



Kamila Adnani

Metodologi Penelitian Komunikasi

METODOLOGI PENELITIAN KOMUNIKASI
KUALITATIF DAN KUANTITATIF





**Kutipan Pasal 72:
Sanksi Pelanggaran Undang-undang Hak Cipta
(UU No. 19 Tahun 2002)**

1. Barangsiapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 Ayat (1) dan Ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp. 1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah)
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta atau hak terkait sebagai dimaksud pada Ayat (1), dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah)

Dr. Hj. Kamila Adnani, M.Si.

METODOLOGI PENELITIAN KOMUNIKASI KUALITATIF DAN KUANTITATIF



EFUDEPRESS

METODOLOGI PENELITIAN KOMUNIKASI KUALITATIF DAN KUANTITATIF

Penulis;

Dr. Hj. Kamila Adnani, M.Si.

Diterbitkan oleh:

EFUDEPRESS

Gedung Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Surakarta
Jl. Pandawa Pucangan Kartasura, Sukoharjo, Jawa Tengah
Telp/Faks. (0271) 781536/782774
Homepage: <https://fud.iain-surakarta.ac.id>

Tata Letak:

LinkMed Pro

Tata Sampul:

cetakjogja.id

Cetakan I, Januari 2021

viii + 142 halaman, 15 x 23 cm

ISBN : 978-623-95428-6-3

KATA PENGANTAR

Bismillaahirrohmaanirrohiim.

Assalaamu'alaikum wr. wb.

Segala puja dan puji bagi Allah SWT yang atas Rahmat, Taufik dan Hidayah-Nyalah sehingga buku ini dapat hadir di tengah-tengah pembaca sekalian. Kedua kalinya sholawat serta salam tak lupa kami haturkan kepada Nabi Muhammad SAW yang sangat kita tunggu syafa'at-Nya di hari kiamat kelak. Aamiin.

Buku yang hadir ke tengah-tengah pembaca ini merupakan buku yang diharapkan bisa menjadi pegangan bagi mahasiswa ilmu komunikasi dan sejenisnya dalam melakukan penelitian dalam bidang komunikasi.

Tak lupa kami ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada beberapa pihak yang turut berpartisipasi terhadap selesainya penyusunan buku yang berjudul "METODOLOGI PENELITIAN KOMUNIKASI KUALITATIF DAN KUANTITATIF" pertama suamiku tercinta Dr. H. Mohammad Mahbub, M.Si. yang telah mendorong saya untuk segera menyelesaikan penyusunan buku ini. Selain itu ketiga buah hatiku yaitu Yusron M Arzaki Adnan, Ulil Albab Abdallah dan Qurrotu A'yun Adnani yang menjadi motivator tersendiri bagi penulis untuk selalu menulis, menulis dan menulis. Di samping itu penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Surakarta, Dr. Islah MAg. yang tidak bosannya selalu mengingatkan penulis untuk segera menuntaskan buku ini di

sela-sela padatnya kegiatan di Fakultas yang menumpuk di akhir tahun 2020 ini.

Namun demikian, penulis teringat dengan sebuah peribahasa yang mengatakan bahwa “tiada gading yang tak retak” artinya tidak ada manusia yang sempurna di dunia ini. Pada hakekatnya yang memiliki kesempurnaan itu adalah Allah SWT. Oleh karena itu kritik dan saran dari para pembaca sekalian yang sifatnya konstruktif sangat penulis nantikan untuk menyempurnakan buku ini dan buku-buku lain yang semoga bisa terbit di masa-masa yang akan datang.

Wassalamu’alaikum wr. wb.

Sukoharjo, Desember 2020

Kamila Adnani



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	V
DAFTAR ISI	VII
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
BAB II	
METODOLOGI PENELITIAN KOMUNIKASI	
KUALITATIF	19
BAB III	
METODOLOGI PENELITIAN KOMUNIKASI	
KUANTITATIF	67
BAB IV	
PENUTUP	135
DAFTAR PUSTAKA	137



BAB I

PENDAHULUAN

A. PENTINGNYA METODOLOGI PENELITIAN

Mata Kuliah Metodologi Penelitian itu sangat urgen mahasiswa Strata 1 (S1), Strata 2 (S2) maupun Strata 3 (S3) maupun dosen dalam melaksanakan proses penelitian maupun penyelesaian tugas akhir baik Skripsi (S1), Tesis (S2) maupun Disertasi (S3). Para mahasiswa maupun dosen harus benar-benar memahami pengertian metodologi penelitian, jenis-jenis penelitian, tahapan-tahapan penelitian, teknik pengumpulan data, analisa data dan teknik keabsahan datanya dalam suatu penelitian. Tanpa memahami itu semua, mustahil seorang mahasiswa atau dosen dapat melakukan penyelesaian tugas akhirnya selama melaksanakan studinya di perguruan tinggi.

B. APA ITU METODOLOGI PENELITIAN

Banyak ahli yang mendefinisikan tentang metodologi penelitian. Menurut KBBI adalah kegiatan pengumpulan, pengolahan, analisis dan penyajian data yang dilakukan secara sistematis dan objektif untuk memecahkan suatu persoalan atau menguji hipotesis guna mengembangkan prinsip-prinsip umum.

Penelitian atau riset ilmiah adalah suatu aktivitas penyelidikan yang sistematis terorganisir dengan baik dan benar, saling berkesinambungan demi mendapatkan suatu solusi terhadap

suatu masalah, mendapatkan kebenaran, pengetahuan baru atau pemahaman baru. Penyelidikan berdasarkan kaidah-kaidah ilmiah disebut dengan riset ilmiah. Keseluruhan manajemen yang diorganisasi secara sistematis disebut metode ilmiah. (Aan, 2008 : 13).

Whitney (1960) mengatakan bahwa riset adalah suatu metode untuk menemukan kebenaran sehingga risetnya merupakan metode berpikir secara kritis. Gee (1957) mengatakan bahwa riset adalah suatu pencarian, penyelidikan atau investigasi terhadap pengetahuan baru. Soetopo (1988) mengatakan bahwa riset ilmiah adalah suatu proses kegiatan investigasi dan penyelidikan secara terorganisasi yang baik dan benar.

Metode penelitian adalah suatu metode atau aktivitas penyelidikan sistematis terorganisir dengan baik dan benar, saling berkesinambungan untuk memperoleh solusi terhadap suatu masalah, mendapatkan kebenaran, pengetahuan baru atau pemahaman baru.

C. SEJARAH PERKEMBANGAN METODOLOGI PENELITIAN KOMUNIKASI DI PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM (KPI) DI IAIN SURAKARTA

Berdasarkan pengamatan dan penelitian terdapat perubahan-perubahan nama dan berpengaruh pada materi-materi yang disampaikan oleh dosen pengampu mata kuliah ini. Perubahan-perubahan nama mata kuliah disebabkan karena 2 faktor yaitu secara intern maupun ekstern.

Secara intern maksudnya dari dalam prodi KPI itu sendiri dimana para dosennya banyak yang melanjutkan studinya ke jenjang yang lebih tinggi sehingga ketika selesai dari menyelesaikan studinya dapat memberikan pencerahan ilmu dan *transfer of knowledge* kepada para mahasiswa di kampus.

Secara ekstern maksudnya dari luar prodi KPI itu yang menuntut adanya perubahan kurikulum setiap 4-5 tahun supaya mata kuliah yang diajarkan dosen kepada mahasiswa itu selalu actual (*up to date*).

Berdasarkan pengamatan dari saya sebagai dosen pengampu mata kuliah Metodologi Penelitian sejak tahun 2002 bahwa ada 4 periode perubahan-perubahan nama mata kuliah Metodologi Penelitian :

Periode pertama yaitu rentang tahun 2002/2003 terdapat nama mata kuliahnya adalah Metodologi Penelitian. Saat itu masih STAIN Surakarta sebelum alih status menjadi IAIN Surakarta pada tahun 2011. Materi-materi yang disampaikan dosen kepada mahasiswa yaitu fenomena-fenomena atau persoalan-persoalan sosial di masyarakat. Di sini belum ada pemisahan antara pendekatan kualitatif maupun kuantitatif.

Periode kedua yaitu rentang tahun 2004/2005 terdapat nama mata kuliah berganti menjadi Metodologi Penelitian Dakwah (MPD). Di sini materi-materi yang disampaikan dosen kepada mahasiswa yaitu fenomena-fenomena atau persoalan-persoalan sosial keagamaan yang terjadi di masyarakat. Di sini juga belum ada pemisahan antara pendekatan-pendekatan kualitatif maupun kuantitatif.

Periode ketiga yaitu rentang tahun 2005/2006 terdapat nama mata kuliah MPD ini berganti namanya menjadi Metodologi Penelitian Dakwah Kuantitatif dan Kualitatif (MPDK) yang ditawarkan selama 2 semester. Di sini materi-materi yang disampaikan dosen kepada mahasiswa yaitu fenomena-fenomena atau persoalan-persoalan sosial keagamaan yang terjadi di masyarakat, namun sudah ada pemisahan antara pendekatan-pendekatan Kualitatif maupun Kuantitatif.

Selama ini, proses belajar mengajar mata kuliah ini dilakukan penggabungan antara 2 prodi yang ada di Jurusan

Dakwah dan Komunikasi yaitu prodi KPI dan BKI karena jumlah mahasiswanya masih sedikit saat itu.

Namun karena jumlah mahasiswanya bertambah banyak, pada tahun 2009/2010 proses belajar mengajarnya dipisahkan antara prodi KPI dan BKI. Selain itu karena topik-topik atau persoalan-persoalan yang dikaji oleh masing-masing prodi itu berbeda.

Kebanyakan mahasiswa menyusun tugas untuk perkuliahan MPDK itu untuk penulisan skripsi. Ibaratnya “sambil menyelam minum air”. Maksudnya sambil menyelesaikan tugas dari makul MPDK tapi sekalian dapat mengajukan proposal skripsi.

Periode keempat yaitu rentang tahun 2009/2010 dimana mata kuliah ini berganti menjadi Metodologi Penelitian Komunikasi (MPK) baik yang Kualitatif maupun Kuantitatif.

D. RUANG LINGKUP METODOLOGI PENELITIAN KOMUNIKASI KUALITATIF

1. **Analisa Wacana (*Discourse Analysis*) atau *Critical Discourse Analysis* (CDA) menurut beberapa tokoh antara lain yaitu :**

- a. Model yang dipakai oleh **Teun A van Dijk** sering disebut sebagai “kognisi sosial”. Menurut van Dijk (Eriyanto, 2001: 221) bahwa Penelitian atas wacana tidak cukup hanya berdasarkan pada analisis atas teks semata, karena teks hanya hasil dari suatu praktik produksi yang harus juga diamati. Di sini harus dilihat juga bagaimana suatu teks diproduksi, sehingga dapat diperoleh suatu pengetahuan tentang teks tersebut.

Kognisi sosial itu mempunyai 2 arti. Di satu sisi menunjukkan bagaimana proses teks tersebut diproduksi oleh wartawan/media, di sisi lain menggambarkan

bagaimana nilai-nilai masyarakat yang patriarkhal itu menyebar dan diserap oleh kognisi wartawan, dan akhirnya digunakannya untuk membuat teks berita.

- b. **Sara Mills** yang menitikberatkan perhatiannya terutama pada wacana mengenai feminisme, bagaimana wanita ditampilkan dalam teks, baik dalam novel, gambar, foto ataupun dalam berita. Oleh karena itu apa yang dilakukan oleh Sara Mills sering disebut sebagai perspektif feminis. Fokus dari perspektif wacana feminis adalah menunjukkan bagaimana teks bias dalam menampilkan wanita. Wanita cenderung ditampilkan dalam teks sebagai pihak yang salah, marjinal dibandingkan dengan pihak laki-laki. Ketidakadilan dan penggambaran yang buruk mengenai wanita inilah yang menjadi sasaran utamanya.

Menurut Eriyanto (2001: 200) bahwa banyak berita mengenai **perkosaan** dan pelecehan adalah sedikit dari berita-berita yang menampilkan wanita sebagai objek pemberitaan. Fokus dari analisis wacana adalah menunjukkan bagaimana wanita digambarkan dan dimarjinalkan dalam teks berita, bagaimana bentuk dan pola pemarjinalan itu dilakukan. Hal ini tentu saja melibatkan strategi wacana tertentu sehingga ketika ditampilkan dalam teks, wanita tergambar secara buruk.

