

**CITRA PRESIDEN JOKO WIDODO
PASCA AKSI DAMAI 4 NOVEMBER
(SUATU KAJIAN TERHADAP PERSEPSI MAHASISWA
ILMU KOMUNIKASI USU)**

SKRIPSI

OLEH

PUTRA AULIA RACHMAN NASUTION

NPM : 1203110108

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Hubungan Masyarakat



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

2017

PERNYATAAN

Bismilahirrohmanirrohim

Dengan ini saya : Putra Aulia Rachman Nasution, NPM 1203110108
Menyatakan dengan sesungguhnya – sungguh

1. Saya menyatakan bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk dilarang Undang – Undang, oleh orang lain dengan suatu 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 skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh keserjanaan suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis di dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

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

1. Skripsi saya berserta dengan hasil ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencopotan kembali gelar keserjanaan saya yang sudah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 5 April 2017

Yang Menyatakan

Putra Aulia Rachman Nst

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 Mahasiswa : **PUTRA AULIA RACHMAN NST**

NPM : **1203110108**

Program Studi : **Ilmu Komunikasi**

**CITRA PRESIDEN JOKO WIDODO PASCA AKSI
DAMAI 4 NOVEMBER (SUATU KAJIAN
TERHADAP PERSEPSI MAHASISWA ILMU
KOMUNIKASI USU)**

Medan, 5 Mei 2017

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II

ASMAWITA. AM, MA

NURHASANAH NST S.Sos, M.I.Kom

DIKETAHUI OLEH :

KETUA JURUSAN,

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

DEKAN

Drs. TASRIF SYAM, M.Si

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama Mahasiswa : PUTRA AULIA RACHMAN NST

NPM : 1203110108

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Pada hari, tanggal : 13 April 2017

Waktu : 08.00 s.d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : RUDIANTO, S.Sos, M.Si (.....)

PENGUJI II : Drs. ZULFAHMI, M.Ikom (.....)

PENGUJI III : ASMAWITA. AM, MA (.....)

PENGUJI IV : NURHASANAH NASUTION, M.I.Kom (.....)

PANITIA UJIAN

Ketua

Sekretaris

Drs. TASRIF SYAM, M.Si.

Drs. ZULFAHMI, M.IKom

Abstrak

Citra Presiden Joko Widodo Pasca Aksi Damai 4 November (Suatu Kajian
Terhadap Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi USU)

Oleh : Putra Aulia Rachman Nasution
NPM : 1203110108

Aksi damai 4 November merupakan salah satu peristiwa besar yang pernah terjadi di negara Indonesia. Aksi damai yang terjadi di ibu Jakarta itu, di ikuti oleh berbagai komunitas islam yang ada di Indonesia. Peserta aksi tidak hanya berasal dari pulau jawa saja tetapi juga di ikuti oleh peserta aksi yang ada diluar Pulau Jawa. Aksi Damai 4 November di picu oleh lambat nya penanganan kasus dugaan penistaan agama yang dilakukan oleh gubernur non aktif pada saat itu Basuki Thajaja Purnama yang terjadi di kepulauan seribu. Presiden Joko Widodo dalam hal ini sebagai kepala negara Republik Indonesia dinilai lambat oleh rakyat Indonesia dalam menyelesaikan masalah kasus penistaan agama tersebut, sehingga menimbulkan persepsi di masyarakat tentang kebijakan Joko Widodo sebagai presiden. Adapun rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana persepsi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Usu Jurusan Ilmu Komunikasi mengenai Citra Presiden Joko Widodo Pasca Aksi Damai 4 November. Teori yang di gunakan pada penelitian ini adalah persepsi dan citra. Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi Usu semester 4 – 6 berjumlah 327 orang dengan jumlah sampel 77 orang, menggunakan rumus taro yamane, *proporsional sampling* dan *accidental sampling*. tehnik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan kuesioner dan data primer dan data skunder. ferkuensi teknik analisa data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis table tunggal. Hasil penelitian ini menunjukkan persepsi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Usu Jurusan Ilmu Komunikasi adalah positif. Yang artinya bahwa rata-rata mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Usu Jurusan Ilmu Komunikasi menggambarkan kebijakan Joko Widodo sebagai presiden, dalam menyikapi kasus dugaan penistaan agama oleh Basuki Thajaja Purnama Pasca Aksi Damai 4 November dengan citra yang positif

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, yang sudah memberikan Taufik dan Hidayahnya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“CITRA PRESIDEN JOKO WIDODO PASCA AKSI DAMAI 4 NOVEMBER (SUATU KAJIAN TERHADAP PERSEPSI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI USU)”** tepat waktu yang telah ditentukan. Selanjutnya tak lupa penulis mengucapkan shalawat dan salam kepada junjungan kita Nabi Muhamad SAW yang telah membawa risalahnya kepada seluruh umat manusia dan menjadi suri tauladan bagi kita semua. Teruntuk yang teristimewa Almarhum Ayahanda M. Kholis dan Ibunda Siti Rahil, penulis ucapkan beribu trimakasi atas segala kekuatan, semangat dan kerja keras kedua beliau dalam mendidik dan memotivasi penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan S1 ini. Terimakasih atas setiap doa dan dukungan yang diberikan keluarga besar kedua orang tua penulis.

Disamping itu semua penulis juga mengucapkan trimaksi kepada :

1. Bapak Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhamadiyah Sumatra Utara.
2. Bapak Drs. Tasrif Syam, M.Si selaku dekan FISIP UMSU.
3. Ibu Nurhasanah Nasution, S.sos, M.I.Kom, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UMSU.

4. Ibu Asmawita, Hj. AM, MA dosen Pembimbing 1 yang telah banyak memberikan arahan dan waktunya kepada penulis selama penyusunan skripsi.
5. Ibu Nurhasanah S.sos, M.I.Kom, dosen Pembimbing 2 yang telah banyak memberikan arahan dan waktunya kepada penulis selama penyusunan skripsi.
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhamadiyah Sumatra Utara.
7. Seluruh pegawai biro FISIP UMSU yang telah membantu kelancaran penulis dalam mengurus keperluan administrasi selama perkuliahan.
8. Jibre, nazrah, suidah oc, kak riska trimakasi sudah mau meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.
9. Kepada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sumatra Utara.
10. Buat teman – teman semua stambuk 2012 dan stambuk 2013

Semoga segala bantuan, bimbingan dan pengorbanan yang telah dilakukan menjadi berkah dan amal serta mendapat balasan yang setimpal dari ALLAH SWT. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan semakin memperkaya wawasan dan pengetahuan serta mencapai tujuan yang di inginkan dan mendapat keridoan dari ALLAH SWT. Aamiin ya robbalalamin

Medan, 3 april 2017
Penulis,

(Putra Aulia R. NST)
NPM : 1203110108

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABLE	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Pembatasan Masalah.....	6
D. Tujuan dan Manfaat penelitian.....	7
E. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II URAIAN TEORITIS	
A. Komunikasi.....	9
1. Defenisi Komunikasi.....	9
2. Prinsip Komunikasi.....	11
3. Tujuan Komunikasi.....	12
4. Proses Komunikasi.....	13
5. Tiga Konseptualisasi Komunikasi.....	16
6. Bentuk – bentuk Komunikasi.....	17
B. Komunikasi Massa.....	19
1. Defenisi Komunikasi Massa.....	19
2. Unsur- unsur Komunikasi Massa.....	21
3. Konsep Massa.....	22
4. Proses Komunikasi Massa.....	23
5. Fungsi Komunikasi Massa.....	24
6. Ciri – ciri Komunikasi Massa.....	26
C. Media Massa.....	28
1. Defenisi Media Massa.....	28
2. Jenis – Jenis Media Massa.....	30
3. Jenis – Jenis Media Sosial.....	31

D. Persepsi.....	33
1. Defenisi Persepsi.....	33
2. Sifat- sifat Persepsi	34
3. Tahap – tahap Persepsi.....	35
4. Komponen sikap dalam Persepsi.....	36
E. Citra.....	39
1. Defenisi Citra.....	39
2. Jenis – jenis Citra.....	40
3. Proses Pembentukan Citra	41

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	44
B. Kerangka Konsep.....	45
C. Oprasional Konsep.....	47
D. Defenisi Konsep.....	48
E. Defenisi Oprasional.....	48
F. Populasi dan Sample.....	52
G. Teknik Pengumpulan data.....	55
H. Teknik Analisa Data.....	56
I. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	57

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisa Data.....	62
B. Pembahasan Data.....	76

BAB V PENUTUP

A. simpulan.....	80
B. Saran.....	80

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN - LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel III. 1 Jumlah Mahasiswa FISIP USU	53
Tabel IV. 1 Jawaban Mahasiswa Tentang Jenis Kelamin.....	62
Tabel IV. 2 Apakah Mahasiswa Mengikuti Berita Aksi Damai 4 November.....	63
Tabel IV. 3 Media apa Yang Digunakan Mahasiswa Untuk Mengi kuti berita tentang Aksi Damai 4 November.....	63
Tabel IV. 4 Surat Kabar Apa Yang Digunakan mahasiswa untuk Mengikuti berita Aksi damai 4 november.....	64
Tabel IV. 5 Stasiun Tv Apa Yang Digunakan Mahasiswa Untuk Men Gikuti Berita Aksi Damai 4 November.....	65
Tabel IV. 6 Media Sosial Apa Yang Digunakan Mahasiswa Untuk Mengikuti Berita Aksi Damai 4 November.....	65
Tabel IV. 7 Apakah Mahasiswa Mengikuti Berita Aksi Damai 4 November Dari Perbincangan Antara Teman Kuliah....	66
Tabel IV. 8 Apakah Mahasiswa Mengikuti Berita Aksi Damai 4 No vember Dari Forum Diskusi Di Kampus.....	67
Tabel IV. 9 Pendapat Mahasiswa Terhadap Komentar Presiden Joko Widodo Sebelum Aksi Damai 4 November.....	68
Tabel IV. 10 Pendapat Mahasiswa Terhadap Apresiasi Presiden Jo Ko Widodo Terhadap Aksi Damai 4 November Yang Berlangsung Damai.....	68
Tabel IV. 11 Pendapat Mahasiswa Terhadap Komentar Presiden Jo Ko Widodo Pada Kerusuhan Yang Terjadi Pada Akhir Ak	

Si Damai 4 November	69
Tabel IV. 12 Pendapat Mahasiswa Terhadap Keberadaan Presiden Joko Widodo Di Bandara Soekarno Hatta Pada Waktu Aksi Damai 4 November Berlangsung.....	70
Tabel IV. 13 Pendapat Mahasiswa Terhadap Alasan Joko Widodo Ya Ng Tidak Hadir Menemui Massa Aksi Damai 4 Novem Ber.....	71
Tabel IV. 14 Pendapat Mahasiswa Terhadap Sikap Yang Ditunjukkan Presiden Joko Widodo Pada Aksi Damai 4 Novmber...	71
Tabel IV. 15 Pendapat Mahasiswa Tentang Adil Tidak Adilnya Pres Iden Joko Widodo Dalam Bersikap Terhadap Aksi Da Mai 4 November.....	72
Tabel IV. 16 Pendapat Mahasiswa Tentang Benar Atau Tidak Benar Nya Tindakan Yang Telah Diambil Presiden Joko Wido Do Dalam Menghadapi Aksi Damai 4 November.....	73
Tabel IV. 17 Pendapat Mahasiswa Tentang Tingkat Kepuasan Maha Siwa Terhadap Kinerja Presiden Joko Widodo Sel Ama Menjabat Menjadi Presiden	73
Tabel IV. 18 Pendapat Mahasiswa Tentang Layak Tidak Layaknya Pr Esiden Joko Widodo Kembali Menjadi Presiden Pada Pemilihan Presiden Selanjutnya.....	74
Tabel IV. 19 Keseluruhan Jawaban Mahasiswa Setuju Dan Tidak Setuju, Ya Dan Tidak	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	: gambar proses komunikasi.....	15
Gambar 3.1	: gambar krangka konsep.....	46
Gambar 3.3	: Oprasional Konsep.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	: Kuesioner
Lampiran II	: Gambar Berita Aksi Damai 411 di Media Sosial
Lampiran III	: SK 1 (Pengajuan Judul)
Lampiran IV	: SK 2 (Surat Penetapan Judul Dan Pembimbing)
Lampiran V	: Surat Permohonan Perubahan Judul
Lampiran VI	: SK 3 (Permohonan Seminar Proposal Skripsi)
Lampiran VII	: SK 4 (Undangan Seminar Proposal)
Lampiran VIII	:SK 5 (Berita Acara bimbingan skripsi)
Lampiran VIII	: Surat Pernyataan Telah Melaksanakan Penelitian
Lampiran IX	: Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah Penelitian

Sudah umum kita ketahui bahwa keberhasilan karir politik seseorang sangat dipengaruhi oleh bangunan citra dirinya di hadapan publik atau khalayak politiknya. Jika seseorang berhasil membangun citra baik, maka karir politiknya akan menuai sukses, dan sebaliknya, jika seseorang memiliki citra yang buruk maka karir politiknya di pastikan akan gagal.

Dewasa ini, bangunan citra diri seseorang figur politik sangat dipengaruhi oleh media massa. Pernyataan tersebut berarti dua hal. Pertama, pada kenyataannya semua figur (tokoh) politik berupaya membangun citra dirinya di hadapan publik atau khalayak melalui media. Kenyataan ini dapat diamati dengan jelas melalui iklan- iklan politik yang disiarkan media massa, baik cetak maupun elektronik. Iklan-iklan politik dan menjelang suatu pemilihan umum merupakan contoh khas dari upaya para tokoh politik untuk membangun citranya kepada khalayak politik (pemilih).

Sementara arti kedua merujuk pada pemberitaan-pemberitaan media massa seputar tokoh-tokoh politik tentang prilaku mereka, baik prilaku-prilaku dalam kaitan dengan kehidupan pribadi atau personal maupun prilaku-prilaku yang berhubungan dengan kehidupan publik, seperti kebijakan-kebijakan dan tindakan-tindakan politik yang mereka tempuh. Pada kenyataannya, pemberitaan-

pemberitaan tersebut juga mempengaruhi citra diri mereka di mata publik (Khresna, 2011)

Joko Widodo merupakan salah satu contoh seorang figur politik yang kesuksesan karir politiknya dipengaruhi oleh bangunan citra dirinya di hadapan publik. Dalam setiap penampilannya di media massa, Joko Widodo selalu tampil dengan gaya khasnya, mulai dari gaya berbusana yang sederhana, bekerja secara tulus sampai dengan cara Joko Widodo yang memilih blusukan untuk mendengarkan keluhan dari masyarakat. Ciri khas yang dimilikinya ini menunjukkan bahwa dia adalah seorang tokoh politik yang mengusung kesetaraan, inklusif, merangkul banyak kalangan, selalu dekat dengan masyarakat dan juga tidak ingin menunjukkan kemewahan yang dapat menimbulkan suatu kesenjangan sosial antara dirinya dengan masyarakat.

Kesuksesan karir politik seorang Joko Widodo juga bisa dikatakan sangat cepat. Berawal dari menjadi walikota Surakarta pada tahun 2005, nama Joko Widodo mulai dikenal setelah dianggap berhasil dalam mengubah wajah kota Surakarta menjadi kota pariwisata, batik dan budaya. Beberapa keberhasilan yang dilakukan oleh Joko Widodo untuk kota Surakarta adalah rebranding Solo – *Solo : the spirit of java, solo techno park* dan penataan pedagang kaki lima (Wikipedia, 2014). Tidak hanya dari kesuksesan membangun kota Surakarta, Joko Widodo juga terus menunjukkan citra positif, sikap santun, ramah dan peduli dengan rakyat dengan cara terus melakukan blusukan ke gang-gang warga kota Surakarta. Keberhasilan membangun kota Surakarta ini, terus meningkatkan citra positif seorang Joko Widodo sehingga pada tanggal 20 september 2012, Joko

Widodo dianggap layak untuk memimpin ibu kota Jakarta dan Joko Widodo berhasil memenangkan pilkada Jakarta 2012. Kemenangan ini dianggap mencerminkan dukungan populer untuk seorang pemimpin yang bersih dan merakyat yang peduli terhadap rakyat dan itu yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat Jakarta.

