

**OPINI PUBLIK TENTANG PEMBERITAAN "JOKOWI
PERINTAHKAN WALIKOTA PERBAIKI JALAN DI KOTA
MEDAN"**

**(Studi Deskriptif Kuantitatif pada Masyarakat Jalan Bukit Barisan II,
Lingkungan X Glugur Darat II Kec. Medan Timur, Kota Medan)**

SKRIPSI

OLEH :

REGITA APRILIA PUTRI
1403110217

Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Public Relations



FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN

2018

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama : REGITA APRILIA PUTRI

NPM : 14031100217

Program Studi : Ilmu Komunikasi

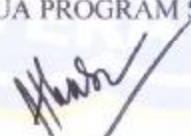
Judul Skripsi : OPINI PUBLIK TENTANG PEMBERITAAN “JOKOWI PERINTAHKAN WALIKOTA PERBAIKI JALAN BERLUBANG DI KOTA MEDAN”

Medan, 22 Maret 2018

Pembimbing


NUR RAHMA AMINI, S.Ag,MA

Disetujui Oleh
KETUA PROGRAM STUDI


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

Plt. Dekan




Dr. RUDIANTO, M.Si

PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama : REGITA APRILIA PUTRI

NPM : 1403110217

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Pada hari : Kamis, 22 Maret 2018

Waktu : 08.00 s/d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom

PENGUJI II : M. SAID HARAHAHAP, S.Sos, M.I.Kom

PENGUJI III : NUR RAHMA AMINI, S.Ag, MA

PANITIA UJIAN

Ketua


Dr. RUDIANTO, M.Si



Sekretaris


Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, Regita Aprilia Putri, NPM 1403110217, menyatakan dengan sungguh-sungguh :

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

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

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

Medan, Maret 2018

Yang menyatakan,



Regita Aprilia Putri



Universitas Terpersembahkan

untuk ini agar disebutkan namanya

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : Regita Aprilia Putri
 NPM : 1403110217
 Jurusan : Ilmu Komunikasi
 Judul Skripsi : OPINI PUBLIK TENTANG PEMBERITAAN "JOKOWI PERINTAHKAN WALIKOTA PERBAIKI JALAN DI KOTA MEDAN"

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	18/12-2017	Bimbingan proposal skripsi	
2.	24/12-2017	Bimbingan proposal skripsi	
3.	26/12-2017	Acc proposal skripsi untuk seminar	
4.	31/1-2018	Bimbingan hasil seminar	
5.	13/2-2018	Bimbingan Skripsi	
6.	15/2-2018	Bimbingan Daftar Pertanyaan kuesioner	
7.	2/3-2018	Bimbingan Bab 4 - 5	
8.	12/3-2018	ACC SIDANG MEJA HIJAU	

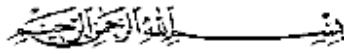
Medan, 12 MARET 2018

Dekan,

Ketua Program Studi,

Pembimbing ke :

KATA PENGANTAR



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

Skripsi ini berjudul “Opini Publik Tentang Pemberitaan “Jokowi Perintahkan Walikota Perbaiki Jalan di Kota Medan”” diajukan penulis sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada jenjang Strata 1 (S-1) Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak terutama dari kedua orang tua yang sangat penulis cintai dan sayangi, **Irmaliah Muhibbah Situmeang** dan **Ais Suardi** yang telah memberikan begitu besar kasih sayang kepada penulis serta bantuan moril dan materil selama penulis menjalankan pendidikan hingga saat ini. Dan terima kasih kepada adik tercinta **Revaldi Irham Syah Putra** yang menjadi tempat penulis berkeluh kesah dengan tidak lupa memberi semangatnya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Dan penulis juga mengucapkan terima kasih atas bantuan dan sarannya kepada :

1. **Bapak DR. Agussani, M.AP** selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

2. **Bapak Drs. Zulfahmi, S.Sos, M.I.Kom** selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. **Bapak Abrar Adhani, S.sos, M.I.Kom** selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. **Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos, M.I.Kom** selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. **Ibu Nur Rahma Amini S.Ag, MA** selaku Pembimbing yang telah banyak membantu memberikan masukan serta bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini. Sosok ibu yang menginspirasi dan pribadi yang menyenangkan.
6. Seluruh **Bapak dan Ibu Dosen, Pegawai Prodi, dan Pegawai Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara** yang telah mendidik dan membantu penulis dari awal hingga akhir perkuliahan.
7. Untuk **Sahabat Pajipis (Mia Novita Sari, Wulan Suci Anggraini, dan Winda Boneta)** yang selalu ada ditiap tahap kehidupan penulis sejak duduk di bangku SD hingga saat ini. Semoga kebersamaan kita selamanya hingga syurga (aamiin)
8. Untuk teman seperjuangan **Yunda Pratiwi, Afizah Yolanda F.T, Widya Ningtyas, Mita Risti Yuliani, dan Cut Asni Juliani**. Pertemanan yang positif, penulis bersyukur bisa kenal kalian, sahabat kuliah, sahabat hijrah, dan semoga menjadi sahabat syurga (aamiin).
9. Untuk **Kakak sepupu Desy Faradila** tersayang dan tercinta yang selalu memberikan dukungan positif dan nasehat terbaik selama penulis duduk di bangku perkuliahan. Serta nama indah yang tak dapat tertulis disini, yang menjadi tempat berkeluh kesah, tempat

penulis meminta segala bantuan tentang kehidupan, pembimbing arah dalam kesesatan, peneman setia dalam suka dan duka, maaf dan terimakasih untuk segalanya.

10. Untuk seluruh teman-teman **Ilmu Komunikasi Angkatan 2014** yang namanya tidak bisa disebutkan satu per satu. Salam sukses untuk kita semua.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh sempurna dari yang diharapkan. Oleh karenanya, kritik dan saran yang bersifat membangun dari segenap pembaca akan penulis terima dengan sepenuh hati. Dengan bantuan dan dukungan yang telah penulis dapatkan, akhirnya dengan menyerahkan diri dan senantiasa memohon petunjuk dan perlindungan dari ALLAH S.W.T semoga amalan dan perbuatan baik tersebut mendapat imbalan yang baik pula. Amin Ya Rabbal'amin.

Medan, 8 Maret 2018

Penulis,

Regita Aprilia Putri

OPINI PUBLIK TENTANG PEMBERITAAN ”JOKOWI PERINTAHKAN WALIKOTA PERBAIKI JALAN DI KOTA MEDAN”

(Studi Deskriptif Kuantitatif pada Masyarakat Jalan Bukit Barisan II, Lingkungan X Glugur Darat II Kec. Medan Timur, Kota Medan)

OLEH :

REGITA APRILIA PUTRI (1403110217)

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Opini Publik Tentang Pemberitaan “Jokowi Perintahkan Walikota Perbaiki Jalan di Kota Medan” (Studi Deskriptif Kuantitatif pada Masyarakat Jalan Bukit Barisan II, Lingkungan X Glugur Darat II Kec. Medan Timur, Kota Medan). Opini publik merupakan tanggapan atau jawaban terbuka terhadap sesuatu persoalan yang dinyatakan berdasarkan kata-kata, baik dalam bentuk lisan maupun tulisan. Opini juga dapat berupa perilaku, sikap, tindak, pandangan dan tanggapan. Opini yang diteliti dalam penelitian ini adalah opini masyarakat terhadap berita di Media *Online* tentang Presiden Indonesia yang menegur Walikota Medan sebagai bentuk teguran agar segera menyelesaikan permasalahan jalan rusak. Tujuan penelitian ini ialah mengetahui dan memahami pandangan dan tanggapan masyarakat terhadap sebuah pemberitaan di media massa. Teori yang digunakan peneliti adalah Teori S O R. Penelitian deskriptif kuantitatif adalah pengukuran data kuantitatif dan statistik objek melalui perhitungan ilmiah, berasal dari sampel orang-orang atau penduduk yang diminta menjawab atas sejumlah pertanyaan tentang survei untuk menentukan frekuensi dan presentasi tanggapan mereka. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan observasi di lapangan, kuesioner/angket, dan dokumentasi. Hasil yang didapatkan dalam penelitian ini terlihat adanya kegembiraan masyarakat terhadap teguran langsung dari Presiden Joko Widodo terhadap Walikota Medan, sudah jelas sekali bahwa masalah infrastruktur jalan selama ini telah menjadi masalah yang krusial di Kota Medan. Reaksi masyarakat terhadap pemberitaan di media cetak dan media *online* sangat positif, informasi yang di dapatkan oleh masyarakat dari media cetak dan *online* sudah cukup memenuhi kebutuhan berita harian mereka.

Kata kunci : Opini Publik, Berita, Media Massa.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	4
1.3 BATASAN MASALAH.....	4
1.4 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN.....	5
1.5 SISTEMATIKA PENULISAN.....	6
BAB II URAIAN TEORITIS.....	8
2.1 KOMUNIKASI	9
2.2 KOMUNIKASI MASSA	15
2.3 MEDIA MASSA	21
2.4 OPINI PUBLIK	24
2.5 BERITA	28
2.6 TEORI S O R	31
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 JENIS PENELITIAN.....	35
3.2 KERANGKA KONSEP	36
3.3 OPERASIONAL VARIABEL	37
3.4 DEFINISI OPERASIONAL	38
3.5 POPULASI DAN SAMPEL	39

3.6 TEKNIK PENARIKAN SAMPEL.....	41
3.7 TEKNIK PENGUMPULAN DATA	41
3.8 TEKNIK ANALISIS DATA	42
3.9 LOKASI DAN WAKTU PENELITIAN	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 DESKRIPSI HASIL PENELITIAN.....	44
4.1.1 IDENTITAS DATA RESPONDEN	44
4.2 ANALISIS HASIL PENELITIAN	47
4.2.1 PERSENTASE JAWABAN RESPONDEN.....	47
4.3 PEMBAHASAN	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	63
5.1 KESIMPULAN	63
5.2 SARAN	63
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

TABEL 3.1 KERANGKA KONSEPTUAL	36
TABEL 3.2 OPERASIONAL VARIABEL	37
TABEL 3.3 DATA KEPENDUDUKAN	40
TABEL 4.1 JENIS KELAMIN	44
TABEL 4.2 USIA	45
TABEL 4.3 PEKERJAAN	46
TABEL 4.4 VAR 1	48
TABEL 4.5 VAR 2.....	49
TABEL 4.6 VAR 3	50
TABEL 4.7 VAR 4	51
TABEL 4.8 VAR 5	52
TABEL 4.9 VAR 6	53
TABEL 4.10 VAR 7	54
TABEL 4.11 VAR 8	55
TABEL 4.12 VAR 9	56
TABEL 4.13 VAR 10	57
TABEL 4.14 VAR 11	58
TABEL 4.15 VAR 12	59
TABEL 4.16 VAR 13	60

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1	
MODEL TEORI S O R	31
GAMBAR 4.1	
PERBANDINGAN JENIS KELAMIN RESPONDEN	45
GAMBAR 4.2	
PERBANDINGAN USIA RESPONDEN	46
GAMBAR 4.3	
PERBANDINGAN PEKERJAAN RESPONDEN	47
GAMBAR 4.4	
PERBANDINGAN JAWABAN PERNYATAAN NO 1	48
GAMBAR 4.5	
PERBANDINGAN JAWABAN PERNYATAAN NO 2	49
GAMBAR 4.6	
PERBANDINGAN JAWABAN PERNYATAAN NO 3	50
GAMBAR 4.7	
PERBANDINGAN JAWABAN PERNYATAAN NO 4	51
GAMBAR 4.8	
PERBANDINGAN JAWABAN PERNYATAAN NO 5	52
GAMBAR 4.9	
PERBANDINGAN JAWABAN PERNYATAAN NO 6	53
GAMBAR 4.10	
PERBANDINGAN JAWABAN PERNYATAAN NO 7	54

GAMBAR 4.11	
PERBANDINGAN JAWABAN PERNYATAAN NO 8	55
GAMBAR 4.12	
PERBANDINGAN JAWABAN PERNYATAAN NO 9	56
GAMBAR 4.13	
PERBANDINGAN JAWABAN PERNYATAAN NO 10	57
GAMBAR 4.14	
PERBANDINGAN JAWABAN PERNYATAAN NO 11	58
GAMBAR 4.15	
PERBANDINGAN JAWABAN PERNYATAAN NO 12	59
GAMBAR 4.16	
PERBANDINGAN JAWABAN PERNYATAAN NO 13	60

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Beberapa waktu lalu, pemberitaan Walikota Medan yang mendapat perintah langsung oleh Presiden Indonesia Joko Widodo untuk memperbaiki jalan rusak tengah menjadi perbincangan hangat. Pasalnya berita tersebut viral di berbagai media termasuk media online. Hal ini terjadi saat Jokowi berkunjung ke Kota Medan pada tanggal 12 Oktober 2017 dalam rangka kunjungan kerja peresmian jalan Tol Trans Sumatera dan melakukan blusukan ke beberapa jalan di Kota Medan, dalam salah satu media *online* dijelaskan Presiden Jokowi meninggalkan hotel tempat menginap di Jalan Diponegoro, Medan pukul 07.50 WIB, lalu menumpangi mobil jenis Jip warna hitam dari Jalan Diponegoro, Jokowi masuk ke Jalan S Parman kemudian mobil yang ditumpangi Jokowi melintasi Jalan Glugur – Gatot Subroto – Nibung Raya – Pasar Petisah – Ibus Raya – Nibung Utama- Rasak Baru – Maulana Lubis – Imam Bonjol, selanjutnya Jokowi melintas di depan Kantor DPRD – Jalan Mesjid Raya – Jalan Mahkamah, kemudian tembus ke Jalan Letjen Soeprapto – Jalan Imam Bonjol – masuk ke Pangkalan TNI AU Soewondo. (<https://m.detik.com/news/berita/d-3684019/jokowi-ke-walkot-medan-benahi-jalan-atau-saya-dulu-kerjakan>, diakses pada tanggal 2 Desember 2017).