- c. **Nourman Fairclough** didasarkan pada pertanyaan besar bagaimana menghubungkan teks yang mikro dengan konteks masyarakat yang makro. Menurut Eriyanto (2001:285) bahwa titik perhatian besar dari Fairclough adalah melihat bahasa sebagai praktik kekuasaan. Guna melihat bagaimana pemakai bahasa membawa nilai ideologis tertentu dibutuhkan analisis yang menyeluruh. Oleh karena itu, analisis harus dipusatkan

pada bagaimana bahasa itu terbentuk dan dibentuk dari relasi sosial dan konteks sosial tertentu. Fairclough berusaha membangun suatu model analisis wacana yang mempunyai kontribusi dalam analisis sosial dan budaya.

Fairclough membagi analisis wacana dalam tiga dimensi yaitu teks, discourse practice dan sociocultural practice. Teks di sini dianalisis secara linguistik dengan melihat kosakata, semantik dan tata kalimat. Di samping itu juga dimasukkan koherensi dan kohesivitas, bagaimana antarkata atau kalimat tersebut digabung sehingga membentuk pengertian. Discourse practice merupakan dimensi yang berhubungan dengan proses produksi dan konsumsi teks. Sebuah teks berita pada dasarnya dihasilkan lewat proses produksi teks yang berbeda seperti bagaimana pola kerja dan rutinitas dalam menghasilkan berita. Proses konsumsi teks bisa jadi berbeda dalam konteks sosial yang berbeda pula. Misalnya ketika seseorang mengkonsumsi teks puisi atau peraturan perundang-undangan. Sociocultural practice adalah dimensi yang berhubungan dengan konteks di luar teks. Konteks di sini memasukkan banyak hal seperti konteks situasi dari praktik institusi media, ekonomi media, budaya media yang berpengaruh terhadap berita yang dihasilkan. (Eriyanto, 2001 :286-288).

3 Dimensi Norman Fairclough

Dalam analisa tekstual menurut Norman Fairclough ada 3 yaitu Representasi, Relasi dan Identitas

Unsur	Yang dilihat
Representasi	Bagaimana peristiwa, orang, kelompok, situasi, keadaan atau apapun ditampilkan dalam teks
Relasi	Bagaimana hubungan antara wartawan, khalayak dan partisipan berita ditampilkan dan digambarkan dalam teks

Identitas

Bagaimana identitas wartawan khalayak dan partisipan berita ditampilkan dan digambarkan dalam teks.

Analisa pada level praktik wacana dengan melakukan penelusuran terhadap produksi dan konsumsi teks suatu berita. Data analisa praktik wacana itu diperoleh melalui wawancara kepada tim redaksi surat kabar (khususnya Redaktur dan Sekretaris Redaksi) sebagai pihak yang terlibat langsung dalam proses produksi teks. Begitu juga wawancara dilakukan kepada pembaca surat kabar sebagai penafsir teks dan pihak yang mengkonsumsi teks.

Analisa praktik sosiokultural dilakukan dengan cara menelusuri aspek situasional yang melihat bagaimana kasus “suatu topik” dibentuk dengan memperlihatkan situasi tertentu, bagaimana pengaruh institusi organisasi media dalam produk wacana.

Institusi organisasi media itu bisa berasal dari internal dan eksternal surat kabar (modal atau kepemilikan dan institusi politik tertentu serta aspek sosial yang berkembang di masyarakat) yang mempengaruhi berita tersebut. Analisa sosiokultural ini ditunjang dengan hasil kajian pustaka melalui referensi, jurnal, hasil riset dan lain-lain.

2. Analisa Semiotik (*Semiotic Analysis*) menurut beberapa tokoh antara lain :

Ferdinand de Saussure (*Signifier* dan *Signified*)

Saussure melakukan pemilahan antara *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda). *Signifier* adalah bunyi yang bermakna / coretan yang bermakna, yakni apa yang dikatakan dan apa yang ditulis atau dibaca. Contoh : Kursi, Meja, Lemari. *Signified* adalah gambaran mental konsep /pikiran seseorang dari bahasa.

Hubungan yang terjadi antara *signifier* dan *signified* bersifat *arbitrer* yaitu kode-kode yang membantu menafsirkan makna dalam dunia nyata. Menurut Saussure, menyebut *Signifier* sebagai bunyi atau kata yang bermakna. *Signified* adalah gambaran atau konsep sesuatu dari *Signifier*. *Signification* adalah upaya dalam memberikan makna terhadap dunia.

Charles Sanders Peirce (*Triangle Meaning : Sign, Object dan Interpretant*)

Teori dari Peirce menjadi *grand theory* dalam ilmu semiotik. karena gagasannya bersifat menyeluruh, deskripsi struktural dari semua sistem penandaan.

Teori Peirce dikenal dengan teori segitiga makna (*Triangle meaning*). Teori Peirce ini terdiri atas *sign* (tanda), *object* (objek) dan *interpretant* (interpretant).

Menurut Peirce, salah satu tanda adalah kata. Sedangkan objek adalah sesuatu yang dirujuk tanda. Sementara interpretant adalah tanda yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda. Apabila ketiga elemen makna itu berinteraksi dalam benak seseorang maka muncullah makna tentang sesuatu yang diwakili oleh tanda tersebut.

Analisis menurut Roland Barthes (Makna Denotatif, Konotatif dan Mitos)

Fokus perhatian Barthes lebih tertuju kepada gagasan tentang signifikasi dua tahap (*Two order of signification*).

Signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara *signifier* dan *signified* dalam sebuah tanda. Barthes menyebutnya sebagai Denotasi (makna yang paling nyata dari tanda atau sesuai kamus/ensiklopedi). Konotasi adalah istilah yg digunakan Barthes untuk menunjukkan signifikasi tahap kedua. Konotasi artinya makna kiasan. Contohnya adalah kata “penyuapan” dengan “memberi uang pelicin”. Mitos adalah bagaimana kebudayaan

menjelaskan realitas Contohnya adalah mitos primitif misalnya mengenai hidup dan mati; manusia dan dewa. Mitos masa kini misalnya mengenai feminitas, maskulinitas, transgender, LGBT

Analisa Framing (*Framing Analysis*) menurut beberapa tokoh antara lain yaitu :

Analisis Framing menurut Gamson dan Modigliani (*package of text*)

Frame adalah cara bercerita atau gugusan ide-ide yg terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Menurut mereka, cara pandang sebagai kemasan (*package*) yang mengandung konstruksi makna atas berita yang akan diberikan. Model ini mendefinisikan frame sebagai organisasi gagasan sentral atau alur cerita yang mengarahkan makna peristiwa-peristiwa yg dihubungkan dengan suatu isu.

Frame mrpk inti sebuah unit besar wacana publik yang disebut dengan *package*. Framing Analysis yaitu memahami wacana media sebagai satu gugusan perspektif interpretasi (*interpretative package*) saat mengkonstruksi dan memberi makna suatu isu.

1. *Core frames* (gagasan sentral) pada dasarnya berisi elemen-elemen inti untuk memberikan pengertian yang relevan terhadap peristiwa dan mengarahkan makna isu yang dibangun *condensing*.
2. *Condensing Symbol* adalah hasil pencermatan terhadap interaksi perangkat simbolik sebagai dasar digunakannya perspektif. Simbol dalam wacana terlihat transparan bila dalam dirinya menyusup perangkat bermakna yang mampu berperan sebagai panduan menggantikan sesuatu yang lain. Misalnya Mobil merk Grand Livina sebagai lambang prestige para eksekutif.

3. Struktur *framing devices* yang mencakup *metaphors*, *exemplars*, *catchphrases*, *depictions* dan *visual images* menekankan aspek bagaimana “ melihat “ suatu isu, yakni *roots* (analisis kausal) dan *appeals to principle* (klaim moral)
4. *Metaphors* dipahami sebagai analogi atau kiasan dengan menggunakan kata-kata seperti, bak, ibarat, sebagai, umpama, laksana.
5. *Exemplars* mengemas fakta tertentu secara mendalam agar satu sisi memiliki bobot makna lebih untuk dijadikan rujukan/ pelajaran.
6. *Cathphrases* istilah bentukan kata, frase khas cerminan fakta yg merujuk pemikiran atau semangat tertentu. Dalam teks berita, *cathphrases* terwujud dalam bentuk jargon, slogan, semboyan
7. *Depictions* merupakan penggambaran fakta dg memakai kata, istilah, kalimat konotatif agar khalayak terarah ke citra tertentu. Misalnya berbentuk Stigmatisasi, Eufemisme, akronimusasi.
8. *Visual images* yaitu pemakaian foto, diagram, grafis, tabel, kartun dan sejenisnya untuk mengekspresikan kesan, misalnya perhatian atau penolakan, dibesarkan-dikecilkan, ditebalkan, dimiringkan serta pemakaian warna.
9. *Roots* (analisis kausal) yaitu membenaran isu dengan menghubungkan suatu objek atau lebih yg dianggap menjadi sebab timbulnya atau terjadinya hal yang lain.
10. *Appeals to principle* yaitu pemikiran, prinsip,klaim moral sebagai argumentasi pembenar membangun berita, berupa pepatah, cerita rakyat, mitos,doktrin, ajaran dan lain-lain.

Analisis Framing menurut Robert Entman (Seleksi isu dan penonjolan berita)

Robert Entman melihat framing dalam dua dimensi besar yaitu seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek realitas. Kedua faktor ini dapat lebih mempertajam framing berita melalui proses seleksi isu yang layak ditampilkan dan penekanan isi beritanya. Perspektif wartawanlah yang akan menentukan fakta yang akan dipilihnya, ditonjolkannya dan dibuangnya. Penonjolan merupakan proses membuat informasi menjadi lebih bermakna. (misalnya menempatkan di headline, halaman depan, atau bagian belakang), pengulangan, pemakaian grafis untuk mendukung dan memperkuat penonjolan berita).

Entman menawarkan sebuah cara untuk mengungkap *The Power of a communication text*. *Framing analysis* dapat menjelaskan dengan cara yang tepat atas kesadaran manusia dari pidato, ucapan/ungkapan, *news report*, atau novel.

Menurut Robert Entman Framing dalam berita dilakukan dengan 4 cara yakni pertama, pada identifikasi masalah (*problem identification*) yakni suatu peristiwa dilihat sebagai apa dan dengan nilai positif atau negatif apa?

Kedua, pada identifikasi penyebab masalah (*causal interpretation*) yaitu siapa yang dianggap sebagai penyebab masalah. Ketiga, pada evaluasi moral (*moral evaluation*) yaitu penilaian atas penyebab masalah. Keempat, saran penanganan masalah (*treatment recommendation*) yaitu menawarkan suatu cara penanganan masalah dan kadang kala memprediksikan hasilnya. Lebih jelasnya keempat cara tersebut dapat dilihat pada skema di bawah ini.

Ada 3 bagian berita yang bisa menjadi objek framing seorang wartawan adalah :

Pertama, Judul berita diframing dengan menggunakan teknik *empati* yaitu menciptakan pribadi khayal dalam diri khalayak. *Kedua*, Fokus berita diframing dengan menggunakan teknik

asosiasi yaitu menggabungkan kebijakan aktual dengan fokus berita. *Ketiga*, Penutup berita diframing dengan menggunakan teknik *packing* yaitu menjadikan khalayak tidak berdaya untuk menolak ajakan yang dikandung berita. Apapun inti ajakan khalayak akan menerima sepenuhnya.

Analisis Framing menurut Pan dan Kosicki (4 Dimensi Struktural Teks : Sintaksis, Skrip, Tematik, Retoris)

Framing Analysis : An Approach to News Discourse menurut Pan dan Kosicki bahwa ada 4 dimensi struktural teks berita sebagai perangkat framing yaitu sintaksis, skrip, tematik dan retorik. Struktur sintaksis bisa dilihat pada bagian berita. Sintaksis berhubungan dengan bagaimana wartawan menyusun peristiwa, pernyataan, opini, kutipan, pengamatan atas peristiwa ke dalam bentuk susunan kisah berita. Jadi struktur sintaksis ini bisa diamati dari bagian berita (headline yang dipilih, lead yang dipakai, latar informasi yang dijadikan sandaran, sumber yang dikutip dan sebagainya). Struktur Skrip melihat bagaimana strategi bercerita atau bertutur yg dipakai wartawan dalam mengemas peristiwa. Struktur Tematik berhubungan dengan cara wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa ke dalam proposisi, kalimat atau hubungan antarkalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. Struktur Retoris berhubungan dengan cara wartawan menekankan arti tertentu. Struktur retorik melihat pemakaian pilihan kata, idiom, grafik, gambar yang dipakai guna memberi penekanan pada arti tertentu.

Ruang Lingkup Metodologi Penelitian Komunikasi Kuantitatif

Ruang lingkup dalam metodologi penelitian komunikasi kuantitatif ada 5 yaitu model analisa isi (content analysis), model agenda setting, model uses and gratifications, model jaringan komunikasi dan model eksperimen.