Setelah terpilih sebagai gubernur Jakarta, Joko Widodo berhasil merealisasikan beberapa janji politiknya kepada warga Jakarta, yaitu melanjutkan proyek MRT serta kartu Jakarta Pintar dan Kartu Jakarta Sehat walaupun dalam pengaplikasiannya KJP dan KJS dinilai masih banyak kekurangannya bahkan bisa dikatakan gagal, Joko Widodo tetap melanjutkan KJP dan KJS. Joko Widodo yang tetap mempertahankan cara belasukannya dan keberhasilannya merealisasikan beberapa janji politiknya, membuat popularitas Joko Widodo terus melambung naik dan selalu menjadi sorotan media, akibatnya muncul wacana untuk menjadikan Joko Widodo sebagai calon presiden pada pemilihan umum presiden Indonesia 2014.

Pada tanggal 19 Mei 2014 Joko Widodo resmi mendaftarkan dirinya sebagai calon presiden Indonesia di Komisi Pemilihan Umum. Joko Widodo tetap mempertahankan cara kampanyenya dengan mendatangi setiap wilayah di Indonesia untuk mendengar keluhan masyarakat dari setiap daerah, dan ini terbukti ampuh menjadikannya presiden Indonesia ke-7 dan dilantik pada tanggal 20 Oktober 2014.

Di tengah citra positif Joko Widodo yang identik selalu dekat dengan rakyat dan juga selalu mendengarkan aspirasi rakyat, terdapat pemberitaan-

pemberitaan media massa yang berseberangan dengan bangunan citra dirinya tersebut. Pemberitaan media massa secara umum dipandang sebagai laporan (reportase) tentang suatu peristiwa yang sungguh terjadi. Di sini tampak bahwa pemberitaan yang berseberangan tersebut menjadi suatu konfrontasi yang serius terhadap bangunan citra diri Joko Widodo. Salah satu pemberitaan yang menjadi konfrontasi serius terhadap citra Joko Widodo adalah kasus dugaan penistaan agama yang dilakukan oleh gubernur Jakarta Basuki Tjahaja Purnama yang meluas dan menyebabkan aksi damai 4 november di Jakarta yang di ikuti oleh berbagai organisasi dan komunitas islam yang ada di seluruh wilayah Indonesia, aksi tersebut menjadi cambukan hebat bagi pemerintahan Joko Widodo.

Aksi damai 4 november terjadi karena penilaian rakyat Indonesia terhadap pemerintahan Joko Widodo yang seakan tidak peduli serta lamban terhadap penanganan kasus dugaan penistaan agama tersebut, “menurut Pengasuh Pondok Pesantren Al Hikam Malang . Sebetulnya aksi damai umat islam yang dilakukan pada 4 November 2016 dan kemungkinan akan dilanjutkan pada 25 November 2016 tidak perlu terjadi jika masalah dugaan penistaan agama di selesaikan, Menurut nya, masalah yang muncul akibat pernyataan gubernur DKI Jakarta nonaktif Basuki Tjahaja Purnama alias Ahok itu menjadi viral di berbagai media sosial dan masyarakat karena yang diurusi pemerintah bukan pada inti persoalannya”. (republika.co.id,2016)

Pada aksi damai 4 november yang berlangsung di Jakarta, Joko Widodo juga tidak menemui pendemo dengan alasan, “blusukan ke sejumlah tempat di kompleks Bandara Soekarno-Hatta, Jokowi berniat kembali ke Istana. Namun,

kondisi jalan saat itu tak memungkinkan Joko Widodo kembali ke kantornya untuk menemui pendemo” (republika.co.id,2016) akses ke istana sulit untuk di tempuh dan akibat dari ketidakhadirannya Joko Widodo Mendapatkan kritikan pedas dari publiknya seperti "Pak Jokowi sudah menciptakan citra orang yang dekat kepada publik. Namun saat demonstrasi yang sudah diumumkan sejak beberapa minggu yang lalu justru Presiden melakukan kegiatan lain yang terkesan menghindar. Ini sangat disayangkan," ujar pengamat militer dari Universitas Pertahanan Salim Said pada diskusi dengan tema 'Setelah 4-11' di restoran Boplo, Jalan Gereja Theresia, Jakarta Pusat, (news.detik.com,2016) publik yang sebelumnya menggambarkan Joko Widodo sebagai tokoh politik dengan citra positif yang selalu dekat dengan rakyat dan selalu mendengar aspirasi berubah menjadi citra negatif.

Konfrontasi tersebut menjadi suatu dialektika bagi publik dalam menentukan gambaran ‘sesungguhnya’ dari Joko Widodo. Pada kenyataan publik memiliki penilaiannya sendiri-sendiri, tergantung pada preferensi politiknya, ada yang besarbrangan dengan Joko Widodo dan dengan demikian memberi dampak pada semua citra positif yang selama ini coba di bangunnya, ada juga yang pro terhadap Joko Widodo dan tetap mempercayai Joko Widodo sebagai pribadi yang santun dan selalu dekat dengan rakyatnya sebagaimana yang ada dalam bangunan citra dirinya tersebut.

Dari permasalahan tersebut maka studi penelitian ini bermaksud mencermati proses dialektika terhadap bangunan citra Joko Widodo sebagaimana yang disebutkan dan pemberitaan-pemberitaan media massa mengenai “ketidak

tegasan” Joko Widodo dalam menanggapi kasus dugaan penistaan agama yang berakibat terjadinya aksi damai 4 november. Kajian mengenai itu dilakukan pada mahasiswa program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Politik Universitas Sumatra Utara. Pencermatan terhadap dialektika tersebut pada akhirnya memberikan suatu deskripsi mengenai persepsi di kalangan mahasiswa akan personalitas Joko Widodo.

penulis memilih mahasiswa sebagai objek dari sampel penelitian, dan citra Joko Widodo pasca aksi damai 4 November sebagai masalah yang diangkat dalam penelitian, dikarena Penulis ingin melihat apakah aksi yang terjadi pada tanggal 4 november 2016 tersebut berdampak besar terhadap eksistensi serta karir politik Joko Widodo pada masa mendatang dan mahasiswa sebagai objek sampel penelitian dikarenakan mahasiswa adalah publik yang aktif dan dapat menentukan eksistensi serta prolehan suara dalam pemilihan presiden selanjutnya.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut “Bagaimana persepsi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatra Utara Mengenai Citra Joko Widodo pasca Aksi Damai 4 November 2016 ?

C. Pembatasan Masalah

Untuk dapat mengetahui dengan jelas masalah apa yang hendak diteliti oleh penulis dan agar penelitian yang dilakukan dapat terfokus pada masalah yang

diteliti dan kemudian data yang di dapat lebih akurat dan tepat maka penulis hanya membatasi masalah pada :

Objek penelitian adalah Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sumatra Utara pada smester IV (empat) dan VI (enam)

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini untuk mengetahui *output* persepsual mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatra Utara tentang gambaran Personalitas Joko Widodo. Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah upaya memberikan atau menyediakan pengetahuan tentang personalitas Joko Widodo sebagaimana yang terdapat dalam persepsi kalangan mahasiswa tersebut, baik bagi peneliti sendiri maupun masyarakat luas yang berkesempatan membaca hasil penelitian ini.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat penlitian ini terbagi dalam 3 aspek yaitu : manfaat akademis manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1. Secara akademis, sebagai syarat utama untuk memperoleh gelar sarjana bagi mahasiswa dan dapat memperkaya khasanah dikalangan FISIP UMSU dan menjadi sumber bacaan dilingkungan FISIP UMSU khususnya jurusan Ilmu Komunikasi.

2. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya penelitian khususnya di bidang Ilmu Komunikasi.

3. Secara praktis, sebagai gambaran untuk mengetahui efek dari sebuah pemberitaan aksi damai 4 november terhadap pembentukan persepsi mahasiswa tentang citra Joko widodo

E. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan skripsi ini adalah :

Bab I Pendahuluan yang terdiri dari latar belakan masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan, manfaat penelitian dan sistematika penulisan

Bab II Uraian Teoritis yang terdiri dari : komunikasi, komunikasi massa, media massa, persepsi, citra

Bab III Pelaksanaan penelitian terdiri dari metode penelitian, jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, kerangka konsep, oprasional konsep, defenisi konsep, dan deskripsi lokasi penelitian

Bab IV Analisis data terdiri dari penyajian data, analisi hasil penelitian, analisa tabel tunggal.

Bab V Penutup merangkap tentang kesimpulan dari hasi penelitian dan Saran – saran yang telah di teliti

BAB II

URAIAN TEORITIS

Penelitian ini mencoba mencermati proses persepsual mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatra Utara terhadap personalitas Joko Widodo, berikut gambaran persepsual yang dihasilkan dari proses tersebut. Proses dan hasil (gambaran) persepsual mengenai Joko Widodo dalam penelitian ini sejauh dalam hubungannya dengan dua hal: disatu sisi berkenaan dengan bangunan citra diri Joko Widodo yang coba di bangunnya melalui cara blusukan untuk mendengar aspirasi rakyat dan di sisi lain pemberitaan media masa tentang Joko Widodo yang seakan tidak peduli serta lamban terhadap penanganan kasus dugaan penistaan agama yang berujung dengan aksi damai 4 November. Dengan demikian ada lima konsep yang akan digunakan untuk mengkerangkai penelitian ini, yaitu (A) Komunikasi (B) Komunikasi Massa (C) Media Massa (D) Persepsi dan (E) Citra.

A. Komunikasi

1. Defenisi Komunikasi

kata komunikasi atau *communication* secara etimologis berkaitan dengan dua kata lainnya *communio* dan *community* berasal dari bahasa latin *communicare* yang berarti *to make common* membuat sesuatu menjadi bersama-sama atau *share* - membagi yang artinya diperluas menjadi, komunikasi adalah proses atau tindakan untuk mengalihkan pesan dari suatu sumber kepada penerima melalui saluran dalam situasi adanya gangguan dan interferensi atau

komunikasi adalah transmisi pesan yang bertujuan untuk memperoleh makna perubahan tertentu.(Liliweri,2011:31)

Menurut Benard Berelson dan Garry A. Stainer dalam bukunya, human behavior, komunikasi adalah penyampaian informasi, gagasan emosi, keterampilan, dan sebagainya dengan menggunakan lambang-lambang atau kata – kata, gambar, bilangan, grafik, dan lain lain, kegiatan atau proses penyampaian biasanya dinamakan komunikasi.(Ruslan ,2005:17)

Menurut Carl I.Hovland “komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang lambang verbal) untuk merubah perilaku orang lain (komunikee)” (Mulyana,2015:68).

“Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka” Everett M.Rogers (Mulyana, 2015:69)

Menurut Harold Lasswell “(cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut) *who says what in which channel to whom with what effect?*” atau siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana? (Mulyana, 2015 :69)

Menurut Andersen 1959 Komunikasi adalah suatu proses dimana kita mengerti orang lain dan kemudian berusaha untuk dimengerti oleh lain dan kemudian berusaha untuk dimengerti oleh mereka. Ini dinamis, berubah secara konstan dan berbagai respons untuk situasi yang total. (Ardianto,2007:18)

Defenisi Komunikasi Menurut Beberapa Ahli :

- John R. Wenburg dan William W. Wilmot “Komunikasi adalah usaha untuk memperoleh makna”
- Donald Byker dan Loren J. Anderson ”Komunikasi (manusia) adalah berbagi informasi antara dua orang atau lebih”
- William I. Gorde ”komunikasi secara ringkas dapat didefenisikan sebagai transaksi dinamis yang melibatkan gagasan dan perassan”
- Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson “Komunikasi adalah proses memahami dan berbagi makna”
- Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss ”Komunikasi adalah proses pembentukan makna di antara dua orang atau lebih”
- Diana K. Lvy dan Phil Backluuan ”Komunikasi adalah proses yang terus berlangsung dan dinamis menerima dan mengirim pesan dengan tujuan berbagai makna”(Mulyana,2015:76)
- Menurut Lousis Fordale (1981) “*communication is the process by which a system is established, maintained, and, altered by means of shared signals that operate according to rules*” komunikasi adalah suatu proses memberikan signal menurut aturan tertentu, sehingga dengan cara ini suatu sistem dapat di dirikan, diplihara dan diubah.(Muhammad,2014:23)

2. Prinsip Komunikasi

(Cangara,2006:20) membagi tiga prinsip komunikasi , yaitu :

- a. Komunikasi hanya bisa terjadi bila terdapat pertukaran pengalaman yang sama antara pihak-pihak yang terlibat dalam proses komunikasi (*sharing similar experiences*).
- b. Jika antara komunikator dan komunikan mempunyai pemahaman yang sama, maka makin besar kemungkinan terciptanya suatu proses komunikasi yang mengena (efektif)
- c. Tetapi jika komunikator dan komunikan tidak memiliki pemahaman yang sama, maka komunikasi yang terjadi sangat terbatas. Bahkan besar kemungkinannya gagal dalam menciptakan suatu proses komunikasi yang efektif.

3. Tujuan Komunikasi

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

1. Menemukan

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

2. Berhubungan

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

3. Untuk meyakinkan

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

4. Untuk bermain

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

4. Proses Komunikasi

proses komunikasi melalui beberapa tahap menurut Shannon yaitu :

1. *Source*, adalah sumber informasi, yakni pihak yang memprakarsai atau yang menciptakan pesan, dalam komunikasi manusia yang dimaksud sumber adalah seseorang yang memprakarsai komunikasi.
2. *Message*, adalah sesuatu maksud (intentional) yang dikirim oleh sumber kepada penerima.
3. *Transmitter*, adalah alat untuk menangkap sinyal audio (catatan : teori ini digelar bersamaan dengan kehadiran radio) dari sumber lalu mengubahnya menjadi sinyal elektronik kemudian sinyal itu ditransmisi melalui jaringan telepon. transmisi merupakan istilah umum yang digunakan dalam teori

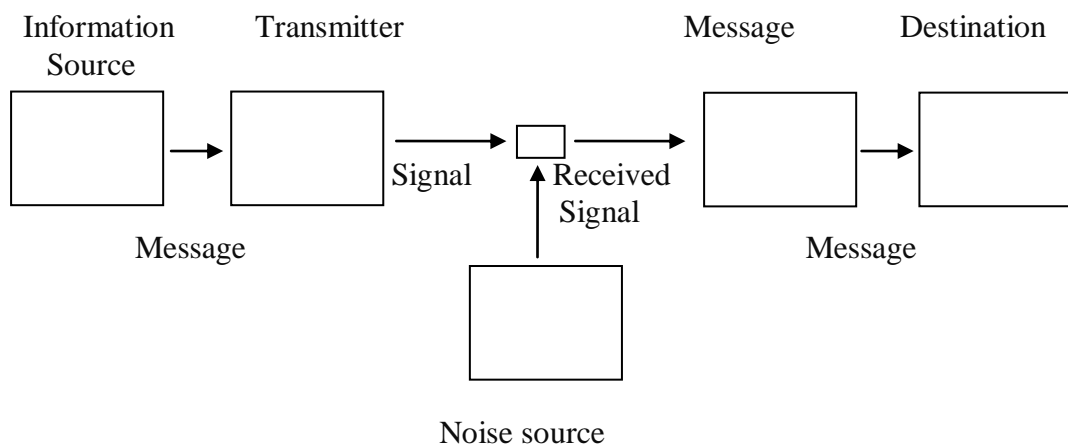
informasi dari Shannon yang dapat menjelaskan pelbagai macam jenis pemancar. Sistem transmisi yang paling sederhana adalah sistem yang berkaitan dengan komunikasi tatap muka, sekurang-kurangnya ada dua, yaitu: pertama, mulut (suara) dan tubuh (isyarat) yang menciptakan dan memodulasikan sinyal : dan, kedua yang juga dapat disebut saluran yang dibangun dari udara (isyarat suara) dan cahaya (isyarat sinar) yang memungkinkan sinyal di transmisi dari satu orang kepada orang lain (catatan ada perbedaan peran transmisi dari pelbagai media, siaran televisi mencakup jumlah dan tahapan transmisi seperti kamera, mikrofon, penyuntingan, penyaringan, dan distribusi jaringan sinyal melalui antena radio).

