Manfaat yang beliau dapatkan adalah foto yang beliau ambil untuk di post dimedia sosialnya terlihat bagus dan menarik. Dengan bentuk *spot* foto yang seperti di Belanda membuat pemasaran mereka berhasil untuk menarik minat pengunjung yang penasaran ingin melihat langsung *spot* foto tersebut dan mendapatkan foto yang mereka inginkan pula. Beliau sangat tertarik dengan *spot* foto yang berbentuk kincir angin yang sangat identik dengan Negara Belanda, rumah yang penuh dengan warna dan lain-lain.

MERCI BARN mempunyai kesan tersendiri dimata beliau dengan pemandangan yang penuh dengan warna, membuat beliau ingin mengabadikan momen disaat beliau berada disana.

Teknik memotret yang beliau gunakan tidaklah sesuai dengan teknik-teknik fotografer, melainkan beliau hanya memoret secara otodidak dan sesuai dengan apa yang beliau inginkan. Biasanya beliau memotret hanya dengan pengaturan normal seperti apa yang ada di hp ataupun kamera yang beliau gunakan. Beliau juga sering menggunakan model pengambilan gambar *potret* dan *landscape* yang terpenting bagi beliau agar hasil foto nya membuat beliau terlihat tinggi dan kurus.

Foto adalah salah satu media untuk menyampaikan suatu pesan tentang apa yang beliau rasakan maupun apa yang ingin beliau sampaikan kepada masyarakat terutama teman-temannya. Dengan adanya foto beliau lebih mudah untuk menyampaikan apa yang ingin disampaikan dan juga mengasah keterampilan dalam berfoto. Beliau sangat mengagumi teknik pengambilan gambar yang adiknya kuasai sehingga membuat beliau sangat percaya diri dengan hasil foto yang diambil oleh adiknya.

Informan III

Menurut saudari Anita, *spot* foto MERCI BARN terbilang unik dikarenakan belum ada *spot* foto yang menggambarkan Belanda yang ada di Kota Medan ini. Selain dengan ciri khas Belanda, MERCI BARN juga memiliki pemandangan yang indah nan cantik sehingga menarik para pengunjung untuk menikmatinya. *Spot* foto yang unik dan indah itu mempunyai manfaat tersendiri bagi Anita dimana beliau mendapatkan hasil foto yang menggambarkan bahwasanya dia telah berada disalah satu Negara maju yang siapapun pasti mengharapkannya. Selain bentuk rumahnya disana juga terdapat kincir angin yang semakin mendukung bahwa beliau seperti berada di Negara asing.

Saudari Anita sangat menggemari foto dimanapun yang menurutnya terlihat bagus untuk berfoto maka beliau akan mengambil momen tersebut. Beliau sendiri tidak memiliki banyak ilmu dalam dunia fotografi, beliau hanya mempelajari sedikit teknik fotografi yang pengambilan fotonya agar terlihat bagus dan menarik. Beliau tidak memiliki inspirasi fotografi profesional

dalam setiap pengambilan foto karena hanya secara otodidak. Jenis-jenis kamera yang beliau gunakan seperti Canon, GoPro dan hp dengan pengaturan normal sebagaimana bawaan oleh kamera, hanya jika mengambil foto beliau akan melihat sisi mana yang terbaik untuk menghasilkan foto yang bagus. Beliau sendiri sering mengepost foto agar untuk membuat orang yang melihatnya juga ikut penasaran dan datang ketempat tersebut.

Informan IV

Menurut saudari Vallen, MERCI BARN adalah tempat dimana salah satu *spot* foto terbaik di kota Medan yang tidak akan menyesal jika datang kesana. *Spot* foto tersebut tidak hanya difoto saja yang menarik tetapi, aslinya juga sesuai dengan hasil pengambilan foto. Beliau memiliki *spot* foto *favourite* seperti joglo yang berbentuk pondok dan memiliki banyak warna. Itu menjadi tempat terbaik bagi beliau karena beliau sangat menyukai warna-warna cerah. MERCI BARN yang identik dengan suasana Belanda mampu menjadikan foto lebih menarik untuk kepuasan yang diharapkannya.