Model Analisa Isi (*Content Analysis*) maksudnya adalah model penelitian yang ingin mengkaji suatu pesan atau keterangan dalam media komunikasi (buku, novel, majalah, surat kabar, buletin dan sebagainya)

Model Penelitian tentang Harapan dan Kepuasan (*Uses and Gratifications*)

Model *uses and gratifications* adalah suatu model penelitian yang ingin melihat harapan khalayak media terhadap penggunaan media dan kepuasan setelah menggunakan media.

Model Agenda Setting (*Agenda Setting*)

Maksudnya adalah suatu model penelitian yang ingin melihat apa yang dianggap penting oleh media berarti penting menurut khalayak media. Sebaliknya apa yang dianggap penting oleh khalayak media berarti dianggap penting pula menurut media.

Ekologi Media (*Nishce*)

Maksudnya adalah suatu model penelitian dengan cara melihat kompetisi atau persaingan media. Misalnya peneliti ingin melihat tingkat persaingan radio-radio swasta di kota Kudus dalam upaya menjangkau pendengarnya (Firdastin, 2010)

Model Analisis Jaringan Komunikasi (*Communication Networking*)

Model komunikasi adalah penggambaran “*how to whom*” (siapa berbicara kepada siapa) dalam suatu sistem sosial. Jaringan komunikasi menggambarkan komunikasi interpersonal, dimana terdapat pemuka-pemuka opini dan pengikut yang saling memiliki hubungan komunikasi pada suatu topik tertentu yang terjadi dalam suatu sistem sosial tertentu seperti sebuah desa, organisasi, perusahaan (Gonzales, 1993)

Menurut Rogers (1983) adalah suatu jaringan yang terdiri dari individu-individu yang saling berhubungan, yang dihubungkan oleh arus komunikasi yang terpola.

Knoke dan Kuklinski (1982) melihat jaringan komunikasi sebagai suatu jenis hubungan yang secara khusus merangkai individu-individu, obyek-obyek dan peristiwa-peristiwa.

Farace (Berberg dan Chaffee, 1987) melihat jaringan komunikasi sebagai suatu pola yang teratur dari kontak antara person yang dapat diidentifikasi sebagai pertukaran informasi yang dialami seseorang di dalam sistem sosialnya.

Rogers dan Kincaid (1981) menjelaskan bahwa analisis jaringan komunikasi merupakan metode penelitian untuk mengidentifikasikan struktur komunikasi dalam suatu sistem, di mana data hubungan mengenai arus komunikasi dianalisa menggunakan beberapa tipe hubungan-hubungan interpersonal sebagai unit analisa.

Tujuan penelitian komunikasi menggunakan analisis jaringan komunikasi adalah memahami gambaran umum mengenai interaksi manusia dalam suatu sistem.

Pengertian Jaringan Komunikasi ialah rangkaian hubungan diantara individu sebagai akibat terjadinya pertukaran informasi, sehingga membentuk pola-pola atau model-model jaringan komunikasi tertentu.

Maksudnya adalah suatu model penelitian yang ingin melihat bagaimana individu-individu yang saling berhubungan dihubungkan dengan arus komunikasi yang terpola (*interlocking networking* atau *radial networking*)

Radial networking maksudnya bahwa individu yang berinteraksi dengan sekelompok individu lainnya yang bersifat menyebar. Individu-individunya lebih bersifat heterogenous (variasi).

Model *interlocking networking* adalah seseorang dimana individu berinteraksi dengan sekelompok individu lain dengan pola *dyadic* yang saling mengunci. Individu-individu yang

mempunyai jaringan personal semacam ini biasanya bersifat homophilous (homofilus). Di sini menggambarkan kelompok yang kental, cenderung primordial atas dasar ikatan etnis-religius, kekeluargaan dalam arti ikatan primer, kekerabatan, ikatan lokalitas, keagamaan dan lain-lain

Istilah-istilah dalam kajian jaringan komunikasi yaitu :

1. *Nodes* yaitu salah satu unit analisis yang memfokuskan diri pada peran atau posisi dan fungsi komunikasi.
2. *Links* yaitu salah satu unit analisis yang memfokuskan pada ikatan antara *nodes* dan karakteristiknya
3. Kelompok (*Klik*) adalah salah satu analisis yang memfokuskan pada bagian jenis dalam jaringan komunikasi
4. Jaringan-jaringan (*networks*) : salah satu unit analisis yg memfokuskan pada keseluruhan sistem dan mempelajari hubungan antara karakteristik sistem dan mengukur arus komunikasi-komunikasi.

Jenis-Jenis tingkatan analisis atau dimensi analisis yaitu :

1. Analisis Tingkatan Individu
2. Analisis Tingkatan Hubungan
3. Analisis Tingkatan Kelompok
4. Analisis Tingkatan Jaringan
5. Analisis Tingkatan Jaringan dan Komunikasi

Analisis Tingkat Hubungan dalam jaringan komunikasi (*networking communication*) adalah :

Pertama dalam penjelasan pengukuran ini adalah tingkat homofili. Tingkat Homofili artinya derajat dimana hubungan yang menyambungkan individu mirip hubungan yang sebenarnya (karakteristik sosiodemograf, kepercayaan-kepercayaan dan lain-lain)

Kedua, Hubungan *heterofilos* yang menjembatani manusia dari kelompok dan latar belakang yang berbeda disebut *Strenght of Weak Ties (SWT)*. *SWT* adalah suatu jenis pengukuran yang lain dalam tingkat hubungan yang biasanya didefinisikan oleh kombinasi jumlah waktu, emosional, keintiman dan lain-lain.

Ketiga, Pengukuran yang berbeda dihubungkan dengan relasi dalam jaringan multiplexity (hubungan antar individu yang menyajikan multi minat) misalnya teman kerja, masyarakat dan lain-lain.

Keempat, *Proximity* adalah tingkat 2 individu dalam sebuah jaringan yang mempunyai ikatan jaringan perseorangan yang saling melengkapi

Kelima, *Dyadic* adalah komunikasi yang menghubungkan secara berbanding terbalik (hubungan negatif) dalam potensi pertukaran informasi.

Dalam Analisis Tingkat Kelompok kita perlu mengidentifikasi kelompok dalam jaringan. Pengidentifikasi kelompok ini didasari dari penggambaran keseluruhan jaringan dan menganalisis peta (sosiometrik).

Dalam analisis tingkat jaringan jumlah jaringan dapat disajikan sebagai sebuah unit analisis. Sebagian besar pembelajaran keseluruhan jaringan tergantung dari penggunaan bantuan komputer untuk memperhitungkan angka-angka keterhubungan.

Ada 5 unit analisis untuk melaksanakan metode analisis jaringan yaitu :

Menurut Rogers (1983) ada 5 Unit Analisis utk melaksanakan metode analisis jaringan yaitu :

1. *Individuals*
2. *Personal Network*
3. *Dyadics*

4. *Cliques (Klik-klik)*

5. *Systems (Network)*

Dalam Metode Analisis Individual, peneliti dapat mengidentifikasi peranan-peranan individu dalam jaringan komunikasi seperti sebagai Opinion Leader, Liaison, Bridge, Isolated.

Pada tingkat Dyadic, dapat diamati bagaimana saling hubungan 2 individu dalam jaringan (*system*).

Personal Communication Network yaitu menganalisis hubungan-hubungan yang bersifat personal. Maksudnya adalah saling hubungan antar individu yang dihubungkan oleh arus komunikasi individu yang terpola.

Model Eksperimen Komunikasi (*Communication Experiment*).

Di sini ingin mengetahui efek khalayak yang ditimbulkan dari penggunaan media *Pre-Test, Treatment dan Post-Test*.



BAB II

METODOLOGI PENELITIAN KOMUNIKASI KUALITATIF

PENGANTAR

Metodologi penelitian komunikasi kualitatif maksudnya adalah metode yang dilakukan dalam penelitian-penelitian ilmu komunikasi secara pendekatan kualitatif. Biasanya disebut dengan analisa teks media (ATM). Analisa teks media merupakan analisa (pembahasan) isi media (*media content*) khususnya yang memakai pendekatan kualitatif. Analisa teks media itu meliputi : Analisa Wacana (*discourse analysis*), Analisis Semiotik (*semiotic analysis*) dan Analisis Framing (*framing analysis*). Melalui ketiga analisis tersebut dapat diketahui isi media itu dapat dipengaruhi oleh berbagai komponen yang terdapat dalam institusi media itu sendiri (Kompas, Media Indonesia, Republika, Suara Pembaharuan dan lain-lain)

Ada 2 paradigma dalam analisa *media content* yaitu paradigma 1 (paradigma tradisional) pendekatan analisis isi (*content analysis*) yang mungkin masih banyak dipakai dalam studi media di berbagai bidang kajian/program studi/jurusan/fakultas ilmu komunikasi di Indonesia. Padahal apa yang disebut analisis tradisional itu tidak cukup atau memiliki keterbatasan dalam menganalisis makna pesan media.

Menurut Woolacott bahwa analisis isi ini dioperasikan oleh seperangkat kategori-kategori konseptual yang berkaitan dengan isi media dan secara kuantitatif menghitung ada atau tidaknya kategori-kategori tersebut dengan tingkat-tingkat kesulitan yang berbeda-beda.

Analisis isi memiliki keterbatasan untuk menganalisis pesan apalagi sampai ke tingkat yang ideologis. Padahal pesan di media apapun bentuknya selalu terbangun atas struktur bahasa yang terdiri atas lambang-lambang (signs)

Sedangkan lambang selalu menghadirkan ideologi di dalamnya serta :praxis politis maupun bidang teoritis ilmiah lainnya.

Mengapa analisis isi termasuk pendekatan tradisional? Pemberian label 'tradisional' itu disebabkan karena inilah metode analisis yang paling awal, paling sentral dan paling dipraktikkan secara luas.

Penggunaannya dapat dilacak ke awal dasawarsa abad ini dan definisi yang paling sering dikutip diajukan oleh Berelson (McQuail, 1991:179) sebagai “teknik penelitian untuk uraian yang objektif, sistematis dan kuantitatif dari pengejawantahan isi komunikasi”

Tahapan pengumpulan data :

1. Memilih contoh (sample) atau keseluruhan isi media.
2. Menetapkan kerangka kategori acuan eksternal yang relevan dengan tujuan pengkajian (misalnya sekelompok partai politik atau dakwah).
3. Memilih satuan analisis isi (bisa berupa kata, kalimat, alinea, gambar, kisah dan lain-lain)
4. Menyesuaikan isi dengan kerangka kategori, per satuan unit yang terpilih.
5. Mengungkapkan hasil sebagai distribusi menyeluruh dari

semua satuan percontohan.

Paradigma yang kedua yaitu paradigma yang kontemporer dalam *media content* yaitu Analisa Wacana, Semiotik dan Framing yang tergolong baru dalam khasanah penelitian di Indonesia. Posisi ketiganya berada bersama-sama dalam membahas isi media (*media content*) khususnya yang memakai pendekatan kualitatif.

Secara teoritis, pendekatan analisis wacana kontemporer terhadap representasi media, lebih canggih daripada pendekatan isi. Sebab tidak hanya kata-kata atau aspek-aspek lainnya yang dapat dikodekan dan dihitung tetapi struktur wacana yang kompleks pun dapat dianalisis. Kelebihan semiotik adalah kemampuan menelisik lekuk liku teks secara lebih detail dan merasakan getaran-getaran halus dari sinyal-sinyal yang tersembunyi. Jika analisis isi konvensional difokuskan pada muatan isi teks komunikasi yang bersifat manifest (nampak/ tekstual), sedangkan analisis framing lebih difokuskan pada komentar-komentar interpretatif di sekitar isi manifest itu. Dengan kata lain analisis framing lebih menganalisis muatan-muatan tekstual yang bersifat laten (kontekstual/tersembunyi). Analisis Framing merupakan perkembangan terbaru yang lahir dari elaborasi terus-menerus terhadap pendekatan analisis wacana, khususnya untuk menghasilkan suatu metode yang *up to date* untuk memahami pelbagai fenomena media yang mutakhir. Analisis Framing merupakan suatu tradisi dalam ranah studi komunikasi yang menonjolkan pendekatan multidisipliner dalam menganalisis pesan-pesan tertulis maupun lisan.

Ruang Lingkup dalam Metodologi Penelitian Komunikasi Kualitatif

Analisis Wacana (*Discourse Analysis*)

Analisis Wacana merupakan kajian yang meneliti dan menganalisis bahasa yang digunakan secara alamiah baik lisan maupun tulisan. Analisis wacana menekankan kajiannya pada penggunaan bahasa dalam konteks social. Bahasa yang dalam hal ini bisa berwujud teks, talk (percakapan), atau image (visual) dikatakan sebagai sebuah praktik social karena bahasa dibentuk dan disepakati secara social dan berada dalam sebuah ruang sosial.

