

**OPINI MASYARAKAT KOTA MEDAN TERHADAP
PEMBERITAAN PENISTAAN NABI MUHAMMAD SAW
OLEH POLITIKUS INDIA**

SKRIPSI

**OLEH:
DEDE TOMY SETIAWAN
1503110089**

**Program Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2022**

BERITA ACARA 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 : DEDE TOMY SETIAWAN
NPM : 1503110089
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada hari, Tanggal : Kamis, 29 September 2022
Waktu : 10.00 WIB s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : AKHYAR ANSHORI, S.I.Kom, M.I.Kom

PENGUJI II : Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M.I.Kom

PENGUJI III : FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos, M.I.Kom

PANITIA UJIAN

Ketua

Sekretaris

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, M.SP

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

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

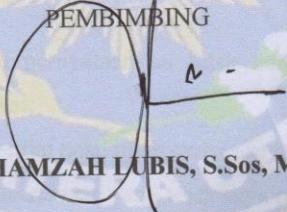
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama : DEDE TOMY SETIAWAN
NPM : 1503110089
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
Judul Skripsi : OPINI MASYARAKAT KOTA MEDAN TERHADAP
PEMBERITAAN PENISTAAN NABI MUHAMMAD SAW
OLEH POLITIKUS INDIA DI TELEVISI

Medan, Oktober 2022

PEMBIMBING


FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos, M.I.Kom

DISETUJUI OLEH
KETUA PROGRAM STUDI


AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom


DEKAN

DR. ARIFIN SALEH, S.Sos, M.SP

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, **DEDE TOMY SETIAWAN**, NPM 1503110089 menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang 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 kerjasama di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan 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 kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

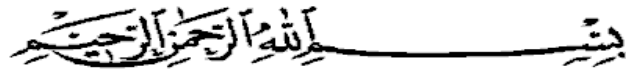
Medan, Oktober 2022

Yang menyatakan,



Dede Tomy Setiawan

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr.Wb

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “OPINI MASYARAKAT KOTA MEDAN TERHADAP PEMBERITAAN PENISTAAN NABI MUHAMMAD SAW OLEH POLITIKUS INDIA”. Dan tak lupa shalawat beriring salam, penulis ucapkan kepada junjungan alam Rasulullah SAW yang telah menjadi suri tauladan bagi kita semua.

Penulisan Skripsi ini ditunjukkan untuk memenuhi syarat penyelesaian Studi Pendidikan Strata Satu, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU). Penulis menyadari bahwa isi yang terkandung didalam skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Hal ini disebabkan oleh terbatasnya waktu, kemampuan dan pengalaman penulis miliki dalam penyajiannya. Dengan kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pihak-pihak yang berkepentingan dengan skripsi ini baik dengan dosen pembimbing maupun dari pihak yang berpengalaman. Penulis berharap apa yang dibuat dapat bermanfaat bagi yang membutuhkannya dan dapat menambah pengetahuan serta informasi bagi pembacanya.

Akhir kata penulis mengharapkan skripsi ini dapat bermanfaat bagi rekan-rekan mahasiswa/i agar dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan dan dapat digunakan sebagai sumber referensi dalam pembuatan skripsi selanjutnya.

Semoga Allah SWT selalu melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya kepada kita semua serta memberikan keselamatan dunia dan akhirat, Amin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Medan, September 2022

Penulis,

DEDE TOMY SETIAWAN

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	v
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Rumusan Masalah	5
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Teori Komunikasi.....	7
2.2 Teori Komunikasi Masa	11
2.3 Teori Opini Masyarakat.....	19
2.4 Media Televisi	22
BAB 3 METODE PENELITIAN	28
3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2 Kerangka Konseptual	29
3.3 Defenisi Konsep.....	29
3.4 Informan/Sumber	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data	31
3.6 Tempat Dan Waktu Penelitian	31
3.7 Teknik Analisis Data.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Hasil	35
4.2 Pembahasan.....	36
BAB V PENUTUP	41
5.1 Kesimpulan.....	41
5.2 Saran.....	41
DAFTAR PUSTAKA.....	43
LAMPIRAN	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Konseptual.....	25
Gambar 3.2. Skema Teknik Analisis Data	27

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Salah satu kebutuhan masyarakat adalah kebutuhan akan informasi. Pada umumnya masyarakat selalu mencari informasi yang dianggapnya perlu untuk mereka ketahui. Manusia dapat mengikuti peristiwa-peristiwa yang terjadi di sekitarnya ataupun di tempat lain, melalui informasi yang diperolehnya. Selain itu dengan informasi manusia dapat memperluas pengetahuannya sekaligus memahami kedudukan serta perannya dalam masyarakat.

Peran media massa dalam kehidupan sosial kerap dipandang secara berbeda-beda, namun tidak ada yang menyangkal atas perannya yang signifikan dalam masyarakat modern. Menurut Mc Quail dalam Winarso, bahwa peran media massa sebagai *Window on event dan experience*. Media dipandang sebagai jendela yang memungkinkan khalayak “melihat” apa yang terjadi diluar sana. Selain itu, media massa sebagai “*filter*” atau “*gatekeeper*” yang menyeleksi berbagai hal untuk diberi perhatian atau tidak. Media massa senantiasa memilih *issue*, informasi atau bentuk *content* lain berdasarkan standar para pengelolanya. Khalayak “dipilihkan” oleh media tentang apa-apa yang layak diketahui. Dan mendapat perhatian. (Winarso, 2005 : 54).

Media massa memiliki kemampuan dalam membeberkan suatu fakta bahkan membentuk opini masyarakat. Salah satu media yang secara gamblang dan lebih rinci dalam pemberitaannya adalah surat kabar, sebagaimana diungkapkan oleh Djuroto (2002:11) bahwa : “Surat kabar merupakan kumpulan dari berita, artikel, cerita, iklan dan sebagainya yang dicetak ke dalam lembaran kertas ukuran

plano yang diterbitkan secara teratur dan bisa terbit setiap hari atau seminggu sekali.”

Situasi yang begitu kompetitif dalam perkembangan media massa membuat media cetak dan elektronik berupaya untuk menarik perhatian. Pada media cetak seperti surat kabar, informasi yang disampaikan memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan media massa lainnya. Kelebihan pertama yaitu informasi yang disampaikan surat kabar hasil liputan terbaru. Hal ini dimungkinkan karena surat kabar terbit setiap hari (harian), berbeda dengan majalah atau tabloid yang terbit setiap minggu atau setiap bulan. Sehingga dengan demikian perkembangan berita dapat segera diperoleh. Kedua, berita dapat disampaikan secara detail tanpa kehilangan pembaca. Informasi disajikan dalam bentuk tulisan yang sangat mudah dipahami sehingga berita atau pesan yang disampaikan dapat dimengerti. Ketiga, harga surat kabar relatif lebih murah dibandingkan media massa lainnya sehingga bisa dibaca oleh berbagai lapisan ekonomi masyarakat. (Siregar, 1999 : 52).

Televisi merupakan salah satu jenis media elektronik yang dinilai lebih *up to date* dalam menyajikan berita-berita yang akan disampaikan kepada khalayak. Beberapa kelebihan lainnya dari televisi diantaranya, yaitu bisa menginformasikan secara jelas dan memudahkan komunikasi untuk bisa memahami isi dan pesan. Dengan kelebihan media televisi tersebut, maka televisi dianggap lebih efektif dalam menyampaikan berbagai informasi. Informasi yang disajikan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keingintahuan penonton yang semakin tinggi. televisi diharuskan memberikan informasi yang benar dan aktual untuk masyarakat, yang nantinya dapat dijadikan masukan untuk mengetahui

peristiwa yang terjadi dan digunakan untuk kepentingan masyarakat tentang segala hal dan realitas sosial yang terjadi di lingkungan.

Televisi adalah media atau sarana penyampaian informasi yang menyajikan berita-berita umum. Berita-berita umum itu meliputi peristiwa nasional yang menyangkut peristiwa-peristiwa ekonomi, politik, hukum, sosial dan budaya, disamping pemberitaan juga menyajikan berita-berita internasional. Hal tersebut dilakukan untuk memenuhi keinginan masyarakat akan informasi yang dibutuhkan, disamping keinginan pemilik media untuk memberikan kepuasan informasi kepada penonton dan pendengar.

Dari beragam informasi yang disampaikan oleh media televisi, baru-baru ini adalah pemberitaan yang disampaikan oleh hampir seluruh media di Indonesia mengenai kasus penistaan agama yang disampaikan oleh politikus India. Dimana dalam sebuah acara debat Napur Sharma mengeluarkan sebuah statement yang dianggap menghina Nabi Muhammad SAW. Dimana Napur Sharma dalam statementnya mempersoalkan pernikahan Nabi Muhammada Sallolhoi A'laihiwassalam dengan Aisyah yang masih dibawah umur dan ia juga mengolok-olok Alquran.

Atas Statement tersebut sontak menyulut berbagai tanggapan dari berbagai lapisan masyarakat diseluruh dunia khususnya Negara yang mayoritas muslim dimana banyak terdapat aksi protes atas pernyataan tersebut terutama di Indonesia. Masyarakat banyak yang melakukan demo di berbagai kota di Indonesia. Salah satu daerah yang melakukan aksi protes adalah masyarakat kota Medan ratusan umat islam yang tergabung dalam aliansiormas islam melakukan unjuk rasa di depan Konsulat Jendral India di Kota Medan.

Dengan adanya protes atau tanggapan masyarakat dengan pemberitaan tersebut, disini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian guna mengetahui bagaimana opini masyarakat kota Medan tentang pemberitaan penghinaan Nabi Muhammad oleh politisi India tersebut. Opini atau pendapat pada dasarnya merupakan hasil dari sikap individu, yaitu suatu pernyataan sikap dalam bentuk kata-kata. (Blake & Harodsen, 2005 : 81).