4. *Signal*, adalah sesuatu yang mengalir melalui saluran. Mungkin ada beberapa sinyal paralel, seperti halnya pada wajah-wajah manusia ketika berinteraksi dimana suara dan gerakan melibatkan sistem sinyal yang berbeda yang bergantung pada saluran yang berbeda dan cara penulisan yang berbeda pula. Mungkin ada sinyal beberapa serial, dengan suara dan/atau isyarat berubah menjadi sinyal elektronik, gelombang radio, atau kata-kata dan gambar dalam sebuah buku.
5. Saluran merupakan “tempat” lewatnya sinyal, dan “tempat” itu misalnya udara, cahaya, listrik, gelombang radio, kertas, dan sistem pos.
6. *Noise* adalah gangguan yang menghambat transmisi pesan dari pengirim kepada penerima gangguan menghambat kecepatan lajunya transmisi pesan. Gangguan ini bisa berbentuk “sinyal sekunder” (sinyal primer adalah

pesan utama) yang tidak jelas atau membingungkan sinyal primer. Shannon memusatkan perhatian pada transmisi sinyal melalui telepon misalnya noise, pada suara atau kebisingan yang mengaburkan atau melenyapkan beberapa bagian sinyal di dalam saluran. (catatan, pada saat sekarang kita memiliki beberapa jenis media yang menyalurkan suara secara bebas dengan sinyal yang dikompresi sehingga hampir tidak terjadi *noise*). Pada saat Shannon menggelar teori ini, dia sudah mengajukan mekanisme solusi untuk mengatasi noise dan “redundansi”/gangguan berulang kali yakni dengan deteksi dan koreksi.

7. *Receiver*, adalah penerima yang dalam konsepsi Shannon, penerima menggunakan instrument telepon, namun dalam komunikasi tatap muka instrumen ini yaitu telinga (suara) dan mata (gerakan).
8. *Destination*, adalah ‘tujuan’ yakni pihak atau seseorang atau sekelompok orang yang menjadi konsumen pesan yang telah di proses memahami maksud pesan dari pengirim. (Liliweri,2011:66-68).

Gambar proses komunikasi Shannon dan Weaver :



Gambar 2.1 Proses Komunikasi Shannon dan Weaver

5. Tiga Konseptualisasi Komunikasi

Sebagaimana dikemukakan John R. Wenburg dan William W. Wilmot juga Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken (Mulyana, 2010:67) setidaknya ada tiga kerangka pemahaman mengenai komunikasi, yakni komunikasi sebagai tindakan satu-arah, komunikasi sebagai interaksi, dan komunikasi sebagai transaksi.

1. Komunikasi sebagai tindakan satu-arah

Suatu pemahaman mengenai komunikasi adalah komunikasi yang mengisyaratkan penyampaian pesan searah dari seseorang (suatu lembaga) kepada seseorang (sekelompok orang) lainnya, baik secara langsung (tatap-muka) atau pun melalui media, seperti surat (selebaran), surat kabar, majalah, radio, atau televisi.

2. Komunikasi sebagai interaksi

Konseptualisasi yang sering diterapkan pada komunikasi adalah interaksi. Dalam arti sempit interaksi adalah saling mempengaruhi (*mutual influence*). Pandangan komunikasi sebagai interaksi menyertakan komunikasi dengan proses sebab-akibat atau aksi-reaksi, yang arahnya bergantian.

3. Komunikasi sebagai transaksi

Konseptualisasi komunikasi sebagai transaksi adalah bahwa komunikasi tersebut tidak membatasi kita pada komunikasi yang sengaja atau respon yang diamati. Artinya, komunikasi terjadi apakah para pelakunya

menyengajanya atau tidak dan bahkan meskipun menghasilkan respon yang tidak dapat diamati.

6. Bentuk-Bentuk Komunikasi

Secara garis besar, komunikasi dapat dibagi menjadi dua komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal.

1. Komunikasi verbal (*verbal communication*)

Dalam komunikasi verbal, informasi disampaikan melalui bahasa. Bahasa dapat di definisikan seperangkat kata yang telah disusun secara berstruktur sehingga menjadi himpunan kalimat yang mengandung arti.

Bahasa memiliki banyak fungsi, namun (Cangara,2006:95) mengatakan ada tiga fungsi bahasa, yaitu :

- a) Untuk mempelajari tentang duina sekeliling kita.
- b) Untuk membina hubungan yang baik diantara sesama manusia
- c) Untuk menciptakan ikatan-ikatan dalam kehidupan manusia. Kualitas proses komunikasi verbal ini sering kali ditentukan oleh intonasi suara dan ekspresi raut muka serta gerakan-gerakan tubuh (*body language*),. Maksudnya , kata-kata yang diucapkan akan lebih jelas apabila disampaikan dengan intonasi suara, mimic, dan gerakan-gerakan yang tetap.

2. Komunikasi nonverbal (*nonverbal communication*)

Instilah nonverbal biasanya digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi di luar kata-kata terucap dan tertulis (Mulyana 2008:347).

Dalam komunikasi nonverbal, informasi disampaikan dengan menggunakan isyarat (*gesture*), gerak-gerik (*movement*), suatu barang, waktu, cara berpakaian atau sesuatu yang dapat menunjukkan suasana hati atau perasaan pada saat tertentu.

Contoh lain dari komunikasi nonverbal adalah menunjukkan tanda dua jari sebagai “*victory*” mengacungkan jempol sebagai “memuji” adapun fungsi komunikasi nonverbal (Mulyana,2008:349):

- 1) Prilaku nonverbal dapat mengulai prilaku verbal
misalnya menggunakan kepala pada saat mengatakan “ya” atau menggelengkan kepala pada saat mengatakan “tidak”
 - 2) Memperteguh, menekankan atau melengkapi prilaku verbal. Misalnya melambatkan tangan seraya mengucap “selamat jalan” atau menggunakan nada suara yang tinggi atau rendah ketika anda berpidato.
 - 3) Prilaku nonverbal dapat menggantikan prilaku verbal. Misalnya menggoyangkan tangan dengan telapak tangan mengarah ke depan (sebagai pengganti kata “tidak”)
 - 4) Prilaku nonverbal dapat meregulasi prilaku verbal. Misalnya melihat jam tangan menjelang kuliah berakhir, sehingga dosen segera menutup kuliahnya.
 - 5) Prilaku nonverbal dapat membantah atau bertentangan dengan prilaku verbal. Misalnya seorang suami mengatakan “bagus! bagus!” ketika dimintai berkomentar oleh istrinya mengenai gaun yang baru di belinya.
3. Konteks-konteks komunikasi

Komunikasi tidak berlangsung dalam ruang hampa-sosial, melainkan dalam konteks atau situasi tertentu. Secara luas konteks komunikasi berarti semua faktor di luar orang-orang yang berkomunikasi, yaitu terdiri dari :

- 1) Aspek bersifat fisik seperti iklim, cuaca, suhu, udara, bentuk ruangan, warna dinding, penataan tempat duduk, jumlah peserta komunikasi dan alat yang tersedia untuk berkomunikasi.
- 2) Aspek psikologis seperti sikap, kecenderungan, prasangka, dan emosi para peserta komunikasi.
- 3) Aspek sosial, seperti norma kelompok, nilai sosial dan katakteristik budaya
- 4) Aspek waktu yakni kapan berkomunikasi (hari apa, jam berapa)

Indikator paling umum untuk mengkalsifikasikan komunikasi berdasarkan konteksnya atau tingkatnya adalah jumlah pesertanya yang terlibat dalam komunikasi. Maka di kenallah komunikasi antarpribadi, komunikasi diadik, komunikasi intrapribadi, komunikasi kelompok (kecil), komunikasi public, komunikasi organisasi dan komunikasi massa

B. Komunikasi Massa

1. Defenisi Komunikasi Massa

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

Komunikasi massa merupakan salah satu tingkat proses komunikasi. Pada tingkatan ini kegiatan komunikasi ditujukan kepada masyarakat secara luas. Komunikasi massa dilakukan langsung melalui media massa seperti radio, majalah, surat kabar, dan tv. Sifat isi pesan yang disampaikan dalam komunikasi massa menyangkut kepentingan orang banyak, tidak bersifat pribadi. Komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar heterogen dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat (Rakhmat 2005 :189)

Komunikasi massa adalah proses komunikasi dengan massa yang dilakukan melalui media, yakni media massa seperti surat kabar, majalah, buku, radio dan televisi. Seluruh proses komunikasi massa melibatkan – sangat tinggi- di dalamnya pelbagai aspek perbedaan latar belakang budaya, mulai dari pengelolaan (organisasi media), saluran atau media massa, pesan-pesan, hingga kepada khalayak sasaran maupun dampaknya. (Liliweri, 2011:218)

Komunikasi massa menurut Elizabeth dan Noelle Neuman yang membedakannya dengan komunikasi interpersonal, yaitu pertama, bersifat tidak langsung, artinya harus melalui media teknis. Kedua, bersifat satu arah (*one flow communication*) artinya tidak ada interaksi antara peserta komunikasi. Ketiga, bersifat terbuka, artinya ditujukan kepada publik yang tidak terbatas dan anonim, keempat, memiliki unsur publik yang secara geografis tersebar (Rakhmat, 2005:189)

Georg Gerbner memberi pengertian komunikasi massa dengan sebuah definisi singkat yaitu sebagai produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi

dan lembaga dari arus pesan yang berkelanjutan serta paling luas dipunyai orang dalam masyarakat industri (Rakhmat,2005 :188)

2. Unsur – Unsur Komunikasi Massa

dalam perkembangan komunikasi massa menunjukkan bahwa pengaruh atau efek komunikasi massa saat ini sangat sulit dibedakan dengan komunikasi interpersonal. Karena umpan balik komunikasi massa bisa bersifat langsung atau segera. Kecepatan umpan balik yang diterima media penyiaran dari audiensinya, misalnya dalam program interaktif, memiliki kecepatan yang sama sebagaimana komunikasi tatap muka (interpersonal). Sesuatu yang tidak terbayangkan sebelumnya. Adapun unsur-unsur penting dalam komunikasi massa (Bungin, 2006:71) sebagai berikut :

- a. Komunikator
- b. Media massa
- c. Informasi (pesan) massa
- d. Gatekeeper
- e. Khalyak (*public*)
- f. Umpan balik

Komunikator dalam komunikasi massa adalah :

1. Pihak yang mengandalkan media massa dengan teknologi telematika modren sehingga dalam menyebarkan suatu informasi, maka informasi ini dengan cepat ditangkap oleh *public*.

2. Komunikator dalam penyebaran informasi mencoba berbagai informasi, pemahaman, wawasan, dan solusi-solusi dengan jutaan massa yang tersebar di mana tanpa diketahui dengan jelas keberadaan mereka
3. Komunikator juga berperan sebagai sumber pemberitaan yang mewakili institusi formal yang sifatnya mencari keuntungan dari penyebaran informasi itu.

Media massa adalah media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat di akses oleh masyarakat secara massal pula. Informasi massa adalah informasi yang diperuntukan kepada masyarakat secara massal, bukan informasi yang hanya boleh dikonsumsi oleh pribadi. Dengan demikian, informasi massa adalah milik *public*, bukan ditujukan kepada individu masing-masing. Gatekeeper adalah penyeleksi informasi, seperti wartawan, desk surat kabar, editor dan sebagainya. Khalayak adalah massa yang menerima informasi massa yang disebarkan oleh media massa, mereka ini terdiri dari *public* pendengar atau pemirsa sebuah media massa. Sedangkan umpan balik (Mulyana dan Rakhmat,2005:15) adalah informasi yang tersedia bagi sumber yang memungkinkan menilai keefektifan komunikasi yang dilakukannya untuk mengadakan penyesuaian-penyesuaian atau perbaikan-perbaikan dalam komunikasi selanjutnya.

3. Konsep Massa

Massa memiliki unsur-unsur penting (Bungin,2006:73) yaitu :

- 1) Terdiri dari masyarakat dalam jumlah yang besar yang menyebar di mana-mana, dimana satu dengan yang lainya tidak saling mengenal.

- 2) Jumlah massa yang besar menyebabkan massa tidak bisa dibedakan satu dengan lainnya.
- 3) Sebagian besar anggota massa memiliki *negatif image* terhadap pemberitaan media massa. Massa senantiasa mencurigai pemberitaan media massa sebagai sesuatu yang benar, bahkan untuk hal-hal tertentu cenderung skeptis dan berpikir negatif
- 4) Karena massa yang besar, maka massa juga sukar diorganisir.
- 5) Kemudian massa merupakan refleksi dari kehidupan sosial secara luas.

4. Proses Komunikasi Massa

Karena proses komunikasi massa yang melibatkan banyak orang, maka proses komunikasi sangat kompleks dan rumit. Menurut Mcquail (Bungin,2006:74) proses komunikasi massa terlihat berproses dalam bentuk :

- 1) Melakukan distribusi dan penerimaan informasi dalam skala yang besar, sekali siaran, pemberitaan yang disebarkan dalam jumlah yang luas, dan di terima oleh massa yang besar pula.
- 2) Proses komunikasi massa juga dilakukan melalui satu arah, yaitu dari komunikator ke komunikan. Kalau terjadi komunikasi di antara mereka, maka proses komunikasi (balik) yang disampaikan oleh komunikan ke komunikator sifatnya sangat terbatas sehingga tetap saja di dominasi oleh komunikator.
- 3) Proses komunikasi massa berlangsung secara asimetris di antara komunikator dan komunikan, menyebabkan komunikasi diantara mereka berlangsung datar dan bersifat sementara. Kalau terjadi kondisi emosional

disebabkan karena pemberitahuan yang sangat agitatif, maka sifatnya sementara dan tidak berlangsung lama dan tidak permanen.

4) Proses komunikasi massa juga berlangsung impersonal (nonpribadi) dan tanpa nama. Proses ini menjamin, bahwa komunikasi massa akan sulit diidentifikasi siapa penggerak dan menjadi motor dalam sebuah gerakan massa di jalan.

5) Proses komunikasi massa juga berlangsung berdasarkan pada hubungan kebutuhan (*market*) dimasyarakat. Seperti, televisi dan radio melakukan penyiaran mereka karena adanya kebutuhan masyarakat tentang pemberitaan-pemberitaan massa yang ditunggu-tunggu. Dengan demikian, maka agenda acara televisi dan radio juga ditentukan oleh rating, yaitu bagaimana masyarakat menonton atau mendengar acara itu.

5. Fungsi Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah salah satu aktivitas sosial yang berfungsi di masyarakat. Robert K.Merton dalam (Bungin,2006:78) mengemukakan bahwa fungsi aktivitas sosial memiliki dua aspek, yaitu fungsi nyata (*manifes function*) adalah fungsi nyata yang diinginkan, kedua fungsi tidak nyata atau tersembunyi (*latent function*), yaitu fungsi yang tidak diinginkan.