Analisis Wacana dapat dilihat dalam tiga sudut pandang (positivis empiris, konstruktivisme, pandangan kritis)

Ada 3 sudut pandang terkait dengan penggunaan bahasa (Eriyanto, 2000:4). *Pertama*, menurut pandangan kaum positivis empiris, bahasa dilihat sebagai perantara antara manusia dengan objek di luar dirinya. Pengalaman manusia diekspresikan dengan bahasa melalui pernyataan-pernyataan yang logis, sintaksis dan memiliki hubungan dengan pengalaman empiris. Logis sebagai pemikiran mendasar dalam pandangan ini membuat orang berpikir hanya pada struktur, gramatika, dan hal-hal yang denotatif. Makna subjektif dan nilai-nilai yang mendasari penggunaan bahasa tidak diperhatikan. Dengan kata lain wacana hanya diukur dengan pertimbangan kebenaran/ketidakbenaran dalam tataran sintaksis dan semantik.

Kedua, pandangan konstruktivisme yang banyak dipengaruhi aliran fenomenologi. Dalam pandangan ini, bahasa tidak sekedar alat untuk memahami realitas objektif dan terpisah dari subjek penyampainya. Konstruktivisme justru menganggap subjek sebagai faktor sentral dalam kegiatan wacana serta hubungan-hubungan sosialnya. Bahwa setiap pernyataan pada dasarnya

adalah penciptaan makna yakni tindakan pembentukan diri serta pengungkapan jati diri sang pembicara. Maka Analisis wacana dimaksudkan sebagai suatu analisis untuk membongkar maksud-maksud dan makna-makna tertentu. Wacana adalah upaya membongkar maksud tersembunyi dari subjek terkait dengan pernyataannya. Wacana digunakan untuk melihat maksud yang tersirat dari bahasa. Caranya dengan menempatkan diri pada posisi pembicara dan menafsirkan struktur makna pembicara.

Ketiga, Pandangan kritis. Pandangan kritis melihat komunikasi sebagai sebuah proses produksi dan reproduksi makna. Bahasa merupakan sebuah praktik sosial yang dalam penggunaannya terjadi suatu proses produksi dan reproduksi makna. Karena itu faktor historis dan institusional tidak bisa diabaikan. Bahasa tidak bisa dilihat hanya dari kebenaran/ketidakbenarannya secara sintaksis dan semantik atau hanya pada penafsiran belaka. Bahwa dalam pengertian bahasa sebagai praktik sosial tentu ada sebuah ideologi dan kekuasaan. Subjek pengguna tidak bisa dipandang netral, maka bahasa bukan sesuatu yang netral. Bahasa harus dilihat sebagai sebuah pertarungan ideologi yang akan merepresentasikan subjek.

Pandangan ketiga inilah yang dikatakan sebagai Analisis Wacana Kritis atau CDA (*Critical Discourse Analysis*). Maka CDA berusaha membongkar kuasa atau ideologi subjek melalui penafsiran yang mempertimbangkan konteks dan historis dalam sebuah produksi dan reproduksi makna. CDA merupakan sebuah penelitian yang mendasarkan diri pada wacana dalam hubungannya dengan kekuasaan yang disalahgunakan, ketidakadilan, dan dominasi yang terdapat dalam teks, tuturan, atau gambar dalam konteks sosial politik.

Perbedaan analisis wacana dengan analisis wacana kritis terletak pada paradigma yang dikembangkan. Jika peneliti mengkaji bahasa berdasarkan paradigma pertama atau kedua

tanpa mempertimbangkan kemungkinan adanya relasi kuasa dalam teks, maka peneliti sekedar menggunakan analisis wacana. Tetapi apabila peneliti mengkaji teks berdasarkan paradigma ketiga dengan memperhatikan relasi, ideologi, ketimpangan, proses saling mengontrol dan berusaha membongkar relasi yang ada 'dibalik' teks, maka itulah yang dikatakan analisis wacana kritis.

Penerapan Analisis Wacana dan Analisis Wacana Kritis

Dalam penggunaannya ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh peneliti :

Penggunaan analisis wacana sangat tergantung pada tujuan penelitian. Hal ini berkaitan dengan tipe analisis wacana yang akan digunakan. Apakah peneliti ingin melihat pada naskah saja, atau sampai pada proses produksi dan reproduksi makna.

Gunakan teori wacana sesuai substansi yang dikaji. Jika peneliti menggunakan pandangan positivis atau konstruktivis maka teori-teori bahasa, teori makna terkait konstruksi social akan tepat digunakan. Sedangkan jika menggunakan pandangan kritis, maka teori-teori kritis harus mendukung penelitiannya.

Terkait dengan tipe wacana yang dipilih, banyak model analisis yang bisa digunakan oleh peneliti.

Perbedaan analisis wacana dengan analisis wacana kritis (CDA)

Ada sedikit perbedaan antara analisis wacana dengan analisis wacana kritis. Jika analisa wacana lebih memusatkan kajiannya pada aspek sintaksi dan semantic (aspek linguistik dan sosiolinguistik). Misal dalam wacana dialog, perlu diperhatikan relasi pelaku dialog berdasarkan :

Tindak tuturnya (*speech act*), bagaimana ekspresi pernyataan itu disampaikan.

Tindak tutur lokusi, Bagaimana hakikat pemakaian ungkapan digunakan.

Kesempatan berbicara (*turn talking*), bagaimana masing-masing actor/pelaku menggunakan kesempatan berbicara.

Sifat rangkaian tuturan, bagaimana rangkaian percakapan terjadi, apakah berantai, bergantung, atau melingkar.

Keberlangsungan percakapan, bagaimana cara pelaku bereaksi untuk keberlangsungan percakapan.

Topik percakapan, alih kode yang digunakan, dan kohesi serta koherensi percakapan.

Jika yang dianalisis wacana monolog, maka yang perlu dikaji adalah rangkaian antar kalimat, Analisis kaitan alinea, Analisis rangkaian dalam kalimat, Analisis rangkaian leksikon, Rujukan wacana, Rujukan ke luar wacana situasional (eksoforik), Aspek gramatikal, Referensi, Substitusi, Elipsis, Konjungsi, dan Aspek leksikal

Sedangkan dalam analisis wacana kritis atau *Critical Discourse Analysis* ada 3 tahap yaitu :

tataran *text description*

interpretasi hubungan antara teks dan interaksi

eksplanasi hubungan antara interaksi dengan konteks sosial

Tahap *pertama*, Teks (dalam hal *vocabulary* maupun *gramatikal*) mengandung :

nilai *experiential*, bahwa di dalam teks terkandung ideologi yang termanifestasi dalam kode-kode yang muncul (ideologi ini merupakan hasil pengalaman interpreter)

nilai relasional berdasarkan relasi sosial partisipan, dapat dilihat melalui pilihan kata yang digunakan

nilai ekspresif, yakni nilai ekspresi yang ditampilkan (juga bersifat ideologis).

Metaphora, bagaimana teks menampilkan kiasan-kiasan terhadap subjek. Dengan kata lain bahwa dalam teks dalam CDA senantiasa bersifat ideologis. Tahap *kedua* dari CDA adalah interpretasi. Interpretasi dalam sebuah teks dapat digambarkan sebagai berikut :

Peneliti saat memaknai teks atau membuat simpulan atas sebuah teks tidak hanya didasarkan pada teks belaka. Ada beberapa hal yang ikut serta mempengaruhi pemaknaan atas teks, yakni pikiran peneliti sebagai interpreter (*common sense*) dan harapan yang ada pada diri interpreter atas teks. Ini dikatakan sebagai bagian dari *Member resource*, (meminjam istilah komunikasi Willbur Schramm) ini termasuk *frame of reference*, *experience*, bahkan *interest* interpreter. Di samping itu masalah koherensi yakni kesinambungan antar bagian dalam teks dan antara teks dengan '*world*' (dunia pikiran) juga mempengaruhi.

Maka pikiran seseorang adalah sesuatu yang bersifat *ideological*. Dari analisis tersebut akan diketahui bahwa dalam teks terdapat ideologi dan kekuasaan. Dengan membongkar ideologi dan kekuasaan tersebut akan terlihat pola-pola ketimpangan, dominasi, atau hegemoni.

Tahap *ketiga* adalah Explanasi di mana peneliti harus menjelaskan bagaimana teks berhubungan dengan konteks dan proses produksi yang berada dalam kondisi sosial tertentu dengan tujuan menggambarkan discourse sebagai sebuah proses sosial, sebagai praktik sosial dan bagaimana *Member Resource* (MR; istilah Fairclough untuk menyebut aspek-aspek kognisi seseorang) membentuk atau mempengaruhinya.

Maka ada 3 hal yang diperhatikan dalam CDA, yaitu:

Content, yaitu isi pesan (*what is said*)

Relation, yaitu relasi sosial dalam *discourse*

Subject, yaitu bagaimana subjek atau actor-aktor diposisikan

Contoh Penelitian yang menggunakan CDA yaitu:

Perempuan dalam Berita Kasus Kekerasan terhadap Perempuan

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kondisi yang terjadi di masyarakat dalam melihat teks-teks berita kekerasan terhadap perempuan. Sebagian masyarakat lebih memandang bahwa kasus-kasus kekerasan terhadap perempuan, utamanya kekerasan seksual adalah disebabkan oleh perempuan sebagai objek yang tidak bisa menempatkan diri sehingga mengundang perilaku kekerasan seksual seperti pelecehan ataupun perkosaan. Media dalam hal ini berperan membentuk persepsi masyarakat terhadap keberadaan perempuan. Media lokal yang notabene merupakan cerminan budaya lokal seyogyanya mampu merepresentasikan sosok perempuan yang sesuai dengan kultur setempat secara positif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui realitas penggambaran perempuan (konstruksi perempuan) oleh media dalam kasus-kasus KTP yang dimuat oleh media lokal di Solo, serta ingin mengetahui ada tidaknya kontinuitas sejarah Jawa dalam memandang perempuan, jika dilihat dari teks-teks berita kasus-kasus KTP yang dimuat oleh media-media tersebut.

Secara metodologis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, yaitu dengan menganalisis teks secara kualitatif. Penelitian ini menggunakan teknik analisis wacana kritis. Model analisis yang digunakan adalah model Sara Mills yang mengutamakan pengkajian terhadap pemosisian media terhadap aktor-aktor dalam pemberitaan, dengan mengambil tingkatan analisis pada aspek teks dan sosiokulturalnya (mikro dan makro).

Contoh analisis wacana yaitu:

Siswi SMP diperkosa dan disekap 3 hari

Sragen (Pos) Remaja berusia 15 tahun yang juga seorang siswi SMP swasta di Sragen menjadi korban kekerasan seksual empat pemuda. Tak hanya itu, pelaku juga menyekap korban hingga tiga hari. Keterangan yang berhasil dihimpun Esposdi Mapolres Sragen, Senin (13/6) menyebutkan, kejadian berawal saat korban Kantil (nama samaran) pulang ujian sekolah. Saat itu korban dijemput oleh seorang tersangka yang dikenal sebagai Tn, di sekitar pasar Bunder Sragen. “Meski baru mengenal Tn secara sepintas, Kantil mau untuk diajak berboncengan,” papar salah satu famili Kantil, Eko Srihartati kepada wartawan.

Berdasarkan penuturan korban, lanjut Eko, korban diajak ke suatu tempat oleh Tn. Alasan Tn kala korban diajak mencari temannya. Namun karena tidak ada lantasi korban dan tersangka berboncengan hingga menuju alas karet di daerah Kedawung. Di sana ternyata telah menunggu tiga orang tersangka lain. Korban pun lantas dipaksa untuk menenggak minuman keras.

Pada saat tidak sadar itulah korban kemudian mulai dikerjai oleh para tersangka. Menurut Eko, keponakannya, menuturkan kalau di alas karet para tersangka sudah mulai melancarkan aksinya. Setelah itu kemudian korban berboncengan tiga dibawa oleh para tersangka ke arah waduk Jimbar. Di sinilah kemudian korban dibawa ke sebuah tempat dan disekap dan digilir oleh empat tersangka.

Kantil sendiri, menurut penuturan yang disampaikan Eko, merasakan pusing. Hal ini karena para tersangka selalu mencekoki korban dengan minuman keras. Saat tersadar, korban hanya bisa melihat ada laki-laki yang sudah tertidur di sampingnya. Hal tersebut terjadi selama tiga hari dan selama itu pula korban tidak pernah diberi makan kecuali es teh dan minuman keras.