Opini timbul sebagai hasil pembicaraan tentang masalah yang kontroversial, yang menimbulkan pendapat yang berbeda-beda. Dimana opini tersebut berasal dari opini-opini individual yang diungkapkan oleh para anggota sebuah kelompok yang pandangannya bergantung pada pengaruh-pengaruh yang dilancarkan kelompok itu. Pengaruh yang dimaksud tersebut bisa berasal dari luar (media massa, opinion leader) maupun dari dalam individu tersebut (stereotipe, persepsi). Dalam penelitian media televisi karena televisi merupakan salah satu sumber informasi yang paling banyak dilihat oleh masyarakat. Dan dipilihnya masyarakat Medan sebagai subyek penelitian ini, dikarenakan banyaknya masyarakat dan tokoh Kota Medan yang menyoroti berita tersebut.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah : “Bagaimanakah opini masyarakat kota Medan terhadap pemberitaan penistaan agama yang dilakukan oleh politisi India ?”

1.3 Pembatasan Masalah

Untuk membatasi ruang lingkup yang terlalu luas, maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti.

Adapun pembatasan masalah ini adalah:

1. Subjek penelitian ini terbatas hanya pada masyarakat Alfalah, Kecamatan Medan Timur Kota Medan yang berjumlah 10 orang dari keseluruhan lapisan masyarakat.
2. Penelitian ini terbatas hanya pada pemberitaan berita media Televisitentang penistaan agama Islam yang dilakukan oleh politisi India yaituNapur Sharma.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah opini masyarakat kota Medan terhadap pemberitaan penistaan agama yang dilakukan oleh politisi India

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian nantinya diharapkan dapat memberikan masukan pada perkembangan serta pendalaman studi komunikasi. Khususnya pada bidang pemberitaan (*news*), sehingga dapat dimanfaatkan sebagai masukan atau bahkan referensi penelitian komunikasi selanjutnya.

Manfaat Praktis

Memberikan bahan masukan bagi pihak yang berkaitan yaitu Pemkot Medan, maupun masyarakat sekitar yang berkaitan dengan berita Penistaan Agama.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Memaparkan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : URAIAN TEORITIS

Merupakan uraian teoritis yang menguraikan tentang, komunikasi komunikasi massa, media televisi, opini masyarakat.

BAB III : METODE PENELITIAN

Merupakan metode penelitian berisi tentang jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi, narasumber, pengumpulan data, analisis data dan waktu penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisikan pembahasan yang menguraikan hasil penelitian, dan pembahasan

BAB V : PENUTUP

Berisikan penutup yang menguraikan kesimpulan dan saran.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Komunikasi

2.1.1 Pengertian Teori Komunikasi Harold Laswell

Menurut (Romli, 2016 : 8), menjelaskan paradigma Laswell yang dikemukakan oleh Harold D. Laswell, yaitu: *Who Says what in Which Channel to Whom With What Effect?* Paradigma Laswell ini menunjukkan bahwa ada lima unsur dasar dalam komunikasi, yakni:

- 1) *Who* (Siapa): Komunikator, orang yang menyampaikan pesan.
- 2) *Says what* (mengatakan apa): Pesan, pernyataan yang didukung oleh lambang, dapat berupa ide atau gagasan.
- 3) *In Which Channel* (Saluran): Media, sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikasi jauh tempatnya atau banyak jumlahnya.
- 4) *To Whom* (Kepada Siapa): Komunikan, orang menerima pesan.
- 5) *With What Effect* (dampak): Efek, dampak sebagai pengaruh dari pesan atau dapat juga dikatakan sebagai hasil dari proses komunikasi.

Berdasarkan paradigma Laswell tersebut dapat dikaji model komunikasi yaitu: ***Sender Message Media Receive Effect Feedback***. *Sender* : Komunikator (pengirim informasi) yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang. *Message* : Saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator. *Receive* : Komunikan (orang) yang menerima pesan dari komunikator. *Effect* : Perbedaan antar apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh komunikan sebelum dan sesudah menerima pesan. *Feedback* : Umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator.

Defenisi yang diciptakan oleh Harold D. Laswell bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan “Siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya”. Berdasarkan dari sebuah pernyataan tersebut bisa disimpulkan bahwa komunikasi adalah sebuah proses dalam penyampaian pesan atau makna oleh komunikator (pengirim pesan) kepada komunikan (penerima pesan) melalui saluran/media dan dapat menimbulkan dampak/efek yang tertentu pada diri komunikan (Effendy, 2017 : 10).

Berdasarkan beberapa definisi komunikasi tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses pengiriman ataupun penerimaan sebuah pesan diantara dua individu atau lebih dengan secara efektif lalu dapat dimengerti dengan mudah, dan dijalankan dengan kesadaran untuk bisa mempengaruhi perilaku si penerima kemudian dapat menimbulkan sebuah pemikiran yang sama diantara pengirim dan penerima pesan. Dari definisi-definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pengertian komunikasi adalah seni menyampaikan informasi (pesan, ide, sikap dan gagasan) dari komunikator untuk mengubah serta membentuk perilaku komunikan (pola, sikap, pandangan, dan pemahamannya) ke pola dan pemahaman yang dikehendaki komunikator.

2.1.2 Unsur-unsur Komunikasi

Harold Laswell (Mulyana, 2017 : 69) menyebutkan ada lima unsur komunikasi yang saling bergantung antara lain, yaitu:

- 1) Sumber (*communicator, source, sender*). Sumber adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber

boleh jadi seseorang individu, kelompok, organisasi, perusahaan bahkan suatu negara.

- 2) Pesan (*message*) . Pesan adalah apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima.
- 3) Saluran atau media (*channel, media*) Saluran atau media yakni alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima.
- 4) Penerima (*receiver, communicant, communicate, recipient*) Penerima yakni orang yang menerima pesan dari sumber.
- 5) Efek (*effect, impact, influence*) Efek yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut.

2.1.3 Fungsi Komunikasi

Untuk terjadinya sebuah komunikasi tidak terlepas dari bentuk dan fungsi komunikasi, dimana komunikasi yang baik, tidak jauh dari fungsi yang mendukung keefektifan komunikasi. Adapun fungsi komunikasi menurut (Effendi, 2017 : 55), adalah sebagai berikut:

- 1) Menginformasikan (*to inform*). Kegiatan informasi itu memberikan penjelasan, penerangan, mengenai bentuk informasi dari seorang komunikator kepada komunikan. Informasi yang akurat diperlukan oleh beberapa bagian masyarakat untuk bahan dalam pembuatan keputusan.
- 2) Mendidik (*to educate*) Penyebaran informasi tersebut sifatnya memberikan pendidikan atau pengajaran sesuatu pengetahuan, menyebarluaskan kreativitas untuk membuka wawasan dan kesempatan

untuk memperoleh pendidikan secara luas, baik untuk pendidikan formal disekolah maupun diluar sekolah.

- 3) Menghibur (*to entertaint*) Penyebaran informasi yang disajikan kepada komunikan untuk memberikan hiburan. Menyampaikan informasi dalam lirik, lagu, dan bunyi, maupun gambar dan bahasa membawa setiap orang pada situasi menikmati hiburan.
- 4) Mempengaruhi (*to influence*). Komunikasi sebagai sarana untuk mempengaruhi khalayak untuk memberikan motivasi, mendorong untuk mengikuti kemajuan orang lain melalui apa yang dilihat, dibaca, dan didengar. Serta memperkenalkan nilai-nilai baru untuk mengubah sikap dan perilaku yang baik dan modernisasi.

2.1.4 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi sebagai saluran untuk melakukan dan menerima pengaruh mekanisme perubahan, alat untuk mendorong atau mempertinggi motivasi perantara dan sebagai sarana yang memungkinkan suatu organisasi mencapai tujuannya. Menurut (Effendy, 2017 : 55) menjelaskan ada tiga tujuan komunikasi yaitu:

- 1) Mengubah sikap (*to change the attitude*), yaitu sikap individu atau kelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang mereka terima.
- 2) Mengubah pendapat atau opini (*to change the behavior*), yaitu perilaku individu atau sekelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang diterima.

- 3) Mengubah masyarakat (*to change the society*), yaitu tingkat sosial individu atau sekelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang diterima.

2.1.5 Proses Komunikasi

Dalam proses komunikasi setiap unsur memiliki peranan penting membangun. Proses komunikasi sehingga terciptanya komunikasi yang baik. Menurut (Effendi, 2017 : 11-16) proses komunikasi terbagi menjadi dua yaitu:

- 1) Proses Komunikasi secara Primer. Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran dan perasaan komunikator kepada komunikan.
- 2) Proses Komunikasi secara Sekunder. Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain menggunakan alat atau saran sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Media kedua tersebut berupa surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan sebagainya.

2.2 Teori Komunikasi Massa

2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa

Pada dasarnya bahwa komunikasi massa merupakan komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Dalam hal ini perlu kita bedakan massa dalam sebuah arti “umum” dengan massa dalam arti komunikasi massa, kata massa dalam hal ini lebih mendekati arti secara sosiologis. Dengan kata lain,

massa yang dimaksud dalam hal itu adalah kumpulan individu yang berada di suatu lokasi tertentu. Massa dalam arti komunikasi massa lebih menunjuk pada penerima pesan yang berkaitan dengan media massa. Dengan kata lain, massa yang dalam sikap dan perilakunya berkaitan dengan peran media massa. Oleh karena itu massa disini menunjuk kepada khayalak, *audience*, penonton, pemirsa, atau pembaca. Beberapa istilah ini berkaitan dengan media massa. Namun, dari sekian banyak definisi bisa dikatakan media massa bentuknya antara lain media elektronik (televisi, radio), media cetak, (surat kabar, majalah, tabloid), buku dan film. Dalam perkembangan komunikasi massa yang sudah sangat modern dewasa ini, ada satu perkembangan tentang media massa, yakni ditemukannya internet. Belum ada, untuk tidak mengatakan tidak ada, bentuk media dari definisi komunikasi massa yang memasukkan internet dalam media massa (Nurudin, 2017 : 3-13).