Presiden Jokowi mengatakan, dirinya sengaja mengecek langsung jalanan di Kota Medan. Pasalnya dia telah banyak mendapat laporan buruknya jalanan di

Pusat Kota Medan. Saat itu bapak presiden mengungkapkan rasa kecewanya melalui awak media terkait kondisi jalan di Kota Medan yang rusak parah. Pernyataan rasa kecewa Jokowi dimuat dalam beberapa situs media online di antaranya, *Detiknews.com*, *Kompas.com*, *Metrotvnews.com*, *Kompasiana.com*, *Tempo.co*, *Antarnews.com*.

Sebelum kedatangan Jokowi ke Kota Medan, telah terjadi beberapa aksi demo oleh masyarakat Medan untuk menuntut perbaikan jalan, salah satu aksi demo yang paling viral ialah mahasiswa UMSU yang tergabung dalam organisasi Kesatuan Aksi Mahasiswa Muslim Indonesia (KAMMI) melakukan aksi teatrikal dan mandi lumpur pada tanggal 3 Oktober 2017, di depan kampus UMSU menuju ke jalan Bukit Barisan I dan Bukit Barisan II. Anwar Bhakti, Koordinator Aksi tersebut menjelaskan, aksi yang dilakukan adalah bentuk kekecewaan kepada Pemko Medan yang abai terhadap aspirasi warga. Aksi ini disaksikan oleh sejumlah masyarakat, mahasiswa UMSU, dan para pengguna jalan yang sedang melewati jalan tempat aksi berlangsung.

(<http://sumut.pojoksatu.id/2017/10/04/begini-cara-mahasiswa-umsu-mendesak-pemko-medan-perbaiki-jalan-rusak/>, diakses pada tanggal 2 Desember 2017)

Seharusnya bentuk aksi tersebut merupakan tamparan keras bagi Pemko Medan terkhusus Walikota, karena masyarakat yang telah mempercayakan kemajuan Kota Medan kepada para petingginya seakan telah sangat kecewa dengan mengadakan aksi tersebut. Anggota aksi hanya menuntut kewajiban para pihak yang berwenang dalam masalah ini untuk segera memperbaiki jalan yang

rusak. Sebagaimana di dalam agama Islam dijelaskan bahwa tugas dari para pemimpin rakyat adalah untuk selalu berlaku adil dan amanah. Seperti yang tertera dalam surat al-Anfal ayat 27 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمَانَاتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ (٢٧)

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga). janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui.

Sumber : Via Al-Quran Indonesia <https://goo.gl/MqhPUj>

Tindakan bapak Jokowi ini mendapat berbagai respon dari masyarakat khususnya masyarakat wilayah kota medan. Masyarakat yang merasakan kekecewaan melihat kondisi parahnya jalan yang rusak di Kota Medan memberikan respon positif terhadap tindakan Jokowi yang berani turun langsung melihat keadaan jalan Kota Medan dan menanggapi serius agar Walikota Medan segera melakukan tindakan perbaikan. Sejak viralnya berita Jokowi tersebut masyarakat merasa mendapat “angin segar” untuk permasalahan jalan berlubang yang selama ini tak kunjung usai. Kekecewaan masyarakat ini sudah bergulir sejak lama mengingat permasalahan jalan berlubang di wajah Kota Medan ini merupakan permasalahan kompleks yang seakan sengaja di abaikan.

Dengan fakta-fakta yang telah dijelaskan di atas, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana opini publik masyarakat jalan Bukit Barisan II Glugur Darat Kota Medan tentang pemberitaan Jokowi Perintahkan Walikota perbaiki jalan di

Kota Medan sekaligus menguji perhatian, pengetahuan, dan pemahaman mereka terhadap pemberitaan ini.

Sementara itu, kenapa alasan masyarakat jalan Bukit Barisan II Glugur Darat Kota Medan yang dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan salah satu lokasi jalan rusak terparah di Kota Medan dan terkait dengan aksi mahasiswa UMSU yang telah melakukan aksi di jalan tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian adalah untuk mengetahui arah dan batasan dari penelitian yang akan dibahas untuk menetapkan permasalahan pokok yang akan dikaji dalam suatu penelitian.

Maka berdasarkan uraian pada latar belakang, penulis menetapkan masalah yaitu “Bagaimana Opini Publik Terhadap Berita Jokowi Perintahkan Walikota Perbaiki Jalan di Kota Medan?”

1.3 Batasan Masalah

Untuk memperjelas dan membatasi ruang lingkup penelitian dan untuk menghasilkan uraian yang sistematis diperlukan pembatasan masalah. Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Pemberitaan dibatasi hanya pada media online *Detiknews.com*, *Kompas.com*, *Antaraneews.com*.

2. Responden terbatas pada yang telah membaca berita *Detiknews.com*, *Kompas.com*, *Antaraneews.com*.
3. Responden terbatas pada masyarakat usia produktif di Jalan Bukit Barisan II dan Jalan Pembangunan II, Lingkungan X Glugur Darat II Kec. Medan Timur, Kota Medan.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pandangan dan tanggapan masyarakat terhadap pemberitaan Jokowi perintahkan Walikota Medan perbaiki jalan di Kota Medan pada media massa.

1.4.2 manfaat

Penelitian ini dilakukan dengan harapan agar memberikan manfaat :

1. Secara Teoritis

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

2. Secara Praktis

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

3. Secara Akademis

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

1.5 Sistematika Penulisan

Pada penulisan skripsi ini peneliti membuat suatu sistematika dengan membagi tulisan menjadi 5 (lima) bab yaitu:

BAB I: Pendahuluan

Dalam bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: Uraian Teoritis

Bab ini berisikan tentang teori Komunikasi, Komunikasi Massa, Media Massa, Opini Publik, Berita, Teori S-O-R.

BAB III: Metode Penelitian

Berisikan persiapan dan pelaksanaan Penelitian yang menguraikan tentang Jenis Penelitian, Kerangka Konsep, Definisi Konsep,

Operasional Variabel, Definisi Operasional, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, Populasi dan Sampel, Lokasi dan Waktu Penelitian

BAB IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berisikan Hasil Penelitian dan Pembahasan

BAB V: Penutup

Berisikan uraian berupa kesimpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

Di dalam suatu penelitian, perlu kejelasan mengetengahkan suatu fenomena yang benar dan dapat diterima kebenarannya dan teori ini bermanfaat sebagai pedoman dalam memecahkan masalah dalam suatu penelitian. Pelaksanaan penelitian membutuhkan kerangka teori sebagai pedoman dasar berfikir dan berfungsi untuk mendukung analisa variabel - variabel yang diteliti. Menurut Kerlinger, teori adalah serangkaian asumsi, konsep, konstrak, definisi dan proporsi untuk menerangkan suatu fenomena social secara sistematis, dengan cara merumuskan hubungan antar konsep.

Teori yang digunakan haruslah berkaitan dan relevan sesuai dengan masalah yang diteliti. Teori adalah sistem konsep abstrak yang menjelaskan adanya hubungan diantara konsep-konsep tersebut yang membantu kita memahami sebuah fenomena atau masalah. Teori menjelaskan hubungan antar variabel sehingga pandangan yang sistematis dari fenomena yang diterangkan variabel-variabel tersebut dapat jelas. Teori dalam penelitian yang paling luas, seperti konsep, penjelasan, dan ilmu-ilmu dari beberapa aspek pengalaman manusia (Littlejohn, 2009 : 22). Teori yang dibangun oleh para ahli untuk menunjukkan apa yang dipandang penting dalam suatu proses keberlangsungan suatu fenomena ataupun realitas. Adapun teori-teori yang dianggap relevan dalam penelitian ini adalah Komunikasi, Komunikasi Massa, Media Massa, Opini Publik, Berita, Teori S-O-R.

2.1 Komunikasi

Kata atau istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti “berbagi” atau “sama”. Sama disini maksudnya adalah sama makna (Effendy, 2011:9). Secara sederhana, komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator (pemberi pesan) kepada komunikan (penerima pesan). Secara normal, pengertian sederhana ini didasari fakta bahwa dalam komunikasi hanya melibatkan dua orang saja. Namun, seiring berkembangnya zaman, definisi ini perlahan-lahan mulai berubah menjadi lebih kompleks dikarenakan munculnya ahli komunikasi dunia yang menambahkan unsur-unsur baru dalam definisi komunikasi mereka.

Beberapa definisi komunikasi oleh para ahli adalah ;

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

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

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

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

Definisi dari Laswell diatas merangkum dengan jelas unsur-unsur komunikasi, yaitu adanya sumber (*source*), pengirim pesan

(*communicator*), media (*channel*), penerima pesan (*communicant*), dan efek (*effect*).

3. Everett M. Rogers pakar sosiologi

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

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

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

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

Ditinjau dari pola yang dilakukan, ada beberapa jenis yang dapat dikemukakan. Para sarjana komunikasi atau mereka yang tertarik dengan ilmu komunikasi mempunyai pola (tipe) tersendiri dalam mengamati perilaku

komunikasi. Namun semua itu tak perlu dibedakan secara kontradiktif, hanya berbeda penekanan disebabkan latar belakang dan lingkungan yang mendukungnya. Beberapa sarjana Amerika membagi pola komunikasi menjadi lima, yakni komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*), komunikasi kelompok kecil (*small group communication*), komunikasi organisasi (*organizational communication*), komunikasi massa (*mass communication*), dan komunikasi public (*public communication*).

Effendy (2003: 33) mengemukakan proses komunikasi dalam perspektif mekanistik dapat di klasifikasikan menjadi:

1. Proses Komunikasi Secara Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan lambang sebagai media atau saluran.

a. Lambang Verbal

Effendy (2011 : 33) mengemukakan bahwa proses komunikasi bahasa sebagai lambang verbal paling banyak dan paling sering di gunakan. Hal ini disebabkan bahasa di anggap mampu mengungkapkan pikiran komunikator mengenai hal, peristiwa, baik yang konkret maupun yang abstrak yang terjadi masa kini, lalu dan masa yang akan datang.

b. Lambang Nonverbal

Lambang nonverbal adalah lambang yang di pergunakan dalam komunikasi yang bukan bahasa, misalnya isyarat dengan anggota tubuh, antara

lain kepala, mata, bibir, tangan dan jari. Penggunaan gambar adalah lambang lain yang di pergunakan dalam berkomunikasi nonverbal.

Mark Knap (Cangara, 2012:100) menyebutkan bahwa penggunaan kode verbal dalam berkomunikasi memiliki fungsi untuk:

- 1) Meyakinkan apa yang di ucapkan (*Repetition*).
- 2) Menunjukkan perasaan dan emosi yang tidak bisa di utarakan dengan kata-kata (*Subtation*).
- 3) Menunjukkan jati diri sehingga orang lain bisa mengenalnya (*Identity*).
- 4) Menambah atau melengkapi ucapan yang di rasa belum sempurna.

2. Proses Komunikasi Secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama (Effendy, 2011:17).

Komunikator menggunakan media kedua ini karena komunikan yang di jadikan sasaran komunikasinya jauh tempatnya atau jumlahnya banyak. Kalau komunikan jauh, di pergunakanlah surat atau telepon. Jika komunikan banyak, dipakailah perangkat penguat suara.

3. Proses Komunikasi Secara Linear

Proses komunikasi secara linear, sebagaimana di kemukakan oleh Effendy (2011: 39) yaitu mengandung makna lurus, jadi proses linear berarti perjalanan dan satu titik ke titik lain secara lurus. Dalam konteks komunikasi, proses linear

adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal, biasanya berlangsung pada komunikasi bermedia.