Foto menjadi hal yang penting bagi beliau karena dengan memotret dapat menyimpan kenangan tersendiri. Salah satu yang menjadi alasan dalam pengambilan foto juga karena pemandangan ditempat tersebut menunjang keinginan untuk mengabadikannya. Dalam pengambilan foto, beliau tidak memiliki teknik sesuai teknik-teknik fotografer melainkan hanya sebatas pengambilan foto sendiri tanpa ada pembelajaran yang secara khusus. Setidaknya beliau hanya mengatur kecerahan saja jika memang foto

terlihat gelap maka disesuaikan dengan keterangan yang membuat foto terlihat bagus.

Beliau biasanya menggunakan kamera hp untuk mengabadikan momen-momen yang menurutnya penting untuk diabadikan. Hp sudah menjadi hal yang tak terpisahkan dari dunia foto dan karena dengan hplah beliau mudah untuk mempelajari cara pengambilan foto walaupun tidak secara menyeluruh mengetahui teknik pengambilan foto. Foto juga menjadi salah satu tempat untuk menyampaikan sesuatu dan mengasa kesenian yang dimiliki oleh beliau. Beliau sendiri juga mengatakan tidak tahu menahu tentang fotografer profesional yang menjadi inspirasi dalam berfoto. Karena bagi beliau foto hanya sekedar untuk mengabadikan momen dengan sedikit teknik cara pengambilan foto yang beliau ketahui.

4.2. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengamatan yang penulis lakukan dalam penelitian ini tentang Opini Masyarakat Terkait Pemanfaatan Spot Foto Merci Barn adalah sebagai berikut: Ketika penulis melakukan penelitian, penulis melihat suatu konsep perumahan yang berarstekturkan Eropa serta suasana yang menggambarkan sedang berada di Negara Eropa yaitu Belanda. Posisi yang strategis, tidak jauh terhadap jalan raya, mudah untuk ditemukan serta sangat luas membuat banyak mata pengunjung serasa penasaran ingin memasuki tempat tersebut. Ditambah dengan pemandangan disekitar yang mendukung *spot* foto menjadi semakin indah dan menarik. Lalu saya masuk ke lokasi tersebut yang ramai diisi oleh pengunjung anak muda seumuran saya, sebelum

saya melakukan wawancara terlebih dahulu saya memperkenalkan diri saya dan mengutarakan maksud serta tujuan saya berada di tempat tersebut untuk melakukan riset atau penelitian guna menyelesaikan skripsi S1 saya.

Dari pertanyaan-pertanyaan yang penulis ajukan dalam sebuah wawancara kepada narasumber, penulis dapat menyimpulkan dari beberapa pengunjung berpendapat, bahwa MERCI BARN adalah tempat yang nyaman untuk di datangi dan tempat yang menarik perhatian agar segera merasakan keindahan di tempat tersebut. Mereka sangat menikmati setiap sudut dari spot foto yang ada di MERCI BARN sehingga baginya tidak ada tempat yang tidak menarik perhatian. *Spot-spot* foto yang terdiri dari, perumahan Belanda, kincir angin raksasa, peternakan sapi Belanda, serta banyak lagi *spot* foto yang menjadi incaran para pengunjung terutama anak milineal (sebutan anak zaman sekarang). Kepuasan yang mereka dapatkan dari tempat tersebut merupakan hal yang mereka idamkan sehingga menjadi kenyataan seperti berada di Negara Eropa, Belanda.

Mereka memiliki masing-masing tempat *favourite* mereka yang mempunyai nilai atau kesan tersendiri dihati mereka yang mewakili dari semua pengunjung MERCI BARN. Bagi mereka *spot* foto di MERCI BARN sangat *Instagramable* yang akan rugi jika tidak mencoba langsung untuk datang dan menikmati situasi indah disana. Tujuan mereka ke MERCI BARN bukan hanya sekedar menikmati keindahan bak serasa di Negara Belanda saja, melainkan mereka dapat melihat langsung *spot* foto yang berbentuk peternakan sapi asli dari Belanda yang menambah rasa penasaran mereka untuk

langsung melihatnya. Ketertarikan yang dimiliki tempat ini sangat berhasil membuat wajah muda-mudi bahkan keluarga besar untuk datang dan merasakan keindahan seperti di Negara Belanda.