Ada satu definisi komunikasi massa yang dikemukakan (Michael W. Gamble dan Teri Kwal Amble, 1986) (dalam Nurudin, 2017 : 8) menjelaskan menurut mereka sesuatu bisa didefinisikan sebagai Komunikasi Massa jika mencakup hal-hal sebagai berikut:

- 1) Komunikator dalam komunikasi massa mengandalkan peralatan modern untuk menyebarkan atau memancarkan pesan secara cepat kepada khalayak yang luas dan tersebar. Pesan itu disebarkan melalui media modern pula antara lain surat kabar, majalah, televisi, film atau gabungan di antara media tersebut.
- 2) Komunikator dalam komunikasi massa dalam menyebarkan pesan-pesannya bermaksud mencoba berbagi pengertian dengan jutaan orang yang tidak

saling kenal atau mengetahui satu sama lain. Anonimitas *audience* dalam komunikasi massa inilah yang membedakan pula dengan jenis komunikasi yang lain. Bahkan pengirim dengan penerima pesan yang tidak saling mengenal satu sama lain.

- 3) 3) Pesan adalah milik publik. Artinya bahwa pesan ini bisa di dapatkan dan diterima oleh banyak orang. Karena itu, diartikan milik publik.
- 4) Sebagai sumber, komunikator massa biasanya organisasi formal seperti jaringan, ikatan, atau perkumpulan. Dengan kata lain, komunikatornya tidak berasal dari seseorang tetapi lembaga. Lembaga ini pun biasanya berorientasi pada keuntungan, bukan organisasi suka rela atau nirlaba.
- 5) Komunikasi massa dikontrol oleh *gatekeeper* (penapis informasi). Artinya, pesan-pesan yang disebarkan atau dipancarkan dikontrol oleh sejumlah individu dalam lembaga tersebut sebelum disiarkan lewat media massa. Ini berbeda dengan komunikasi antarpribadi, kelompok atau publik di mana yang mengontrol bukan sejumlah individu. Beberapa individu dalam komunikasi massa itu ikut berperan dalam membatasi, memperluas pesan yang disiarkan. Contohnya adalah seorang reporter, editor film, penjaga rubrik, dan lembaga sensor lain dalam media itu bisa berfungsi sebagai *gatekeeper*.
- 6) Umpan balik dalam komunikasi massa sifatnya tertunda. Kalau dalam jenis komunikasi lain, umpan balik bisa bersifat langsung. Misalnya, dalam komunikasi ini umpan balik langsung dilakukan, tetapi komunikasi yang dilakukan lewat surat kabar tidak bisa langsung dilakukan alias tertunda (*delayed*).

Komunikasi massa merupakan sebuah proses komunikasi yang dilakukan lewat media massa untuk berbagai tujuan komunikasi dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat luas. Pesan yang disampaikan lewat media massa adalah produk dan komoditas dan memiliki nilai tukar serta dasar yang memiliki nilai guna (Tamburaka, 2012 : 15). Dengan demikian, terdapat unsur-unsur penting dalam sebuah komunikasi adalah:

- 1) Komunikator
- 2) Media massa
- 3) Informan (pesan) massa
- 4) *Gatekeeper*
- 5) Publik (Khalayak), dan Umpan balik

2.2.2 Ciri-ciri Komunikasi Massa

Ciri komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik media audio visual maupun media cetak. Komunikasi massa melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks. Apabila pesan itu disampaikan melalui media pertelevisian maka prosesnya komunikator melakukan suatu penyampaian pesan melalui teknologi audio visual secara verbal maupun nonverbal dan nyata. Adapun beberapa ciri-ciri komunikasi massa sebagai berikut. (Sugiyono, 2018)

- 1) Pesan Bersifat Umum
- 2) Komunikannya Anonim dan Heterogen
- 3) Media Massa Menimbulkan Keserempakan
- 4) Komunikannya Lebih Mengutamakan Isi daripada Hubungan
- 5) Komunikasi Massa Yang Bersifat Satu Arah

6) Stimulasi Alat Indra yang Terbatas

7) Umpan Balik Tertunda dan Tidak Lansung.

2.2.3 Fungsi Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah salah satu aktivitas sosial yang berfungsi di masyarakat. Robert K. Merton mengemukakan bahwa fungsi aktivitas memiliki dua aspek, yaitu: (Ambar, 2017)

- 1) Fungsi nyata (*manifest function*) adalah fungsi nyata yang diinginkan.
- 2) Fungsi tidak nyata atau tersembunyi (*latent function*), yaitu fungsi tidak diinginkan. Sehingga pada dasarnya setiap fungsi sosial dalam masyarakat itu memiliki efek fungsional dan disfungsional. Selain fungsi nyata (*manifest function*) dan fungsi tidak nyata (*latent function*), setiap aktivitas sosial juga berfungsi melahirkan (*beiring function*) fungsi-fungsi sosial lain, bahwa manusia memiliki kemampuan beradaptasi yang sangat sempurna. Sehingga setiap fungsi sosial yang dianggap membahayakan dirinya, walau ia akan mengubah fungsi-fungsi suasana yang ada.

2.2.4 Karakteristik Komunikasi Massa

Seseorang yang akan menggunakan media massa sebagai alat untuk melakukan kegiatan komunikasinya perlu memahami karakteristik komunikasi massa, yakni seperti uraian dibawah ini: (Rakhmat, 2013)

- 1) Komunikasi massa bersifat umum

Pesan komunikasi yang disampaikan melalui media massa 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.

2) Komunikasi bersifat heterogen

Perpaduan antara jumlah komunikan yang besar dalam komunikasi massa dengan keterbukaan dalam memperoleh pesan-pesan komunikasi, erat sekali hubungannya dengan sifat heterogen komunikan. Massa dalam komunikasi 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 pada dalam kepentingan, standar hidup dan derajat kehormatan, kekuatan dan pengaruh. Suatu paradoks dari heterogenitas komunikan dalam komunikasi massa ialah pengelompokkan komunikan harus mempunyai minat yang sama terhadap media massa, terutama jenis khusus dari isi penyiaran serta mempunyai kesamaan pengertian kebudayaan dan nilai-nilai. Jelasnya, komunikan dalam komunikasi massa adalah sejumlah orang yang disatukan oleh suatu minat yang sama yang mempunyai bentuk tingkah laku yang sama dan terbuka bagi pengaktifan tujuan yang sama; meskipun demikian orang-orang yang tersangkut tadi tidak saling mengenal, berinteraksi

secara terbatas, dan tidak terorganisasikan. Komposisi komunikan tersebut tergeser geser terus menerus serta tidak mempunyai kepemimpinan atau perasaan identitas.

3) Media massa menimbulkan keserempakan

Keserempakan yang dimaksud disini adalah keserampakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang lebih jauh dari komunikator, dan 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.

4) Hubungan komunikator-komunikan bersifat non-pribadi.

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

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

2.2.6 Proses Komunikasi Massa

Komunikasi massa memiliki proses yang berbeda dengan komunikasi tatap muka, karena sifat komunikasi massa melibatkan banyak orang, maka proses komunikasinya sangat kompleks dan rumit. Menurut McQuail (Bungin, 2019, 74–75) proses komunikasi massa terlihat berproses dalam bentuk:

- 1) Melakukan distribusi dan penerimaan informasi dalam skala besar. Jadi proses komunikasi massa melakukan distribusi informasi kemasyarakatan dalam skala yang besar, sekali siaran, pemberitaan yang disebarkan dalam jumlah yang luas, dan diterima oleh massa yang besar pula.
- 2) Proses komunikasi massa juga dilakukan melalui satu arah, yaitu dari komunikator ke komunikan. Kalau terjadi interaksi diantara mereka, maka proses komunikasi (balik) yang di sampaikan oleh komunikan ke komunikator sifatnya sangat terbatas, sehingga tetap saja di dominasi oleh komunikator.
- 3) Proses komunikasi massa berlangsung secara asimetris diantara komunikator dan komunikan, menyebabkan komunikasi diantara mereka berlangsung datar dan bersifat sementara.
- 4) Proses komunikasi massa juga berlangsung impersonal (non-pribadi) dan tanpa nama. Proses ini menjamin bahwa komunikasi ini akan sulit

diidentifikasi siapa penggerak dan menjadi motor dalam sebuah pergerakan massa di jalan.

- 5) Proses komunikasi massa juga berlangsung pada hubungan-hubungan kebutuhan (*market*) di masyarakat.

2.3 Teori Opini Masyarakat

2.3.1 Pengertian Opini

Opini menurut (Rakhmat, 2013) menjelaskan bahwa pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan, yang di dapatkan oleh menyimpulkan, informasi dan menafsirkan pesan. Menurut (Mulyana, 2017 : 180) menjelaskan, persepsi adalah inti komunikasi, sedangkan penafsiran (*interpretasi*) adalah inti persepsi, yang identik dengan penyandian-balik (*decoding*) dalam proses komunikasi selanjutnya Mulyana mengemukakan persepsilah yang menentukan kita memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan lain. Pengertian persepsi menurut para ahli di atas berbeda-beda, namun dari beberapa pengertian diatas dapat ditarik kesimpulannya bahwa persepsi adalah sebuah proses penginterpretasian, penerimaan, penafsiran makna pada sebuah pesan dari stimuli dan sensasi yang diterima melalui proses penginderaan kepada individu dan dicocokkan oleh karakteristik individu.