Begitu pula dengan komunikasi media massa, sebagai aktivitas sosial masyarakat, komunikasi media massa juga mengalami hal yang serupa. Berikut fungsi komunikasi massa menurut (Devito,2010:575-579) :

- a. Menghibur

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

b. Meyakinkan

Fungsi media yang paling penting adalah meyakinkan. Persuasi dapat datang dalam banyak bentuk : 1) mengukuhkan atau memperkuat sikap, kepercayaan atau nilai seseorang :2) mengubah sikap, kepercayaan atau nilai seseorang : 3) menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu dan 4) memperkenalkan etika, atau menawarkan sistem nilai tertentu.

c. Menginformasikan

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

d. Menganugrahkan status

Daftar seratus orang berpengaruh di dunia hampir pasti berisi nama-nama orang yang banyak di muat dalam media. Tanpa pemuatan ini tentu orang-orang tersebut tidaklah penting setidaknya di mata masyarakat.

e. Membius

Salah satu fungsi media yang paling menarik adalah fungsi membiusnya. Ini berarti bahwa bila media menyajikan informasi tentang sesuatu,

penerima percaya bahwa tindakan tertentu telah diambil . sebagai akibatnya, pemirsa atau penerima terbius ke dalam keadaan tidak aktif.

f. Menciptakan rasa kebersatuan

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

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

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

6. Ciri-Ciri Komunikasi Massa

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

- a. Komunikasi massa berlangsung satu arah

Komunikasi massa berlangsung satu arah, ini berarti bahwa tidak terdapat arus balik dari komunikan kepada komunikator pada. Sebagai konsekuensi dari komunikasi seperti ini, maka komunikator pada komunikasi massa harus melakukan perencanaan dan persiapan sedemikian rupa sehingga pesan yang disampaikan kepada komunikan harus komunikatif dalam arti kata diterima secara inderawi dan secara rohani pada satu kali penyiaran.

b. Komunikator pada komunikasi massa melembaga

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

c. Pesan pada komunikasi massa bersifat umum

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

d. Media komunikasi massa menimbulkan keserempakan

Ciri lain dari komunikasi massa adalah kemampuannya untuk menimbulkan keserempakan pada pihak khlayak dalam menerima pesan-pesan yang disebarkan. Radio dan televisi, karena merupakan media

elektronik, tidak diragukan lagi keserempakannya ketika khalayak mendengar acara radio atau televisi.

e. **Komunikasikan komunikasi massa bersifat heterogen**

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

C. Media Massa

1. Defenisi Media Massa

Media massa adalah sarana penyampaian komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat di akses oleh masyarakat secara luas pula.

Adapun media massa adalah institusi yang menghubungkan seluruh unsur masyarakat satu dengan lainnya dengan melalui produk media massa yang dihasilkan. Secara spesifik institusi media massa adalah : 1 sebagai saluran produksi dan distribusi konten simbolis, 2 sebagai institusi publik yang bekerja sesuai aturan yang ada, 3 keikutsertaan baik sebagai pengirim atau penerima sukarela 4 menggunakan standart profesional dan birokrasi dan 5, media sebagai perpaduan antara kebebasan dan kekuasaan. (Ramburaka,2013: 13)

Media massa, seperti halnya pesan lisan dan isyarat, sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari komunikasi manusia. Pada hakikatnya, media adalah perpanjangan lidah dan tangan yang berjasa meningkatkan kapasitas manusia untuk mengembangkan struktur sosialnya. Namun banyak orang tidak menyadari hubungan fundamental antara manusia dan media itu, dan keliru menilai peran

media dalam kehidupan mereka. Misalnya, banyak intelektual yang melihat media tidak lebih dari produk sampingan kemajuan teknologi, yang kemudian disalahgunakan oleh para agiator dan penipu (Rivers,2003:27)

Media massa merupakan alat untuk menyampaikan informasi kepada khalyak secara serempak. Media massa ada dua katgori, yakni media cetak (surat kabar, majalah) dan media elektronik (radio, televisi). Seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi perkembangan media massa tentunya berkembang sangat pesat di era media baru ini.

(Cangara,2006:40) mengatakan bahwa surat kabar boleh dikatakan sebagai media massa tertua sebelum ditemukannya film, radio, dan televisi. Surat kabar memiliki keterbatasan karena hanya bisa dinikmati oleh mereka yang melek huruf, serta lebih banyak disenangi orang dewasa.

Sedangkan (Meinanda.2003:40) menyebutkan surat kabar merupakan media cetak yang mempunyai peranan sebagai penghubung batiniyah dan santapan rohani sebagai bekal pengetahuan manusia. Selain itu surat kabar berfungsi sebagai alat *control sosial* yang memberikan penerangan terhadap masyarakat, serta mendidiknya untuk kehidupan dikemudian hari.

Keberadaan media massa tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia sehari-hari. Media massa sudah menjadi kebutuhan setiap manusi dalam menjalanin hidupnya dalam hal memperoleh informasi yang dibutuhkan . di zaman modren ini setiap manusi dapat dengan mudah menggunakan media massa kapanpun, dimana pun, tanpa ada batasan ruang dan waktu.

2. Jenis – Jenis Media Massa

- a) Media cetak bisa diartikan sebagai sebuah media penyampai informasi yang memiliki manfaat dan terkait dengan kepentingan rakyat banyak, yang disampaikan secara tertulis (widuri.raharja.Media Cetak)
- b) Media elektronik adalah media yang menggunakan elektronik atau energi elektromekanis bagi pengguna akhir untuk mengakses kontennya. Istilah ini merupakan kontras dari media statis (terutama media cetak), yang meskipun sering dihasilkan secara elektronis tetapi tidak membutuhkan elektronik untuk diakses oleh pengguna akhir. Sumber media elektronik yang familier bagi pengguna umum antara lain adalah rekaman video, rekaman audio, presentasi multimedia, dan konten daring. Media elektronik dapat berbentuk analog maupun digital, walaupun media baru pada umumnya berbentuk digital. (wikipedia.org/wiki/Media_elektronik)
- c) Media Siber adalah segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dalam melaksanakan kegiatan jurnalistik, serta memenuhi persyaratan Undang-Undang Pokok Pers dan Standar Perusahaan Pers yang ditetapkan oleh Dewan Pers. Isi dari media siber adalah segala yang dibuat atau dipublikasikan oleh penggunanya antara lain artikel, gambar, komentar, suara, video, dan berbagai bentuk unggahan yang melekat pada media siber, seperti blog, forum, komentar pembaca atau pemirsa, dan bentuk lain (wikipedia.Media,siber)
- d) Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog,

jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Media sosial mempunyai ciri - ciri sebagai berikut :

1. Pesan yang di sampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa keberbagai banyak orang contohnya pesan melalui SMS ataupun internet
2. Pesan yang di sampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu *Gatekeeper*
3. Pesan yang di sampaikan cenderung lebih cepat di banding media lainnya
4. Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi

(wikipedia.org/wiki/Media.sosial)

3. Jenis – Jenis Media sosial

a) Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Sistem sosial di dalam Instagram adalah dengan menjadi mengikuti akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut Instagram. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna Instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya.

Kegunaan utama dari Instagram adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya. Sebagaimana kegunaan media sosial lainnya, Instagram menjadi sebuah media untuk memberitahukan suatu

kegiatan sosial dalam cakupan lokal ataupun mancanegara. Cara yang digunakan untuk mengikuti hal ini adalah dengan menggunakan label Instagram. Dengan menggunakan label yang membahas mengenai kegiatan sosial, maka makin banyak masyarakat yang mengikuti hal tersebut. Dengan demikian Instagram menjadi salah satu alat promosi yang baik dalam menyampaikan sebuah kegiatan itu. Di dalam Instagram juga banyak organisasi-organisasi yang mempublikasikan produk mereka. Selain organisasi bersifat perniagaan, organisasi jenis lainnya juga dapat menggunakan Instagram untuk tujuan politik ataupun bidang lainnya. (wikipedia.wiki.Instagram.Peraturan.Instagram)

b) Facebook

Facebook adalah sebuah layanan jejaring sosial yang diluncurkan pada bulan Februari 2004, Pengguna harus mendaftar sebelum dapat menggunakan situs ini. Setelah itu, pengguna dapat membuat profil pribadi, menambahkan pengguna lain sebagai teman, dan bertukar pesan, termasuk pemberitahuan otomatis ketika mereka memperbarui profilnya. Selain itu, pengguna dapat bergabung dengan grup pengguna dengan ketertarikan yang sama, diurutkan berdasarkan tempat kerja, sekolah atau perguruan tinggi, atau ciri khas lainnya, dan mengelompokkan teman-teman mereka ke dalam daftar seperti "Rekan Kerja" atau "Teman Dekat".

Pengguna dapat membuat profil dilengkapi foto, daftar ketertarikan pribadi, informasi kontak, dan informasi pribadi lain. Pengguna dapat berkomunikasi dengan teman dan pengguna lain melalui pesan pribadi atau umum dan fitur obrolan (wikipedia.org.wiki.Facebook.Situs.web)

c) **Twitter**

Twitter adalah layanan jejaring sosial dan mikroblog daring yang memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan membaca pesan berbasis teks hingga 140 karakter, yang dikenal dengan sebutan kicauan (*tweet*). Di Twitter, pengguna tak terdaftar hanya bisa membaca kicauan, sedangkan pengguna terdaftar bisa menulis kicauan melalui antarmuka situs web, pesan singkat (SMS), atau melalui berbagai aplikasi untuk perangkat seluler. Secara standar, kicauan (*tweet*) pengguna dapat terlihat oleh umum, namun pengguna dapat membatasi pengiriman kicauan hanya bagi pengikut mereka. Pengguna bisa berlangganan kicauan pengguna lain dengan cara *mengikuti (follow)* pengguna yang bersangkutan, dan pengguna yang mengikuti tersebut akan menjadi pengikut (*followers*) bagi pengguna yang diikutinya.

Pengguna dapat mengelompokkan kicauan menurut topik atau jenis dengan menggunakan tagar (hashtag) – kata atau frasa yang diawali dengan tanda "#". Sebuah kata, frasa, atau topik yang lebih banyak dibicarakan daripada topik lainnya disebut dengan topik hangat/tren (*trending topics*). Suatu topik bisa menjadi tren karena adanya upaya terpadu oleh pengguna, ataupun karena adanya suatu peristiwa yang mendorong orang untuk membicarakan satu topik tertentu.

(wikipedia.org/wiki/Twitter)

D. **Persepsi**

1. **Defenisi Persepsi**

Di dalam buku ilmu komunikasi suatu pengantar Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken, mendefenisikan persepsi adalah sarana yang mungkin

kita memperoleh kesadaran akan sekeliling dan lingkungan kita. menurut Philip Goodacre dan Jennifer Follers, persepsi adalah proses mental yang digunakan. Terbentuknya persepsi dimulai dengan pengamatan yang melalui proses hubungan melihat, mendengar, menyentuh, merasakan dan menerima suatu hal yang kemudian seseorang menyeleksi, mengorganisasi dan menginterpretasi informasi yang diterimanya menjadi suatu gambaran berati.

Istilah persepsi diartikan dengan makna pendapat, pandangan dan sebagainya. Namun sebenarnya istilah persepsi memiliki pengertian yang lebih mendalam tidak hanya bermakna pendapat pandangan saja. Secara umum yang dimaksud dengan persepsi adalah suatu penglihatan atau penggambaran terhadap suatu objek yang dilakukan seseorang.

2. Sifat – Sifat Persepsi

(Mulyana,2002:180) menjelaskan beberapa sifat-sifat persepsi sebagai berikut :

A. Persepsi bersifat selektif

Setiap orang menerima begitu banyak rangsangan inderawi, bila kita harus menafsirkan semuanya kita bisa gila, oleh karna itu persepsi selektif dalam menafsirkan rangasangan yang diterima.

B. Persepsi bersifat dugaan

Karna data yang diperoleh mengenai objek melalui indera pengindaran tidak pernah lengkap, persepsi merupakan loncatan langsung pada kesimpulan.

C. Persepsi bersifat evaluatif

Orang menjalani kehidupan dengan perasaan bahwa apa yang mereka persepsi adalah nyata, mereka berfikir menerima pesan dan menafsirkan sebagai proses yang alamiah. Akan tetapi terkadang alat-alat indera dan persepsi kita menipu, sehingga perlu mengevaluasi nya kembali.

D. Persepsi bersifat kontekstual

Seuatu rangsangan dari luar harus diorganisasikan. Dari semua pengaruh yang ada dalam persepsi kita, konteks merupakan salah satu pengaruh paling kuat. Kontek yang melindungi kita ketika melihat suatu objek, orang atau suatu kejadian yang sangat mempengaruhi struktur kongnitif, pengharapan dan juga persepsi kita.

3. Tahap - Tahap Persepsi

1. Individu memperhatikan dan membuat seleksi
2. Individu mengorganisasikan objek yang ditangkap indra
3. Individu membuat interpretasi

Pada umum nya, para pemerhati psikologi komunikasi mengikuti lima tahap utama yaitu

1. Simulation

Pada tahap 1, individu menerima stimulus (rangsangan dari luar), disaat ini sense organs atau indra akan menangkap makna terhadap stimulus (*meaningful stimuli*).

2. Organization

Pada tahap 2, stimulus tadi diorganisasikan berdasarkan tatanan tertentu misalnya berdasarkan schemata (membuat semacam diagram tentang stimulus) atau dengan script (refleks prilaku)

3. *Interpretation & evaluation*

Pada tahap 3, individu membuat interpretasi dan evaluasi terhadap stimulus berdasarkan pengalaman masa lalu atau pengetahuan tentang apa yang diterima itu

4. *Memory*

Pada tahap 4, stimulus yang sudah diorganisasikan itu terekam dalam memori

5. *Recall*

Pada tahap 5, semua rekaman itu di keluarkan itulah persepsi (Liliweri,2011:157-158)

4. Komponen Sikap Dalam Persepsi

Sikap manusia tersusun oleh tiga komponen utama yaitu : kognitif, afektif, dan konatif atau prilaku (kadang-kadang ada ahli psikologi menambahkan evaluasi).

A. Kognitif

Aspek kognitif berisi apa yang diketahui mengenai suatu objek, bagaimana pengalaman anda tentang objek ini, bagaimana pendapat atau pandangan anda tentang objek ini? Aspek kognitif berkaitan dengan kepercayaan kita, teori, harapan, sebab dan akibat dari suatu kepercayaan, dan persepsi rasional terhadap objek tertentu.

B. Afektif

Afektif berisi apa yang anda rasakan mengenai suatu objek, jadi komponen afektif berisi emosi. Afeksi sebagai komponen afektif menunjukkan prasaan, respek atau perhatian kita terhadap objek tertentu, seperti ketakutan, kesukaan, atau kemarahan.

C. Konatif

Konatif berisi predisposisi anda untuk bertindak terhadap objek. Jadi berisi kecenderungan untuk bertindak (memutuskan) atau bertindak terhadap objek, atau mengemplantasikan perilaku sebagai tujuan terhadap objek. (Liliweri,2011:166)

Menurut (thoha,2005:141) dalam persepsi ada beberapa sub proses yang dapat digunakan sebagai bukti bahwa sifat itu merupakan hal yang kompleks dan efektif, yaitu :

a. Stimulus atau situasi yang terjadi

Persepsi terjadi diawali ketika seseorang dihadapkan dengan satu situasi atau suatu stimulus. Situasi yang dihadapi itu mungkin bisa berupa stimulus penginderaan dan langsung atau berupa bentuk lingkungan sosiokultur dan fisik yang menyeluruh.

b. Registrasi

Dalam masa registrasi suatu gejala yang nampak adalah mekanisme fisik yang berupa penginderaan dan syarat seseorang terpengaruh, kemampuan fisik untuk mendengar dan mendengar akan mempengaruhi persepsi. Dalam hal ini seseorang mendengar dan melihat informasi terkini padanya

mulailah ia mendaftarkan semua informasi yang terdengar atau terlihat padanya.

c. Interpretasi

Merupakan suatu aspek kognitif dari persepsi yang amat penting. Proses interpretasi ini tergantung pada cara pendalaman (*learning*), motivasi dan kepribadian seseorang. Akan berbeda dengan orang lain. Oleh karena itu interpretasi terhadap suatu informasi yang sama, akan berbeda antara satu dengan yang lainnya

d. Umpan balik (*feedback*)

Sub proses ini dapat mempengaruhi persepsi seseorang setelah apa yang dilihat, didengar dan dirasakan.

untuk mengenali rangsangan. menurut Joseph A. De Vito, persepsi adalah proses yang menjadikan kita sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi indra kita. (Mulyana, 2015:180)

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 terhadap lingkungan fisik berbeda dengan persepsi terhadap lingkungan sosial. Perbedaan tersebut mencakup hal-hal berikut:

- a. Persepsi terhadap objek melalui lambang-lambang fisik, sedangkan persepsi terhadap orang lambang-lambang verbal dan non verbal. Manusia lebih aktif daripada kebanyakan objek dan lebih sulit diramalkan.