Manfaat yang mereka dapatkan dari *spot* foto tersebut tidak jauh dari hasil foto yang memuaskan mereka. Dengan rasa puas yang mereka dapatkan dari hasil foto menjadi salah satu hal yang sangat menjadikan alasan mereka untuk memotret suatu momen atau situasi yang menarik perhatian mereka. Hasil foto yang memuaskan itu tidak terlepas dari dorongan *spot-spot* foto yang menarik sehingga, dengan menjadikan *spot* foto MERCI BARN sebagai latar belakang untuk berfoto adalah hal yang patut untuk dilakukan. Tidak ada yang bisa menahan diri untuk tidak mengambil momen penting dengan keindahan yang ada di MERCI BARN tersebut. Selain mendapatkan hasil foto yang bagus, biasanya mereka berlomba-lomba untuk menunjukkan bahwasanya *spot* foto yang mereka datangi sangatlah menarik melalui media sosial yang mereka miliki. Mereka akan langsung menyimpan momen tersebut di media sosial mereka seperti *Instagram* sehingga banyak mata yang melihat dan menarik perhatian bagi yang melihatnya.

Media sosial adalah salah satu hal yang tidak terlepas dari kehidupan anak milenial zaman sekarang yang hampir menyeluruh mempunyai media sosial tanpa terkecuali anak-anak. Media sosial yang menjadi ajang untuk memperlihatkan kehidupan sehari-hari bahkan sampai pada momen penting yang harus diabadikan serta dibagikan kepada pengguna media sosial lainnya. Dengan adanya media sosial ini lah yang mendorong mereka untuk tidak

ketinggalan mengabadikan momen penting mereka yang mempunyai kepuasan tersendiri jika, telah membagikannya ke media sosial milik mereka.

Dalam pengambilan foto itu sendiri mereka tidak mempelajari cara atau teknik-teknik dalam fotografi melainkan hanya secara otodidak saja. Cara mereka mengabadikan momen yang penting hanya didasari agar kenangan yang telah mereka jalani tidak hilang secara begitu saja, maka mereka mengabadikannya lewat foto yang hanya dengan cara sendiri mengikuti perasaan saja melihat sudut mana yang tepat dalam memotret momen tersebut. Tanpa mempelajari teknik-teknik fotografi mereka juga sudah merasa puas dengan hasil foto yang mereka ambil sendiri.

Foto tidak akan pernah terjadi jika tidak memiliki kamera seperti kamera hp, kamera DSLR, kamera GoPro dll. Biasanya kamera yang paling banyak dimiliki dan mudah untuk mengaplikasikannya yaitu kamera hp. Zaman sekarang kamera hp sudah menjadi hal yang lumrah bagi semua kalangan terutama anak muda (milenial) yang menjadi salah satu *trend* dikalangannya. Kamera hp menjadi salah satu kamera yang mudah untuk digunakan dalam pengambilan foto disetiap hal dan keadaan. Bahkan disetiap hal yang menurut mereka penting, mereka akan langsung mengabadikannya melalui kamera hp. Tidak sulit menggunakan kamera hp hanya dengan mengklik satu tombol maka foto akan berhasil didapatkan. Karena hal ini juga menjadi salah satu hal yang mendorong mereka untuk selalu menggunakannya dimanapun dan kapanpun serta menjadikan hp sebagai hal yang harus dibawa kemana pun.

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Berdasarkan uraian-uraian yang telah di kemukakan pada bab-bab sebelumnya, serta hasil analisis data, maka simpulan dari penelitian yang berjudul Opini Masyarakat Terkait Pemanfaatan Spot Foto Merci Barn adalah sebagai berikut:

MERCI BARN adalah *spot* foto yang sangat menarik dan harus dikunjungi oleh pecinta foto, karena *spot* foto ini mempunyai keunikan tersendiri yang hanya ada di tempat ini saja. Belum ada *spot* foto di Medan yang menyerupai seperti *spot* foto di Merci Barn ini yang berkonsep ala di Negara asing. Tidak hanya bentuk-bentuk *spot* foto saja yang berasa di Negara Belanda bahkan, ditempat ini terdapat sapi yang di *import* langsung dari Belanda untuk dipeternakan di Merci Barn. *Spot-spot* foto MERCI BARN juga penuh dengan warna yang menambah keindahan suasana di tempat tersebut.