2.3.2 Proses terbentuknya persepsi

Persepsi menurut definisi Desatiro yang dikutip oleh Rakhmat mengatakan bahwa persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi adalah pemberian makna pada stimulasi inderawi (*sensory stimuli*) Menurut Rakhmat, 200 : 55 (dalam Romli, 2016).

Dalam proses pembentukan persepsi dapat terjadi dalam tiga tahapan utama yaitu berdasarkan (Liliweri, 2011 : 155).

- 1) Individu memperhatikan dan membuat seleksi;
- 2) Individu mengorganisasikan objek yang ditangkap indera; dan
- 3) Individu membuat interpretasi.

2.3.3 Jenis-jenis Persepsi

Menurut (Mulyana, 2017 : 184), menjelaskan persepsi terbagi dua yaitu persepsi terhadap objek (lingkungan fisik) dan persepsi terhadap manusia (persepsi sosial). Persepsi terhadap lingkungan fisik berbeda dengan persepsi sosial. Perbedaan kedua persepsi tersebut yaitu:

- 1) Persepsi terhadap objek melalui lambang-lambang fisik, sedangkan persepsi terhadap manusia melalui lambang-lambang verbal dan non verbal. Orang lebih aktif daripada kebanyakan objek dan lebih sulit diramalkan.
- 2) Persepsi terhadap objek menanggapi sifat-sifat luar, sedangkan persepsi terhadap orang menanggapi sifat-sifat luar dan dalam (perasaan, motif, harapan, dan sebagainya).

Persepsi sosial adalah proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian-kejadian yang kita alami dalam lingkungan kita. Setiap orang memiliki gambaran yang berbeda mengenai realitas di sekelilingnya. Beberapa prinsip mengenai persepsi sosial sebagaimana dikemukakan oleh (Mulyana, 2017 : 191–207) sebagai berikut:

- 1) Persepsi berdasarkan pengalaman yaitu persepsi manusia terhadap seseorang, objek atau kejadian dan reaksi mereka terhadap hal-hal itu

berdasarkan pengalaman dan pembelajaran masa lalu mereka berkaitan dengan orang, objek atau kejadian serupa.

- 2) Persepsi bersifat selektif. Setiap manusia sering mendapat rangsangan indrawi sekaligus, untuk itu perlu selektif dari rangsangan yang penting. Untuk itu atensi suatu rangsangan merupakan faktor utama menentukan selektifitas kita atas rangsangan tersebut.
- 3) Persepsi bersifat dugaan. Persepsi bersifat dugaan terjadi oleh karena data yang kita peroleh mengenai objek lewat penginderaan tidak pernah lengkap.
- 4) Persepsi bersifat evaluatif. Persepsi bersifat evaluatif maksudnya adalah kadangkala orang menafsirkan pesan sebagai suatu proses kebenaran, akan tetapi terkadang alat indera dan persepsi kita menipu kita, sehingga kita juga ragu seberapa dekat persepsi kita dengan realitas yang sebenarnya.
- 5) Persepsi bersifat konseptual. Persepsi bersifat konseptual merupakan pengaruh paling kuat dalam mempersepsi suatu objek.

2.3.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi

Menurut (Liliweri, 2011 : 155), menyebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi adalah sebagai berikut: 1) Fisiologis, kemampuan sensoris , Ras, etnisitas, gender, kelas ekonomi, agama, spiritualitas, umur, dan orientasi seksual, Posisi kekuasaan dalam hierarki , Peranan social, Persepsi yang berpusat pada orang.

Dari simpulan di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah merupakan proses menginterpretasi rangsangan berupa pengalaman, objek, peristiwa yang dilakukan setiap orang secara berbeda. Persepsi manusia sebenarnya terbagi dua: persepsi terhadap objek (lingkungan fisik) dan persepsi

terhadap manusia. Persepsi terhadap manusia lebih sulit dan kompleks, karena manusia bersifat dinamis. Persepsi yang kita bahas dalam buku ini adalah persepsi manusia terhadap manusia, sering juga disebut persepsi sosial, meskipun kadang-kadang manusia disebut juga objek (Mulyana, 2017 : 184).

2.4 Media Televisi

2.4.1 Pengertian Media Televisi

Dibanding dengan media massa lainnya, televisi mempunyai sifat istimewa. Televisi merupakan gabungan dari media dengar dan gambar, bisa bersifat informatif, hiburan, maupun pendidika, bahkan gabungan dari ketiga unsur diatas, Televisi merupakan sumber citra dan pesan tersebar (shared images and message) yang sangat besar dalam sejarah, dan ini telah menjadi mainstream bagi lingkungan simbolik masyarakat. Dan televisi merupakan sistem bercerita (story-telling) yang tersentralisasi (Syahputra 2013)

Televisi saat ini telah menjadi bagian tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Banyak orang menghabiskan waktunya lebih lama di depan televisi, dibandingkan menghabiskan waktu mengobrol bersama keluarganya, Siaran televisi adalah pemancaran sinyal listrik yang membawa muatan gambar proyeksi yang terbentuk pada sistem lensa dan suara. Menurut Peter Herford, setiap stasiun televisi dapat menayangkan beberapa acara hiburan seperti, film, musik, kuis, talk show, dan sebagainya (Morison, 2005).

Televisi merupakan media komunikasi yang menyediakan berbagai informasi yang update, dan menyebarkannya kepada khalayak umum. “Televisi merupakan hasil produk teknologi tinggi (hi-tech) yang menyampaikan isi pesan dalam bentuk audiovisual gerak. Isi pesan audiovisual gerak memiliki kekuatan

yang sangat tinggi untuk mempengaruhi mental, pola pikir, dan tindak individu”. lebih luas lagi dinyatakan bahwa: “Televisi adalah sistem pengambilan gambar, penyampaian, dan penyuguhan kembali gambar melalui tenaga listrik. Gambar tersebut ditangkap dengan kamera televisi, diubah menjadi sinyal listrik, dan dikirim langsung lewat kabel listrik kepada pesawat penerima”.

Berdasarkan pendapat di atas menjelaskan bahwa televisi adalah sistem elektronik yang menyampaikan suatu isi pesan dalam bentuk audiovisual gerak dan merupakan sistem pengambilan gambar, penyampaian, dan penyuguhan kembali gambar melalui tenaga listrik. Dengan demikian, televisi sangat berperan dalam mempengaruhi mental, pola pikir khalayak umum.

2.4.2 Pengaruh Media Televisi

Televisi mempunyai daya tarik yang kuat. Jika radio mempunyai daya tarik yang kuat disebabkan unsur kata-kata, musik dan sound effect, maka TV selain ketiga unsur tersebut juga memiliki unsur visual berupa gambar. Dan gambar ini bukan gambar mati, melainkan gambar hidup yang mampu menimbulkan kesan mendalam pada pemirsa. Daya tarik ini selain melebihi radio, juga melebihi film bioskop, sebab segalanya dapat dinikmati di rumah dengan aman dan nyaman. Selain itu, TV juga dapat menyajikan berbagai program lainnya yang cukup variatif dan menarik untuk dinikmati masyarakat.

Daya tarik merupakan proses awal terhadap kesan dari suatu bentuk komunikasi dan sangat berperan dalam membentuk animo komunikan. Daya tarik merupakan kekuatan atau penampilan komunikator yang dapat memikat perhatian, sehingga seseorang mampu untuk mengungkapkan kembali pesan yang ia peroleh dari media komunikasi. Daya tarik merupakan sikap yang membuat orang senang

akan objek situasi atau ide-ide tertentu. Hal ini diikuti oleh perasaan senang dan kecenderungan untuk mencari objek yang disenanginya itu (syaiful, 2005).

2.4.3. Dampak Media Televisi

Media televisi sebagaimana media massa lainnya berperan sebagai alat informasi, hiburan, kontrol sosial, dan penghubung wilayah secara strategis. Bersamaan dengan jalannya proses penyampaian isi pesan media televisi kepada pemirsa, maka isi pesan itu juga akan diinterpretasikan secara berbeda-beda menurut visi pemirsa. Serta dampak yang ditimbulkan juga beraneka ragam.

Hal ini terjadi karena tingkat pemahaman dan kebutuhan pemirsa terhadap isi pesan acara televisi berkaitan erat dengan status sosial ekonomi serta situasi dan kondisi pemirsa pada saat menonton televisi. Dengan demikian apa yang diasumsikan televisi sebagai suatu acara yang penting untuk disajikan bagi pemirsa, belum tentu penting bagi khalayak.

Ada tiga dampak yang ditimbulkan dari acara televisi terhadap pemirsa :

- 1) Dampak kognitif yaitu kemampuan seseorang atau pemirsa untuk menyerap dan memahami acara yang ditayangkan televisi yang melahirkan pengetahuan bagi pemirsa.
- 2) Dampak peniruan yaitu pemirsa di hadapkan pada trendiaktual yang di tayangkan televise
- 3) Dampak perilaku yaitu proses tertanamnya nilai-nilai sosial budaya yang telah ditayangkanacara televisi yang diterapkan dalam kehidupan pemirsa sehari-hari.