- b. Persepsi terhadap objek menanggapi sifat-sifat luar, sedangkan persepsi terhadap manusia menanggapi sifat-sifat luar dan dalam (perasaan, motif, harapan, dan sebagainya). Kebanyakan objek tidak mempersepsi anda ketika anda mempersepsi anda pada saat anda mempersepsi mereka. Dengan kata lain persepsi terhadap manusia bersifat interaktif.
- c. Objek tidak bereaksi, sedangkan manusia bereaksi, dengan kata lain, objek bersifat statis, sedangkan manusia bersifat dinamis. Oleh karna itu, persepsi terhadap manusia dapat berubah dari waktu ke waktu, lebih cepat dari pada persepsi terhadap objek. Oleh karna itu, persepsi terhadap manusia lebih berisiko daripada persepsi terhadap objek. (Mulyana,2015:184)

Persepsi sosial adalah proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian kejadian yang kita alami dalam lingkungan kita.(Mulyana,2015:191)

E. Citra

1. Defenisi Citra

Citra didefenisikan sebagai proses akumulasi dari amanah kepercayaan yang telah diberikan oleh individu-individu tersebut yang akan mengalami suatu proses cepat atau lambat untuk membentuk suatu opini publik yang lebih luas(Ruslan,2008:74).

Sedangkan menurut Menurut Jalaludin Rakhmat dalam bukunya yang berjudul psikologi komunikasi, citra adalah gambaran tentang tealitas dan tidak harus sesuai dengan realitas karena citra adalah dunia menurut persepsi kita (Rakhmat,2005:223)

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) online.com, citra berarti rupa, gambar, gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi, atau produk. Menurut bahasa sastra, citra merupakan kesan mental atau bayangan visual yang ditimbulkan oleh sebuah kata, frasa, atau kalimat, dan merupakan unsur dasar yang khas dalam karya prosa dan puisi. (KBBI.id.Citra)

Menurut Frank Jefkins citra secara umum ialah kesan seseorang atau individu yang dihasilkan dari pengetahuan dan pengalamannya mengenai sesuatu yang muncul dan Jefkins menambahkan bahwa citra merupakan suatu kesan yang dapat diperoleh dari pengetahuan dan pengertian seseorang mengenai suatu fakta atau kenyataan (Somirat, 2002:114)

2. Jenis – Jenis Citra

Menurut Frank Jefkins (wikipedia.org.wiki.Reputasi) mengemukakan bahwa ada beberapa jenis citra yang penting untuk diketahui, jenis-jenis citra tersebut adalah :

Ada beberapa jenis citra menurut Frank Jefkins yaitu:

1. *Mirror Image* (Citra Bayangan). Citra ini melekat pada orang dalam atau anggota-anggota organisasi – biasanya adalah pemimpinnya – mengenai anggapan pihak luar tentang organisasinya. Dalam kalimat lain, citra bayangan adalah citra yang dianut oleh orang dalam mengenai pandangan luar, terhadap organisasinya. Citra ini seringkali tidak tepat, bahkan hanya sekadar ilusi, sebagai akibat dari tidak memadainya informasi, pengetahuan ataupun pemahaman yang dimiliki oleh kalangan dalam

organisasi itu mengenai pendapat atau pandangan pihak-pihak luar. Dalam situasi yang biasa, sering muncul fantasi semua orang menyukai kita.

2. *Current Image* (Citra yang Berlaku).Citra yang berlaku adalah suatu citra atau pandangan yang dianut oleh pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi. Citra ini sepenuhnya ditentukan oleh banyak-sedikitnya informasi yang dimiliki oleh mereka yang mempercayainya.
3. *Multiple Image* (Citra Majemuk).Yaitu adanya *image* yang bermacam-macam dari publiknya terhadap organisasi tertentu yang ditimbulkan oleh mereka yang mewakili organisasi kita dengan tingkah laku yang berbeda-beda atau tidak seirama dengan tujuan atau asas organisasi kita.
4. *Corporate Image* (Citra Perusahaan).Apa yang dimaksud dengan citra perusahaan adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan sekadar citra atas produk dan pelayanannya.
5. *Wish Image* (Citra Yang Diharapkan).Citra harapan adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen atau suatu organisasi. Citra yang diharapkn biasanya dirumuskan dan diterapkan untuk sesuatu yang relatif baru, ketika khalayak belum memiliki informasi yang memadai mengenainya.

3. Proses Pembentukan Citra

Selain citra dikenal juga sebagai gambaran mengenai suatu hal. Penggambaran tersebut juga memiliki proses dalam pembentukannya. Proses tersebut mengalami 4 tahap (Soemirat,2002:116) yaitu :

- a. Persepsi : persepsi disini ialah mengenai memaknakan atau mengartikan suatu rangsangan berdasarkan pengalaman terhadap rangsangan itu sendiri.
- b. Kognisi : setelah suatu individu sudah dapat mengartikan suatu rangsangan berdasarkan pengalamannya. Maka selanjutnya terjadi kognisi, dimana individu akan merasa yakin terhadap stimulus.
- c. Motif : motif disini bisa diartikan sebagai dorongan seorang individu untuk melakukan suatu hal tertentu untuk memenuhi tujuannya.
- d. Sikap : sikap yang dimaksud disini berarti sebuah kecondongan dalam diri untuk berpikir, bertindak dalam menghadapi suatu masalah, mengeluarkan suatu ide atau ide nilai yang ada di masyarakat.

Menurut (Somirat,2002:114), persepsi adalah hasil pengamatan terhadap suatu hal, atau stimulus yang diperoleh dengan suatu proses pemaknaan. Hal tersebut dimaksudkan bahwa khalayak akan memberikan makna atau arti terhadap stimulus berdasarkan pengalaman individu itu sendiri, kemampuan mempersepsi itulah yang dapat melanjutkan proses pembentukan citra. Misalnya, kesan individu terhadap suatu tokoh atau peristiwa tergantung ke pada pengalaman individu itu sendiri. Sedangkan kognisi yaitu kemampuan manusia dalam mengenal suatu hal. Dalam kognisi, manusia melalui proses pengenalan dengan stimulus yang diperoleh sehingga mengeluarkan respon tertentu. Kemudian, motif adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai tujuan atau kebutuhan masing-masing individu tersebut. Sikap diartikan sebagai

kecendrungan bertindak, berpersepsi, berfikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan perilaku tetapi merupakan kecendrungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu. Sikap mempunyai daya pendorong untuk menentukan apakah setuju/pro atau tidak setuju/kontra terhadap sesuatu. Sikap juga mengandung aspek evaluatif yang dapat mengubah sikap individu terhadap suatu hal

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ilmiah adalah serangkaian upaya yang terencana, terarah, sistematis untuk memperoleh data dan informasi tentang suatu masalah dalam bidang keilmuan tertentu, oleh karena itu penelitian bertujuan mengungkap kebenaran secara sistematis, metodologis dan konsisten. Suatu penelitian dapat berjalan dengan lancar dan baik serta menghasilkan seperti yang diharapkan apabila ditentukan lebih dahulu langkah-langkah yang diambil dalam melakukan penelitian yang sering disebut sebagai metode penelitian.

Penelitian survei merupakan suatu teknik pengumpulan informasi yang dilakukan dengan cara menyusun daftar pertanyaan yang diajukan pada responden dalam berbentuk sample dari sebuah populasi. Dalam penelitian survei, peneliti meneliti karakteristik atau hubungan sebab akibat antar variabel tanpa adanya intervensi peneliti. ([wikipedia.Penelitian survei](https://id.wikipedia.org/wiki/Penelitian_survei))

B. Kerangka Konsep

Jadi kerangka konsep adalah hasil pemikiran yang rasional dalam menguraikan rumusan hipotesis, yang sebelumnya merupakan jawaban sementara dari masalah yang diuji kebenarannya.

Kerangka konsep adalah sebuah kerangka berfikir yang dijadikan sebagai

landasan dalam menentukan perspektif penelitian yang kemudian sangat berpengaruh untuk menentukan perumusan hipotetis atau jawaban sementara yang memberi batasan terhadap ruang lingkup penelitian yang diperlukan untuk menemukan jawaban dalam penelitian.

C. Oprasional Konsep

Berdasarkan krangka teori dan kerangka konsep yang dikemukakan, maka dibuatlah operasionalisasi konsep sebagai berikut :

Gambar 3.3
Oprasional Konsep

Variabel teoritis	Variabel operasional (indikator)
Citra Presiden Joko Widodo Pasca Aksi Damai 4 November	A. Komponen Komunikasi Langsung 1. Diskusi/Forum 2. Perbincangan B. Komponen Media massa 1. Media Cetak a. Surat Kabar 2. Media elektronik a. Televisi 3. Media siber a. Media Sosial C. Komponen Persepsi 1. Kognitif a. Perhatian b. Pengetahuan c. Pemahaman

	<ul style="list-style-type: none"> 2. Afektif <ul style="list-style-type: none"> a. Sikap Suka b. Sikap Setuju c. Sikap Puas 3. Konatif <ul style="list-style-type: none"> a. Mendukung b. Tidak Mendukung <p>D. Kompenen Citra</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Citra positif 2. Citra negatif
--	--

D. Defenisi Konsep

Konsep adalah abstrak yang dibentuk dengan menggeneralisasikan hal-hal khusus. Defenisi konsep juga dibuat berdasarkan dari uraian teoritis yang telah dikemukakan sebelumnya.

E. Defenisi Oprasional

Defenisi operasional bertujuan untuk melihat sejauh mana operasionalisasi konsep dari suatu faktor berkaitan dengan operasionalisasi konsep faktor lainnya, dari skripsi ini ditambahkan dari defenisi operasionalnya adalah sebagai berikut :

A. Komunikasi langsung

a. Komunikasi langsung adalah penyampaian pesan dan informasi yang dilakukan oleh individu kepada individu, individu kepada kelompok secara langsung.

1. Perbincangan, merupakan proses komunikasi/penyampain pesan yang dilakukan oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi USU tentang Aksi Damai 4 November yang berkaitan dengan personalitas seorang Joko Widodo.

2. Diskusi, merupakan proses komunikasi/penyampaian pesan di dalam suatu kelompok diskusi yang dilakukan oleh mahasiwa Ilmu Komunikasi USU tentang Aksi Damai 4 November yang berkaitan dengan personalitas seorang Joko Widodo.

B. Media Massa

a. Media massa adalah sarana penyampain pesan dan informasi yang dilakukan secara masal dan dapat di akses oleh masyarakt luas.

1. Media cetak (surat kabar) merupakan proses penyampaian pesan secara massal menggunakan media cetak berkaitan dengan Aksi Damai 4 November yang berhubungan dengan personalitas Joko Widodo terhadap persepsi mahasiwa Ilmu Komunikasi USU.

2. Media elektronik (televisi) merupakan proses penyampain pesan secara massal menggunakan media elektronik berkaitan dengan Aksi Damai 4 November yang berhubungan dengan personalitas Joko Widodo terhadap persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi USU.

3. Media siber (media sosial) merupakan proses penyampain pesan secara massal menggunakan media siber berkaitan dengan Aksi Damai 4

November yang berhubungan dengan personalitas Joko Widodo terhadap persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi USU.

C. Persepsi

- a. Persepsi adalah sarana yang memungkinkan kita memperoleh kesadaran akan sekeliling dan lingkungan kita.
 1. Kognitif, merupakan aspek intelektual yang berkaitan dengan apa yang diketahui oleh publik mengenai personalitas seorang Joko Widodo sebelum dan sesudah Aksi Damai 4 November.
 - a) Perhatian, artinya adanya perhatian mahasiswa ilmu komunikasi usu terhadap personalitas Joko Widodo sebelum dan sesudah Aksi Damai 4 November.
 - b) Pengetahuan, merupakan pengetahuan mahasiswa Ilmu Komunikasi USU tentang personalitas Joko Widodo sebelum dan sesudah Aksi Damai 4 November.
 - c) Pemahaman, artinya mengerti dengan keadaan dan tanggapan terhadap personalitas Joko Widodo sebelum dan sesudah Aksi Damai 4 November.
2. Afektif, merupakan proses pembentukan dan perubahan sikap setelah mahasiswa Ilmu Komunikasi USU mengetahui tentang personalitas Joko Widodo sebelum dan sesudah Aksi Damai 4 November.
 - a) Suka, merupakan rasa suka Mahasiswa Ilmu Komunikasi USU kepada tindakan yang diambil Joko Widodo pada Aksi damai 4 November.

- b) Setuju, yang merupakan rasa setuju Mahasiswa Ilmu Komunikasi USU kepada tindakan yang diambil Joko Widodo pada aksi Damai 4 November.
 - c) Puas, merupakan rasa puas Mahasiswa ilmu komunikasi USU kepada tindakan yang diambil Joko Widodo pada Aksi Damai 4 November.
3. Konatif, perubahan yang terjadi pada tindakan atau perilaku khalayak yang dapat diamati, yang meliputi kepada pola-pola tindakan, kegiatan, terhadap sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi USU terhadap personalitas Joko Wdodo pasca Aksi Damai 4 November.
- a) Mendukung terhadap tindakan yang dilakukan Joko Widodo yang mengutamakan pekerjaan sebagai kepala negara dengan melakukan kunjungan ke kompleks bandara Soekarno Hatta dan tidak menemui peserta Aksi Damai 4 November.
 - b) Tidak Mendukung terhadap tindakan yang dilakukan Joko Widodo yang mengutamakan pekerjaan sebagai kepala negara dengan melakukan kunjungan ke kompleks bandara Soekarno Hatta dan tidak menemui peserta Aksi Damai 4 November.
- D. Citra presiden joko widodo pasca aksi damai 4 November
- a. Citra adalah citra secara umum ialah kesan seseorang atau individu yang dihasilkan dari pengetahuan dan pengalamannya mengenai sesuatu yang muncul dan juga citra merupakan suatu kesan yang dapat diperoleh dari pengetahuan dan pengertian seseorang mengenai suatu

fakta atau kenyataan. Citra yang dimaksud disini adalah citra Presiden Joko Widodo pasca Aksi Damai 4 November.

1. Citra positif , citra positif disini adalah personalitas seorang Joko Widodo yang tetap disukai dan di dukung oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi USU pasca Aksi Damai 4 November.
2. Citra negatif , citra negatif disini adalah personalitas seorang Joko Widodo yang tidak disukai dan tidak di dukung oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi USU pasca Aksi Damai 4 November.

F. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Ardial,2014:336)

Populasi dalam penelitian ini adalah Fakultas Ilmu Komunikasi Mahasiswa Universitas Sumatra Utara (USU) Medan Semester IV (empat) dan Semester VI (Enam) sampel adalah sebagian populasi yang diambil dengan cara-cara tertentu. Sampel ini dilakukan bila populasi terlalu besar, maka ditetapkan sampel penelitian.