4. Proses Komunikasi Secara Sirkular

Istilah sirkular sebagai terjemahan dan perkataan *circular* yang secara harfiah artinya bulat, bundar. Effendy (2011: 39), penggunaan dalam komunikasi yang di maksudkan yaitu proses sirkular itu adalah terjadinya *Feedback* yaitu terjadinya arus dari komunikan ke komunikator. Oleh karena itu, ada kalanya *Feedback* mengalir dan komunikan ke komunikator itu adalah *Response* atau tanggapan komunikan terhadap pesan yang ia terima dan komunikator.

Berikut adalah macam-macam hambatan komunikasi yang terjadi dalam suatu organisasi atau perusahaan adalah sebagai berikut :

a) Gangguan

Ada dua jenis gangguan terhadap jalanya komunikasi yang menurut sifatnya dapat di klasifikasikan sebagai gangguan mekanik dan gangguan sematik. Gangguan Mekanik adalah gangguan yang di sebabkan saluran komunikasi atau kegaduhan yang bersifat fisik. Misalnya bunyi kendaraan yang lewat ketika pemimpin sedang berbicara dalam suatu pertemuan.

Gangguan Sematik adalah bersangkutan dengan pesan komunikasi yang pengertiannya menjadi rusak. Gangguan sematik tersaring ke dalam pesan melalui penggunaan bahasa. Lebih banyak kekacauan mengenai pengertian suatu istilah atau konsep yang di sampaikan komunikator yang di artikan lain oleh komunikan sehingga menimbulkan salah pengertian.

b) Kepentingan

Kepentingan akan membuat seseorang selektif dalam menanggapi atau menghayati suatu pesan. Orang hanya akan memperhatikan prasangka yang ada hubungannya dengan kepentingannya, karena kepentingan bukan hanya mempengaruhi perhatian, tetapi juga menentukan daya tanggap, perasaan, pikiran dan tingkah laku kita akan merupakan sikap reaktif terhadap segala perangsang yang tidak bersesuaian atau bertentangan dengan suatu kepentingan.

c) Motivasi Terpendam

Motivasi akan mendorong seseorang untuk berbuat sesuatu yang sesuai benar dengan keinginan, kebutuhan dan kekurangannya. Semakin sesuai komunikasi dengan motivasi seseorang, maka semakin besar kemungkinan komunikasi itu dapat diterima dengan baik oleh pihak yang bersangkutan, begitu juga sebaliknya.

d) Prasangka

Prasangka atau *prejudice* merupakan salah satu hambatan bagi suatu kegiatan komunikasi. Orang yang mempunyai prasangka bersikap curiga dan menentang komunikator yang hendak melancarkan komunikasi sehingga sulit bagi komunikator untuk mempengaruhi komunikan. Prasangka mengakibatkan komunikan menjadi berfikir tidak rasional dan berpandangan negatif terhadap komunikasi yang sedang terjadi.

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

2.2 Komunikasi Massa

Menurut Mulyana (2015 : 83) komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang tersebar yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim dan heterogen.

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

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

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

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

- d. Gatekeeper (penyeleksi informasi)
- e. Umpan balik.

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

a. Komunikasi massa bersifat umum

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

Rintangan yang tidak ada pada perencanaan timbul dari perbedaan bahasa, kebudayaan, pendidikan, pendapat, kelas sosial, dan pembatasan yang bersifat teknik. Penggunaan lebih banyak media audio visual, kemajuan teknik untuk mencapai jarak jauh dari perluasan usaha bebas buta huruf, cenderung untuk mempercepat menuju keterbukaan yang luas.

b. Komunikan bersifat heterogen

Perpaduan antara jumlah komunikan yang besar dalam komunikasi massa dengan keterbukaan dalam memperoleh pesan pesan komunikasdi, erat sekali hubungannya dengan sifat heterogen komunikan Massa dalam komunikasi massa

terjadi dari orang-orang yang heterogen yang meliputi penduduk yang bertempat tinggal dalam kondisi yang sangat berbeda, dengan kebudayaan yang beragam, berasal dari berbagai lapisan masyarakat, mempunyai pekerjaan yang berjenis-jenis maka oleh karena itu mereka berbeda pula dalam kepentingan, standar hidup dan derajat kehormatan, kekuasaan dan pengaruh.

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

Komunikasi dalam komunikasi massa adalah sejumlah orang yang disatukan oleh suatu minat yang sama yang mempunyai bentuk tingkah laku yang sama dan terbuka bagi pengaktifan tujuan yang sama; meskipun demikian orang-orang yang tersangkut tadi tidak saling mengenal, berinteraksi secara terbatas, dan tidak terorganisasikan. Komposisi komunikasi tersebut tergeser-geser terus menerus serta tidak mempunyai kepemimpinan atau perasaan identitas.

c. Media massa menimbulkan keserempakan

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

Ada dua segi penting mengenai kontak yang langsung itu, pertama kecepatan yang lebih tinggi dari penyebaran dan kelangsungan tanggapan kedua:

keserempakan adalah penting untuk keseragaman dalam seleksi dan interpretasi pesan-pesan. Tanpa komunikasi massa hanya pesan-pesan yang sangat sederhana saja yang disiarkan tanpa perubahan dari orang yang satu ke orang yang lainnya.

d. Hubungan komunikator-komunikan bersifat non-pribadi

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

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

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

a. Informasi

Fungsi informasi merupakan fungsi paling penting yang terdapat dalam komunikasi massa. Fakta-fakta yang dicari wartawan di lapangan kemudian

dituangkannya dalam tulisan juga merupakan informasi. Fakta yang dimaksud adalah adanya kejadian yang benar-benar terjadi di masyarakat.

b. Hiburan

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

c. Persuasi

Fungsi persuasif komunikasi massa tidak kalah pentingnya dengan fungsi informasi dan hiburan. Banyak bentuk tulisan yang kalau diperhatikan sekilas hanya berupa informasi, tetapi jika diperhatikan secara lebih jeli ternyata terdapat fungsi persuasi. Persuasi bisa datang dari berbagai macam bentuk: Pertama, mengukuhkan atau memperkuat sikap, kepercayaan, atau nilai seseorang; Kedua, mengubah sikap, kepercayaan, atau nilai seseorang; Ketiga, menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu; dan Keempat, memperkenalkan etika, atau menawarkan sistem nilai tertentu.

d. Transmisi Budaya

Transmisi budaya merupakan salah satu fungsi komunikasi massa yang paling luas, meskipun paling sedikit dibicarakan. Transmisi budaya tidak dapat

dielakkan selalu hadir dalam berbagai bentuk komunikasi yang mempunyai dampak pada penerimaan individu.

e. Mendorong Kohesi Sosial

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

f. Pengawasan

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

g. Korelasi

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

h. Pewarisan Sosial

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

i. Melawan Kekuasaan dan Kekuatan Represif

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

2.3 Media Massa

Berkembangnya opini publik tidak lepas dari peranan komunikasi massa. Masalah sekecil apapun suatu pemberitaan bisa menjadi perkembangannya cepat karena media. Dalam media sendiri mereka berebutan untuk mengekspos “objek yang dijadikan isu”, sehingga persepsi jamak menjadi khalayak memiliki pandangan jamak pula. Bernard Hennessy beranggapan bahwa media massa

mempunyai pengaruh yang sangat kuat dalam dialog politik dan dalam pemecahan konflik sosial secara politik karena menurutnya media massa mampu mempengaruhi keputusan politik dengan memberikan atau tidak memberikan publikasi kepada calon kontributor didalamnya.

Komunikasi massa merupakan salah satu bentuk komunikasi yang memainkan peranan penting dalam kehidupan manusia saat ini. Dari sinilah informasi dibawa dan disampaikan ke seluruh pelosok daerah melalui berbagai media massa, baik media cetak maupun media elektronik. Media massa mengacu pada media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara masal dan dapat diakses oleh masyarakat secara masal pula (Bungin, 2007:71). Media Massa berasal dari istilah bahasa inggris. Media massa merupakan Singkatan dari *mass media of communication* atau *media of mass communication*.

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

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

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

1) Media Massa Cetak (*Printed Media*)

Media massa cetak adalah media massa yang dicetak dalam lembaran kertas. Dari segi formatnya dan ukuran kertas, media massa cetak secara rinci meliputi Koran, atau surat kabar, tabloid, majalah, buku, *newsletter*, dan bulletin. Media massa cetak bisa dibilang merupakan media massa yang sudah lama dikenal di dunia dimana kemunculannya sudah ada sejak tahun 1920-an.

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

2) Media Massa Elektronik (*Electronic Media*)

Media massa elektronik adalah jenis media massa yang disebarluaskan melalui suara atau gambar dan suara dengan menggunakan teknologi elektronik. Seperti radio, dimana media ini menyampaikan informasi melalui audio atau

suaranya. Kemudian muncul televisi yang memungkinkan khalayak bukan hanya dapat mendengar suara namun juga menyaksikan langsung bagaimana peristiwa yang terekam dalam gambar atau visual yang disajikan.

3) Media Massa Online (*Online Media*)

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

2.4 Opini Publik

Pengertian opini adalah serapan dari bahasa asing (*opinion*), merupakan tanggapan atau jawaban terbuka terhadap sesuatu persoalan yang dinyatakan berdasarkan kata-kata, baik dalam bentuk lisan maupun tulisan. Opini juga dapat berupa perilaku, sikap tindak, pandangan dan tanggapan. Djoenoesih menyebutkan opini memiliki beberapa ciri, dia menyebutkan ciri-ciri opini yaitu “selalu diketahui dari pernyataan-pernyataan” merupakan sintesa dari banyak pendapat, serta mempunyai pendukung dalam jumlah yang besar.

Secara psikologis publik berarti sekelompok orang yang menaruh perhatian terhadap suatu masalah yang sama. Sedangkan secara sosiologis publik adalah sekelompok orang yang menaruh perhatian terhadap suatu masalah. Rhenald Kasali berpendapat bahwa public adalah kumpulan dari orang-orang atau pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan.

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. Menurut ilmu psikologi mendefinisikan opini publik sebagai penjumlahan dari pertimbangan seseorang tentang sesuatu hal, kejadian, pikiran, yang diterima sebagai pikiran umum. Pendapat yang agak berbeda dikemukakan oleh Emory Bogardus bahwa opini publik adalah hasil pengintegrasian pendapat berdasarkan diskusi yang dilakukan dalam masyarakat demokratis.

(<http://praoneunpad.blogspot.co.id/2012/11/opini-publik-a.html?m=1>, diakses pada tanggal 10 desember 2017)

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

Media massa sangat berpengaruh dalam pembentukan opini publik, salah satu yang diperbuat media massa sebenarnya adalah mempengaruhi keputusan politik dengan memberikan atau tidak memberikan publikasi kepada para calon

dan penyelenggara kebijakan. Namun, media mempublikasikannya dan membantu sejumlah kecil orang untuk mengambil kesimpulan mengenai “isu” yang dikemukakan.

Proses pembentukan opini publik dalam setiap kasus mungkin cepat, lambat, atau ditangguhkan. Faktor-faktor tertentu membatasi dan memengaruhi sejumlah fakta, pengalaman dan penilaian yang menjadi dasar pembentukan opini. Ada kemungkinan terjadi sejumlah kombinasi antar faktor yang menguatkan kesamaan opini, tetapi ada sejumlah faktor lain yang menguatkan keanekaragaman opini. Dalam beberapa kasus, satu atau beberapa faktor memberikan pengaruh yang melebihi faktor lain terhadap opini yang dipegang dengan teguh oleh kelompok tertentu. Dalam kasus lain, sejumlah faktor memberikan pengaruh yang melemahkan opini. Akhirnya, proses pembentukan opini dapat ditangguhkan karena tidak ada informasi atau resolusi yang kuat. Yang ada hanyalah pengaruh yang kuat, atau pengaruh yang saling bertentang. Dalam kasus demikian, dikatakan tidak terjadi pembentukan opini. (Helena Olli, 2007 : 37).