2.4.4. Kemampuan Media Memengaruhi Massa

Teori kultivasi (Cultivation Theory) pertama kali dikenalkan oleh Profesor George Gerbner ketika ia menjadi dekan Annenberg School of Communication di Universitas Pennsylvania Amerika Serikat (AS). Tulisan pertama yang memperkenalkan teori ini adalah “Living with Television: The Violence profile”, *Journal of Communication*. Awalnya, ia melakukan penelitian tentang “Indikator Budaya” dipertengahan tahun 60 - an untuk mempelajari pengaruh menonton televisi. Teori ini mendeskripsikan bahwa media menghasilkan sebuah dampak dimana ada sebagian masyarakat yang menganggap dunia nyata (kehidupannya sehari-hari) berjalan sesuai dengan dunia yang digambarkan oleh media. Atau sebaliknya, menganggap bahwa dunia dalam media itu adalah "realita". Sebagai contoh, anak-anak yang secara konsisten menyaksikan liputan mengenai penculikan anak, akan menganggap bahwa dimana pun ia berada penculikan tersebut bisa terjadi, sehingga memiliki rasa ketakutan yang berlebihan, dibandingkan anak-anak yang tidak menonton liputan tersebut (Nurdin, 2015)

Kemampuan media televisi untuk mempengaruhi massa sudah terbukti dari sebuah genre atau tayangan televisi yang bersifat mengajarkannilai yang baik. Sebagai media audio visual televisi mampu merebut saluran masuk pesan – pesan atau informasi kedalam jiwa manusia yaitu lewat mata dan telinga, umumnya orang akan mampu mengingat setiap informasi yang ditayangkan di televisi dengan mudah, kemampuan televisi yang luar biasa tersebut sangat bermanfaat bagi banyak pihak baik dari kalangan ekonomi maupun politik, televisi sering di

manfaatkan bagi para produsen iklan untuk untuk mempublikasikan produk yang di tayangkannya.

Televisi mempunyai kemampuan yang sangat baik untuk menembus batas – batas yang sulit di tembus oleh media massa lainnya, televisi mampu menjangkau daerah – daerah yang jauh secara geografis. Teori pembelajaran sosial adalah teori yang memprediksi perilaku dengan melihat cara lain yang dilakukan individu dalam memproses informasi. Teori ini menjelaskan bahwa contoh dari personal tertentu atau media massa dapat menjadi penting dalam usaha memperoleh perilaku yang baru. Individu melakukan proses imitasi atas apa yang mereka lihat dari media. Teori ini sendiri menekankan pengaruh

Efek media dalam mempengaruhi manusia, dibagi menjadi dua bagian, yaitu

- 1) Efek Primer, yaitu efek yang ditimbulkan karena adanya terpaan, perhatian dan pemahaman. Jika manusia tidak bisa lepas dari media massa, maka efek yang ditimbulkan sungguh-sungguh terjadi. Semakin memahami apa yang disampaikan oleh media, maka semakin kuat pula efek primer yang terjadi. Contoh terjadinya efek primer adalah, saat media menayangkan atau menulis berita mengenai maraknya polisi ditembak oleh orang tidak bertanggung jawab. Maka di saat yang sama, masyarakat tertarik menyimak berita itu dengan saksama.
- 2) Efek Sekunder, yaitu efek yang ditimbulkan karena adanya perubahan tingkat kognitif (perubahan pengetahuan dan sikap) dan perubahan perilaku (menerima dan memilih). Yang termasuk dari efek sekunder adalah perilaku penerima yang ada dibawah kontrol langsung si pemberi pesan. Efek

sekunder diyakini lebih menggambarkan realitas yang sungguh-sungguh terjadi di masyarakat.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian deskriptif kualitatif. Untuk mengetahui secara mendalam terhadap opini masyarakat terhadap pemberitaan tentang kasus penistaan agama yang dilakukan oleh politisi India, maka pada penelitian ini digunakan pengolahan data atau pendekatan kualitatif. Pengumpulan data melalui wawancara dengan responden guna memahami opini masyarakat kota medan terhadap pemberitaan media televisi. Pada metode ini yang digunakan merupakan metode kualitatif analisis deskriptif. Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian dengan tujuan untuk menggambarkan, dan meringkas berbagai situasi, kondisi, atau fenomena realitas sosial yang ada di tengah siswa yang menjadi objek penelitian. (Sari, 2020).

Dalam penelitian ini digunakan metode penelitian dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Pada penelitian kualitatif, data yang didapatkan dengan bentuk kalimat lisan maupun tertulis yang dijabarkan secara deskriptif sebagai sebuah hasil dari observasi lapangan dalam Moleong, 2018 (Jiwandono et al., 2020). Penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif memerlukan keterangan langsung dari narasumber tentang keadaan subjek dan objek penelitian yang akan diteliti.

Dalam penelitian ini digunakan metode penelitian dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Pada penelitian kualitatif, data yang didapatkan dengan bentuk kalimat lisan maupun tertulis yang dijabarkan secara deskriptif sebagai sebuah hasil dari observasi lapangan dalam Moleong, 2018 (Jiwandono et al., 2020). Penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif memerlukan keterangan langsung dari narasumber tentang keadaan subjek dan objek penelitian yang akan diteliti.

3.1.2 Sumber Data

Sumber data yang dimaksud semua informasi baik berupa benda nyata, abstrak, peristiwa. Sumber data dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan menjadi dua sumber yakni:

1) Sumber data primer

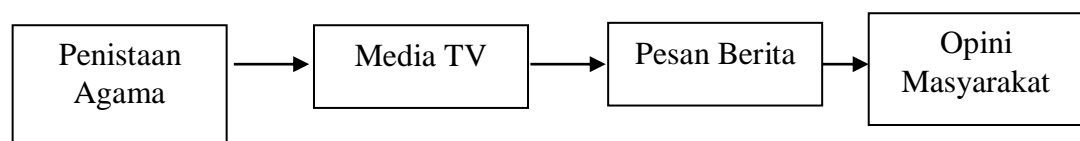
Adapun sumber data primer yang penulis gunakan adalah wawancara dengan masyarakat kota Medan. Data primer diperoleh dengan cara mengadakan wawancara. Penulis bertanya dan mendengarkan wawancara serta mencatat hasil wawancara dan mengambil gambar/foto saat wawancara berlangsung.

2) Sumber data sekunder

Sumber data sekunder sebagai pendukung diantaranya yaitu berita media televisi tentang pemberitaan penistaan agama yang dilakukan oleh politisi Indi dan juga efek pemberitaan media televisi dari penelitian terdahulu yang meneliti masalah yang berkaitan dengan opini masyarakat.

3.2 Kerangka Konseptual

Kerangka konsep dalam penelitian ini menggunakan model teoritis dengan memasukannya dalam sebuah bagan, yaitu sebagai berikut:



Gambar 3.1. Kerangka Konseptual

3.3 Definisi Konsep

Adapun penggunaan konsep pada penelitian sebagai berikut:

- 1) Peristiwa Peristiwa kejadian (hal, perkara, dan sebagainya); kejadian yang luar biasa (menarik perhatian dan sebagainya); yang benar-benar terjadi. (kbbi.web.id, n.d.)
- 2) Media TV. Televisi merupakan media komunikasi yang menyediakan berbagai informasi yang update, dan menyebarkannya kepada khalayak umum. “Televisi merupakan hasil produk teknologi tinggi (hi-tech) yang menyampaikan isi pesan dalam bentuk audiovisual gerak.
- 3) Pesan berita Penistaan Agama Menurut De Vito adalah pernyataan tentang pikiran dan perasaan kita yang dikirim kepada orang agar orang tersebut diharapkan bisa mengerti dan memahami apa yang diinginkan oleh si pengirim pesan (Afriana Ajeng, 2019).
- 4) Opini masyarakat Menurut definisi Desatiro yang dikutip oleh Rakhmat mengatakan bahwa opini adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Opini adalah pemberian makna pada stimulasi inderawi (*sensory stimuli*) Menurut Rakhmat, 200 : 55 (dalam Romli, 2016).

3.4. Informan/Narasumber

Narasumber/informan penelitian ini adalah masyarakat Alfalah, Kecamatan Medan Timur, Kota Medan. Penelitian ini dilakukan dengan teknik wawancara kepada informan yang ditentukan oleh peneliti pada para penelitian sesuai dengan kriteria penelitian. Teknik *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu didasarkan pada fokus penelitian dengan maksud untuk menjangkau informasi sebanyak mungkin. Peneliti memilih

narasumber/informan yang menjadi tujuan penelitian yaitu masyarakat kota medan dengan jumlah sebanyak 10 orang.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui wawancara secara langsung yang dilaksanakan dirumah peneliti dengan tujuan memperoleh informasi dari informan/narasumber secara lisan ataupun tertulis maka peneliti akan menggunakan teknik atau metode:

- 1) Observasi pada teknik ini peneliti gunakan agar dapat meninjau secara langsung persepsi dan pandangan siswa tentang penyebab, dan efek yang terjadi pada diri individu.
- 2) Wawancara dapat dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui keadaan seseorang, wawancara sendiri dapat dilakukan secara individu atau kelompok guna mendapatkan informasi yang tepat dan otentik. Penelitian ini menggunakan bentuk wawancara baku terbuka. Jenis wawancara ini adalah wawancara yang menggunakan seperangkat pertanyaan baku. Urutan pertanyaan, kata-katanya, dan cara penyajian sama untuk setiap responden (Moleong, 2011 : 188). Alasan peneliti menggunakan jenis wawancara baku terbuka adalah untuk mengurangi variasi hasil wawancara pada saat dilakukan.
- 3) Dokumentasi, peneliti mengumpulkan tentang data, informasi dan dokumen yang berhubungan terhadap perihal atau variabel seperti buku, catatan, dan foto atau sumber tertulis lainnya. Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data dengan mencatat, menyalin, menggandakan data atau dokumen yang berkaitan dengan pemberitaan media online (Sari, 2020).