Dalam penelitian ini yang menjadi sampel adalah mahasiswa USU Fakultas Ilmu Komunikasi semester empat (IV) dan semester enam (VI) ± 327 orang. Pengambilan populasi digunakan rumus Taro Yamane sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{Nd^2+1}$$

Dimana : n = Sampel

N = Populasi

D = Tingkat Presentasi 10% (0,1)

Adapun tabel populasi dalam penelitian sebagai berikut :

Tabel 3.1

Jumlah Populasi Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi USU Medan

Jurusan	Ferkuensi
Ilmu Komunikasi (2015-2016) Semester 4	127
Ilmu Komunikasi (2014-2015) Semester 6	200
Jumlah	327

b. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.(Ardial,2014:336). Untuk menentukan jumlah sampel yang digunakan rumus Taro Yamane, yaitu :

$$n = \frac{N}{Nd^2+1}$$

Dimana : n = Sampel

N = Populasi

D = Tingkat Presentasi 10% (0,1)

Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah :

$$= \frac{327}{327(0,1)^2+1}$$

$$= \frac{327}{(327)(0,01)+1}$$

$$= \frac{327}{4,27}$$

= 76,58 dibulatkan menjadi 77

= 77 Orang

Dengan demikian banyaknya sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 77 orang yang terdiri dari Mahasiswa USU Fakultas Ilmu Komunikasi semester 4 (IV) dan semester 6 (VI). Dalam penelitian ini penarikan sampel berdasarkan dengan teknik sampling bertingkat, teknik sampling ini disebut juga dengan istilah teknik sampling berlapis, berjenjang, dan peta (Usman, 2009:44). Teknik ini digunakan apabila populasinya heterogen atau terdiri atas kelompok-kelompok yang bertingkat. Penentuan tingkat berdasarkan karakteristik tertentu. Misalnya menurut usia, pendidikan, golongan/pangkat, dan sebagainya, kriteria teknik sampling bertingkat dalam penelitian ini adalah :

1. Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi USU semester 4 (IV) dan semester 6 (VI).
2. Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik jurusan Ilmu Komunikasi USU, berjenis laki-laki dan perempuan semester 4 (IV) dan semester 6 (VI).

Dimana :

n_1 = Jumlah sampel yang dimaksud dalam penelitian

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

$$\text{Jurusan IKO semester 4 (IV)} : = \frac{127 \times 77}{327} = 29,90 = 30 \text{ orang}$$

$$\text{Jurusan IKO semester 6 (VI)} : = \frac{200 \times 77}{327} = 47,09 = 47 \text{ orang}$$

Setelah mendapatkan sampel yang dilakukan secara *Proporsional* selanjutnya untuk memudahkan penyebaran angket pada setiap responden menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, apabila dipandang orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data (Ardial,2014:348)

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data Primer

Yaitu data yang diperoleh melalui pengamatan langsung mengenai gejala-gejala yang dapat dilihat dari objek penelitian. Yang dilakukan adalah kuisisioner (angket), yaitu daftar pertanyaan atau pertanyaan yang dikirim kepada responden baik secara langsung atau tidak langsung (Husaini dan Purnomo,2004:60). Data yang dikumpulkan meliputi hal-hal yang berkaitan dengan variabel-variabel penilaian.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan bahan-bahan yang memberikan penjelasan mengenai dokumentasi, data dari lingkungan dan berbagai tulisan lainnya yang menyangkut dalam penelitian ini. Berikut ini merupakan data skunder dalam penelitian ini.

- Berita Aksi Damai 4 November di media sosial

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data dengan membuat serangkaian atau daftar pertanyaan tertulis dan disebar luaskan kepada responden, dimana nilai bobot yang diberikan oleh responden pada kuessioner yang diukur menggunakan skala likert. Skala likert itu aslinya untuk mengukur kesetujuan dan ketidak setujuan seseorang terhadap sesuatu objek, yang jenzangnya bisa tersusun.

H. Teknik Analisis Data

Tekhnik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif, yakni menguji dan menganalisis data dengan perhitungan angka-angka kemudian menarik kesimpulan dan pengujian tersebut. Alat uji statistik yang akan digunakan adalah :

1. Tabel Tunggal

Analisis ferkuensi tabel tunggal adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan di interpretasikan, yaitu membagai variabel variabel penelitian kedalam jumlah ferkuensi dan persentase (Singarimbun,2008:263)

I. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah dimana peneliti menentukan daerah yang akan di survey berdasarkan pemilihan yang sudah dilakukan sebelumnya, untuk penelitian ini penulis memilih Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jl. Dr. A. Sofyan Nomor 1 dan mahasiswa Ilmu Komunikasi sebagai narasumbernya.

waktu penelitian dimulai Februari 2017 sampai selesai. Dimana penelitian menimbang pada bulan tersebut peneliti mulai bisa fokus untuk meneliti dan langsung turun lapangan. Ada pun tahapan dari penelitian ini adalah :

1. Riset
2. Pengumpulan data
3. Pengolahan data
4. Penulisan laporan

1. Profil Fakultas Ilmu Sosial Poliitik Uniiversitas Sumatra Utara

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) resmi menjadi Fakultas pada tahun 1982 berdasar Surat Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 1982.SK Presiden R.I tersebut menetapkan FISIP merupakan fakultas ke 9 (Sembilan) pada Universitas Sumatera Utara.Walaupun FISIP USU baru resmi terbantuk pada tahun 1982, tetapi cikal bakal FISIP USU itu sudah muncul pada tahun 1980 berdasarkan Surat Keputusan Rektor USU Nomor. 1181/PT.05/C.80, pada tanggal 1 Juli 1980. Perkuliahan pertamakali dilakukan pada tanggal 18 Agustus 1980 dengan jumlah mahasiswa hasil ujian SIPENMARU bulan Juli 1980 sebanyak 75 orang.

Lebih kurang dalam waktu satu tahun, keluar Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I Nomor 0535/0/83 tentang jenis dan jumlah jurusan pada fakultas-fakultas di lingkungan Universitas Sumatera Utara.Berdasarkan SK Mendikbut R.I itu, disebutkan FISIP USU mempunyai 6 (enam) jurusan dengan urutan berikut :

1. Jurusan Sosiologi
2. Jurusan Ilmu Kesejahteraan Sosial
3. Jurusan Antropologi
4. Jurusan MKDU
5. Jurusan Ilmu Administrasi
6. Jurusan Ilmu Komunikasi

Pembentukan jurusan di FISIP USU tidak berjalan sesuai dengan urutan berdasarkan Surat Keputusan Mendikbud R.I. Nomor : 0535 / 0 / 83 itu, karena pembukaan Jurusan pada tahap awal dilakukan pada Semester tujuh yang didasarkan pada pilihan mahasiswa. Selain itu juga bergantung pada ketersediaan staf pengajar.

Dewasa ini FISIP USU mempunyai 6 (enam) Departemen, satu Program Diploma III, tiga Program Pasca Sarjana, dan satu Program Doktor yaitu sebagai berikut : Departemen Ilmu Administrasi yang dibagi ke dalam Program Studi Ilmu Administrasi Negara, dan Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Departemen Ilmu Komunikasi, Departemen Ilmu Kesejahteraan Sosial, Departemen Sosiologi, Departemen Antropologi, dan Departemen Ilmu politik. Program Studi Diploma III Administrasi, Perpajakan. Kemudian Program Studi S2 Magister Studi Pembangunan, Program Studi S2 Magister Ilmu Komunikasi, dan Program Studi Magister S2 Sosiologi, dan Doktor Studi Pembangunan. (<http://fisip.usu.ac.id/>)

2. Visi Dan Misi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sumatra Utara

VISI

“Menjadi Pusat Pendidikan dan Rujukan Bidang-Bidang Ilmu Sosial dan Politik di Wilayah Barat”

MISI

1. Menghasilkan Alumni dengan skala kualitas global dan menjadi pusat riset , kajian dalam studi ilmu sosial dan politik.
2. Menjalinkan kerja sama yang saling menguntungkan dengan seluruh stakeholders dan mitra pendidikan. Misi ini berhubungan dengan fungsi relasi yang harus dibangun oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara sebagai suatu organisasi profesional pendidikan. Bentuk kolaborasi dengan organisasi lain perlu dijajaki dengan sikap open minded dan profesional. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara harus mampu melihat peluang kerjasama yang ditawarkan atau malah mampu menawarkan kerjasama tersebut pada pihak lain.
3. Membentuk lingkungan kerja sehat, harmonis dan profesional bagi staf dan mitra kerja. Misi ini berhubungan dengan azas profesionalitas dalam menjalankan pekerjaan. Lingkungan dan suasana kerja yang dibangun harus memperhatikan situasi fisik dan psikologis seluruh sivitas akademika. Harus ada mekanisme yang mampu membangun suasana tersebut. Prinsip Profesionalitas juga harus didukung dengan prinsip

persaudaraan dan pertemanan (makna positif) dengan kemampuan bisa menempatkan dan menjalankan fungsi masing-masing.

4. Menjadi Institusi bagi kepentingan publik. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara sangat potensial sebagai institusi pendidikan yang membawa misi di atas dengan melihat pengalaman-pengalaman yang telah dilalui oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara sendiri.

Alamat FISIP USU :

Jl. Dr. A. Sofyan Nomor 1

Kampus USU Padang Bulan Medan Kode Pos 20155

Tel : +62 61 8211965

Fax : +62 61 8211965

Email : fisipusumedan09@yahoo.co.id

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Data

Setelah melakukan penelitian dan pengumpulan data dari lapangan, maka diperoleh data tentang Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi USU Medan Terhadap Citra Presiden Joko Widodo Pasca Aksi Damai 4 November. Data yang diperoleh akan disajikan dalam bentuk tabel tunggal.

Tabel 4.1

Distribusi Jawaban Responden Tentang Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase(%)
1	Laki – Laki	21	27,27
2	Perempuan	56	72,72
3	Jumlah	77	100

Sumber : Hasil Kuesioner 2017

Dari tabel di atas, terlihat bahwa persentase tertinggi adalah responden Perempuan sebanyak 56 orang atau 72,72% dan Laki-laki sebanyak 21 orang atau 27,27%. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik Jurusan Ilmu Komunikasi semester IV (empat) dan semester VI (enam) lebih di dominasi oleh kaum Perempuan.

Tabel 4.2

**Distribusi Jawaban Responden Tentang Apakah Mahasiswa Mengikuti
Berita Aksi Damai 4 November**

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Ya	77	100
2	Tidak	0	0
3	Jumlah	77	100

Sumber : Hasil Kuesioner 2017

Dari table di atas dijelaskan bahwa sebanyak 77 orang atau 100% responden mengikuti berita tentang Aksi Damai 4 November. Sedangkan 0 orang atau 0% tidak mengikuti berita Aksi Damai 4 November. Dapat disimpulkan bahwa jawaban mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi USU semua mengikuti berita Aksi Damai 4 November.

1. Distribusi Jawaban Mahasiswa Tentang Jenis Media Massa

Tabel 4.3

**Distribusi Jawaban Responden Tentang Media Apa Yang Digunakan Untuk
Mengikuti Berita Tentang Aksi Damai 4 November**

No.	Media Yang Digunakan	Jumlah	Persentase (%)
1	Media Cetak	0	0
2	Media Elektronik	7	9,09
3	Media Siber (Sosial)	70	90,90
4	Jumlah	77	100

Sumber : Hasil Kuesioner 2017

Dari table di atas dijelaskan bahwa sebanyak 0 orang atau 0% responden menggunakan media cetak untuk mengikuti berita Aksi Damai 4 November. Sedangkan 7 orang atau 9,09 Aksi menggunakan media elektronik untuk mengikuti berita aksi Damai 4 November. Dan 70 orang atau 90,90% menggunakan media sosial untuk mengikuti berita Aksi Damai 4 November. Dapat disimpulkan bahwa jawaban mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi USU Hampir semua menggunakan media sosial untuk mengikuti berita Aksi Damai 4 November.

Tabel 4.4

Distribusi Jawaban Responden Tentang Surat Kabar Apa Yang Digunakan Untuk Mengikuti Berita Tentang Aksi Damai 4 November

No.	Media cetak	Jumlah	Persentase (%)
1	Surat kabar lokal	0	0
2	Surat kabar nasional	0	0
5	Jumlah	0	100

Sumber : Hasil Kuesioner 2017

Dari table di atas dijelaskan bahwa sebanyak 77 orang atau 100% responden tidak menggunakan surat kabar untuk mengikuti berita Aksi Damai 4 November. Dapat disimpulkan bahwa jawaban mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi USU semua tidak menggunakan surat kabar untuk mengikuti berita Aksi Damai 4 November.

Tabel 4.5

Distribusi Jawaban Responden Tentang Stasiun Tv Apa Yang Digunakan Untuk Mengikuti Berita Aksi Damai 4 November

No.	Media elektronik	Jumlah	Persentase (%)
1	iNews	4	5,19
2	Metro Tv	3	3,89
3	Tvone	0	0
4	Tidak Menggunakan tv	70	90,90
5	Jumlah	77	100

Sumber : Hasil Kuesioner 2017

Dari table di atas dijelaskan bahwa sebanyak 4 orang atau 5,19% responden menggunakan chanel tv/stasiun Tv iNews untuk mengikuti berita Aksi Damai 4 November. Sedangkan 3 orang atau 3,89% menggunakan chanel tv/stasiun Tv Metro Tv untuk mengikuti berita Aksi Damai 4 November dan untuk chanel Tv One sebanyak 0 orang atau 0% sisanya sebanyak 70 orang atau 90,90% tidak menggunakan Tv untuk mengikuti berita Aksi Damai 4 November. Dapat disimpulkan bahwa jawaban mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi USU Hampir semua tidak menggunakan ketiga chanel tv/stasiun tv untuk mengikuti Aksi Damai 4 November.

Tabel 4.6

Distribusi Jawaban Responden Tentang Media Sosial Apa Yang Digunakan Untuk Mengikuti Berita Aksi Damai 4 November

No.	Media sosial	Jumlah	Persentase (%)
------------	---------------------	---------------	-----------------------

1	Facebook	33	42,85
2	Instagram	37	48,05
3	Twitter	0	0
4	Tidak menggunakan media sosial	7	9,09
5	Jumlah	77	100

Sumber : Hasil Kuesioner 2017

Dari table di atas dijelaskan bahwa sebanyak 33 orang atau 42,85% responden menggunakan media sosial Facebook, untuk mengikuti berita Aksi Damai 4 November. Sedangkan 37 orang atau 48,05% menggunakan media sosial Instagram untuk mengikuti berita Aksi Damai 4 November. Sedangkan untuk media sosial Twitter sebanyak 0 orang atau 0%. Dan 7 orang atau sebanyak 9,09% tidak menggunakan media sosial untuk mengikuti berita Aksi Damai 4 November. Dapat disimpulkan bahwa jawaban mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi USU berimbang dalam menggunakan media sosial Facebook dan Instagram dalam mengikuti berita Aksi Damai 4 November.

2. Distribusi Jawaban Mahasiswa Tentang Komunikasi Langsung

Tabel 4.7

Distribusi Jawaban Apakah Responden Mengikuti Perkembangan Berita Aksi Damai 4 November Dari Perbincangan Antara Teman Kuliah

No	Keterangan	Jumlah	Persentase(%)
1	Ya	0	0
2	Tidak	77	100
3	Jumlah	77	100

Sumber : Hasil Kuesioner 2017

Dari table di atas dijelaskan bahwa sebanyak 77 orang atau 100% responden tidak mengikuti berita Aksi Damai 4 November dengan melakukan perbincangan dengan sesama teman kampus. Dapat disimpulkan bahwa respon mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi USU semua tidak mengikuti berita Aksi Damai 4 November dengan melakukan perbincangan dengan sesama teman kampus.