Posisi Subjek – Objek

Dari sisi judul, penonjolan ditekankan pada posisi perempuan yang dijadikan objek perkosaan. Namun dari sisi penceritaan, meskipun pencerita di sini adalah famili Kantil (korban), pencerita tetap menempatkan Kantil sebagai objek penceritaan yang cenderung memarginalkan perempuan sebagai korbannya. Pertama, Penuturan peristiwa tersebut dikisahkan oleh famili Kantil bernama Eko SriHartati. Dalam penuturannya dikatakan bahwa Kantil mau diajak pergi oleh pemuda yang dikenalnya secara sepintas. Ini dituturkan dalam kalimat, “meski baru mengenal Tn secara sepintas, Kantil mau untuk diajak berboncengan”. Pernyataan ini seakan menumpahkan kesalahan pada Kantil, bahwa Kantil-lah yang salah karena mau-maunya diajak pergi oleh orang yang baru dikenalnya. Berita ini tidak menjelaskan alasan mengapa Kantil sampai mau diajak berboncengan. Atau dengan kata lain penuturan tersebut menempatkan perempuan sebagai objek penceritaan dan cenderung memarginalkan perempuan.

Kedua, Penggunaan kata atau istilah-istilah seperti ‘dikerjai’, ‘aksinya’, ‘digilir’ dalam penuturan famili korban merupakan istilah-istilah yang justru menempatkan pelaku pada posisi superior dan perempuan korban adalah inferior. Sehingga dalam berita ini perempuan tetap menjadi objek penceritaan.

Maka beberapa hal yang nampak dari berita kasus ini, bahwa aktor-aktor di dalamnya tidak dihadirkan secara langsung, tetapi diwakili oleh kelompok lain, yakni Eko, yang sebenarnya tidak jelas pula posisinya, apakah dia saksi atau bukan. Dan melihat pada penggunaan kata-kata sebagaimana di atas, maka peristiwa perkosaan ini dilihat dari kacamata pelaku, yakni laki-laki sebagai subjek pencerita.

Posisi Penulis-Pembaca

Pada penuturan kasus ini jelas nampak bahwa penulis memposisikan pembaca sebagai laki-laki. Kalimat, *...meskipun baru mengenal secara sepintas Kantil mau diajak berboncengan...*, mengarahkan pembaca pada posisi laki-laki. Pernyataan ini bisa dijadikan alasan bahwa bukan laki-laki yang harus disalahkan, tetapi perempuannya. Atau dengan bahasa sehari-hari Kantil bisa dikonotasikan perempuan gampang, sehingga dengan mudah diperdaya oleh laki-laki. Mengapa Eko mengatakan demikian? Dan Mengapa alasan Kantil mau diajak pergi tidak dipaparkan? Atau mengapa penulis tidak mencari saksi lain?

Demikian pula penggunaan istilah-istilah sebagaimana ditulis di atas yakni 'korban...dikerjai, digilir, dan sebagainya mengarahkan pembaca pada posisi laki-laki. Dengan kata lain penulis dalam peristiwa ini pun menempatkan pembaca pada posisi laki-laki (pelaku).

f. Pendapat 3 tokoh tentang analisis wacana dan Analisis wacana kritis (CDA).

1). Analisis Wacana Kritis menurut Teun A Van Dijk (Kognisi Sosial)

Model yang dipakai oleh van Dijk sering disebut sebagai "kognisi sosial". Menurut van Dijk (Eriyanto, 2001: 221) bahwa Penelitian atas wacana tidak cukup hanya berdasarkan pada analisis atas teks semata, karena teks hanya hasil dari suatu praktik produksi yang harus juga diamati. Di sini harus dilihat juga bagaimana suatu teks diproduksi, sehingga dapat diperoleh suatu pengetahuan tentang teks tersebut.

Misalnya ada suatu teks berita yang memarjinalkan wanita, maka dibutuhkan suatu penelitian yang melihat bagaimana produksi teks itu bekerja, mengapa teks berita itu memarjinalkan wanita. Proses produksi itu melibatkan suatu proses yang disebut dengan kognisi sosial, yaitu suatu istilah yang diadopsi

ilmu psikologi sosial terutama untuk menjelaskan struktur dan proses terbentuknya suatu teks. Suatu teks yang cenderung memarjinalkan posisi wanita, misalnya lahir karena kognisi/ kesadaran mental di antara wartawan bahkan kesadaran dari masyarakat yang memandang wanita secara rendah.

Kalau ada teks berita yang memarjinalkan wanita, bukan berarti teks tersebut suatu ruang hampa, bukan pula sesuatu yang datang dari langit. Teks itu hadir dan bagian dari representasi yang menggambarkan masyarakat yang patriarkhal. Di sini ada dua bagian yaitu teks yang mikro merepresentasikan marjinalisasi terhadap wanita dalam berita, dan elemen besar berupa struktur sosial yang patriarkhal.

Van Dijk membuat suatu jembatan yang menghubungkan elemen besar berupa struktur sosial tersebut dengan dengan elemen wacana yang mikro dengan sebuah dimensi yang dinamakan kognisi sosial.

Kognisi sosial itu mempunyai 2 arti. Di satu sisi menunjukkan bagaimana proses teks tersebut diproduksi oleh wartawan/media, di sisi lain menggambarkan bagaimana nilai-nilai masyarakat yang patriarkhal itu menyebar dan diserap oleh kognisi wartawan, dan akhirnya digunakannya untuk membuat teks berita.

Van Dijk tidak mengeksklusi modelnya semata-mata dengan menganalisis teks semata. Ia juga melihat bagaimana struktur sosial, dominasi dan kelompok kekuasaan yang ada dalam masyarakat dan bagaimana kognisi/pikiran dan kesadaran yang membentuk dan berpengaruh terhadap teks tertentu.

Wacana oleh van Dijk digambarkan mempunyai tiga dimensi/bangunan yaitu teks, kognisi sosial dan konteks sosial. Inti analisis van Dijk adalah menggabungkan ketiga dimensi wacana tersebut ke dalam satu kesatuan analisis.

Dalam dimensi teks, yang diteliti adalah bagaimana struktur teks dan strategi wacana yang dipakai untuk menegaskan suatu tema tertentu. Pada level kognisi sosial dipelajari proses produksi teks berita yang melibatkan kognisi individu dari wartawan. Aspek ketiga mempelajari bangunan wacana yang berkembang dalam masyarakat akan suatu masalah.

Dalam penelitian ini peneliti juga berusaha menggabungkan ketiga dimensi wacana tersebut ke dalam satu kesatuan analisis. Dalam dimensi teks, yang diteliti adalah bagaimana struktur teks dan strategi wacana yang dipakai untuk menegaskan tema tentang koalisi antarpantai politik dalam pemilihan kandidat Presiden dan Wakil Presiden RI periode 2009-2014.

Pada level kognisi sosial dipelajari proses produksi teks berita yang terdapat dalam *headline*, artikel/opini, tajuk rencana/editorial dan berita. Sedangkan dalam aspek ketiga mempelajari bangunan wacana yang berkembang akan suatu masalah-masalah yang berkaitan dengan koalisi antarpantai politik, misalnya mengenai makna koalisi strategis maupun pragmatis (taktis) seperti *money politics*, *power sharing*, *power bargaining*, dominasi (*dominant class*) versus subordinat (*subordinate class*). Dalam penelitian ini menggunakan teori wacana yang digunakan oleh Teun A van Dijk karena teori ini mengelaborasi elemen-elemen wacana sehingga bisa didayagunakan dan dipakai secara praktis.

Analisis wacana di sini tidak dipahami semata sebagai studi bahasa, tetapi juga menghubungkan dengan konteksnya. Konteks di sini berarti bahasa itu dipakai untuk tujuan dan praktik tertentu, termasuk di dalamnya praktek kekuasaan (Eriyanto, 2001 : 7). Analisis wacana melihat bahasa sebagai faktor penting yakni bagaimana bahasa untuk melihat ketimpangan kekuasaan dalam masyarakat terjadi.

Ada beberapa pendekatan dalam analisis wacana yakni :

Analisis bahasa kritis (*critical linguistics*)

Di sini memusatkan perhatian analisis wacana pada bahasa dan menghubungkannya dengan ideologi. Inti dari gagasan pendekatan ini adalah bagaimana gramatika bahasa membawa posisi dan makna ideologi tertentu.

Analisis wacana pendekatan Perancis (*French discourse analysis*)

Menurut Pecheux, bahasa adalah medan pertarungan melalui mana berbagai kelompok dan kelas sosial berusaha menanamkan keyakinan dan pemahamannya.

Pendekatan kognisi sosial

Tokoh utama dari pendekatan ini adalah Teun A van Dijk. Ia melihat faktor kognisi sebagai elemen penting dalam produksi wacana. Jadi wacana dilihat tidak hanya dari struktur wacana, tetapi juga bagaimana wacana itu diproduksi.

Pendekatan perubahan sosial

Di sini memusatkan perhatian pada bagaimana wacana dan perubahan sosial. Jadi ada hubungan dialektis antara praktik diskursif tersebut dengan identitas dan relasi sosial. Artinya wacana juga melekat pada situasi, instiusi dan keas sosial tertentu.

Pendekatan wacana sejarah (*discourse historical approach*)

Menurut tokohnya yaitu Wodak, bahwa analisis wacana harus menyertakan konteks sejarah tentang suatu kelompok atau komunitas yang digambarkan.

Karakteristik penting dari analisis wacana mengutip pendapat Teun A van Dijk adalah sebagai berikut :

Tindakan

Di sini wacana sebagai sebuah tindakan (*action*). Konsekuensi yang pertama, wacana dipandang sebagai sesuatu yang bertujuan, apakah untuk mempengaruhi, mendebat, membujuk,

menyanggah, bereaksi dan sebagainya. Kedua, wacana dipahami sebagai sesuatu yang diekspresikan secara sadar, terkontrol bukan sesuatu yang di luar kendali atau diekspresikan di luar kesadaran.

Konteks

Di sini wacana diproduksi, dimengerti dan dianalisis pada suatu konteks tertentu. Mengikuti Guy Cook, analisis wacana juga memeriksa konteks dari komunikasi : siapa yang mengkomunikasikan dengan siapa dan mengapa; dalam jenis khalayak dan situasi apa; melalui medium apa; bagaimana perbedaan tipe dari perkembangan komunikasi dan hubungan untuk setiap masing pihak. Sebagaimana Guy Cook menyebutkan ada 3 hal sentral dalam wacana, yakni teks, konteks dan wacana. Wacana di sini dimaknai sebagai teks dan konteks secara bersama-sama.

Ada beberapa konteks yang penting karena berpengaruh terhadap produksi wacana. Pertama, partisipan wacana, latar siapa yang memproduksi wacana. Jenis kelamin, umur, pendidikan, kelas sosial, etnis, agama dalam banyak relevan dalam menggambarkan wacana. Kedua, setting sosial tertentu seperti tempat, waktu, posisi pembicara dan pendengar atau lingkungan fisik adalah konteks yang berguna untuk mengerti suatu wacana.

Historis

Pemahaman mengenai wacana hanya akan diperoleh kalau kita bisa memberikan konteks historis di mana teks itu diciptakan. Bagaimana situasi sosial politik, suasana pada saat itu. Oleh karena itu pada saat melakukan analisis perlu tinjauan untuk mengerti mengapa wacana yang berkembang atau dikembangkan seperti itu, mengapa bahasa yang dipakai seperti itu dan seterusnya.

Kekuasaan

Konsep kekuasaan adalah salah satu kunci hubungan antara wacana dengan masyarakat. Hal ini mengimplikasikan analisis wacana kritis tidak membatasi dirinya pada detil teks atau struktur wacana saja tetapi dihubungkan dengan kekuatan dan kondisi sosial, politik, ekonomi dan budaya tertentu.

Kekuasaan dalam hubungannya dengan wacana penting untuk melihat apa yang disebut dengan kontrol. Satu orang atau kelompok mengontrol orang atau kelompok lain lewat wacana. Kontrol di sini tidaklah harus selalu dalam bentuk fisik dan langsung tetapi juga kontrol secara mental atau psikis. Bentuk kontrol terhadap wacana tersebut bisa berupa kontrol dan konteks, yang secara mudah dapat dilihat dari siapakah yang boleh dan harus berbicara, sementara siapa pula yang hanya bisa mendengar dan mengiyakan. Selain konteks, kontrol tersebut juga diwujudkan dalam bentuk mengontrol struktur wacana. Ini dapat terlihat dari **penonjolan** atau pemakaian kata-kata tertentu.