3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Medan Provinsi Sumatera Utara. Lokasi penelitian yang merupakan Kota Medan dipilih karena Kota Medan merupakan salah satu kota terbesar di Indonesia dan penduduk yang berdiam atau tinggal di kota Medan merupakan terdiri dari berbagai macam etnis suku bangsa dan agama.

Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan April 2022 hingga September 2022, adapun dalam proses tahapan waktu penelitian meliputi kegiatan pengajuan judul, proses penyusunan proposal, seminar proposal, penelitian terkait masalah, penyusunan hasil penelitian dan ujian akhir hasil penelitian

3.7. Metode Analisis Data

Setelah mendapatkan data yang diperoleh melalui wawancara dan dokumentasi maka tahap selanjutnya adalah melakukan analisis data. Teknik analisa data dalam penelitian ini adalah teknik analisa model interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman (1992:15). Kegiatan Analisis Isi Opini Publik ini akan mengamati aspek pemberitaan Informasi Dasar (*Basic Needs*) serta aspek kebijakan pengelolaan Informasi Dasar. Kegiatan ini tidak bermaksud menguji kedua aspek tersebut. Kegiatan ini pada satu sisi hanya melakukan analisis isi terhadap pemberitaan Informasi Dasar yang ada di surat kabar. Analisis isi opini publik ini menggunakan rujukan Teori Agenda Setting pada First Level Agenda Setting.

Teknik analisis data model interaktif berlangsung dalam tiga tahap berikut.

1) Reduksi Data

Reduksi data dimaksudkan untuk menyusun data hasil observasi ke dalam bentuk uraian secara lengkap dan rinci. Kemudian kepadanya dilakukan

reduksi atau pemilihan data yang berkaitan dengan pokok penelitian dengan tujuan untuk mendapatkan data pokok atau penting yang hanya berkaitan dengan permasalahan penelitian. Reduksi data dilakukan secara terus-menerus selama penelitian berlangsung sehingga dapat disusun hasil penelitian secara lengkap.

2) Penyajian Data

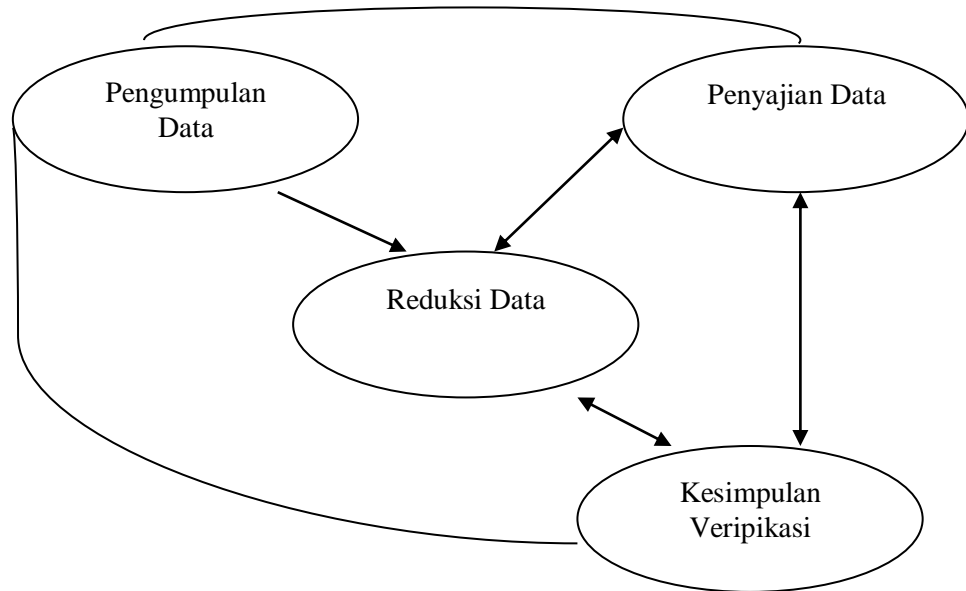
Penyajian data (*display data*) dibuat guna memudahkan peneliti dalam melihat keseluruhan data. Dalam penelitian ini, penyajian data disusun dalam bentuk teks naratif (kumpulan kalimat) yang dirancang guna mengabungkan informasi yang tersusun dalam bentuk yang mudah dibaca atau diinterpretasikan. Dengan cara ini peneliti dapat melihat apa yang sedang terjadi dan dapat menarik kesimpulan secara cepat.

3) Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Penarikan kesimpulan dilakukan secara terus-menerus sepanjang proses penelitian, dan verifikasi dilakukan guna perbaikan dan pencocokan data secara terus-menerus selama proses penelitian berlangsung. Pada penelitian ini, kegiatan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi merupakan suatu siklus kegiatan yang interaktif dan komprehensif yang dilakukan secara teliti dan rinci sehingga diperoleh hasil penelitian yang akurat..

4) Skema Teknik Analisis Data

Secara skematis analisis data penelitian melalui proses pengumpulan data, reduksi data, sajian data, dan verifikasi data dapat dilihat pada gambar berikut



Gambar 3.1 Skema Metode Analisis Data

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

Untuk mengetahui indikator keakurat berita penistaan agama Islam dari masyarakat maka peneliti mengajukan pertanyaan kepada 10 responden yang terdiri dari , Tokoh Agama, mahasiswa, mahasiswi, bapak-bapak dan Ibu-ibu warga Medan Timur. Hasil jawaban responden tersebut selanjutnya di rekapitulasikan dan dianalisis dengan persentase sebagai berikut:

Dari hasil diketahui bahwa ada 4 orang yang responden (40%) menyatakan sangat setuju tetnatang pemberitaan penistaan agama Islam, 5 orang yang responden (50%) menyatakan setuju dengan pemberitaan penistaan agama Islam, 1 orang yang responden (10%) menyatakan Raguragu dari kejelasan berita tentang penistaan agama Islam, 0 orang yang responden (0%) menyatakan tidak setuju dari kejelasan berita tentang penistaan agama Islam dan 0 orang responden (0%) yang menyatakan sangat tidak setuju dari kejelasan berita tentang penistaan agama Islam. Artinya pemberitaan penistaan agama oleh media televisi memberikan efek positif kepada masyarakat dan menjadikan masukan untuk pihak agar hati-hati dalam menyampaikan stement

Setelah mengetahui tentang opini masyarakat terhadap pemberitan kasus penistaan agama yang dilakukan oleh politisi India, tahapan selanjutnya melihat arah opini masyarakat terhadap pemberitaan tersebut. arah opini tersebut berupapendapat- pendapat yang cenderung pro terhadap pemberitaan penistaan agama yang ditayangkan oleh media televisi, karena di anggap mampumembantu

memberikan informasi kepada masyarakat agar dapat mempererat persatuan dalam membela agama.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa ada 8 orang yang responden (80%) menyatakan sangat setuju dengan pemberitaan kasus penistaan agama yang dilakukan oleh politisi india , 2 orang yang responden (20 %) menyatakan netran dengan pemberitaan tersebut. Tahapan selanjutnya untuk melihat opini masyarakat pada kasus penistaan agama adalah melihat intensitas isu tersebut. Intensitas adalah seberapa kuat dampak dari isu. Intensitas diartikan sebagai ukuran ketajaman terhadap isu seperti kuat, sedang atau lemah. Semakin kuat isu maka opini publik yang terbentuk akan semakin mengerucut pada sebuah keputusan atas isu tersebut.

Intensitas masyarakat terhadap kasus pemberitaan penistaan agama yang dilakukan oleh politisi indiaa menyatakan bahwa peristiwa penistaan agama yang ditayangkan oleh media televisi ini sangat kuat. Dimana 70% responden menyatakan isu tersebut sangat kuat 30% responden menyatakan sedang. Hal ini bisa terjadi mengingat persoalan agama sangat sensitif di negara kita. Dimana apabila terdapat isu tentang penistaan agama umumnya masyarakat sangat antusias dalam menanggapi isu tersebut.

4.2 Pembahasan

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Medan Timur Kota Meda. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara kepada 10 orang masyarakat yang ditentukan oleh peneliti berdasarkan kriteria penelitian. Pemberitaan media massa khususnya televisi tentang kasus penistaan yang dilakukan oleh politisi india menjadi kasus yang sangat mendominasi dan yang

paling disorot oleh berbagai media baik cetak, televisi, maupun media massa/sosial. Hampir seluruh media televisis yang memberitakan hal tersebut, salah satunya TV One.

Pemberitaan dari berbagai jenis media televisi tersebut mampu menimbulkan sebuah opini bagi masyarakat dalam menanggapi bagaimana sebuah media berita televisi dalam menyampaikan sebuah informasi. Opini masyarakat yang timbul merupakan hasil dari seseorang dalam menerima dan mengolah informasi dari pesan yang disampaikan oleh media tersebut. Opini tersebut dapat mengarah ke hal negatif maupun positif.

Opini yang positif dan negatif dapat saja timbul disebabkan oleh isi pesan yang disajikan oleh media TV, berbagai anggapan dan permasalahan yang diperoleh dari penelitian ini juga menjadikan peneliti memahami berbagai kondisi baik opini maupun fakta yang terjadi dilingkungan. Media televisi yang menimbulkan efek tertentu kepada individu sebagai pengguna. Efek yang muncul dapat bernilai positif maupun negatif dari hal yang dikonsumsi oleh para pengguna.