Pengunjung sangat puas dengan konsep yang di bangun sedemikian rupa ini yang menjadikan tempat ini adalah salah satu tempat *favourite* mereka. Mereka sangat merekomendasikan tempat ini sebagai tempat yang layak untuk dikunjungi serta sangat layak untuk di abadikan momennya dengan sudut-sudut seindah mungkin. Manfaat yang didapatkan oleh pengunjung yaitu dengan hasil foto yang bagus sehingga menimbulkan kepuasan tersendiri dalam mengabdikan setiap momen yang penting. *Spot* foto di sini tidak hanya untuk para remaja ataupun berpasang-pasangan saja

tetapi, juga sangat cocok untuk liburan bersama keluarga besar dan berfoto ria di *spot* foto ini.

Dengan *spot* foto yang menarik dan pemandangan yang menunjang keindahan tempat ini maka, sangat membantu membuat pikiran menjadi lebih tenang, memanfaatkan waktu untuk berkumpul, serta menjadikan tempat ini sebagai tempat untuk memperbaiki pikiran-pikiran yang penat bekerja atau belajar sehari-hari. Dan memang benar tempat ini layak untuk di kunjungi serta menjadi penunjang hasil foto yang memuaskan.

Keindahan yang dirasakan tidak akan pernah rusak jika bersama-sama membangun rasa kepedulian diri untuk tetap menjaga, melestarikan, keindahan tempat-tempat yang ada sehingga kenyamanan yang kita dapatkan sesuai dengan apa yang kita harapkan.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan langsung yang telah dilakukan penulis sebagaimana yang telah diuraikan bab-bab terdahulu. Penulis telah mendapatkan simpulan yang merupakan representasi dari keseluruhan pembahasan. Penulis memberikan saran-saran yang dimaksud masukan kepada pemilik dan pengunjung Merci Barn:

1. Sebaiknya pemilik tetap memperhatikan keindahan *spot-spot* foto yang ada, serta menambah *spot-spot* foto lainnya yang lebih menarik pengunjung untuk tidak bosan datang kesana. Pemilik juga harus mengontrol tempat-tempat yang agak tertutup agar tidak ada hal-hal yang buruk terjadi.

2. Bagi pengunjung sebaiknya menjaga *spot-spot* foto disana agar tidak rusak dan kusam, serta ikutin segala peraturan yang ada jangan sampai membuat *spot-spot* foto disaa menjadi tidak bagus lagi. Dan pengunjung harus menyadari bahwa disediakanya tempat sampah untuk tidak membuang sampah sembarangan, marilah menjaga keindahan tempat dimanapun itu berada.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardial. 2014. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Baran. 2008. *Pengantar Komunikasi Massa Jilid 1 Edisi 5 (Melek Media & budaya)*. Terjemahan oleh S. Rouli Manalu. 2012. Jakarta : Erlangga.
- Burhanuddin. 2014. *Fotografi*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Cangara. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- 2014. *Edisi Revisi Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- Cutlip, dkk. 2009. *Effective Public Relations*. Jakarta : Kencana.
- Devito, Joseph A. 2010, *Komunikasi Antar Manusia*, Karisma Publishing Group, Jakarta.
- McQuail. 2010. *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Terjemahan oleh Putri Iva Izzati. 2011. Jakarta : Salemba Humanika.
- Mulyana, Deddy, 2007, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- , 2015. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Nurudin. 2017. *Ilmu Komunikasi (Ilmiah dan Populer)*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- Olii dan Erlita. 2011. *Opini Publik*. Jakarta : Indeks.

Setiadi. 2017. *Dasar Fotografi (Cara Cepat Memahami Fotografi)*.

Yogyakarta : CV Andi Offset.

Syahputra. 2018. *Opini Publik (Konsep, Pembentukan, Dan Pengukuran)*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.

Sujarweni. 2014. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Pustakabarupress.

Sumber lain :

<https://kamus.belajarbahasa.id/spot> dan <https://id.wikipedia.org/wiki/Foto>

<https://www.jejakpiknik.com/merci-barn/> diakses pada 27 Desember 2018 pukul 15:03 WIB.

<http://thesis.binus.ac.id/doc/Bab2/2011-2-01697-MC%20Bab2001.pdf>

diakses pada 27 Desember 2018 pukul 08:54 WIB.