Ideologi

Ideologi juga konsep yang sentral dalam analisis wacana yang bersifat kritis. Hal ini karena teks, percakapan dan lainnya adalah bentuk dari praktik ideologi atau pencerminan dari ideologi tertentu. Teori-teori klasik tentang ideologi dibangun oleh kelompok dominan dengan tujuan untuk memproduksi dan melegitimasi dominasi mereka.

Salah satu strategi utamanya adalah dengan membuat kesadaran kepada khalayak bahwa dominasi itu diterima secara *taken for granted*. Wacana dalam pendekatan ini dipandang sebagai medium melalui kelompok yang dominan mempersuasi dan mengkomunikasikan kepada khalayak produksi kekuasaan dan dominasi yang mereka miliki, sehingga tampak absah dan benar.

Van Dijk menjelaskan fenomena yang disebut sebagai "kesadaran palsu", bagaimana kelompok yang dominan memanipulasi ideologi kepada kelompok yang tidak dominan melalui kampanye disinformasi melalui kontrol media dan sebagainya.

Menurut van Dijk, analisis wacana teks tertulis tidak terbatas pada struktur-struktur tekstual karena struktur-struktur semacam ini telah memberikan atau mengekspresikan beberapa makna, opini dan ideologi untuk menunjukkan bagaimana makna-makna ini dihubungkan dengan teks. Sehingga dibutuhkan analisis lain yang membantu untuk lebih memahami teks tersebut seperti analisis kognisi dan konteks sosial. Analisis kognisi menjadi penting karena pendekatan kognitif ditentukan pada fakta bahwa teks tidak mempunyai makna, tetapi makna itu ditujukan pada penggunaan bahasa atau lebih tepatnya dengan proses mental dari penggunaan bahasa. Jadi mengkaji pesan media dengan menggunakan analisis wacana berarti mengungkap makna tersembunyi yang hendak disampaikan media.

Pengertian Analisis wacana adalah studi tentang struktur pesan dalam komunikasi, lebih tepatnya telaah mengenai aneka fungsi (pragmatik) bahasa. Tanpa adanya konteks, tanpa adanya hubungan-hubungan wacana yang bersifat antar kalimat dan suprakalimat, kita sukar berkomunikasi satu sama lain (Sobur, 2001 : 48). Analisis wacana lahir dari kesadaran bahwa persoalan yang terdapat dalam komunikasi bukan terbatas pada penggunaan kalimat atau bagian kalimat, fungsi ucapan, tetapi juga mencakup struktur pesan yang lebih kompleks dan inheren yang disebut wacana.

Dalam upaya menganalisis unit bahasa yang lebih besar dari kalimat tersebut, analisis wacana tidak terlepas dari pemakaian

kaidah berbagai cabang ilmu bahasa, seperti halnya semantik, sintaksis, morfologi dan fonologi.

Dari segi analisisnya, ciri dan sifat wacana itu dapat dikemukakan sebagai berikut:

- a. Analisis wacana membahas kaidah memakai bahasa di dalam masyarakat (*rule of use*)
- b. Analisis wacana merupakan usaha memahami makna tuturan dalam konteks, teks dan situasi.
- c. Analisis wacana merupakan pemahaman rangkaian tuturan melalui interpretasi semantik.
- d. Analisis wacana berkaitan dengan pemahaman bahasa dalam tindak berbahasa.
- e. Analisis wacana diarahkan kepada masalah memakai bahasa secara fungsional (*fungsional use of language*).

Dalam penelitian ini, penulis ingin melakukan analisa wacana melalui interpretasi semantik (pemaknaan).

Analisis wacana adalah salah satu alternatif dari analisis isi selain analisis isi kuantitatif yang dominan dan banyak dipakai. Jika analisis kuantitatif lebih menekankan pada pertanyaan ” apa ” (*what*), sedangkan analisis wacana lebih menekankan pada ” bagaimana ” (*how*) dari pesan atau teks komunikasi. Melalui analisis wacana, selain dapat diketahui bagaimana isi teks berita tetapi juga bagaimana pesan itu disampaikan. Lewat kata, frase, kalimat, metafora macam apa suatu berita itu disampaikan. Sehingga dengan melihat bagaimana bangunan struktur kebahasaan tersebut, analisis wacana lebih bisa melihat makna yang tersembunyi dari suatu teks. (Eriyanto, 2001:xv).

Kerangka Analisis Wacana (*Discourse Analysis*)

Dari sekian banyak model analisis wacana, model van Dijk adalah model yang paling banyak dipakai. Hal ini dikarenakan

van Dijk mengelaborasi elemen-elemen wacana sehingga bisa diaplikasikan secara praktis. Melalui berbagai karyanya, van Dijk (Eriyanto, 2000:6-7), membuat kerangka analisis wacana yang dapat didayagunakan. Ia melihat suatu wacana terdiri atas berbagai struktur/tingkatan yang masing-masing saling mendukung. Van Dijk membaginya menjadi 3 tingkatan yaitu :

- (1) Struktur makro yang merupakan makna global/umum dari suatu teks. Tema wacana ini bukan hanya isi, tetapi juga sisi tertentu dari suatu peristiwa.
- (2) Superstruktur adalah kerangka suatu teks : bagaimana struktur dan elemen wacana itu disusun dalam teks secara utuh.
- (3) Struktur mikro adalah makna wacana yang dapat diamati dengan menganalisis kata, kalimat, anak kalimat, parafrase yang dipakai dan sebaliknya.

Sedangkan menurut Pawito (2007:181-182) bahwa melakukan penelitian dengan menggunakan analisis wacana dapat dilakukan dengan mengikuti urutan prosedur sebagai berikut :

- a. Memilih topik.
- b. Merumuskan pertanyaan penelitian.
Pertanyaan penelitian membawa implikasi pada area penelitian dengan metode analisis wacana.
- c. Melakukan studi pustaka berkenaan dengan topik dan fokus yang dipilih sebagaimana tersurat dalam pertanyaan penelitian.
Studi pustaka akan menghasilkan penjelasan tentang konsep-konsep dan simbol-simbol yang terdapat dalam teks yang sedang diteliti serta pandangan-pandangan teoritik yang relevan.
- d. Menentukan metode penelitian

Jika berkaitan dengan kekuasaan dan ideologi maka akan lebih tepat apabila digunakan jenis metode analisis wacana sosiokultural yang memandang wacana sebagai tindakan atau praktik sosial.

- e. Mengumpulkan data dan analisisnya dengan merujuk pandangan-pandangan teoritik yang diperoleh dengan telaah pustaka.

Kalau seandainya ada data yang dianggap penting, namun belum dapat ditemukan, maka peneliti disarankan untuk kembali mencari dengan menjelajah teks yang ada.

Kembali melakukan telaah pustaka, melakukan reduksi data, mencari kembali data yang masih dibutuhkan merupakan konsekuensi yang lazim dalam penelitian kualitatif, terutama berkenaan dengan tuntutan validitas hasil penelitian yang mengimplikasikan pentingnya teknik triangulasi.

- f. Penarikan kesimpulan.

Penarikan kesimpulan dilakukan dengan mengacu pada pertanyaan penelitian. Dalam hal ini, kesimpulan adalah hasil interaksi antara kesan peneliti terhadap kecenderungan-kecenderungan yang ada pada data serta pilihan rujukan berupa pandangan teoritis yang diambil yang kemudian membingkai analisis.

- g. Penyusunan laporan penelitian

Contoh penelitian yang menggunakan analisa wacana Teun A Van Dijk seperti yang ditulis oleh Riri Amanda Fitriana, Erizal Gani , Syahrul Ramadhan dalam jurnal *BASINDO : Jurnal Kajian Bahasa, Sastra Indonesia, dan Pembelajarannya* Volume 3 Nomor 1, 2019 yang berjudul Analisis wacana kritis berita *online* kasus penipuan travel umrah (model Teun A. van Dijk) Penelitian ini jaitu penelitian ini dilakukan terhadap lima wacana yang diperoleh media *online* yaitu

kompas.com, detik.news.com, metrotvnews, dan sindo.com. Wacana yang diteliti berfokus pada wacana mengenai kasus penipuan oleh travel umrah. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana analisis wacana kritis Teun A. Van Dijk pada ke lima berita tersebut.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode dokumentasi dan analisis isi teks media. Metode dokumentasi dipergunakan untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, majalah, agenda dan lainnya (Arikunto, 2013: 265).

Proses pendokumentasian diarahkan pada wacana berita *online* dengan tema penipuan travel Umrah. Data-data yang termuat dalam wacana mengenai berita *online* tersebut dapat dipergunakan sebagai bukti dalam melakukan penelitian. Penelitian dimulai dengan identifikasi, klasifikasi, dan interpretasi. (Arikunto, 2013: 278).

Penelitian memakai analisis wacana model Teun van Dijk yang dalam praktiknya melihat pada fenomena-fenomena sosial dalam masyarakat (Eriyanto, 2009:227). Subjek dalam penelitian ini adalah media *online* yang banyak dibaca oleh yaitu kompas.com, detik.news.com, metrotvnews, dan sindo.com. Sedangkan objek penelitian ini adalah wacana-wacana kasus penipuan oleh travel umrah yang sedang hangat dibicarakan di Indonesia. Analisis dilakukan pada Struktur Makro (tematik tema/topik), Superstruktur (skematik), Struktur Mikro (semantik: latar, detil, maksud, praanggapan), Struktur Mikro (sintaksis: bentuk kalimat, koherensi, kata ganti), Struktur Mikro (stilistik: leksikon), Struktur Mikro (retoris: grafis, metafora. ekspresi) pada setiap wacana. Berdasarkan analisis terhadap wacana lima berita dari beberapa media *online* seperti kompas.com, detik.news.com, metrotvnews, dan sindo.com.mengenai kasus penipuan yang

dilakukan oleh Fisrt Travel dan Abu Tours dengan menggunakan analisis Van Dijk ditemukan beberapa hal berikut :

Struktur Makro (Tema/topik)

Tema atau topik pada lima berita tersebut mempunyai kesamaan yaitu mengenai kasus penipuan travel Umrah. Meskipun demikian, tiap-tiap berita memiliki subtema atau kategori yang berbeda, yaitu pada berita pertama terfokus pada cerita sedih pihak jemaah; berita kedua terfokus pada pihak lain yang ingin membantu para jemaah yang tertipu; berita ketiga berfokus pada kondisi pihak First Travel; berita keempat berfokus pada kisah sakitnya tertipu dari pihak agen First Travel; dan berita kelima berfokus pada ada dana lain yang dimiliki pihak Abu Tours.

Superstruktur (Skematik)

Berdasarkan skemanya, setiap pemberitaan dimulai dengan judul sebagai *summary*. Bagian lead menggambarkan perihal yang menjadi acuan dan mengiring pembaca pada wacana inti. Berdasarkan kerangka analisis tabel berita 1 sampai berita 5 terlihat bahwa setiap berita dimulai dengan judul. Berita pertama berjudul “Cerita Sedih Tukang Becak Gagal Umrah karena Penipuan Abu Tours”; berita kedua berjudul “Sejumlah Ormas Galang Dana untuk Berangkatkan Jemaah Korban Travel Umrah”; berita ketiga berjudul “First Travel di Ambang Pailit”; berita keempat berjudul “Agen First Travel Beberkan Sakitnya Tertipu di Hadapan Hakim”; berita kelima berjudul “Kasus Penipuan Abu Tours, Polisi: Dana Jemaah Dipakai buat Usaha Lain”.

Struktur Mikro (Semantik: Latar, Detil, Maksud, Praanggapan)

Pada kelima berita ditemukan seluruh unsur struktur mikro berupa Latar, Detil, Maksud, dan Praanggapan. Meskipun memiliki latar yang hampir sama, yaitu keterkaitan pada kasus

penipuan travel umrah, tetapi setiap berita memiliki gambaran tersendiri mengenai latar pada masing-masing berita. Begitu pula dengan detil, maksud, dan praanggapan di dalam setiap berita akan berbeda-beda.

Struktur Mikro (Sintaksis: Bentuk Kalimat, Koherensi, Kata Ganti)

Pada kelima berita ditemukan bentuk-bentuk kalimat yang deduktif, yaitu penyampaian inti pembahasan terlebih dahulu. Hal tersebut terlihat dari penyampaian hal umum sesuai judul berita terlebih dahulu dan dilanjutkan dengan beberapa kalimat penjas yang mendukung penyampaian di awal. Koherensi berupa perulangan ditemukan pada beberapa berita. Kata ganti yang paling sering ditemukan adalah *kita* dan *kami*.