Masalah penistaan agama selalu menarik perhatian masyarakat. Karena itu hampir setiap media pemberitaan baik itu media elektronik maupun media cetak. Dalam persolan ini tentunya akan membentuk Opini terhadap pemberitaan tersebut, hal ini juga terjadi pada pemberitaan penistaan agama yang ditayangkan oleh media televise salah satunya TV One, yang akhirnya menarik masyarakat untuk membentuk opini terhadap pemberitaan tersebut. Proses pembentukan opini publik yaitu penyesuaian opini pribadi tiap-tiap individu dalam satu kesamaan persepsi tentang opini tersebut. Pada akhirnya, kesamaan persepsi

masyarakat Kota Medan merupakan opini publik yang merepresentasikan pemberitaan terhadap penistaan agama yang dilakukan oleh salah satu politikus India

Pada prosesnya berita opini masyarakat terhadap penistaan agama Islam oleh politisi India yang disampaikan harus mampu mendapatkan perhatian dari masyarakat untuk dapat memberikan stimulus (menerima atau menolak), jika opini dapat mengambil perhatian maka masyarakat akan mengerti maksud dari gagasan yang disampaikan, tahap selanjutnya tergantung pada kemampuan pengaruh dari berita opini mengolah gagasan yang telah distimuluskan sehingga dengan pertimbangan berita opini yang ditayangkan di media televisi supaya dapat memutuskan untuk berubah atau tidak.

Opini masyarakat terhadap pemberitaan penistaan agama Islam oleh Politisi India di media televisi sangat berkesan dan memberikan pesan yang sangat baik bagi masyarakat Kota Medan karena perhatian masyarakat dalam menanggapi berita kasus penistaan agama Islam ini sangat mengikuti dan memberikan pengertian dalam pengawalan kasus ini serta penerimaan dalam kasus penistaan ini harus benar-benar diikuti supaya dapat memberikan pelajaran yang sangat baik bagi masyarakat khususnya Kota Medan untuk merubah sikap supaya jangan sampai terulang kembali dalam menyampaikan pembicaraan yang tidak dipikirkan terlebih dahulu.

Terbukti dari sejumlah masyarakat mengakui bahwa pemberitaan tersebut memberikan berbagai dampak kepada Masyarakat baik positive maupun negative. Opini masyarakat terhadap penistaan agama Islam oleh politisi India yang ditayangkan di media televisi dari opini masyarakat terhadap

kasus penistaan agama Islam bahwa masyarakat sangat antusias dengan pemberitaan tersebut. Responden dengan cepat dan cermat untuk mengemukakan pendapat dan mengambil keputusan secara sadar mengenai kasus penistaan ini.

Dengan kaitan dari kedua teori sebagai hasil akhir dari pembahasan ini menjelaskan bahwa dalam suatu media yang ditayangkan dalam pemberitaan tidak semata-mata menjadikan saluran isu dan peristiwa sekedar sumber informasi publik, akan tetapi dari opini dan teori tersebut merupakan kemampuan kita untuk membangun opini publik secara kontinyu.

Mengenai tentang persoalan yang ditayangkan serta mempengaruhi keputusan para pengambil kebijakan dan keputusan, oleh karena itu kita dapat menyatakan bahwa yang ditayangkan di televisi merupakan pusat penentuan kebenaran dengan kemampuan media massa untuk mentransfer kesadaran dan informasi ke dalam agenda publik dengan mengarahkan kesadaran publik serta perhatiannya kepada isu-isu yang dianggap penting oleh penerima berita. Kaitan dengan opini masyarakat terhadap pemberitaan penistaan agama Islam yang dilakukan oleh Politisi India dengan teori agenda setting ini bahwa masyarakat Kota Medan sangat antusias dalam menganalisa kasus penistaan agama Islam. Masyarakat dengan cepat dan cermat untuk mengemukakan pendapat dan mengambil keputusan secara sadar mengenai kasus penistaan ini.

Dari kedua teori ini dapat menyelesaikan berbagai persoalan terkait bagaimana mempersituasikan seseorang atau sekelompok orang dalam menanggapi pemberitaan yang ditayangkan di media televisi. Keberhasilan teori ini juga tergantung dari proses yang dijalani terhadap semua elemen yang ada, dimana stimulus yang akan disampaikan harus benar-benar memiliki

kekuatanyang besar agar dapat mengubah sikap organsim, sehingga dengan kuatnyaStimulus yang diberikan maka kemungkinan organism akan merubah sikap danrespon masyarakat sesuai rencana untuk merubah.

Pada prosesnya berita opini masyarakat terhadap penistaan agama Islamoleh politisi India yang di sampaikan harus mampu mendapatkan perhatian dari masyarakat untuk dapat memberikan stimulus (menerima atau menolak), jikaopini dapat mengambil perhatian maka masyarakat akan mengerti maksud darigagasan yang disampaikan, tahap selanjutnya tergantung pada kemampuanpengaruh dari berita opini mengolah gagasan yang telah distimuluskan sehinggadengan pertimbangan berita opini yang ditayangkan di media televisi supaya dapatmemutuskan untuk berubah atau tidak.Opini masyarakat terhadap pemberitaan penistaan agama Islam olehpolitisi India dimedia televisi sangat berkesan dan memberikan pesan yang sangat baikbagi masyarakat Kota Medan karena perhatian masyarakat dalammenanggapi berita kasus penistaan agama Islam ini sangat mengikuti danmemberikan pengertian dalam pengawalan kasus ini serta penerimaan dalam kasuspenistaan ini harus benar-benar di ikuti supaya dapat memberikan pelajaran yangsangat baik bagi masyarakat untuk merubah sikap supayajangan sampai terulang kembali dalam menyampaikan pembicaraan yang tidak dipikirkan terlebih dahulu.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah penulis uraikan pada bab IV, maka skripsi yang berjudul Opini Masyarakat Kota Medan Terhadap Pemberitaan Penistaan Nabi Muhammad Saw Oleh Politikus India maka penulis dapat membuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa opini Masyarakat Kota Medan terhadap berita penistaan agama oleh politisi India cenderung positif (Pro) hal ini di buktikan dengan, *pertama* isi opini, pendapat mereka cenderung pro terhadap pemberitaan tersebut. *Kedua* arah opini, pendapat mereka cenderung pro terhadap berita. *ketiga* intensitas, ketajaman issue masyarakat kota Medan pada kasus penistaan agama sangat kuat.
2. Dengan adanya pemberitaan penistaan agar tersebut diharapkan kedepannya agar berbagai pihak sebelum mengeluarkan pernyataan yang berkaitan dengan isu sara atau agama sebaiknya berpikir dahulu, karena isu tersebut sangatlah sensitif untuk masyarakat, hal tersebut dapat menimbulkan beragam reaksi dari kalangan masyarakat.

5.2. Saran

Dari penelitian mengenai analisis opinimasyarakat Kota Medan terhadap penistaan agama oleh politisi india di media televisi ini peneliti memilikisaran sebagai berikut :

1. Untuk Masyarakat Kota medan diharapkan untuk lebih aktif mencari informasi pemberitaan, dan lebih selektif dalam hal menerima informasi yaitu dengan terlebih dahulu mengecek kebenaran informasi dengan cara melihat sumber informasi tersebut karena saat ini sangat banyak berita hoax
2. Untuk media televisi khususnya TV One untuk bisa konsisten dalam menjadikan wadah berbagi pengetahuan bagi penontondan pendengarnya. Sehingga media dapat lebih dikenal Masyarakat sebagai media media yang berkualitas dan memicu opini yang positif dari Masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajeng Afriana (2019, February 16). 10 Peran Public Relation Dalam Organisasi. Retrieved from <https://pakarkomunikasi.com/peran-public-relation-dalamperusahaan>
- Ali Nurdin. 2013. Pengantar Ilmu Komunikasi. Surabaya: Mitra Media Nusantara.
- Ambar (2017, April). Teori Dramaturgi Komunikasi – Asumsi, Esensi, dan Konsep, from <https://pakarkomunikasi.com/teori-dramaturgi>.
- Amble, Michael & Teri Kwal Gamble. Introduction Mass Communication Mc. Graw-hill book company, New York 1986
- Apridi Tamburaka, Agenda setting media massa, Bandung : Rajawali Pers, 2012.
- Bungin, Burhan. 2007. Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi=
- Blake, Reed H. Dan Edwin O. Haroldsen, 2005. Taksonomi Konsep Komunikasi,. Alih Bahasa: Hasan Bahanan, Cetakan Kedua).
- Effendy, Onong. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1984.
- Mulyana, Deddy. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Cetakan ke 18. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014
- Moleong, Lexy J. 2018. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Rosdakarya.
- Miles, M. B. & Huberman, M. (1992). Analisis Data Kualitatif. Jakarta: Penerbit. Universitas Indonesia. Moleong, J.L. (2007). Metode Penelitian Kualitatif.
- Morrison, M.A, Media Penyiaran, Ramdina Prakassa, Jakarta 2008. Muda, Deddy Iskandar, Jurnalistik Televisi, Remaja Rosdakarya, Bandung 2005.
- Nurudin. 2011. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Liliweri. 2011. Komunikasi Antar Personal. Jakarta: Remaja

Rakhmat, Jalaluddin. 2007. Psikologi Komunikasi penerbit PT Remaja Karya Bandung.

Romli, Khomsahrial. 2016. KOMUNIKASI MASSA. Jakarta: PT Grasindo

Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, penerbit. Alfabeta, Bandung

Syahputra, Iswandi. 2013. Rezim Media: Pergulatan Demokrasi, Jurnalisme, dan. Infotainment dalam Industri Televisi. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Syaiful Sagala. 2005. Konsep dan Makna Pembelajaran. Bandung: CV. ALFABETA



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

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

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2016
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

**PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI**

Sk-1

Kepada Yth.
Bapak/Ibu

Medan, 13 Juni 2022

Ketua Program Studi
FISIP UMSU
di
Medan.