PEDOMAN WAWANCARA OPINI MASYARAKAT TERKAIT
PEMANFAATAN SPOT FOTO MERCI BARN

1. Bagaimana pendapat anda mengenai keberadaan spot foto Merci Barn?
2. Apa manfaat yang anda dapatkan dari spot foto Merci Barn?
3. Mengapa anda tertarik untuk memilih spot foto Merci Barn?
4. Bagaimana komposisi terbaik ketika anda memotret foto di spot foto Merci Barn?
5. Apa kesan terbaik anda mengenai spot foto Merci Barn?
6. Apa yang mendasari anda untuk melakukan pengambilan foto?
7. Apakah anda mempelajari teknik-teknik fotografi dalam pengambilan foto?
8. Pengaturan kamera seperti apa yang anda gunakan disetiap pengambilan foto?
9. Kamera apa saja yang sering anda gunakan untuk memotret?
10. Teknik seperti apa yang biasa anda gunakan ketika anda memotret?
11. Pesan apakah yang sering ingin anda sampaikan melalui foto yang anda ambil?
12. Adakah fotografer professional yang menjadi sumber inspirasi anda?



Keterangan: Dokumentasi Wawancara Pengunjung MERCI BARN, Informan I



Keterangan: Dokumentasi Wawancara Pengunjung MERCI BARN, Informan II



Keterangan: Foto Pengunjung MERCI BARN, Informan II



Keterangan: Foto Pengunjung MERCI BARN, Informan I



Keterangan: Foto Pengunjung MERCI BARN, Informan III



Keterangan: Foto Pengunjung MERCİ BARN, Informan IV



Keterangan: Foto Pengunjung MERCI BARN, Informan IV



Keterangan: Foto Pengunjung MERCI BARN, Informan IV



Keterangan: Foto Pengunjung MERCY BARN, Informan III



Agil, Cerdas & Terpercaya
Menjawab surat ini agar disebutkan
dan tanggapnya

107-11

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

PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

Sk-1

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

Medan, 06 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 : IVANDA MAULIDYAH
N P M : 1503110012
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI / HUMAS
Tabungan sks : 12P sks, IP Kumulatif 3,48..

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	OPINI MASYARAKAT TERKAIT PEMANFAATAN SPOT FOTO MERCI BARN	✓ 7/12-2018
2	IDENTITAS PERUSAHAAN PROPERTY MERCI BARN	
3	STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBENTUK BRAND PROPERTY MERCI BARN	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

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

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

Rekomendasi Ketua Jurusan :
Diteruskan kepada Dekan untuk
Penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tgl.20....

Ketua,
Husni
KURHASANAH AKT. S SOS, M. I. KOM

Pemohon,

(IVANDA MAULIDYAH)
PB. M. SAID HARDHAP



Unggul Cerdas & Terpercaya

Big menaruh surat ini agar disebutkan nomor dan 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 : 11.107/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2018

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Nomor: 975/SK/IL3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018 dan Rekomendasi Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi tertanggal : **07 Desember 2018** dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : **IVANDA MAULIDIYAH**
 N P M : 1503110018
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2018/2019
 Judul Skripsi : **OPINI MASYARAKAT TERKAIT PEMANFAATAN SPOT FOTO
 MERCI BARN**
 Pembimbing : MUHAMMAD SAID HARAHAHAP, 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: 975/SK/IL3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018.
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,
 Medan, 29 Rabiul Awwal 1440 H
 07 Desember 2018 M

Dekan



Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP.

Tembusan :

1. Ketua P.S. Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan,
2. Pembimbing ybs. di Medan,
3. Pertinggal.



Unggul, Cerdas, dan Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

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.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

Sk-3

PERMOHONAN
 SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.
 Bapak Dekan FISJP 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 : Ivanda Maulidiyah
 N P M : 1503110019
 Jurusan : Ilmu Komunikasi / Humas

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing No. 975./SK/IL.3/UMSU-03/F/2018.. tanggal 23 November 2018.. dengan judul sebagai berikut :

OPINI MASYARAKAT TERKAIT PEMANFAATAN SPOT FOTO MERCI BARU

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 I 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

(M. Saiful Mujib M. I. Khan)

Pemohon,

(IVANDA MAULIDIYAH)

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

SK-4

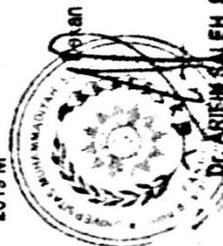
UNDANGAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI
Nomor : 011/UND/II.3-AU/UMSU-03/17/2019