Tabel 4.8

Distribusi Jawaban Apakah Responden Mengetahui Dan Mengikuti Aksi Damai 4 November Dari Forum Diskusi Di Kampus

No	Keterangan	Jumlah	Persentase(%)
1	Ya	0	0
2	Tidak	77	100
3	Jumlah	77	100

Sumber : Hasil Kuesioner 2017

Dari table di atas dijelaskan bahwa sebanyak 77 orang atau 100% responden tidak mengikuti berita Aksi Damai 4 November dengan melakukan diskusi/forum di kampus. Dapat disimpulkan bahwa respon mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi USU semua tidak mengikuti berita Aksi Damai 4 November dengan diskusi/forum di kampus.

3. Distribusi Jawaban Tentang Persepsi Mahasiswa Terkait Aksi Damai 4 November Terhadap Citra Presiden Joko Widodo

Table 4.9

**Distribusi Jawaban Responden Tentang Pendapat Mahasiswa Terhadap
Komentar Presiden Joko Widodo Sebelum Aksi Damai 4 November**

No	Keterangan	Jumlah	Persentase(%)
1	Setuju	72	93,50
2	Tidak Setuju	5	6,49
3	Jumlah	77	100

Sumber : Hasil Kuesioner 2017

Dari table di atas dijelaskan bahwa sebanyak 72 orang atau 93,50% responden setuju dengan komentar Presiden Joko Widodo sebelum Aksi Damai 4 November. Sedangkan untuk 5 orang atau 6,49% tidak setuju dengan komentar Presiden Joko Widodo sebelum Aksi Damai 4 November. Dapat disimpulkan bahwa respon mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi USU Hampir semua setuju dengan Komentar Presiden Joko Widodo sebelum Aksi Damai 4 November.

Table 4.10

**Distribusi Jawaban Responden Tentang Pendapat Mahasiswa Terhadap
Apresiasi Presiden Joko Widodo Terhadap Aksi Damai 4 November Yang
Berlangsung Damai**

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Setuju	75	97,40
2	Tidak Setuju	2	2,59
3	Jumlah	77	100

Sumber : Hasil Kuesioner 2017

Dari data tabel di atas dijelaskan bahwa sebanyak 75 orang atau 97,40% responden setuju dengan Apresiasi Presiden Joko Widodo terhadap Aksi 4 November yang berlangsung dengan damai. Sedangkan 2 orang atau 2,59 % tidak setuju dengan Apresiasi Presiden Joko Widodo terhadap Aksi 4 November yang berlangsung dengan damai. Dapat disimpulkan bahwa respon Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi USU hampir semua setuju dengan Apresiasi Presiden Joko Widodo terhadap Aksi 4 November yang berlangsung dengan damai.

Table 4.11

**Distribusi Jawaban Responden Tentang Pendapat Mahasiswa Terhadap
Komentar Presiden Joko Widodo Pada Kerusuhan Yang Terjadi Pada Akhir
Aksi Damai 4 November**

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase(%)
1	Setuju	64	83,11
2	Tidak Setuju	13	16,88
3	Jumlah	77	100

Sumber : hasil Kuesioner 2017

Dari tabel di atas dijelaskan bahwa sebanyak 64 orang atau 83,11% responden setuju dengan komentar Presiden Joko Widodo terhadap kerusuhan yang terjadi pada Akhir Aksi Damai 4 November. Sedangkan 13 orang atau 16,88 tidak setuju dengan komentar Presiden Joko Widodo terhadap kerusuhan yang terjadi pada Akhir Aksi Damai 4 November. Dapat disimpulkan bahwa respon Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi USU

hampir semua setuju terhadap komentar Presiden Joko Widodo atas Kerusuhan yang terjadi pada akhir Aksi Damai 4 November.

Table 4.12

Distribusi Jawaban Responden Tentang Pendapat Mahasiswa Terhadap Keberadaan Presiden Joko Widodo Di Bandara Soekarno Hatta Pada Waktu Aksi Damai 4 November Berlangsung.

No	Keterangan	Jumlah	Persentase(%)
1	Setuju	39	50,64
2	Tidak Setuju	38	49,35
3	Jumlah	77	100

Sumber : Hasil Kuesioner 2017

Dari data tabel di atas dijelaskan bahwa sebanyak 39 orang atau 50,64% responden setuju dengan keberadaan Presiden Joko Widodo di Bandara Soekarno Hatta pada waktu Aksi Damai 4 November berlangsung. Sedangkan 38 orang atau 49,35% responden tidak setuju dengan keberadaan Presiden Joko Widodo di Bandara Soekarno Hatta pada waktu Aksi Damai 4 November berlangsung. Dapat disimpulkan bahwa jawaban Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi USU berimbang terhadap yang setuju dan yang tidak setuju terhadap keberadaan Presiden Joko Widodo di Bandara Soekarno Hatta pada waktu Aksi Damai 4 November berlangsung.

Table 4.13

Distribusi Jawaban Responden Tentang Pendapat Mahasiswa Terhadap Alasan Presiden Joko Widodo Yang Tidak Hadir Menemui Massa aksi Damai 4 November .

No	Keterangan	Jumlah	Persentase(%)
1	Setuju	31	40,25
2	Tidak Setuju	46	59,74
3	Jumlah	77	100

Sumber : Hasil Kuesioner 2017

Dari data tabel di atas dijelaskan bahwa sebanyak 31 orang atau 40,25% responden setuju dengan Alasan Presiden Joko Widodo tidak hadir menemui peserta Aksi Damai 4 November. Sedangkan 46 orang atau 59,74 responden tidak setuju dengan alasan Presiden Joko Widodo tidak hadir menemui peserta Aksi Damai 4 November. Dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi USU hampir rata - rata tidak setuju dengan alasan Presiden Joko Widodo tidak hadir menemui peserta Aksi Damai 4 November.

Table 4.14

Distribusi Jawaban Responden Tentang Pendapat Mahasiswa Terhadap sikap yang ditunjukkan Presiden Joko Widodo pada aksi damai 4 november.

No	Keterangan	Jumlah	Persentase(%)
1	Setuju	50	64,93
2	Tidak Setuju	27	35,06

3	Jumlah	77	100
----------	---------------	-----------	------------

Sumber : Hasil Kuesioner 2017

Dari data tabel di atas dijelaskan bahwa sebanyak 50 orang atau 64,93% responden setuju terhadap sikap yang ditunjukkan Presiden Joko Widodo pada Aksi Damai 4 November. Sedangkan 27 orang atau 35,06% responden tidak setuju terhadap sikap yang ditunjukkan Presiden Joko Widodo pada Aksi Damai 4 November. Dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik jurusan Ilmu Komunikasi USU hampir rata - rata setuju dengan sikap yang ditunjukkan Presiden Joko Widodo terhadap Aksi Damai 4 November.

Table. 4.15

Distribusi Jawaban Responden Pendapat Mahasiswa Tentang Adil Tidak Adilnya Presiden Joko Widodo Dalam Bersikap Terhadap Aksi Damai 4 November.

No	Keterangan	Jumlah	Persentase(%)
1	Ya	45	58,44
2	Tidak	32	41,55
3	Jumlah	77	100

Sumber : Hasil Kuesioner 2017

Dari data tabel di atas dijelaskan bahwa sebanyak 45 orang atau 58,44% menyatakan Presiden Joko Widodo Adil dalam bersikap terhadap Aksi Damai 4 November. Sedangkan 32 orang atau 41,55% responden menyatakan Presiden Joko Widodo tidak Adil dalam bersikap terhadap Aksi Damai 4 November. Dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu

Komunikasi USU hampir rata – rata menyatakan Presiden Joko Widodo Adil dalam bersikap terhadap Aksi Damai 4 November.

Table 4.16

Distribusi Jawaban Responden Pendapat Mahasiswa Tentang Benar Atau Tidak Benarnya Tindakan Yang Telah Diambil Presiden Joko Widodo Dalam Menghadapi Aksi Damai 4 November .

No	Keterangan	Jumlah	Persentase(%)
1	Ya	44	57,14
2	Tidak	33	42,85
3	Jumlah	77	100

Sumber : Hasil Kuesioner 2017

Dari data tabel di atas dijelaskan bahwa sebanyak 44 orang atau 57,14% menyatakan Presiden Joko Widodo sudah benar dalam menghadapi Aksi Damai 4 November. Sedangkan 33 orang atau 42,85% responden menyatakan Presiden Joko Widodo tidak benar dalam menghadapi Aksi Damai 4 November. Dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi USU hampir rata – rata menyatakan bahwa Presiden Joko Widodo sudah benar dalam menghadapi Aksi Damai 4 November.

Table 4.17

Distribusi Jawaban Responden Pendapat Mahasiswa Tentang Tingkat Kepuasan Responden Terhadap Kinerja Presiden Joko Widodo Selama Menjabat Menjadi Presiden.

No	Keterangan	Jumlah	Persentase(%)
----	------------	--------	---------------

1	Ya	38	49,35
2	Tidak	39	50,64
3	Jumlah	77	100

Sumber : Hasil Kuesioner 2017

Dari data tabel di atas dijelaskan bahwa sebanyak 38 orang atau 49,35% menyatakan puas terhadap kinerja Presiden Joko Widodo selama menjabat menjadi Presiden. Sedangkan 39 orang atau 50,64% responden menyatakan ketidak puasaannya terhadap kinerja Presiden Joko Widodo selama menjabat menjadi Presiden. Dapat disimpulkan bahwa jawaban Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi USU berimbang dengan yang menyatakan pusa dan tidak puas dengan kinerja Presiden Joko Widodo selama menjabat menjadi Presiden.

Table 4.18

Distribusi Jawaban Responden Pendapat Mahasiswa Tentang Layak Tidak Layaknya Presiden Joko Widodo Kembali Menjadi Presiden Pada Pemilihan Presiden Selanjutnya.

No	Keterangan	Jumlah	Persentase(%)
1	Ya	33	42,85
2	Tidak	44	57,14
3	Jumlah	77	100

Sumber : Hasil Kuesioner 2017

Dari data tabel di atas dijelaskan bahwa sebanyak 33 orang atau 42,85% menyatakan Presiden Joko Widodo layak kembali menjadi Presiden pada

pemilihan Presiden selanjutnya. Sedangkan 44 orang atau 57,14% responden menyatakan Preside Joko Widodo tidak layak kembali menjadi Presiden pada pemilihan Presiden selanjutnya. Dapat disimpulkan bahwa mahasiwa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi USU hampir rata – rata menyatakan bahwa Presiden Joko Widodo tidak layak menjadi Presiden pada pemilihan Presiden selanjutnya.

Tabel 4.19

Distribusi Dari Keseluruhan Jawaban Mahasiswa Setuju Dan Tidak Setuju, Ya Dan Tidak

No.	Jawaban Setuju	Jumlah	Total Responden	Persentase (%)	Citra
1	Setuju / Ya	491	77	63,72	Positif
2	Tidak Setuju / Tidak	279		36,23	Negatif
3	Hasil	770	77	100	positif

Sumber : Hasil Kuesioner 2017

Dari tabel diatas, dapat dijelaskan bahwa dari total 10 pertanyaan di quesioner tentang tindakan, sikap dan prilaku presiden Joko Widodo sebelum aksi, ketika aksi dan pasca aksi damai 4 november, di dapatkan hasil 491 atau 63,72% jawaban setuju dari responden dan 279 atau 36,23% jawaban tidak setuju dari responden, dapat disimpulkan hampir rata – rata mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik USU menggambarkan citra Presiden Joko Widodo pasca aksi damai 4 november dengan citra positif

B. Pembahasan Data

Aksi damai 4 November adalah salah satu peristiwa besar yang pernah terjadi di negara Republik Indonesia. Aksi ini terjadi karena pernyataan gubernur non aktif Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) yang dianggap menistakan agama Islam yang menjadi viral di media sosial. Aksi damai 4 November juga terjadi karena penilaian rakyat Indonesia khususnya umat Muslim tentang lambatnya pemerintah Indonesia dalam penanganan dan penyelesaian kasus dugaan penistaan agama tersebut. Pemerintah khususnya Presiden Joko Widodo seakan tidak mendengarkan aspirasi rakyat yang selama ini menuntut keadilan atas penyelesaian kasus tersebut. H-1 sebelum Aksi Damai 4 November berlangsung Presiden Joko Widodo memberikan pandangannya terhadap aksi damai dengan komentar “demonstrasi adalah hak demokratis dari setiap warga negara Indonesia tapi bukan hak untuk memaksakan kehendak dan hak untuk merusak” komentar ini memberikan gambaran tentang Presiden Joko Widodo, bahwa Presiden setuju dengan aksi tersebut, tetapi tidak membenarkan perbuatan anarkis untuk memaksakan tuntutan pada aksi damai tersebut. Ketika aksi berlangsung tepatnya pada tanggal 4 November 2016, Presiden sedang melakukan kegiatan kerjanya sebagai kepala negara dengan melakukan belusukan ke sejumlah kompleks Bandara Soekarno Hatta, dan tidak dapat menemui peserta aksi damai yang ingin menyampaikan aspirasinya kepada Presiden, dengan alasan akses jalan yang sulit menuju Istana Negara/kantornya guna menemui peserta aksi damai. Tindakan ini sangat disayangkan oleh berbagai pihak. Dalam diskusi dengan tema setelah Aksi 411 di Restoran Boplo, Jalan Gereja Theresia, Jakarta Pusat pengamat-pengamat

militer dari Universitas Pertahanan Salim Said mengatakan "Pak Jokowi sudah menciptakan citra orang yang dekat kepada publik. Namun saat demonstrasi yang sudah diumumkan sejak beberapa minggu yang lalu justru Presiden melakukan kegiatan lain yang terkesan menghindar. Ini sangat disayangkan,".

Pada malam hari nya pada pukul 00:00 presiden Joko Widodo akhir nya melakukan pers konfers di istana presiden tentang Aksi Damai 4 November yang terjadi. Presiden Joko Widodo “mengucapkan trimakasi kepada penyelenggara aksi yang menyelenggarakan aksi dengan damai hingga petang tetapi menyelsakan kerusuhan yang terjadi pada sesudah isya yang seharusnya sudah bubar, dan hal tersebut dilihat bahwa telah ditunggai oleh aktor – aktor politik yang memanfaatkan situasi sebelumnya. Komentar, sikap dan tindakan yang ditunjukkan oleh presiden sebelum aksi, ketika aksi berlangsung dan pasca aksi memunculkan sebuah gambaran baru tetang personalitas sesungguhnya presiden Joko Widodo di mata publik nya .Pemberitaan tersebut terus berkembang ,baik di media cetak, elektronik maupun media siber (sosial), akibat dari pemberitaan tersebut banyak memunculkan persepsi baru di kalangan masyarakat termasuk pada kalangan akademis (mahasiswa).

Dapat dikatakan bahwa media sosial hanya memberikan informasi yang terbatas dan beragam terhadap suatu isu yang terjadi. Hal itu merupakan karakteristik dari media sosial. Karnanya dapat di anggap bahwa responden tidak mengetahui dan memahami dengan benar peristiwa Aksi Damai 4 Dovember yang terjadi di ibu kota Jakarta. Bila dikaitkan dengan sikap dan tindakan Presiden Joko Widodo terhadap Aksi Damai 4 November yang terjadi. Hal ini

terlihat pada data jawaban responden yang memilih citra positif tidak sesuai dengan hasil akhir dari data kuesioner yang menjawab tidak layaknya presiden Joko Widodo untuk maju kembali dalam pemilihan presiden selanjutnya.