Faktor-faktor yang dapat membentuk opini tersebut, menurut D.W. Rajecki, dalam bukunya *Attitude, themes and Advence*, (1982), yaitu mempunyai tiga komponen, yang dikenal dengan istilah *ABCs of Attitude*, penjelasannya sebagai berikut :

a. Komponen A : *Affect* (perasaan atau emosi)

Komponen ini berkaitan dengan rasa senang, suka, sayang, takut, benci, sedih, dan kebanggaan hingga muak atau bosan terhadap sesuatu, sebagai akibat setelah merasakannya atau timbul setelah melihat dan mendengarkannya. Kemudian komponen efektif tersebut merupakan evaluasi berdasarkan perasaan seseorang yang secara emotif (aspek emosional) untuk menghasilkan penilaian, yaitu: "baik atau buruk".

b. Komponen B : *behaviour* (tingkah laku)

Komponen ini lebih menampilkan tingkahlaku atau perilaku seseorang, misalnya bereaksi untuk memukul, menghancurkan, menerima, menolak, mengambil, membeli dan lain sebagainya. Jadi merupakan komponen untuk menggerakkan seseorang secara aktif (*action element*) untuk melakukan "tindakan atau berperilaku" atas suatu reaksi yang sedang dihadapinya.

c. Komponen C : *Cognition* (pengertian atau nalar)

Komponen kognisi ini berkaitan dengan penalaran seseorang untuk menilai suatu informasi, pesan fakta dan pengertian yang berkaitan dengan pendiriannya. Komponen ini menghasilkan penilaian atau pengertian dari seseorang berdasarkan rasio atau kemampuan penalarannya. Artinya kognitif tersebut merupakan aspek kemampuan intelektualitas seseorang yang berhubungan dengan ilmu pengetahuan (Ruslan, 2003 : 61).

2.5 Berita

Berita ialah laporan terkini tentang fakta atau pendapat yang penting atau menarik bagi khalayak dan disebarluaskan melalui media massa. Ada pula sebuah pernyataan sederhana yaitu, sebuah berita sudah pasti sebuah informasi, tetapi sebuah informasi belum tentu sebuah berita. Hal itu karena informasi baru dapat dikatakan berita apabila informasi itu memiliki unsur-unsur yang mempunyai 'Nilai Berita' atau nilai jurnalistik dan disebarluaskan kepada khalayak. Sesungguhnya berita adalah hasil rekonstruksi tertulis dari realitas sosial yang terdapat dalam kehidupan. Itulah sebabnya ada orang yang beranggapan bahwa penulisan berita lebih merupakan pekerjaan merekonstruksikan realitas sosial ketimbang gambaran dari realitas itu sendiri.

W.J.S. Purwadarminta berpendapat bahwa berita adalah laporan tentang satu kejadian yang terbaru. Berita juga dapat didefinisikan sebagai informasi baru tentang kejadian yang baru, penting, dan bermakna, yang berpengaruh pada para pendengarnya serta relevan dan layak dinikmati oleh mereka (Helena, 2007: 25).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia karya W.J.S. Poerwadarminta (dalam Umam, 2012 : 241), "berita" adalah berarti kabar atau warta, sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia terbitan Balai Pustaka, arti berita diperjelas menjadi "laporan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat".

Dari beberapa definisi atau batasan tentang berita itu, pada prinsipnya ada beberapa unsur penting yang harus diperhatikan dari definisi tersebut, yakni:

1. Laporan
2. Kejadian/peristiwa/opinion yang menarik dan penting

3. Disajikan secepat mungkin (terikat oleh waktu)

Aris Sumadiria dalam buku *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature* (2014: 68-71) menyebut ada delapan jenis-jenis berita, yaitu:

- a. *Straight News*, atau berita langsung adalah berita yang menyajikan peristiwa secara *to the point*, lugas, ringkas, serta berisi informasi tentang peristiwa terkini, aktual dan menarik. Biasanya jenis berita ini memiliki unsur-unsur 5W + 1H (*what, who, where, why, dan how*).
- b. *Depth News*, atau berita mendalam adalah berita yang dikembangkan secara mendalam terhadap sesuatu peristiwa yang tak terlalu nampak di permukaan. Unsur-unsur pada berita ini adalah “Mengapa” atau *why* dan “bagaimana” atau *how* (bagaimana peristiwa itu terjadi dan detail peristiwa) serta *so what* (lalu bagaimana dampaknya atau bagaimana selanjutnya).
- c. *Comprehensive News*, atau berita menyeluruh adalah berita yang bersifat menyeluruh ditinjau dari segala aspek. Berita menyeluruh, sesungguhnya merupakan jawaban terhadap kritik sekaligus kelemahan yang terdapat dalam berita langsung (*straight news*). Sebagai gambaran, berita langsung bersifat sepotong-sepotong, tidak utuh, hanya merupakan serpihan fakta setiap hari. Berita langsung seperti tidak peduli dengan hubungan atau keterikatan antara berita yang satu dengan berita yang lain. Berita menyeluruh mencoba menggabungkan berbagai serpihan fakta itu dalam satu bangunan cerita peristiwa sehingga benang merahnya terlihat jelas.
- d. *Intrepretative News*, merupakan jenis berita yang merupakan perkembangan dari *straight news*. Perkembangan disini maksudnya adalah penambahan

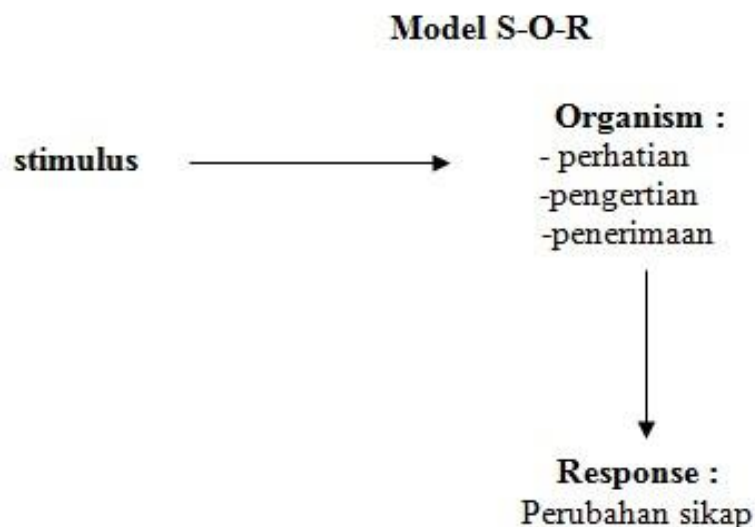
informasi latar belakang, wawancara dengan berbagai sumber dan pengamat, serta menambah data-data terkait sehingga dapat menghasilkan berita baru yang lebih detail, dan lebih lengkap. *Intrepretative* ini sangat membutuhkan wawasan yang luas dan juga ketajaman analisis dari sang wartawan.

- e. *Opinion News*, merupakan berita pendapat atau opini yang berisikan laporan pandangan seseorang mengenai suatu hal, ide kreatif, pemikiran ataupun komentar terhadap sesuatu yang penting. Berita opini ini biasanya berasal atau bersumber dari para ahli, cendekiawan, profesor, pejabat mengenai suatu masalah atau peristiwa.
- f. *Feature News*. Pada *feature news*, wartawan atau reporter mencari fakta yang menarik perhatian pembacanya. Penulis *feature news*, menyajikan suatu pengalaman pembaca (*reading experiences*) yang lebih bergantung pada gaya penulisan dan humor daripada pentingnya informasi yang disajikan.
- g. *Investigative News*. Berita jenis ini biasanya memusatkan perhatian terhadap sejumlah masalah dan kontroversi. Namun demikian, pada berita investigatif, para wartawan melakukan penyelidikan untuk memperoleh fakta tersembunyi pad sebuah kasus. Pelaksanaanya sering ilegal dan tidak etis.
- h. *Editorial Writting* adalah pikiran sebuah institusi yang diuji di depan sidang pendapat umum. Para penulis editorial bukan bekerja untuk dirinya sendiri melainkan untuk surat kabar, majalah, ataupun stasiun radio. Seperti halnya petugas informasi, penulis editorial mungkin akan diberi instruksi sebelum menulis.

2.6 Teori S-O-R

Dimulai pada tahun 1930-an, lahir suatu model klasik komunikasi yang banyak mendapat pengaruh teori psikologi, Teori S-O-R singkatan dari Stimulus-Organism-Response. Objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen : sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi, dan konasi. Teori S-O-R ini juga merupakan model penelitian yang beranjak dari anggapan bahwa organisme akan menghasilkan perilaku atau reaksi tertentu jika diberikan suatu kondisi stimulus tersebut, sehingga seseorang dapat mengharapkan kesesuaian antara pesan dengan reaksi komunikasi. Elemen-elemen dari model ini adalah pesan (stimulus), komunikan (organisme), efek (respon). Model S-O-R dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1 model teori S O R



Sumber : https://www.google.com/search/hl=in-ID&ie=UTF=gambar-teori-sor&gws_rd=sslXeed7T1gQM.

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

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

- a. Perhatian
- b. Pengertian
- c. Penerimaan

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

Tahap-tahap dari respon adalah sebagai berikut :

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

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

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

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

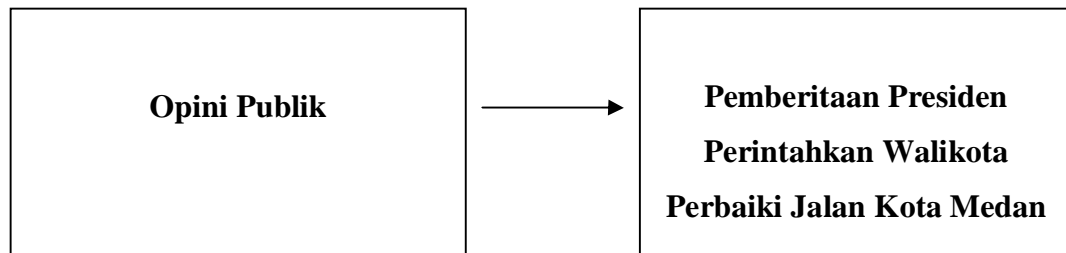
Penelitian kuantitatif adalah pengukuran data kuantitatif dan statistik objek melalui perhitungan ilmiah, berasal dari sampel orang-orang atau penduduk yang diminta menjawab atas sejumlah pertanyaan tentang survei untuk menentukan frekuensi dan presentasi tanggapan mereka, Sugiono (2010:213). Metode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

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

3.2 Kerangka Konsep

Kerangka konsep dalam komunikasi menurut Bernard Berelson dan Gary A. Steiner (Mulyana, 2007) adalah transmisi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya. Adapun kerangka konsep dalam penelitian ini Penulis menggambarkan melalui Tabel sebagai berikut:

Tabel 3.1 Kerangka Konseptual



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

- a. Opini adalah tanggapan, respon, atau jawaban terbuka terhadap suatu isu atau persoalan yang dinyatakan berdasarkan kata-kata, baik dalam bentuk lisan maupun tulisan.
- b. Publik adalah sekelompok orang yang menaruh perhatian terhadap suatu masalah yang sama.
- c. Pemberitaan adalah laporan terkini tentang fakta atau pendapat yang penting atau menarik bagi khalayak dan disebarluaskan melalui media massa.
- d. Berita Presiden perintahkan Walikota perbaiki jalan di Kota Medan adalah pemberitaan terviral pada tanggal 12 Oktober 2017.

3.3 Operasional Variabel

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

Tabel 3.2 Operasional Variabel

No	Variabel	Operasional Variabel
1	Variabel X Opini Publik	a) Perhatian b) Pengertian c) Penerimaan

2	Variabel Y Pemberitaan Presiden Perintahkan Walikota Perbaiki Jalan Kota Medan	a) Informasi terhadap pemberitaan b) Sumber informasi c) Ketertarikan terhadap informasi
3	Variabel Z Karakteristik Responden	a) Usia b) Jenis kelamin

3.4 Definisi Operasional

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

- 1) Opini Publik
 - a. Perhatian, adalah atensi yang diberikan responden, yakni perhatian terhadap pemberitaan.
 - b. Pengertian, adalah responden mengerti untuk melanjutkan proses berikutnya.
 - c. Penerimaan, adalah setelah memperhatikan dan mengerti maka terjadilah kesediaan untuk menerima sehingga dapat mengubah sikap.
- 2) Pemberitaan Presiden Perintahkan Walikota Perbaiki Jalan Kota Medan
 - a. Informasi terhadap pemberitaan Presiden perintahkan Walikota perbaiki jalan di Kota Medan yaitu menyangkut hal-hal yang penting untuk disampaikan kepada publik tentang pemberitaan tersebut.

- b. Sumber informasi adalah data-data dan fakta-fakta yang diperoleh dari pemberitaan tersebut.
- c. Keterkaitan informasi adalah hal-hal yang menarik dari informasi tersebut.

3) Karakteristik Responden

- a. Usia : masyarakat usia 20-50 tahun
- b. Jenis Kelamin : laki-laki dan perempuan

3.5 Populasi dan Sampel

a. Populasi

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

Menurut hasil pra riset data yang telah di peroleh, maka populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah masyarakat di Jalan Bukit Barisan II dan Jalan Pembangunan II, Lingkungan X Glugur Darat II Kec. Medan Timur dengan jumlah populasi sebanyak 455 orang (Data Kepala Lingkungan X Glugur Darat II (2017)).