Struktur Mikro (Stilistik: Leksikon)

Pilihan kata ditemukan pada ke empat berita, sedangkan pada berita ke empat tidak ditemukan penggunaan pilihan kata. Hal tersebut karena pihak penulis langsung atau secara gamblang menyampai berita dengan kata yang sederhana dan mudah dipahami pembaca.

Struktur Mikro (Retoris: Grafis, Metafora. Ekspresi)

Pada kelima berita ditemukan seluruhnya menggunakan grafis berupa penyampaian data-data terkait dengan kasus penipuan travel umrah tersebut. Data-data itu berupa jumlah kerugian atau jumlah jemaah yang gagal berangkat. Selain itu ditemukan pula penggunaan metafora di dalam berita-berita tersebut. Tetapi tidak ditemukan unsur ekspresi.

2). Analisis Wacana menurut Sara Mills

Sara Mills menitikberatkan perhatiannya terutama pada wacana mengenai feminisme, bagaimana wanita ditampilkan dalam teks, baik dalam novel, gambar, foto ataupun dalam berita.

Oleh karena itu apa yang dilakukan oleh Sara Mills sering disebut sebagai perspektif feminis. Fokus dari perspektif wacana feminis adalah menunjukkan bagaimana teks bias dalam menampilkan wanita. Bagaimana wanita ditampilkan dalam teks? Wanita cenderung ditampilkan dalam teks sebagai pihak yang salah, marjinal dibandingkan dengan pihak laki-laki. Ketidakadilan dan penggambaran yang buruk mengenai wanita inilah yang menjadi sasaran utamanya. Selama ini wanita selalu diberitakan secara marginal. Menurut Eriyanto (2001: 200) bahwa :

Banyak berita mengenai perkosaan dan pelecehan adalah sedikit dari berita-berita yang menampilkan wanita sebagai objek pemberitaan. Fokus dari analisis wacana adalah menunjukkan bagaimana wanita digambarkan dan dimarjinalkan dalam teks berita, bagaimana bentuk dan pola pemarjinalan itu dilakukan. Hal ini tentu saja melibatkan strategi wacana tertentu sehingga ketika ditampilkan dalam teks, wanita tergambar secara buruk. Bagaimana posisi aktor (subyek-obyek dan pembaca-penulis). Posisi Subjek dan Objek Mills melihat : bagaimana posisi dari berbagai faktor sosial, gagasan atau peristiwa itu ditempatkan sebagai wacana. Posisi-posisi tersebut pada akhirnya akan menentukan siapa yang menjadi subjek penceritaan dan siapa yang menjadi objek penceritaan. Posisi objek dan subjek penceritaan ini akan menentukan struktur teks dan bagaimana makna diberlakukan dalam teks atau wacana secara keseluruhan. Sebagai objek penceritaan, representasi dan posisi perempuan tersebut, menjadikan perempuan tidak bisa berdiri sendiri. Contoh posisi subjek-objek perempuan Misalnya cerpen “Rambutnya Juminten “ yang bercerita tentang seorang tokoh perempuan yang selalu tidak berdaya di hadapan suaminya, Bahasa yang digunakan pengarang dalam menyajikan cerita ini dalam bahasa komunikasi sehari-hari. Tokoh cerita Panuwun (suami) dan Juminten (isteri). Dalam cerita ini, pengarang ada di

luar cerita yg menampilkan tokoh-tokoh cerita dengan menyebut nama atau kata ganti ia, dia, mereka.

Pengarang bebas menceritakan segala sesuatu yang berhubungan dengan tokoh, baik yang bisa dilihat secara kasat mata maupun yang hanya dalam pikiran dan perasaan tokoh. Dalam konsep Sara Mills bagaimana tokoh-tokohnya diposisikan dalam teks. Posisi disini berarti siapakah aktor yang dijadikan “subjek penceritaan” dan “objek penceritaan”. Subjek penceritaan : maksudnya yang mendefinisikan dan melakukan penceritaan

Objek penceritaan : maksudnya pihak yang didefinisikan dan digambarkan kehadirannya oleh orang lain. Dalam kasus cerita “Rambutnya Juminten” pihak laki-laki (suami) ditampilkan sebagai subjek penceritaan. Perempuan (Juminten) isterinya sebagai objek penceritaan. Bagaimana analisa atas posisi ini?Analisisnya sangat luas dan bisa mencakup bagaimana ideologi dan dominasi bekerja dalam teks.

Citra perempuan yang seharusnya melayani suami, bekerja pada sektor domestik, tidak baik banyak keluar rumah dan bergaul bebas, perempuan ditampilkan dari orang lain (suami/orang tuanya) bukan dirinya sendiri. Posisi Pembaca diperkenalkan Sara Mills sebagai sesuatu yang penting.

Menurut Mills, teks adalah suatu hasil negosiasi antara penulis dan pembaca.

Oleh karena itu, pembaca tidaklah dianggap pihak yang hanya menerima teks saja tetapi ikut melakukan penafsiran teks.

Kelebihan model ini ada 2 yaitu :

1. Secara komprehensif melihat teks bukan hanya berhubungan dengan faktor produksi tetapi juga resepsi.
2. Posisi Pembaca ditempatkan pada posisi penting.

Teks secara langsung atau tidak langsung berkomunikasi dengan pembaca. Teks atau wacana mempunyai ragam sapaan

kepada pembaca. Misalnya pada pemakaian kata ganti saya atau anda berarti menempatkan pembaca sebagai bagian integral dalam keseluruhan wacana.

Mills memusatkan perhatian pada gender dan posisi pembaca. Bagaimana laki-laki dan perempuan mempunyai persepsi berbeda ketika membaca sebuah teks. Maksud dari konteks wacana Sara Mills.

Pertama, pembaca mendominasi atas suatu teks. “Apakah teks ditujukan untuk pembaca laki-laki atau perempuan?” Contohnya : Peristiwa yang dialami Juminten sang tokoh utama dalam cerpen bermula dari keinginan suaminya agar dia memanjangkan rambutnya. Juminten pasrah dan menuruti keinginan suaminya untuk memanjangkan rambutnya dengan obat penyubur rambut dan harus menahan mual karena bau obat tersebut.

Pengarang menulis apa yang dilakukan oleh laki-laki dengan berbicara menggunakan kata “saya”. Siapakah “saya” yang dimaksud? Teks ini secara langsung menempatkan khalayak sebagai laki-laki, pembaca sering diasosiasikan sebagai laki-laki.

Kedua, Bagaimana teks ditafsirkan oleh pembaca. Meskipun teks itu ditunjukkan kepada pembaca laki-laki tetapi bagaimana pembaca perempuan dan laki-laki akan menempatkan dirinya dalam teks.

- Apakah pembaca laki-laki akan menempatkan dirinya pada posisi laki-laki atau sebaliknya (perempuan)
- Secara dominan teks itu ditujukan utk perempuan, tetapi bisa juga perempuan itu menempatkan dirinya pada posisi laki-laki.

Kerangka Analisa Sara Mills Tulisan Sara Mills, penekanannya lebih banyak pada penggambaran perempuan dalam teks

(terutama dalam karya sastra) dan bagaimana aktor diposisikan dalam teks.

Secara umum, ada 2 hal yang diperhatikan dalam analisa Sara Mills yaitu :

1. Bagaimana aktor sosial dalam cerita diposisikan dalam penceritaan. Siapa yg diposisikan sebagai penafsir dalam teks utk memaknai peristiwa dan apa akibatnya.
2. Bagaimana pembaca diposisikan dalam teks (Hasil negosiasi antara pengarang dan pembaca).

KERANGKA ANALISA MILLS

TINGKAT	YANG INGIN DILIHAT
Posisi Subyek Penceritaan- Obyek Penceritaan	Bagaimana peristiwa dilihat , dari kacamata siapa peristiwa dilihat, siapa yang diposisikan sebagai pencerita (subyek) dan siapa yang menjadi objek yang diceritakan. Apakah masing-masing aktor dan kelompok sosial mempunyai kesempatan utk menampilkan dirinya sendiri, gagasannya dan kehadirannya atau ditampilkan oleh kelompok/orang lain.
Posisi Penulis- Pembaca	Bagaimana posisi pembaca ditampilkan dalam teks. Kepada kelompok manakah pembaca mengidentifikasi dirinya.

Aplikasi Kerangka Analisa Sara Mills dalam cerpen “Rambutnya Juminten” karya Ratna Indraswari Ibrahim. Kerangka Analisa Sara Mills dapat diaplikasikan dalam cerpen “Rambutnya Juminten” karya Ratna Indraswari Ibrahim.

Tokoh-tokoh yang berperan :

- Juminten (tokoh utama perempuan)

- Panuwun (suami Juminten)
- Marni (temannya Juminten)
- Nardi (anak Majikan Panuwun dan bapaknya Juminten)

Cerita ini mengisahkan bagaimana Panuwun sebagai suami Juminten dan pelaku dominasi budaya patriarki ditempatkan sebagai “subyek” (pencerita). Juminten sebagai korban budaya patriarki sebagai obyek (yang diceritakan). Contoh Dialog maupun monolog dalam cerpen Rambutnya Juminten

- Berdasarkan dialog maupun monolog tergambar watak Juminten sebagai perempuan yang sangat penurut dan mengalah pada suami.
- Sikap mengalah Juminten tampak ketika suaminya menginginkan Juminten memanjangkan rambutnya.
- Walaupun Juminten lebih senang rambutnya pendek
- Sikap itu dilakukan Juminten karena ia berprinsip bahwa bersolek untuk suaminya. “Ten, saya ingin kau memanjangkan rambutmu”.

“Kang, saya ingin memotong rambutku semodel Marni. Dia bilang saya akan lebih kelihatan rapi kalau potongan rambutku pendek.”

“Kamu bersolek untuk suami, iya kan?” (1994 : 78).

Dari percakapan itu, sebenarnya Juminten berusaha menolak permintaan Panuwun, dengan alasan agar kelihatan rapi. Tetapi Panuwun memaksanya dengan menggunakan ungkapan eufemisme “Iya kan?” (paksaan) sebagai penghalus kalimat.

- Keseluruhan teks “Rambutnya Juminten” menggambarkan bagaimana posisi subyek dan obyek penceritaan menentukan dan bagaimana teks hadir kepada pembaca.
- Teks ini sangat bias gender.

- Perempuan sering menjadi objek dan disubordinasikan.

Contoh lain penelitian yang menggunakan analisa wacana menurut Sara Mills yaitu Hanif Wulandari (Skripsi, 2020) yang berjudul *Analisis Wacana Resistensi Perempuan dalam Film Aladdin Versi Live Action Menurut Sara Mills*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis wacana Sara Mills. Mills menganalisis teks dengan memperlihatkan posisi subjek-objek dan posisi penulis-pembaca. Pada posisi subjek, aktor akan menceritakan aktor yang berada di posisi objek, sehingga aktor yang berada di posisi objek kehadirannya harus diceritakan oleh aktor subjek.

Pada posisi penulis-pembaca adalah bagaimana pembaca mengidentifikasi dirinya dalam teks. Di sini peneliti menggunakan bentuk resistensi menurut James C Scott yang membagi resistensi menjadi 2 yaitu resistensi terbuka dan tertutup. Resistensi terbuka yaitu bentuk perlawanan yang dilakukan dengan komunikasi antara pemimpin dan kelompok yang termarginalkan. Resistensi tertutup yaitu resistensi yang dilakukan tanpa komunikasi dan gerakannya teratur. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah rangkaian dialog dan adegan (*scene*) dalam film Aladdin versi *live action*.

Film Aladdin yang dirilis tahun 2019 merupakan adaptasi dari film animasi yang mengangkat tema perlawanan dari tokoh yang termarginalkan. Jasmine adalah tokoh perempuan yang termarginalkan tersebut. Penelitian ini menitikberatkan perempuan sebagai objek penelitian. Jasmine diceritakan sebagai putri dari Kesultanan Agrabah. Ia dipaksa menerima perjodohan untuk memperkuat kerajaan. Selain itu Jasmine juga dibatasi haknya untuk keluar dari istana, mengakses pendidikan, menjadi Sultan dan kebebasan berpendapat. Namun Jasmine melakukan perlawanan dan membuktikan bahwa kedudukan perempuan itu sama dengan laki-laki. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk

mengetahui bentuk wacana resistensi perempuan pada film Aladdin versi *live action*.