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : DEDE TOMY SETIAWAN
N P M : 1503110089
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
Tabungan sks : sks, IP Kumulatif

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Pandangan Masyarakat terhadap Adanya Perilaku budaya manusia Silver di kota Medan.	
2	Opini masyarakat kota medan terhadap Pemberitaan Peristiwa nabi muhammad saw oleh Politikus India di televisi	✓
3	Komunikasi Persuasi Ibu dan anak dalam membentuk minat belajar kepada anak SD.	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik / Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.

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

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

235.15.311

Pemohon

(Dede Tomy Setiawan)

Medan, tgl 27 Juni 2022

Ketua,

(AKHYAR ANSHORI S.Sos, M.I. Kom)
NIDN:

Dosen Pembimbing yang ditunjuk
Program Studi.....

(Fauzan Hamzah)
NIDN:



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila merujuk surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

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

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fisip.umsu.ac.id> ✉ fisip@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Sk-2

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**
Nomor : 939/SK/IL.3.AU/UMSU-03/F/2022

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor : 1231/SK/IL.3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : 27 Juni 2022, dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **DEDE TOMY SETIAWAN**
N P M : 1503110089
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : XIV (Empat Belas) Tahun Akademik 2021/2022
Judul Skripsi : **OPINI MASYARAKAT KOTA MEDAN TERHADAP
PEMBERITAAN PENISTAAN NABI MUHAMMAD SAW OLEH
POLITIKUS INDIA DI TELEVISI**

Pembimbing : **FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.**

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

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan skripsi FISIP UMSU sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 1231/SK/IL.3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M.
2. Sesuai dengan nomor terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 235.15.311 tahun 2022.
3. 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: 27 Juni 2023.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 27 Dzulqaidah 1443 H
27 Juni 2022 M



ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.
NIDN. 0030017402



Tembusan :

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;





UMSU

Agul Cerdas Terpercaya

Harap surat ini agar disebutkan
dan langganinya

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

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.

Medan, 23 AGUSTUS 2022

Bapak Dekan FISIP UMSU

di

Medan.

Assalamu 'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : DEDE TOMY SETIAWAN
N P M : 1503110089
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor...../SK/II.3/UMSU-03/F/20..... tanggal dengan judul sebagai berikut :

OPINI MASYARAKAT KOTA MEDAN TERHADAP PEMBERKLAN
NABI MUHAMMAD SAW oleh POLITIKOS INDIA.

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Sura: Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir ASLI;
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 warna BIRU.

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

Menyetujui
Pembimbing

(FARAL HAMEAH LUBIS S.Sos.M. (kom))

Pemohon,

(Dede Tomy Setiawan,)

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 1259/UND/1.3.A/UMSU-03/F/2022
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Hari, Tanggal : Juni, 29 Agustus 2022
 Waktu : 09.00 WIB s.d. 12.00 WIB
 Tempat : Online/Daring
 Penitipn Seminar : AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.



No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PEMANGGAP	PENJABING	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
11	MUHAMMAD NADIF HADI	180310128	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	FADHIL PAHLEVI HIDAYAT, S.Kom., M.I.Kom.	MANAJEMEN KOMUNIKASI CAPE TIST ABE DALAM MERERTAHKAN USAHA DI KOTA MEDAN
12	MURIL ANNISA	180310029	FAZAL HANZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	D. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom.	POLA KOMUNIKASI ORGANISASI ANGGATAN KUDA PEMBAKARUAI INONGESIA (AMPI) PROVINSI SUMATERA UTARA DALAM MENINGKATKAN SOLIDARITAS KEANGGOTAAN
13	AQUVA AKBAR RAMADHAN	180310246	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	COFFRY NOVRIKA AP SIMAGA, S.Sos., M.A.	PERSEPSI MASYARAKAT PEMASARAN DALAM MENYERIK MURAT KUNJUNG KE TAMAN WISATA ALAM GALAH-GALAH LABUHBAGATU SELATAN
14	WIDYA AULIA AZZAPPA	180310038	FAZAL HANZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	PERSEPSI MASYARAKAT DESA NEDAI DURIAN TERKAIT WACANA PEMBELIAN PERTALITE MENGUNAKAN APLIKASI WPERTAMINA
15	DEDE TOMY SETIAMAN	180310089	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	FAZAL HANZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	OPINI MASYARAKAT KOTA MEDAN TERHADAP PEMBERTAAN PENGISTIAN NABI MUHAMMAD SAW OLEH POLITIKUS INDIA DI TELEVISI

Medan, 28 Agustus 1944 H
 24 Agustus 2022 M

 Dr. Akhyar Anshori, S.Sos., M.S.P.



UMSU

UIN (Cendekia) Sumatera Utara

Tempat surat ini agar disebutkan 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-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : DEDE TOMY SETIAWAN
 N.P.M : 1503110089
 Jurusan : ILMU KOMUNIKASI
 Judul Skripsi : OPINI MASYARAKAT KOTA MEDAN TERHADAP PEMBERITAAN PENISTAWAN NABI MUHAMMAD SAW OLEH POLITIKUS INDIA

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	12-06-2022	Permohonan judul/konsultasi	
2.	16-06-2022	Perbaikan cover judul	
3.	20-06-2022	Perbaikan latar belakang	
4.	06-07-2022	Perbaikan uraian Teoritis/ kerangka konsep.	
5.	03-08-2022	ACC seminar Proposal	
6.	05-08-2022	Perbaikan proposal	
7.	01-09-2022	Perbaikan Bab III	
8.	15-09-2022	Revisi Bab IV	
9.	23-09-2022	ACC SKRIPSI	

Medan, 24 September 2022..

Dekan,

(DR. ARIFIN VALEH S.Sos.M.Pd)

Ketua Jurusan,

(RIZKIYAH ANSARI S.Sos.M.Pd)

Pembimbing,

(EATZAH HANIFAH LUBIS S.Sos.M.Pd)

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI
Nomor : 1442/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2022

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Kamis, 29 September 2022
Waktu : 10.00 WIB s.d. Selesai
Tempat : Ruang Sidang FISIP UMSU Lt. 2



Sk-10



No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGLIJI			Judul Skripsi
			PENGLIJI I	PENGLIJI II	PENGLIJI III	
2	DEDE TOMY SETIAWAN	1503110089	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom	DR. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos., M. I.Kom	FAZAL HANZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	OPINI MASYARAKAT KOTA MEDAN TERHADAP PEMBERTAAN PENISTAAN NABI MUHAMMAD SAW OLEH POLITIKUS INDIA DI TELEVISI
3	EKO KURNIAWAN	1503110039	DR. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos., M. I.Kom	FAZAL HANZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom	STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATION RUMAH SAKIT DELTUA SUMATERA UTARA DALAM MENCIPTAKAN BRAND IMAGE PADA MASYARAKAT
4						
5						
6						

Menulis Sidang :

1.

Ditetapkan oleh :

Dr. Rector
Rektor
Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum

Kelela

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

Medan, 01 Rabiul Awwal 1444 H

27 September 2022 M

Sekretaris

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

Lampiran

Draf Wawancara

KUISIONER PENELITIAN OPINI MASYARAKAT KOTA MEDAN TERHADAP PEMBERITAAN PENISTAAN NABI MUHAMMAD SAW OLEH POLITIKUS INDIA

Dalam rangka penyusunan skripsi pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara, saya bermaksud untuk mengambil informasi kepada Bapak/Ibu terkait dengan judul Penelitian saya. Oleh karena itu saya memohon bantuan Bapak/Ibu untuk dapat membantu dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang telah saya susun sesuai dengan kondisi dan kenyataan yang Bapak/Ibu rasakan. Atas bantuan dan partisipasi Bapak/Ibu saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya

PENULIS

I. KARAKTERISTIK RESPONDEN

1. Nama :
2. Pekerjaan Utama :
3. Pekerjaan sampingan :
4. Umur :
5. Jenis Kelamin :
6. Pendidikan Terakhir :
7. Pekerjaan :
8. Pendapatan :

II. Opini Masyarakat Tentang Pemberitaan Media Televisi

Apakah anda setuju dengan adanya pemberitaan kasus penistaan agama oleh politisi india yang di beritakan di media televisi

- | | |
|------------------------|-----------------|
| a. Sangat Setuju | b. Setuju |
| c. Netral | d. Tidak Setuju |
| e. Sangat Tidak Setuju | |

bagaimana pendapat anda dengan pemberitaan kasus penistaan agama tersebut?

.....

.....

.....

Bagaimana arah opini anda melihat kasus penistaan agama yang diberitakan oleh media televisi:

- a. Pro
- b. Netral
- c. Kontra

Alasan:

.....
.....
.....

Seberapa intens anda menanggapi isu atau pemberitaan kasus penistaan agama yang dilakukan oleh politisi india tersebut?

- a. Kuat
- b. Sedang
- c. Lemah

Alasan memilih jawaban:

.....
.....
.....

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribad

Nama : Dede Tomy Setiawan
Tempat/Tgl lahir : Duri, 30 November 1996
NPM : 1503110089
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Warga Negara : Indonesia
Alamat : JL. Alfalaah 5 Medan Timur
Anak Ke- : 1 (pertama)

Nama Orang Tua

Ayah : H. Julianto
Ibu : (Almh) Eva Asmi Yetti
Alamat : JL. Rangau Gg Ilham

Pendidikan Formal

1. Tk Aisyah 1 Mandau
2. SD 007 Mandau
3. SMP N 1 Mandau
4. SMA N 1 Mandau
5. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Dengan demikian riwayat hidup saya perbuat dengan sebenarnya.

Medan, 31 Oktober 2022

Dede Tomy Setiawan