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Apabila populasi dalam jumlah besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut, sampel diambil dari populasi menurut pertimbangan ilmiah. Salah satu syaratnya bahwa penarikan sampel harus terukur dan representatif, (Kuswana, 2011:133).

Mengingat dalam penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah seluruh masyarakat di Jalan Bukit Barisan II dan Jalan Pembangunan II, Prajurit Lingkungan X Glugur Darat II Kec. Medan Timur dengan jumlah populasi sebanyak 455 orang.

Tabel 3.3 Data Kependudukan

Masyarakat Jl. Bukit Barisan II dan Pembangunan II, Lingkungan X Glugur Darat II Kec. Medan Timur 2017	Jumlah
Usia produktif	365 orang
Usia belum produktif	90 orang
Total	455 orang

Sumber: Data Kepala lingkungan X Glugur Darat II (2017)

Adapun sampel penelitian yang diambil adalah dengan mengambil keseluruhan sampel di usia produktif (365 orang), dengan menggunakan teknik

proportionate random sampling (Martono, 2010:68) dengan menggunakan rumus Yamane. Dari rumus tersebut didapat hasil sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

keterangan:

n : jumlah sampel

N : ukuran populasi

d : nilai presisi (persentase kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang masih dapat ditoleris (10%)).

Maka:

$$n = \frac{365}{365(0.1)^2 + 1}$$

$$= 78.49 \text{ (dibulatkan menjadi 78 sampel)}$$

3.6 Teknik Penarikan Sampel

Teknik penarikan sampel pada penelitian kali ini menggunakan *Simple Random Sampling*. Di katakan *simple* (Sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi di lakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam teknik penelitian karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Pengumpulan data dapat di lakukan dalam berbagai sumber dan cara. Menurut

Sugiyono (2010 : 225) macam-macam teknik pengumpulan data, yaitu observasi, kuisioner, dan dokumentasi. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

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

3.8 Teknik Analisis Data

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

3.9 Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi penelitian

Lokasi dalam penelitian ini adalah jalan Bukit Barisan II, Glugur Darat II, Medan Timur, Kota Medan, Sumatera Utara.

b. Waktu penelitian

Waktu penelitian akan dilaksanakan pada bulan Januari sampai dengan bulan Maret 2018.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Hasil Penelitian

Dalam bab ini akan dijelaskan hasil penelitian yang telah dilakukan dan diolah untuk mengetahui opini publik tentang pemberitaan "Jokowi Perintahkan Walikota Perbaiki Jalan Di Kota Medan" (Studi Deskriptif Kuantitatif Pada Masyarakat Jalan Bukit Barisan II Kecamatan Glugur Darat, Kota Medan) peneliti sudah menyebar angket sebanyak 78 responden, dimana yang menjadi responden adalah masyarakat Jalan Bukit Barisan II Kec.Glugur Darat Kota Medan. Identitas responden yang ditanyakan pada kuisisioner penelitian ini adalah jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Data tentang responden akan dijelaskan sebagai berikut :

4.1.1 Identitas Data Respoden

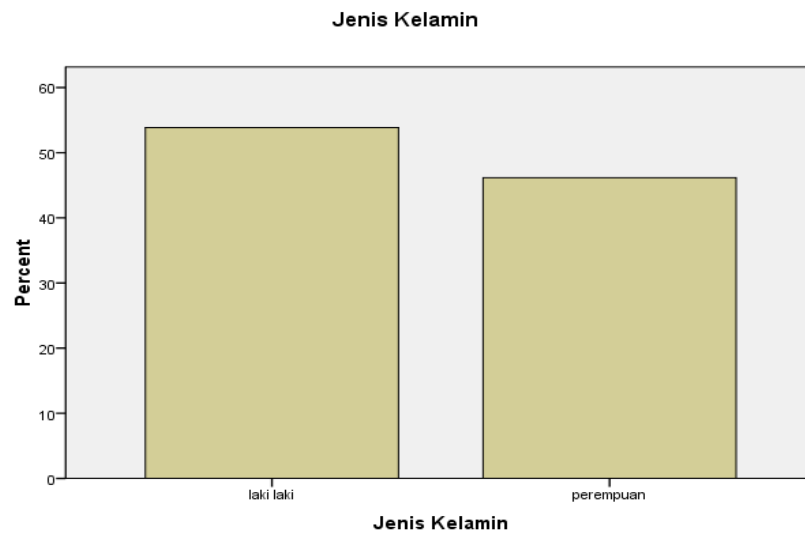
Untuk mengetahui identitas responden maka dapat dilihat dari karakteristik responden berikut ini :

a. Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid laki laki	42	53.8	53.8	53.8
Perempuan	36	46.2	46.2	100.0
Total	78	100.0	100.0	

Dari tabel diatas terlihat persentase jenis kelamin responde dimana yang menjadi mayoritas responden adalah laki laki yang berjumlah 42 orang (53,8%), kemudian responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 36 orang (46,2%)



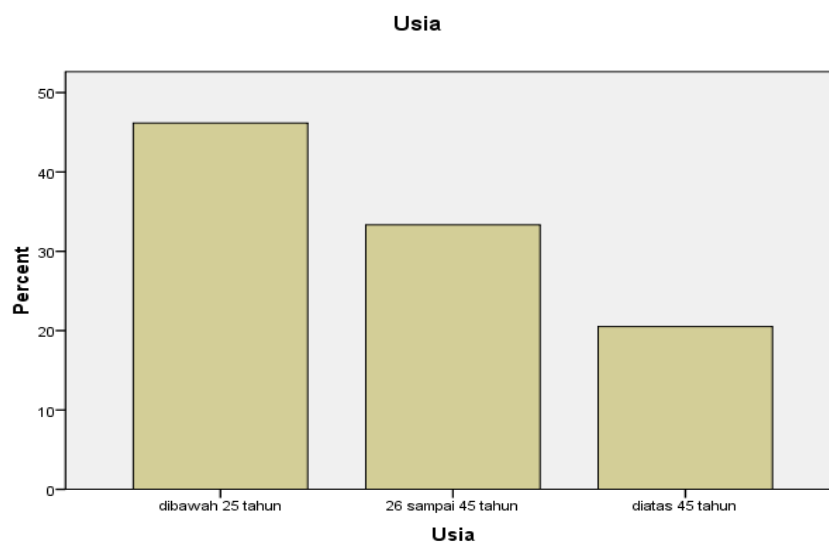
Gambar 4.1 Perbandingan jenis kelamin responden

b. Usia

Tabel 4.2 Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid dibawah 25 tahun	36	46.2	46.2	46.2
26 sampai 45 tahun	26	33.3	33.3	79.5
dias 45 tahun	16	20.5	20.5	100.0
Total	78	100.0	100.0	

Dari tabel diatas terlihat persentase usia responden dimana yang berusia dibawah 25 tahun berjumlah 36 orang (46,2%), lalu yang berusia diantara 26 sampai 45 tahun berjumlah 26 orang (33,3%) dan yang berusia diatas 45 tahun berjumlah 16 orang (20,5%).



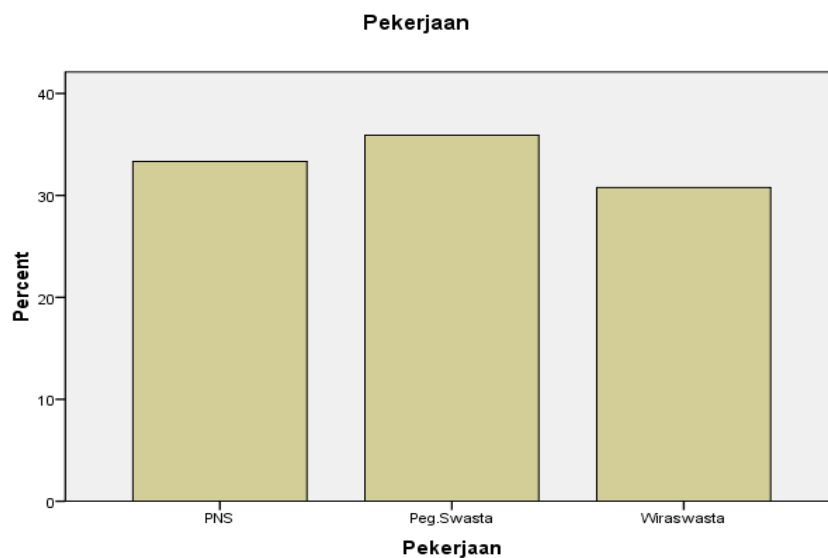
Gambar 4.2 perbandingan Usia responden

c. Pekerjaan

Tabel 4.3 Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid PNS	26	33.3	33.3	33.3
Peg.Swasta	28	35.9	35.9	69.2
Wiraswasta	24	30.8	30.8	100.0
Total	78	100.0	100.0	

Dari tabel di atas terlihat persentase pekerjaan responden dimana yang berprofesi sebagai PNS berjumlah 28 orang (33,3%), lalu yang berprofesi sebagai Pegawai swasta berjumlah 28 orang (35,9%), kemudian yang berprofesi sebagai wiraswasta berjumlah 24 orang (30,8%).



Gambar 4.3 perbandingan pekerjaan responden

4.2 Analisis Hasil Penelitian

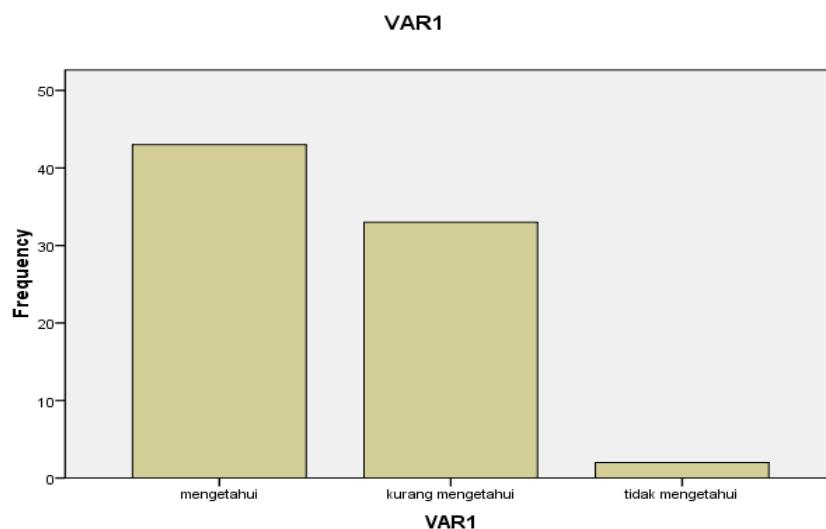
4.2.1. Persentase Jawaban Responden

Dibawah ini akan dijelaskan persentase jawaban responden untuk setiap variabel.

Tabel 4.4 VAR1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid mengetahui	43	55.1	55.1	55.1
kurang mengetahui	33	42.3	42.3	97.4
tidak mengetahui	2	2.6	2.6	100.0
Total	78	100.0	100.0	

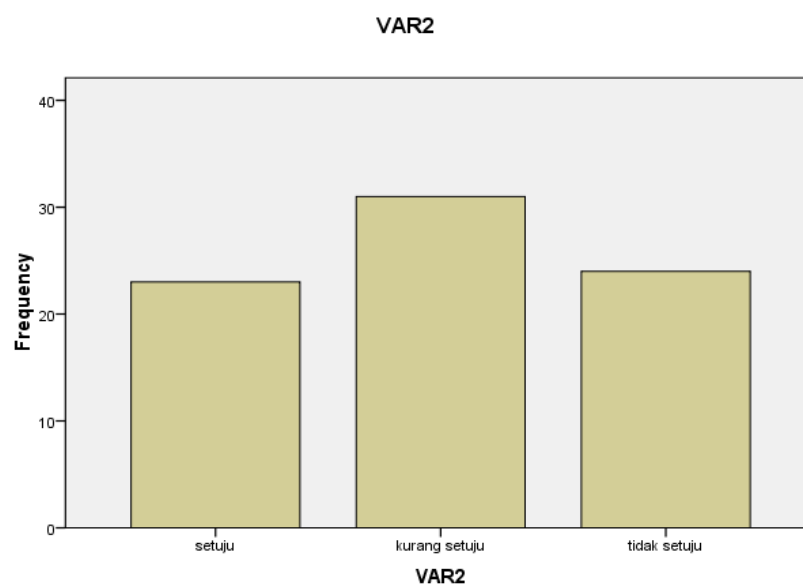
Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban untuk pernyataan “Apakah anda mengetahui pemberitaan Walikota Medan yang ditegur oleh Presiden Joko Widodo untuk memperbaiki jalan di Kota Medan ?” sebanyak 43 responden (55,1%) menjawab mengetahui, 33 responden (42,3%) menjawab kurang mengetahui, dan 2 responden (2,6%) tidak mengetahui, dari keterangan diatas terlihat bahwa informasi mengenai walikota Medan yang ditegur Jokowi sudah menyebar di lingkungan masyarakat jalan Bukit Barisan II.