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Selasa, 08 Januari 2019
Waktu : 14.00 s.d Selesai
Tempat : Ruang 208-C FISIP UMSU
Pemimpin Seminar : Akhyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENGUJI	PEMBIMBING	JUDUL SKRIPSI
1	NOVIA RAHMAH	1503110024	PUJI SANTOSO, S.S., MSP.	LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom. ✓	VIDEOGRAM SEBAGAI MEDIA LIFESTYLE HEDONISME (Studi Deskriptif Kualitatif Pengguna Instagram Sebagai Media Untuk Menunjukkan Lifestyle "Hedonisme" pada Masyarakat Glugur Darat II Medan)
2	IVANDA MAULIDIYAH	1503110018	PUJI SANTOSO, S.S., MSP.	MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos., M.I.Kom. ✓	OPINI MASYARAKAT TERKAIT PEMANFAATAN SPOT FOTO MERCI BARNI
3	RIZKY SYAHITRI TANJUNG	1503110170	PUJI SANTOSO, S.S., MSP.	MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom. ✓	MOTIVASI DAN PERILAKU PENGEMAR MUSIK KOREAN POP DI MEDAN
4	ANNISA MAJALIKA	1503110019	PUJI SANTOSO, S.S., MSP.	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom. ✓	KOMPETENSI PRESENTER BERITA TV LOKAL DI MEDAN (Studi Kasus Kompas TV Medan)
5	AZMI NUARI RAMADHAN	1503110131	PUJI SANTOSO, S.S., MSP.	TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom., H. ✓	KOMUNIKASI PEMBANGUNAN PEMERINTAH KOTA DUMAI DALAM PENATAAN RUANG PUBLIK (ANALISIS DESKRIPTIIF KUALITATIF PASCA RELOKASI PASAR DOCK DUMAI)

Medan, 28 Rabiul Akhir 1440 H

05 Januari 2019 M



Dr. ARIFIN SAI FH S.Sos MSP



Unggul Cerdas dan Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

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: rektorg@umsu.ac.id

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : IVANDA MAULIDIYAH
NPM : 1603110018
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI - HUMAS
Judul Skripsi : OPINI MASYARAKAT TERKAIT PEMANFAATAN SPOT FOTO
MERCI BARN

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	15/01-2019	Revisi setelah seminar proposal	<i>[Signature]</i>
2.	29/01-2019	Mengajukan draft wawancara	<i>[Signature]</i>
3.	31/01-2019	Acc draft wawancara	<i>[Signature]</i>
4.	04/02-2019	Bimbingan skripsi Bab 1-3	<i>[Signature]</i>
5.	12/02-2019	Bimbingan skripsi Bab 1-3	<i>[Signature]</i>
6.	22/02-2019	Bimbingan skripsi Bab 4-5	<i>[Signature]</i>
7.	26/02-2019	Bimbingan skripsi Bab 4-5	<i>[Signature]</i>
8.	27/02-2019	Acc skripsi	<i>[Signature]</i>

Medan, 06 Maret 2019..

Dekan,

[Signature]
(DR. PRIFIA SALEH S.Sos, M.P)

Ketua Program Studi,

[Signature]
(NURHIMANAH S.Sos, M. Pdm)

Pembimbing ke : ...I.

[Signature]
(M. SAID HARAHAP, S.Sos, M.P. Kom)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : **Ivanda Maulidiyah**
 Tempat, Tanggal Lahir : **Medan, 16 Desember 1996**
 Jenis Kelamin : **Perempuan**
 Agama : **Islam**
 Kewarganegaraan : **Indonesia**
 Alamat : **JL. Sei Kera Gg. HM Said No. 11 Medan,
 Kelurahan Sei Kera Hulu, Kec Medan
 Perjuangan**
 Anak ke : **4 (empat) dari 4 (empat) bersaudara**
Nama Orang Tua
 Ayah : **Zulpan**
 Ibu : **Sanida**
 Alamat : **JL. Sei Kera Gg. HM Said No. 11 Medan,
 Kelurahan Sei Kera Hulu, Kec Medan
 Perjuangan**

Pendidikan Formal

2002-2008 : **SD Swasta Sentosa Medan**
 2008-2011 : **SMP Swasta Islam An-Nizam Medan**
 2011-2014 : **SMK Negeri 8 Medan**
 2015-2019 : **S1 Ilmu Komunikasi UMSU**

Medan, 21 Maret 2019

Ivanda Maulidiyah