Di dalam penelitian ini responden terbanyak adalah perempuan yang mendominasi dari pengisian kuesioner dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik USU Jurusan Ilmu Komunikasi di dominasi oleh kaum perempuan. Dari kuesioner yang disebar oleh peneliti juga dapat dilihat bahwa media sosial terutama facebook dan instagram menjadi media yang paling banyak digunakan oleh mahasiswa untuk mengikuti pemberitaan tentang aksi damai 4 November. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa hampir semua mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik USU jurusan Ilmu Komunikasi menggunakan media sosial untuk mengikuti berita Aksi Damai 4 November.

Dari jawaban responden yang telah di analisis dari daftar pertanyaan No. 1- 3 dimana pertanyaan tersebut berisi tentang komentar Presiden Joko Widodo sebelum dan sesudah Aksi Damai 4 November terlihat bahwa jawaban dari jawaban Mahasiswa Universitas Sumatra Utara Fakultas Ilmu Sosial Politik Jurusan Ilmu hampir semua setuju dengan komentar Presiden Joko Widodo terhadap aksi yang terjadi di Jakarta tersebut. Untuk pertanyaan No. 4 – 5 yang berisi tentang tindakan yang dilakukan, serta alasan Presiden Joko Widodo pada Aksi Damai 4 November terlihat pada jawaban pertanyaan no 4 tentang keberadaan Presiden Joko Widodo dibandara responden berimbang hasilnya, tetapi untuk pertanyaan No. 5 terkait alasan Presiden Joko Widodo yang tidak

menemui massa peserta aksi damai jumlah responden hampir rata – rata tidak setuju dengan alasan Presiden Joko Widodo tersebut.

Dalam daftar pertanyaan no 6 – 8 penulis yang ingin mengetahui persepsi mahasiswa tentang gambaran atau personalitas Presiden Joko Widodo pasca Aksi Damai 4 November. Disini terlihat bahwa responden hampir rata – rata mempersepsikan Presiden Joko Widodo sudah benar dan baik dalam bersikap menghadapi Aksi Damai 4 November tetapi untuk pertanyaan No. 9 jawaban responden berimbang yang berisi pertanyaan tentang tingkat kepuasan responden terhadap kinerja Presiden Joko Widodo selama menjabat menjadi Presiden Republik Indonesia untuk pertanyaan No. 10 tentang layak tidak layaknya Presiden Joko Widodo memimpin dan maju kembali pada pemilihan presiden selanjutnya hampir rata – rata jawaban responden/mahasiswa tidak setuju.

Dengan demikian dapat disimpulkan citra Presiden Joko Widodo terhadap sikap, tindakan presiden Joko Widodo dalam menghadapi Aksi Damai 4 November masih memiliki citra yang positif dan di nilai sudah benar dalam bertindak , terhadap persepsi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik USU jurusan Ilmu Komunikasi.

Tetapi untuk tingkat kepuasan selama presiden Joko Widodo memimpin dan layak tidak layak nya presiden Joko Widodo untuk memimpin kembali, lebih condong ke arah hasil berimbang untuk tingkat kepuasan dan cenderung ke arah citra negatif untuk memimpin kembali menjadi presiden Republik Indonesia.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang Citra Presiden Joko Widodo Pasca Aksi Damai 4 November terhadap Persepsi Mahasiswa Universitas USU Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi dengan penyebaran angket, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Terbaginya responden kepada kelompok citra positif dan citra negatif, berdampak kepada yang mendukung/pro dan tidak mendukung/kontra, terhadap tindakan, perilaku dan sikap yang ditujukan presiden Joko Widodo terhadap aksi damai 4 November. dalam hal ini memiliki perbandingan lebih banyak yang mendukung/pro.
2. Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik USU jurusan Ilmu Komunikasi menanggapi Aksi Damai 4 November tersebut sangat tergantung hanya kepada apa yang di edarkan/ disebar luaskan oleh media sosial.
3. Dari data jawaban responden dapat disimpulkan responden yang mendukung Presiden Joko Widodo jadi presiden dan yang tidak mendukung Presiden Joko Widodo kembali menjadi presiden selisih tipis.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh tentang persepsi mahasiswa Universitas Sumatra Utara (USU) Medan Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi semester IV dan semester VI tentang Citra Presiden

Joko Widodo Pasca Aksi Damai 4 November maka dapat dikemukakan saran – saran sebagai berikut :

1. Penelitian ini dapat digunakan untuk penelitian lanjutan tentang peran media sosial dalam menentukan persepsi dalam berbagai hal yang berhubungan dengan berbagai peristiwa atau kejadian yang terjadi di masyarakat.
2. Diharapkan penelitian lanjutan lebih memperhatikan kembali dalam pemilihan calon responden agar hasil dari penelitian lebih Representatif yang dapat mewakili jawaban dari masalah yang diteliti.
3. Diharapkan mahasiswa FISIP Ilmu Komunikasi UMSU yang akan melakukan penelitian tentang citra Joko Widodo sebagai kepala negara dan kepala pemerintahan. Dengan demikian penelitian tersebut dapat menjadi bahan perbandingan bagi hasil survey – survey dari berbagai lembaga survey.

Kuesioner

Petunjuk Pengisian :

- 1) Bacalah setiap pertanyaan dengan seksama tanpa ada yang terlewatkan.
- 2) Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang anda anggap benar
- 3) Pertanyaan angket terbagai pada beberapa kategori
- 4) Angket ini hanya bertujuan untuk penelitian, karena tidak ada maksud lain yang dapat merugikan pihak-pihak.

Nama :

Jenis Kelamin :

Semester :

Pertanyaan :

A. Kategori pertanyaan tentang cara yang digunakan responden untuk mendapatkan informasi berita terkait Aksi Damai 4 November

Apakah anda mengikuti berita tentang aksi damai 4 November 2016?

A. Ya B. Tidak

a. Komunikasi Langsung

1. Apakah anda mengikuti perkembangan berita tentang aksi damai dari perbincangan dengan teman di kampus anda?

A. Ya B. Tidak

2. Apakah and mengikuti perkembangan berita tentang aksi damai dari forum/diskusi di kampus anda?

A. Ya B. Tidak

b. Media Mass

3. Media apa yang anda gunakan untuk mengikuti berita aksi damai 4 November
A. Media Cetak B. Media elektronik C. Media Siber
4. Media cetak (Surat Kabar) Apa yang anda gunakan untuk mengikuti berita Aksi Damai 4 November 2016?
A. Surat kabar lokal B. Surat kabar nasional
5. Media elektronik (Siaran TV) Apa yang anda gunakan untuk mengikuti berita Aksi Damai 4 November 2016?
A. iNews B. Metro Tv C. Tv One
6. Media siber (Medsos) Apa yang anda gunakan untuk mengikuti berita Aksi Damai 4 November 2016?
A. Facebook B. Instagram C. Twitter

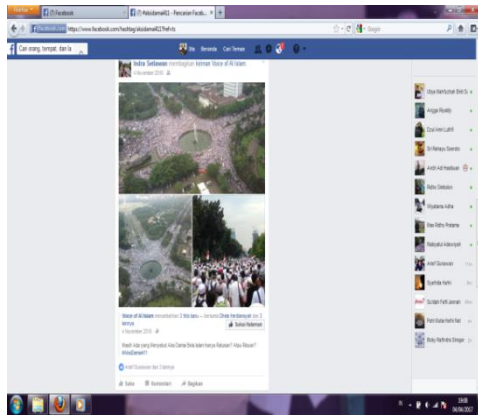
B. Kategori pertanyaan tentang variabel citra presiden Joko Widodo pasca aksi damai 4 November terhadap pendapat mahasiswa tentang Aksi Damai 4 November.

7. Bagaimana pendapat anda tentang komentar Presiden Joko Widodo sebelum aksi damai 4 November?
A. Setuju B. Tidak Setuju
8. Apa pendapat anda, tentang apresiasi presiden Joko Widodo Terhadap aksi damai 4 November yang berlangsung damai?
A. Setuju B. Tidak Setuju
9. Apa pendapat anda, tentang komentar presiden Joko Widodo terhadap kerusuhan pada akhir aksi damai November?
A. Setuju B. Tidak Setuju

10. Apa pendapat anda tentang keberadaan presiden di bandara pada waktu aksi damai 4 November?
A. Setuju B. Tidak Setuju
11. Apa pendapat anda tentang alasan Presiden Joko Widodo tidak hadir menemui peserta aksi damai 4 November?
A. Setuju B. Tidak Setuju
12. Apa pendapat anda tentang sikap yang ditunjukkan presiden Joko Widodo Terhadap aksi damai 4 November?
A. Setuju B. Tidak Setuju
13. Apa menurut anda presiden Joko Widodo adil dalam bersikap terhadap Aksi damai 4 November?
A. Ya B. Tidak
14. Apakah tindakan presiden Joko Widodo dalam menghadapi aksi damai 4 November sudah benar?
A. Ya B. Tidak
15. Apakah anda puas dengan kinerja presiden Joko Widodo selama menjabat menjadi presiden?
A. Ya B. Tidak
16. Apakah menurut anda presiden Joko Widodo layak kembali menjadi Presiden pada pemilihan presiden selanjutnya?
A. Ya B. Tidak

Penjelasan pertanyaan diambil dari wikipedia dan portal berita Republika

1. Komentar Presiden Joko Widodo sebelum Aksi Damai 4 November “demonstrasi adalah hak demokratis dari setiap warga negara Indonesia tapi bukan hak untuk memaksakan kehendak dan hak untuk merusak”.
2. Presiden Joko Widodo mengucapkan “terimakasih kepada penyelenggara aksi yang menyelenggarakan aksi dengan damai hingga petang”
3. Presiden Joko Widodo “menyesalkan kerusuhan yang terjadi pada sesudah isya yang seharusnya sudah bubar, dan hal tersebut dilihat bahwa telah di tunggagin oleh aktor-aktor politik yang memanfaatkan situasi sebelumnya”.
4. Presiden Joko Widodo melakukan blusukan ke sejumlah tempat di kompleks Bandara Soekarno-Hatta,
5. Alasan Presiden Joko Widodo tidak hadir menemui peserta aksi damai “karena akses jalan yang sulit dari bandara menuju kantornya/istana negara”



Daftar Pustaka

BUKU.

- Ardial. 2014, *Paradigma Dan Model Penelitian Komunikasi*, Jakarta, BUMI AKSARA
- Ardianto, Elvinaro, Q-Anees, Bambang. 2007, *Filsafat Ilmu Komunikasi*, Bandung, Simbiosis Rekatama Media
- Bungin, Burhan. 2013, *Sosiologi Komunikasi : Teori Paradigma Dan Diskursus Teknologi Komunikasi Di Masyarakat*, Jakarta, PT Kencana.
- Cangara, H. Hafied. 2006, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta, Raja Grafindo
- Devito, Joseph A. 2010, *Komunikasi Antar Manusia*, Jakarta, Karisma Publishing Group
- Effendy, Onong Uchjana. 2013, *Ilmu Komunikasi : Teori Dan Praktek*, Bandung, Remaja Rosdakarya.
- Husain dkk, 2004, *Metodelogi Penelitian Sosial*, Jakarta, Bumi Aksara.
- Liliweri, Alo. 2011, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, Jakarta, PT. Kencana Prenada Media Group.
- Meinada, Teguh. 2003, *Pengantar ilmu komunikasi dan jurnalistik*, Bandung, PT Armico
- Mulyana, Deddy. 2015, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung, PT.Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. 2010, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar Bandung*, Bandung, PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2008, *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*, Bandung, Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy & Rakhmat, Jalaludin. 2005, *Komunikasi Antarbudaya*, Bandung, PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2002, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Bandung, PT Remaja Rosdakarya.
- Muhammad, Arni. 2014, *Komunikasi Organisasi*, Jakarta, PT Bumi Aksara.
- Rakhmat, Jalaludin. 2005, *Psikologi Komunikasi*, Bandung, PT Remaja Rosdakarya.

Ramburaka, Apriadi. 2013, *Agenda Setting Media Massa*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada

Rivers L. William, et al. 2003, *Media Massa & Masyarakat Modern*, Jakarta, PT.Kencana Premada Media Group.

Ruslan, Rosady. 2008, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.

Ruslan, Rosady. 2005, *Kiat Dan Strategi Kampanye Public Relations*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.

Singarimbun dkk. 2008, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta, PT Pustaka

Soemirat, Soleh & Elvinro Ardiato. 2002, *Dasar-Dasar Public Relations*, Bandung, PT Remaja Rosdakarya.

Thoha, Mifta. 2005, *Persepsi Dalam Masyarakat*, Bandung, PT Remaja Rosdakarya.

Usma dkk. 2009, *Metodelogi Penelitian Sosial. Edisi kedua*, Jakarta, PT Bumi Aksara.

JURNAL TERBIT

Khresna, I. A., 2011. Citra Presiden Susilo Bambang Yudhoyono Terkait Kasus Bailout Bank (Suatu Kajian Kualitatif Terhadap Persepsi Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik, Universitas Atma Jaya. Universitas Atma Jaya, Yogyakarta)

WEB

[Http://Www.Posmetro.Info/2016/11/Kh-Hasyim-Muzadi-Aksi-4-Dan-25-November.Html](http://Www.Posmetro.Info/2016/11/Kh-Hasyim-Muzadi-Aksi-4-Dan-25-November.Html) (22-02-2017)

[Http://Www.Republika.Co.Id/Berita/Nasional/Politik/16/11/10/Ogffpy361-Pada-Ulama-Jokowi-Jelaskan-Alasan-Tak-Temui-Massa-Aksi-4-November](http://Www.Republika.Co.Id/Berita/Nasional/Politik/16/11/10/Ogffpy361-Pada-Ulama-Jokowi-Jelaskan-Alasan-Tak-Temui-Massa-Aksi-4-November) (22-02-2017)

[Http://News.Detik.Com/Berita/D-3338239/Tak-Temui-Massa-Demo-4-November-Jokowi-Dikritik](http://News.Detik.Com/Berita/D-3338239/Tak-Temui-Massa-Demo-4-November-Jokowi-Dikritik) (25-02-2017)

Kamus Besar Bahasa Indonesia 2015, [Http://Kbbi.Web.Id/Citra](http://Kbbi.Web.Id/Citra). (25-02-2017)

Wikipedia, 2014. [Https://Id.M.Wikipedia.Org/Wiki/Joko_Widodo](https://Id.M.Wikipedia.Org/Wiki/Joko_Widodo) (28-02-2017)

<https://id.wikipedia.org/wiki/Reputasi> (01-032017)

https://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial (03-03-2017)

https://id.wikipedia.org/wiki/Media_elektronik (03-03-2017)

https://id.wikipedia.org/wiki/Media_siber (03-03-2017)

https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram#Peraturan_Instagram(26-03-2017)

https://id.wikipedia.org/wiki/Facebook#Situs_web(26-03-2017)

<https://id.wikipedia.org/wiki/Twitter>(26-03-2017)

https://id.wikipedia.wiki/metode_survey (29-03-2017)

https://widuri.raharja.info/index.php/Media_Cetak(22-03-2017)

<http://fisip.usu.ac.id/>(19-03-2017)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS

Nama : Putra Aulia Rachman Nasution
Tempat, Tgl Lahir : Pematangsiantar, 29 September 1993
Agama : Islam
Warga negara : Indonesia
Anak Ke : 4 dari 4 Bersaudara
Ayah : M.Kholis Nasution
Ibu : Siti Rahil

Status Pendidikan

1. Tk al-wasiyah Pematangsiantar : 1999 – 2000
2. Sd YPK : 2000 – 2006
3. SMPN 2 Pematangsiantar : 2006 – 2009
4. SMA Taman Siswa Pematangsiantar : 2009 – 2012
5. Universitas Muhamadiyah Sumatra Utara (UMSU) pro
gram Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Humas : 2012 – Mei
2016

Demikian daftar riwayat hidup penulis perbuat dengan sebenar – benarnya dan penuh rasa tanggung jawab

Hormat saya

PUTRA AULIA RACHMAN NST