**Gambar 4.4 perbandingan jawaban pernyataan no 1**

Tabel 4.5 VAR2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	23	29.5	29.5	29.5
kurang setuju	31	39.7	39.7	69.2
tidak setuju	24	30.8	30.8	100.0
Total	78	100.0	100.0	

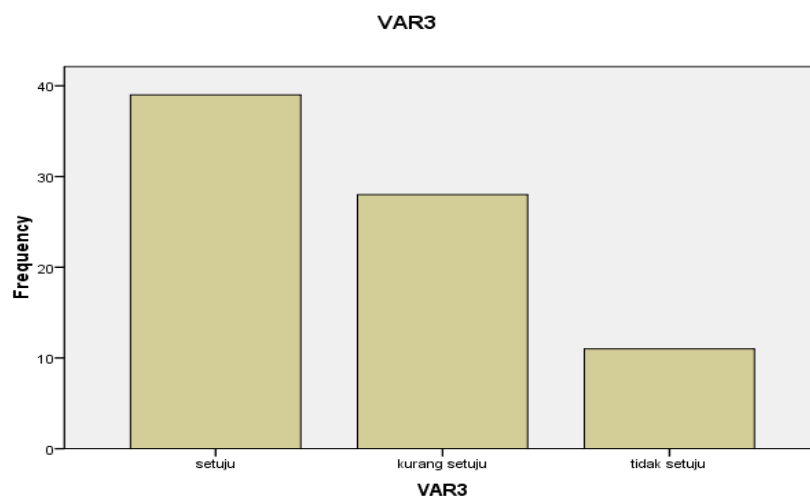
Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban untuk pernyataan “Apakah anda setuju dengan keputusan Presiden Joko Widodo menegur Walikota Medan ? ” sebanyak 23 responden (29,5%) menjawab setuju, 31 responden (39,7%) menjawab kurang setuju, dan 24 responden (30,8%) tidak setuju, dari keterangan diatas terlihat bahwa masyarakat jalan Bukit Barisan II masih banyak yang tidak sependapat mengenai Jokowi yang menegur walikota Medan.

**Gambar 4.5 perbandingan jawaban pernyataan no 2**

Tabel 4.6 VAR3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	39	50.0	50.0	50.0
kurang setuju	28	35.9	35.9	85.9
tidak setuju	11	14.1	14.1	100.0
Total	78	100.0	100.0	

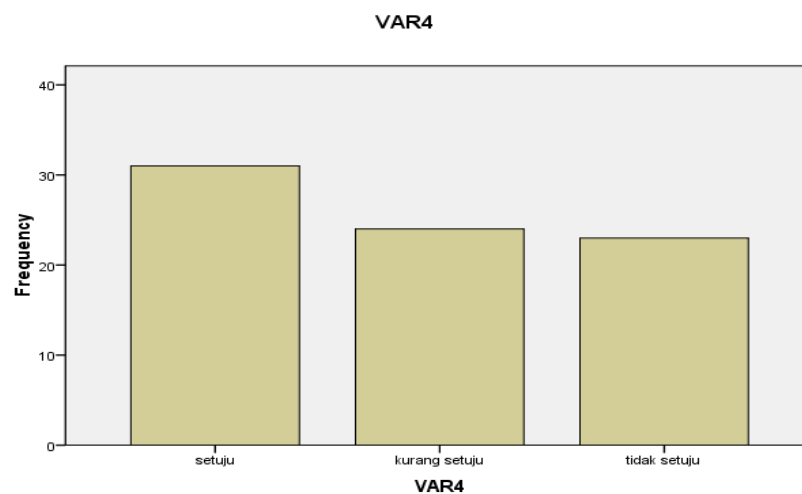
Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban untuk pernyataan “Apa pendapat anda tentang sikap Walikota Medan terhadap teguran Presiden Joko Widodo ?” sebanyak 39 responden (50%) menjawab setuju, 28 responden (35,9%) menjawab kurang setuju, dan 11 responden (14,1%) tidak setuju, dari keterangan diatas terlihat bahwa masyarakat jalan Bukit Barisan II mayoritasnya setuju dengan sikap Walikota Medan setelah di tegur Presiden Joko Widodo.

**Gambar 4.6 perbandingan jawaban pernyataan no 3**

Tabel 4.7 VAR4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	31	39.7	39.7	39.7
kurang setuju	24	30.8	30.8	70.5
tidak setuju	23	29.5	29.5	100.0
Total	78	100.0	100.0	

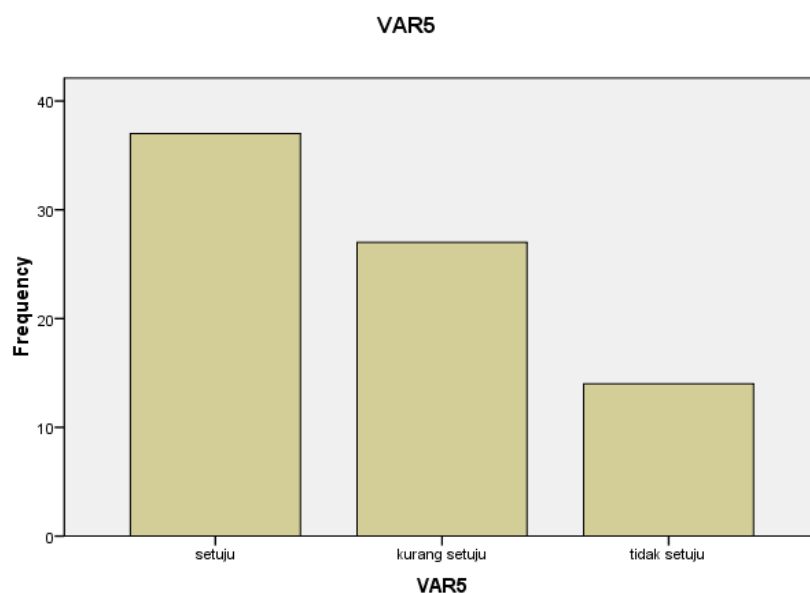
Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban untuk pernyataan “Apakah anda setuju dengan aksi mahasiswa UMSU yang tergabung dalam organisasi Kesatuan Aksi Mahasiswa Muslim Indonesia (KAMMI) yang melakukan aksi teatrikal dan mandi lumpur di jalan berlubang Kota Medan ?” sebanyak 31 responden (39,7%) menjawab setuju, 24 responden (30,8%) menjawab kurang setuju, dan 23 responden (29,5%) tidak setuju, dari keterangan diatas terlihat bahwa masyarakat jalan Bukit Barisan II masih terdapat yang kurang setuju dengan aksi teatrikal dan mandi lumpur KAMMI di jalan berlubang di Kota Medan .

**Gambar 4.7 perbandingan jawaban pernyataan no 4**

Tabel 4.8 VAR5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	37	47.4	47.4	47.4
kurang setuju	27	34.6	34.6	82.1
tidak setuju	14	17.9	17.9	100.0
Total	78	100.0	100.0	

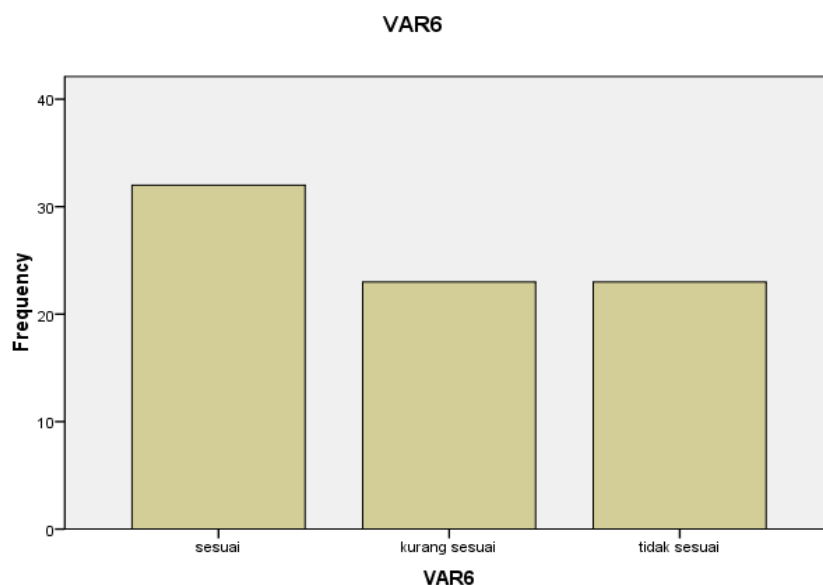
Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban untuk pernyataan “Apakah anda setuju dengan sikap yang ditunjukkan para mahasiswa yang melakukan aksi ?” sebanyak 37 responden (47,7%) menjawab setuju, 27 responden (34,6%) menjawab kurang setuju, dan 14 responden (17,9%) tidak setuju, dari keterangan diatas terlihat bahwa masyarakat jalan Bukit Barisan II setuju dengan aksi KAMMI .

**Gambar 4.8 perbandingan jawaban pernyataan no 5**

Tabel 4.9 VAR6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sesuai	32	41.0	41.0	41.0
kurang sesuai	23	29.5	29.5	70.5
tidak sesuai	23	29.5	29.5	100.0
Total	78	100.0	100.0	

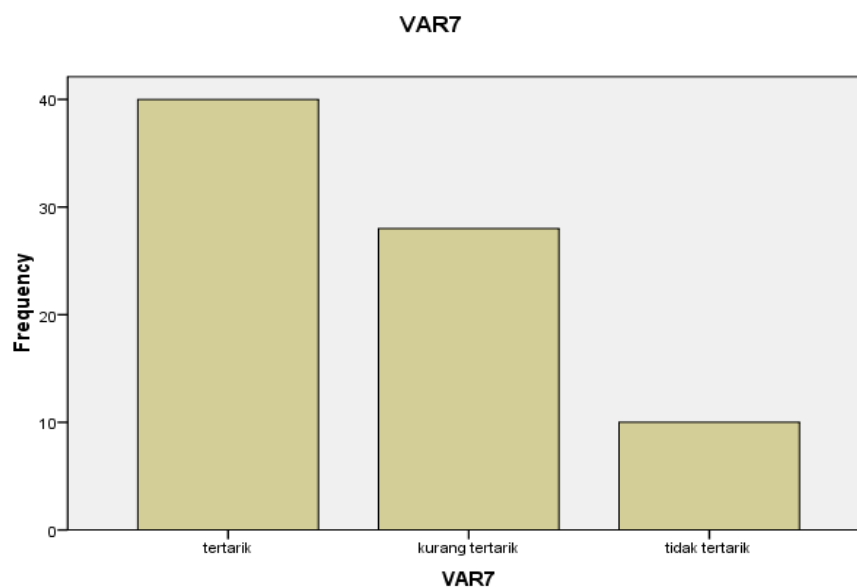
Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban untuk pernyataan “Apakah menurut anda teguran dan unjuk rasa yang terjadi telah sesuai dengan situasi di lapangan ?” sebanyak 32 responden (41%) menjawab setuju, 23 responden (29,5%) menjawab kurang setuju, dan 23 responden (29,5%) tidak setuju, dari keterangan diatas terlihat bahwa masyarakat jalan Bukit Barisan II merasa teguran yang diberikan kepada para pengunjung rasa sudah sesuai.

**Gambar 4.9 perbandingan jawaban pernyataan no 6**

Tabel 4.10 VAR7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tertarik	40	51.3	51.3	51.3
kurang tertarik	28	35.9	35.9	87.2
tidak tertarik	10	12.8	12.8	100.0
Total	78	100.0	100.0	

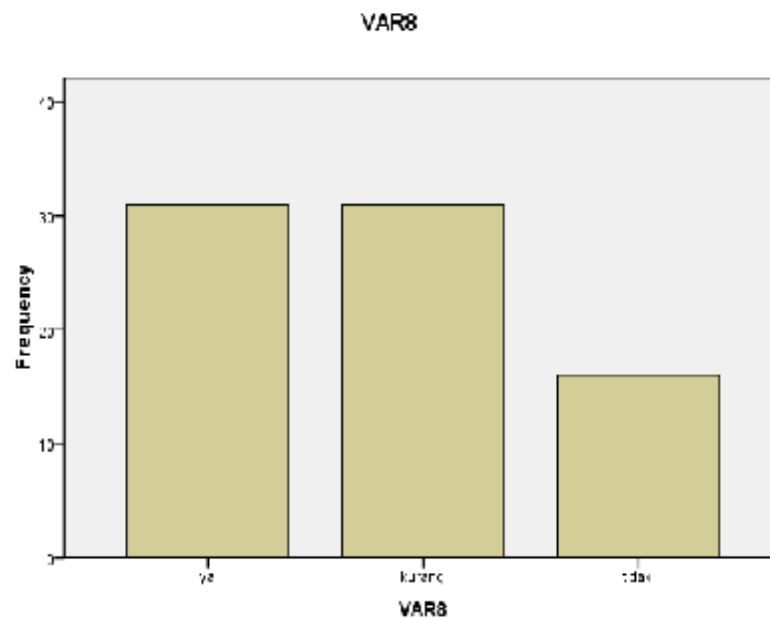
Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban untuk pernyataan “Apakah anda tertarik dengan pemberitaan di media terkait Walikota yang ditegur Presiden Joko Widodo ?” sebanyak 40 responden (51,3%) menjawab setuju, 28 responden (35,9%) menjawab kurang setuju, dan 10 responden (12,8%) tidak setuju, dari keterangan diatas terlihat bahwa masyarakat jalan Bukit Barisan II banyak yang tertarik dengan pemberitaan Walikota Medan yang ditegur presiden Joko Widodo.

**Gambar 4.10 perbandingan jawaban pernyataan no 7**

Tabel 4.11 VAR8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ya	31	39.7	39.7	39.7
Kurang	31	39.7	39.7	79.5
Tidak	16	20.5	20.5	100.0
Total	78	100.0	100.0	

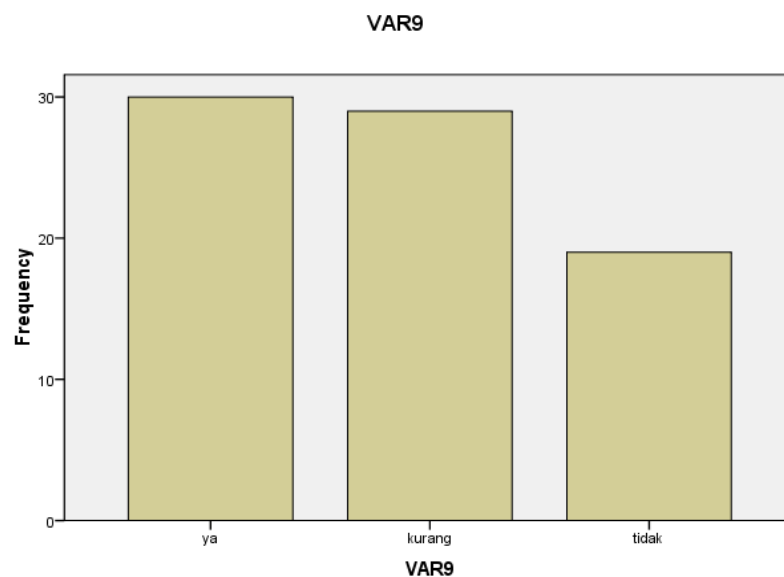
Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban untuk pernyataan “Apakah anda banyak mendapat informasi tentang jalan berlubang dari media cetak dan media *online*” sebanyak 31 responden (39,7%) menjawab ya, 31 responden (39,7%) menjawab kurang , dan 16 responden (20,5%) menjawab tidak, dari keterangan diatas terlihat bahwa masyarakat jalan Bukit Barisan II banyak mendapat informasi mengenai jalan berlubang dari media *online*.

**Gambar 4.11 perbandingan jawaban pernyataan no 8**

Tabel 4.12 VAR9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ya	30	38.5	38.5	38.5
kurang	29	37.2	37.2	75.6
tidak	19	24.4	24.4	100.0
Total	78	100.0	100.0	

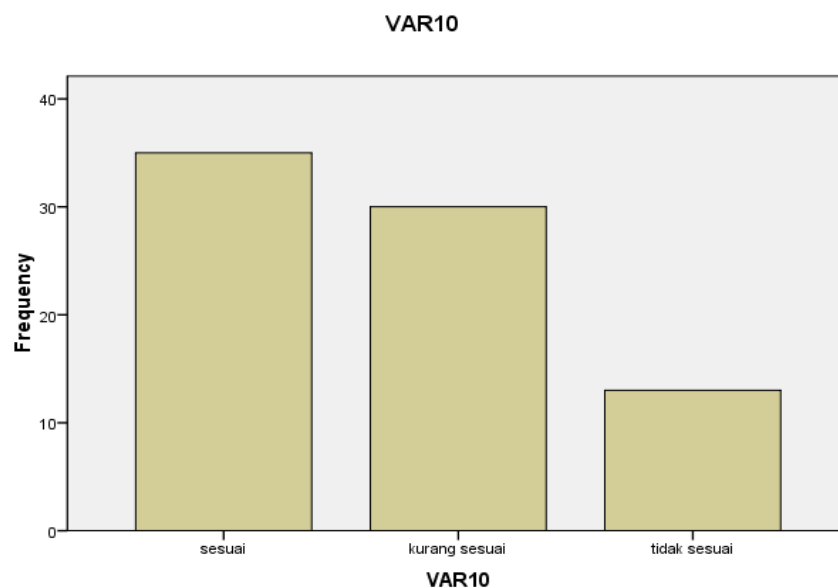
Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban untuk pernyataan “Apakah anda banyak mendapat informasi tentang teguran Presiden terhadap Walikota Medan dari media cetak dan media *online* ? ” sebanyak 39 responden (38,5%) menjawab ya, 29 responden (37,2%) menjawab kurang, dan 19 responden (24,4%) tidak, dari keterangan diatas terlihat bahwa masyarakat jalan Bukit Barisan II banyak yang mendapat informasi mengenai Walikota Medan yang di tegur Presiden Joko Widodo dari media cetak dan *online*.

**Tabel 4.12 perbandingan jawaban pernyataan no 9**

Tabel 4.13 VAR10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sesuai	35	44.9	44.9	44.9
kurang sesuai	30	38.5	38.5	83.3
tidak sesuai	13	16.7	16.7	100.0
Total	78	100.0	100.0	

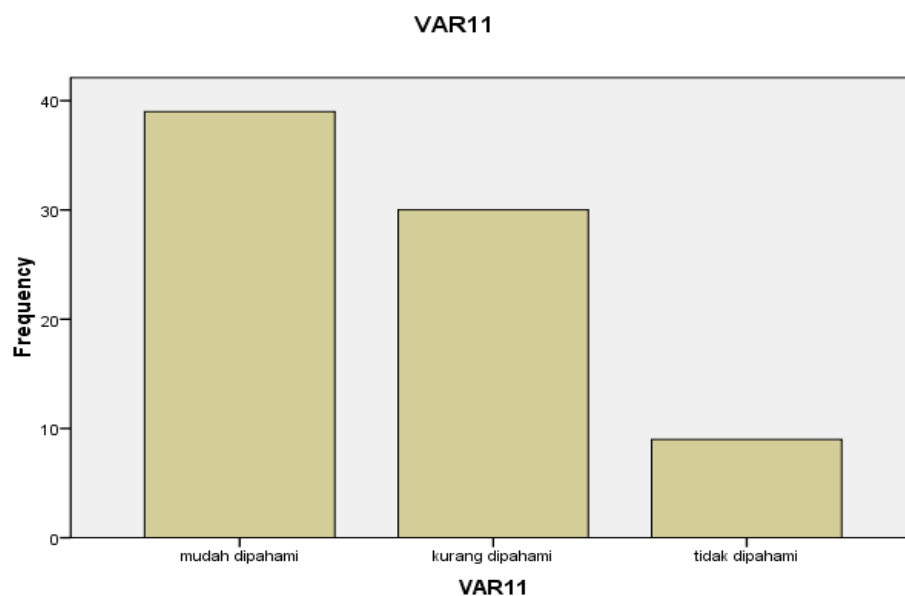
Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban untuk pernyataan “Apakah menurut anda informasi di media sesuai dengan kondisi Kota Medan ?” sebanyak 35 responden (44,9%) menjawab ya, 30 responden (38,5%) menjawab kurang, dan 13 responden (16,7%) tidak, dari keterangan diatas terlihat bahwa masyarakat jalan Bukit Barisan II banyak yang mendapat informasi mengenai Walikota Medan yang di tegur Presiden Joko Widodo dari media cetak dan *online*.

**Gambar 4.13 perbandingan jawaban pernyataan no 10**

Tabel 4.14 VAR11

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid mudah dipahami	39	50.0	50.0	50.0
kurang dipahami	30	38.5	38.5	88.5
tidak dipahami	9	11.5	11.5	100.0
Total	78	100.0	100.0	

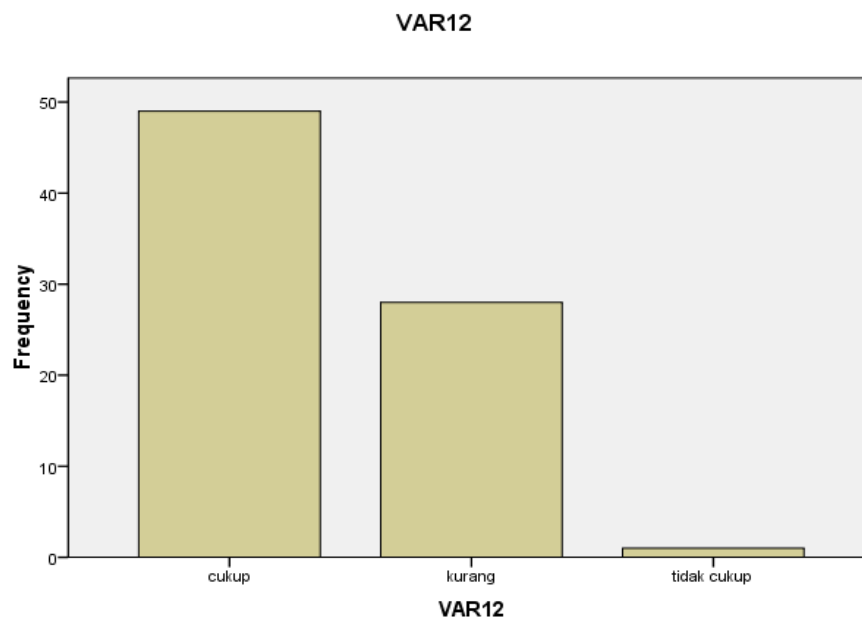
Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban untuk pernyataan “Apakah bahasa berita yang digunakan media cetak dan media *online* mudah dipahami ? ” sebanyak 39 responden (50%) menjawab mudah dipahami, 30 responden (38,5%) menjawab kurang dipahami, dan 9 responden (11,5%) tidak dipahami, dari keterangan diatas terlihat bahwa masyarakat jalan Bukit Barisan II banyak yang merasa bahasa media online masih sulit untuk dipahami.

**Gambar 4.14 perbandingan jawaban pernyataan no 11**

Tabel 4.15 VAR12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Cukup	49	62.8	62.8	62.8
Kurang	28	35.9	35.9	98.7
tidak cukup	1	1.3	1.3	100.0
Total	78	100.0	100.0	

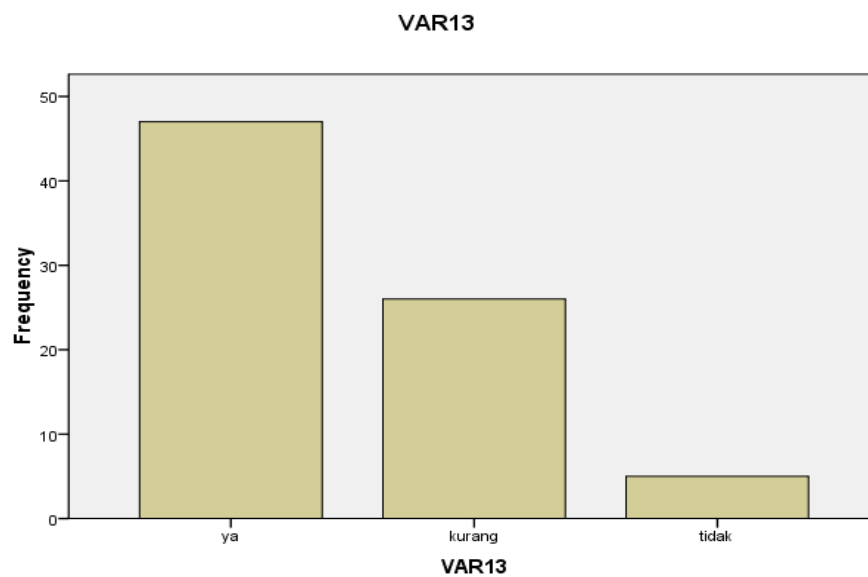
Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban untuk pernyataan “Apakah menurut anda berita yang ditampilkan cukup memenuhi kebutuhan informasi anda ? ” sebanyak 49 responden (62,8%) menjawab cukup, 28 responden (35,9%) menjawab kurang, dan 1 responden (1,3%) tidak cukup, dari keterangan diatas terlihat bahwa masyarakat jalan Bukit Barisan II banyak yang merasa berita yang disampaikan media online cukup untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka

**Gambar 4.15 perbandingan jawaban pernyataan no 12**

VAR13

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ya	47	60.3	60.3	60.3
kurang	26	33.3	33.3	93.6
tidak	5	6.4	6.4	100.0
Total	78	100.0	100.0	

Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban untuk pernyataan “Apakah menurut anda infrastruktur jalan Kota Medan saat ini telah mengalami perubahan lebih baik ? ” sebanyak 47 responden (60,3%) menjawab ya, 26 responden (33,3%) menjawab kurang, dan 5 responden (6,4%) tidak, dari keterangan diatas terlihat bahwa masyarakat jalan Bukit Barisan II banyak yang merasa sudah ada perubahan infrastruktur jalan semenjak adanya teguran dari Presiden Joko Widodo ke Walikota Medan.



Gambar 4.16 perbandingan jawaban pernyataan no 13

4.3 Pembahasan

Dari hasil angket yang disebar mengenai opini publik tentang pemberitaan “Jokowi Perintahkan Walikota Medan Perbaiki Jalan Di Kota Medan” terdapat berbagai macam ragam jawaban responden atas pertanyaan yang di ajukan kepada masyarakat Jalan Bukit Barisan II Kecamatan Glugur Darat, Kota Medan. Banyak opini yang keluar dari responden yang memiliki jawaban beragam, dalam hal ini opini publik terbagi menjadi beberapa segmen sesuai dengan angket yang disebar, yaitu :

1. Bagaimana teguran dari Presiden Joko Widodo ke Walikota Medan, hasil dari angket ini terlihat dari variabel angket 1, 2 dan 3, dalam hal ini terlihat adanya kegembiraan masyarakat terhadap teguran langsung dari Presiden Joko Widodo terhadap Walikota Medan, sudah jelas sekali bahwa masalah infrastruktur jalan selama ini telah menjadi masalah yang krusial di Kota Medan, Pemko Medan sendiri bukan tidak berniat memperbaiki jalan, tetapi sudah ada agenda tahunan dalam memperbaiki jalan, hanya saja memang masalah perbaikan jalan di Kota Medan tidak merata, ada jalan yang memang menggunakan aspal baik sehingga tidak berlubang selama berbulan bulan, namun ada sebahagian jalan yang sering dilewati kendaraan berat yang sering berlubang walaupun sudah di tambal berulang kali, dengan adanya teguran langsung dari orang nomor 1 di Indonesia harusnya akan membuat pemerintah Kota Medan lebih giat dalam penataan jalan di Kota Medan.

2. Bagaimana reaksi masyarakat terhadap aksi mahasiswa dalam menanggapi teguran dari Presiden Joko Widodo terhadap Walikota Medan, adanya aksi teatrikal oleh KAMMI dan aksi mandi lumpur di jalan berlubang di Kota Medan, dilihat dari angket yang disebar masyarakat banyak yang kurang dan tidak setuju aksi teatrikal dan mandi lumpur oleh KAMMI dilakukan, karena bisa jadi publik akan beropini kenapa harus saat Presiden Joko Widodo menegur Walikota Medan hal tersebut baru dilakukan, hal ini tentunya akan membuat orang merasa bahwa KAMMI “mendompleng” berita ini untuk menaikkan nama mereka, namun jika dilihat dari sikap mahasiswa mayoritas responden setuju dengan sikap mahasiswa yang menunjukkan kekecewaan mengenai kondisi jalan di Kota Medan. Kemudian teguran dan aksi yang dilakukan dinilai masyarakat sudah cukup tepat untuk menunjukkan kekecewaan masyarakat mengenai banyaknya jalan berlubang di Kota Medan.

3. Kemudian yang terakhir bagaimana reaksi masyarakat terhadap pemberitaan di media cetak dan media *online*, banyak masyarakat yang merasa setuju kondisi berita yang diinfokan dengan keadaan yang ada di kota Medan, masyarakat juga setuju mengenai bahasa yang digunakan di media cetak dan online cukup mudah dipahami oleh para pembacanya, informasi yang di dapatkan oleh masyarakat dari media cetak dan *online* sudah cukup memenuhi kebutuhan berita harian mereka, lalu dengan adanya teguran dari Presiden Joko Widodo ke Walikota Medan, masyarakat merasa sudah cukup teras perbaiki jalan di Kota Medan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis yang telah dibahas sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut opini masyarakat yang muncul dengan pemberitaan “Jokowi Perintahkan Walikota Medan Perbaiki Jalan Berlubang di Kota Medan” adalah bahwa mayoritas responden di Jalan Bukit Barisan II di Kec Glugur Darat Kota Medan, menganggap hal tersebut sudah pantas untuk dilakukan kepada Walikota Medan sebagai bentuk perwakilan perasaan kecewa masyarakat dengan banyaknya jalan berlubang di Kota Medan. Kemudian bahasa yang digunakan oleh media cetak dan *online* sudah cukup sesuai dengan kemampuan masyarakat dalam memahami konten suatu berita.

5.2 Saran

Saran yang diberikan peneliti adalah sebagai berikut :

- a. Ada baiknya demi menggiring opini publik yang baik pihak pemilik media cetak atau media *online*, menggunakan bahasa yang mudah dan tidak membuat calon pembaca terjebak dengan, judul yang bermakna ambigu, apalagi Presiden adalah seorang publik figur, yang setiap tindak tanduknya pasti akan menimbulkan pihak yang pro ataupun kontra.
- b. Ada baiknya pihak seperti organisasi Mahasiswa tidak menunggu moment dalam menunjukkan rasa ketidaksukaan terhadap regulasi pemerintah, tapi

langsung mengadakan unjuk rasa jika dirasa regulasi yang dibuat, atau belum ada perubahan infrastruktur yang sedang dibuat.

- c. Ada baiknya untuk masyarakat agar lebih menyaring informasi yang diperoleh dari berbagai sumber media massa, untuk lebih memahami isi berita, dan tidak salah memahami tujuan pemberitaan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro dan Lukianti Komala Erdinaya. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Simbiosia Rekatmama Media. Bandung.
- Bungin, Burhan. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- _____. 2007. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma dan Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. PT. Kencana Prenada Media. Jakarta.
- Cangara, Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Effendy, Onong, Uchjana. 2011. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktik*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Kuswana, Dadang. 2011 : *Metode Penelitian dan Komunikasi*. CV. Pustaka Setia. Bandung.
- Littlejohn, Stephen W dan Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi; Theories of Human Communication* (edisi 9 terjemahan bahasa Indonesia oleh Muhammad Yusuf Hamdan), Penerbit Salemba Humanika, Jakarta.
- Mulyana, Dedi. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- McQuail, Dennis. 2005. *Mcquail Mass Communication Theory*. Sage Publication. London.
- Nurudin. 2007. *Sistem Komunikasi Indonesia*. PT. Rajagrafindo Persada. Jakarta.
- _____. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- _____. 2010, *Pengantar Komunikasi Massa*, PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Olii, Helena. 2007. *Opini Publik*. Penerbit PT. Indeks, Jakarta.
- Ruslan, Rosady. 2003. *Metode Penelitian PR dan Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- _____. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta. Bandung.
- _____. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Tamburaka, Apriadi, 2013. *Literasi Media Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Umam, Khaerul, dan Kadar Nurjaman. 2012. *Komunikasi & Public Relation: Panduan Praktis Mahasiswa, Birokrat, Praktisi Bisnis*. Penerbit Pustaka Setia. Bandung.

Sumber Lain :

(<https://m.detik.com/news/berita/d-3684019/jokowi-ke-walkot-medan-benahi-jalan-atau-saya-dulu-kerjakan>, diakses pada tanggal 2 Desember 2017)

(<https://goo.gl/MqhPUj>, Via Al-Quran Indonesia, diakses pada tanggal 2 Desember 2017)

(https://www.google.com/search?hl=in-ID&ie=UTF8&q=gambar+teori+sor&gws_rd=sslXed7T1gQM, diakses pada tanggal 3 Desember 2017)

(<http://sumut.pojoksatu.id/2017/10/04/begini-cara-mahasiswa-umsu-mendesak-pemko-medan-perbaiki-jalan-rusak/>, diakses pada tanggal 2 Desember 2017)

(<https://www.merdeka.com/peristiwa/soal-jalan-rusak-wali-kota-medan-salahkan-kemenpupera.html>, diakses pada tanggal 2 Desember 2017)

(<http://waspada.co.id/medan/soal-jalan-rusak-wali-kota-medan-minta-masyarakat-bersabar/>, diakses pada tanggal 3 Desember 2017)

(<http://praoneunpad.blogspot.co.id/2012/11/opini-publik-a.html?m=1>, diakses pada tanggal 10 desember 2017)

KEADAAN JALAN RUSAK DI JALAN BUKIT BARISAN II SEBELUM DIPERBAIKI



DATA KEPENDUDUKAN PARA RESPONDEN



No. K. 12.1. 0509973

KARTU KELUARGA

No. 1271200612070040

Nama Kepala Keluarga: **SUCHMAN SARAGIH**
 Alamat: **J. S. SARIGAN II G P RAYA NO. 190 B**
 RT/RW: **01DG10**
 Desa/Kelurahan: **GLUGUR DARAT B**

Kecamatan: **MEDAN TIMUR**
 Kabupaten/Kota: **KOTA MEDAN**
 Kode Pos: **20238**
 Propinsi: **SUMATERA UTARA**

No.	Nama Lengkap	NIK	Jenis Kelamin	Tingkat LAIR	Tanggal Lahir	Agama	Pendidikan	Jenis Pekerjaan
1	SLEBEN SARAGIH	12712012006000000	LAKI-LAKI	PRIMA TANG RAYA	13 02 1960	KRISTEN	SLTPB DEKALAT	MARTABAK SWASTA
2	MONDO KARINA HUTABARAT	12712006120000000	PEREMPUAN	MEDAN	26 06 1980	KRISTEN	UNIKOMA GORONTALA	WISATAWISATA
3	JOHN ERKSON SARAGIH	127120111800000	LAKI-LAKI	PEMATANG RAYA	11 01 1980	KHOLATUN	SLTPB DEKALAT	WISATAWISATA
4	SUKAMALA SARAGIH	127120178070000	LAKI-LAKI	PEMATANG RAYA	11 04 1981	ISLAM	SLTPB DEKALAT	PERAGABUKA
5	ROHMAT SARAGIH	127120140000000	PEREMPUAN	PEMATANG RAYA	01 02 1980	KRISTEN	SLTPB DEKALAT	BERKAWAN RUMAH TANGGA
6	LUBIS WENITA SUDJI	127120180000000	PEREMPUAN	PEMATANG RAYA	13 07 1980	KRISTEN	SLTPB DEKALAT	MARTABAK SWASTA
7	DEWI SARAGIH SINDA	127120180000000	PEREMPUAN	PEMATANG RAYA	01 06 1980	KRISTEN	SLTPB DEKALAT	DEKALAT SWASTA
8								
9								
10								

No.	Status Perkawinan	Status Hubungan Dalam Keluarga	Kewarganegaraan	Dokumen Keluaran		Nama Orang Tua	
				No. Paspor	No. KITAS/KITAP	Ayah	Ibu
1	KAWIN	KEPALA KELUARGA	INDONESIA	121	113	O M SARAGIH	L IN PURBA
2	KAWIN	IBU	INDONESIA			T W HUTABARAT	L IN PURBA
3	KAWIN	PANGKALAN	INDONESIA			O M SARAGIH	L IN PURBA
4	KAWIN	PANGKALAN	INDONESIA			O M SARAGIH	L IN PURBA
5	KAWIN	PANGKALAN	INDONESIA			O M SARAGIH	L IN PURBA
6	BELIAKAWIN	PANGKALAN	INDONESIA			MURRAYA S D	RUMAH DEKALAT
7	BELIAKAWIN	PANGKALAN	INDONESIA			ENACK	PURBA SWASTA
8							
9							
10							

Disiapkan Tanggal: 20-Agustus-2014
 LEMBAR: 1 Kepala Keluarga
 4 RT
 81 Desa/Kelurahan
 N. Kecamatan

SUCHMAN SARAGIH
 Kepala Keluarga

KEPALA DINAS KEPENDUDUKAN DAN CATATAN SIPIL
 MEDAN

FOTO BERSAMA BAPAK KEPALA LINGKUNGAN X KELURAHAN GLUGUR DARAT II KECAMATAN MEDAN TIMUR