Film Aladdin menunjukkan adanya pemarjinalan terhadap perempuan. Jasmine sebagai tokoh perempuan dalam film Aladdin versi *live action*, digambarkan sebagai aktor yang mendapatkan pemarjinalan. Adapun bentuk pemarjinalannya adalah berupa larangan keluar istana, dipaksa menikah, dilarang menjadi pemimpin hingga hak suaranya dibatasi, sehingga tokoh Jasmine melakukan resistensi. Resistensi yang dilakukan Jasmine adalah melanggar aturan kerajaan, melakukan negosiasi, menolak perjodohan dan melarikan diri di hari pernikahannya. Selain itu tokoh Jasmine juga menyuarakan perlawanan melalui lagu *Speechless*. Lagu tersebut memiliki makna selalu berjuang untuk melawan ketidakadilan meskipun merasakan sakit. Akibat perlawanan tersebut, Jasmine dipercaya menjadi Sultan yang mampu mengubah peraturan karena memberatkan perempuan dan menikahi pria pilihannya.

Hampir mirip dengan skripsinya Hanif Dwi Wulandari (2020), Fitriatul Choiriyah (Skripsi, 2020) yang berjudul Wacana Politik Tubuh Perempuan dalam Film *More Than Work* Menurut Sara Mills. Film ini adalah film dokumenter yang menceritakan tentang catatan atas tubuh perempuan di media. Media adalah ruang yang menjadi alat penghubung dunia, tumbuhnya media di Indonesia menjadi sesuatu yang tidak terbendung sejak masa reformasi tahun 1998. Film ini menceritakan tentang perempuan pekerja media yang mengalami kekerasan seksual, sensasiional tubuh dan diskriminasi. Tokoh utamanya adalah Dhiar, Kumalasari dan Khanza Fina. Dhiar yang mengalami kekerasan seksual yang dilakukan oleh seniornya di tempat kerjanya. Kumlasari merupakan korban konstruksi tubuh perempuan (sensasiional tubuh) yang dilakukan oleh media televisi. Khanza adalah seorang LGBT yang mendapatkan diskriminasi

selama hidupnya. Namun pada akhirnya para tokoh perempuan tersebut mampu melakukan perlawanan dan membuktikan bahwa perempuan bukan makhluk yang lemah dan pantas untuk dilecehkan tubuhnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana politik tubuh perempuan dalam film *More Than Work*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis wacana kritis menurut Sara Mills. Metode ini memfokuskan perhatian wacana bagaimana perempuan ditampilkan dalam teks. Selain itu Sara Mills lebih memperlihatkan posisi subjek-objek dan posisi pembaca-penulis. Posisi subjek ialah siapa tokoh yang diceritakan. Posisi objek adalah siapakah pihak yang diceritakan oleh subjek. Sedangkan posisi pembaca-penulis ialah bagaimana mereka mengidentifikasi dan menempatkan dirinya dalam penceritaan teks. Data yang digunakan adalah rangkaian dialog dan gambar (scene) dalam film *More Than Work* dan hasil wawancara.

Posisi subjek pada film *More Than Work* dibagi menjadi dua sudut pandang yaitu sudut pandang laki-laki yang menceritakan posisi perempuan sebagai objek dan juga sudut pandang perempuan yang mendeskripsikan posisi laki-laki sebagai objek. Posisi objek dalam film ini adalah Dhiar, Kumalasari dan Khanza Fina yang merupakan subjektifitas dari laki-laki dan juga media yang menjadi subjektivitas dari Dhiar, KUmalasari dan Khanza Fina. Posisi pembaca-penulis dalam film ini, penulis mengajak pembaca untuk berada di pihak Dhiar, Kumalasari dan Khanza Fina dan turut merasakan bagaimana pekerja perempuan yang tersudut dalam konstruksi patriarki dan bagaimana perempuan melawan konstruksi tersebut.

3). Analisis Wacana menurut Norman Fairclough

Analisa wacana menurut Norman Fairclough didasarkan pada pertanyaan besar bagaimana menghubungkan teks yang mikro dengan konteks masyarakat yang makro. Fairclough berusaha membangun suatu model analisis wacana yang mempunyai kontribusi dalam analisis sosial dan budaya. Menurut Eriyanto(2001:285) bahwa titik perhatian besar dari Fairclough adalah melihat bahasa sebagai praktik kekuasaan. Guna melihat bagaimana pemakai bahasa membawa nilai ideologis tertentu dibutuhkan analisis yang menyeluruh. Oleh karena itu, analisis harus dipusatkan pada bagaimana bahasa itu terbentuk dan dibentuk dari relasi sosial dan konteks sosial tertentu.

Fairclough membagi analisis wacana dalam tiga dimensi yaitu *text*, *discourse practice* dan *sociocultural practice*. *Text* di sini dianalisis secara linguistik dengan melihat kosakata, semantik dan tata kalimat. Di samping itu juga dimasukkan koherensi dan kohesivitas, bagaimana **antarkata** atau kalimat tersebut digabung sehingga membentuk pengertian.

Discourse practice merupakan dimensi yang berhubungan dengan proses produksi dan konsumsi teks. Sebuah teks berita pada dasarnya dihasilkan lewat proses produksi teks yang berbeda seperti bagaimana pola kerja dan rutinitas dalam menghasilkan berita. Proses konsumsi teks bisa jadi berbeda dalam konteks sosial yang berbeda pula. Misalnya ketika seseorang mengkonsumsi teks puisi atau peraturan perundang-undangan. *Sociocultural practice* adalah dimensi yang berhubungan dengan kontek di luar teks. Konteks di sini memasukkan banyak hal seperti konteks situasi dari praktik institusi media, ekonomi media, budaya media yang berpengaruh terhadap berita yang dihasilkan. (Eriyanto, 2001 :286-288).

Analisa pada level praktik wacana dengan melakukan penelusuran terhadap produksi dan konsumsi teks suatu berita.

Data analisa praktik wacana itu diperoleh melalui wawancara kepada tim redaksi surat kabar (khususnya Redaktur dan Sekretaris Redaksi) sebagai pihak yang terlibat langsung dalam proses produksi teks. Begitu juga wawancara dilakukan kepada pembaca surat kabar sebagai penafsir teks dan pihak yang mengkonsumsi teks.

Analisa praktik sosiokultural dilakukan dg cara menelusuri aspek situasional yang melihat bagaimana kasus “suatu topik” dibentuk dengan memperlihatkan situasi tertentu, bagaimana pengaruh institusi organisasi media dalam produk wacana. Institusi organisasi media itu bisa berasal dari internal dan eksternal surat kabar (modal atau kepemilikan dan institusi politik tertentu serta aspek sosial yang berkembang di masyarakat yang mempengaruhi berita tersebut). Analisa sosiokultural ini ditunjang dengan hasil kajian pustaka melalui referensi, jurnal, hasil riset dan lain-lain.

Contoh penelitian yang menggunakan analisa wacana dari Nourman Fairclough Rengganis Citra Cenderamata, Nani Darmayanti dalam artikel yang berjudul Jurnal Analisis Wacana Kritis Fairclough Pada Pemberitaan Selebriti di Media Daring.. Dalam Analisis wacana kritis, dimungkinkan adanya temuan tentang ideologi yang terdapat dari suatu pemberitaan dalam berbagai media yang ada. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui analisis wacana kritis dari pemberitaan tentang hijrahnya Mulan Jameela yang dipublikasikan empat media daring, yaitu *detik.com*, *liputan6.com*, *tempo.co*, dan *tribunnews.com*. Metode kualitatif digunakan sebagai dasar berpikir dan paradigma kritis digunakan sebagai sudut pandang penelitian ini. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah tiga model dimensi dari Norman Fairclough, yaitu dimensi mikrostruktural, mesostruktural, dan makrostruktural. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada perbedaan isi pada

pemberitaan selebriti di empat media daring; *detik.com*, *liputan6.com*, *tempo.co*, dan *tribunnews.com*. Masing-masing media menyajikan topik berita yang sama dengan pembingkaiannya yang berbeda-beda sesuai dengan motivasi dan idealisme media tersebut. Analisis wacana kritis merupakan metodologi dalam paradigma kritis, yang melihat bahwa media bukanlah saluran yang bebas dan netral. Media justru dimiliki oleh kelompok tertentu dan digunakan untuk mendominasi kelompok yang tidak dominan (Eriyanto, 2001: 48). Penelitian ini menggunakan teori analisis wacana kritis Norman Fairclough. Dalam teorinya, Fairclough menteoretisasikan konsep wacana yang berupaya menggabungkan beberapa tradisi, yaitu linguistik, tradisi interpretatif, dan sosiologi. Selain itu, Fairclough menawarkan model diskursus yang memuat tiga dimensi analisis wacana, yaitu dimensi *text*, *discourse practice*, dan *sociocultural practice*. Fairclough memiliki perhatian terhadap “bahasa sebagai praktik sosial” sebagaimana idealisme media dalam merepresentasikan sebuah berita dan menampilkannya dalam teks berita. Pada empat media daring (*detik.com*, *liputan6.com*, *tempo.co*, dan *tribunnews.co*) yang memberitakan kasus Hijrahnya Mulan Jameela, terdapat perbedaan penyajian berita dengan menunjukkan sisi/citra positif dan negatif Mulan Jameela. Berikut data-data judul pemberitaan Mulan Jameela dalam media dan kerangka format analisis wacana kritis Fairclough dalam pemberitaan hijrahnya Mulan Jameela.

Analisis Semiotik (*Semiotic*)

Secara etimologis istilah semiotik berasal dari kata Yunani *semeion* yang berarti “tanda”. Tanda pada masa itu masih bermakna sesuatu hal yang menunjuk pada adanya hal lain. Contohnya asap menandai adanya api. Secara terminologi, semiotik dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari

sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda (Eco, 1979: 6)

Semiotik menurut Charles Sanders Peirce

Charles Sander Peirce (1839-1914), Ia adalah seorang filsuf dari Amerika. Teori dari Peirce ini menjadi grand theory dalam semiotik. Mengapa Teori Peirce menjadi grand theory dalam semiotik? Gagasannya bersifat menyeluruh, deskripsi struktural dari semua sistem penandaan.

Pengertian *Qualisigns* adalah tanda-tanda yang merupakan tanda berdasarkan sifat. Misalnya adalah sifat 'merah'. Merah mungkin dijadikan suatu tanda. Contohnya kata 'merah' digunakan sebagai tanda cinta misalnya (dengan memberi mawar merah pada seseorang), tanda bahaya atau larangan (dlm petunjuk lalu lintas).

Pengertian *Sinsigns* adalah tanda yang merupakan tanda dari realitas / kenyataan. Misalnya sebuah jeritan bisa berarti kesakitan, keheranan, langkah kakinya, tertawanya, nada dasar dalam suaranya. Pengertian *Legsigns* adalah tanda berdasarkan atas dasar suatu peraturan yang berlaku umum, sebuah konvensi. Misalnya tanda-tanda lalu lintas (tanda S berarti 'Stop', tanda P berarti 'Parkir'), gerakan isyarat tradisional (seperti mengangguk berarti 'ya', menggeleng berarti 'tidak', mengerutkan alis, berjabat tangan). Jadi tanda-tanda bahasa merupakan *legisigns* karena bahasa merupakan kode, berlaku untuk umum dan sebuah konvensi

Dalam mengkaji objek yang dipahaminya, seorang penafsir yang jeli dan cermat akan melihat segala sesuatunya dari jalur logika yaitu :

2. Hubungan kenyataan dengan jenis dasarnya

- a. *Icon*: yaitu sesuatu yang melaksanakan fungsi sebagai penanda yang serupa dengan bentuk objeknya.

- b. *Index*: sesuatu yang melaksanakan fungsi sebagai penanda yang mengisyaratkan petandanya.
- c. *Symbol*: sesuatu yang melaksanakan fungsi sebagai penanda yang oleh kaidah secara konvensi telah lazim digunakan dalam masyarakat.

Gambar diagram yg menunjukkan perbedaan *icon*, *index* dan *simbol*. Contoh dengan objek “kucing” yaitu :

Ikonis	Indeksikal	Simbolis
a.lukisan kucing kata kucing	a.suara kucing	a.diucapkannya
b.gambar kucing ambar kucing	b.suara langkah kucing	b . m a k n a
c.patung kucing suara kucing	c.bau kucing	c.makna
d.foto kucing	d.gerak kucing	d.makna bau kucing
e.sketsa kucing		e.makna gerak kucing

Berdasarkan gambar di atas, bisa kita lihat bahwa sesuatu yang berupa gambar, lukisan, patung, sketsa, foto merupakan hal-hal yang bersifat ikonis. Sesuatu yang dapat mengisyaratkan sesuatu hal melalui suara, langkah-langkah, bau, dan gerak adalah tanda-tanda yang bersifat indeksikal. Sesuatu tanda yang dapat diucapkan, baik secara oral maupun dalam hati, arti atau makna dari gambar, bau, lukisan, gerak merupakan sesuatu yang bersifat simbolis.

3. Hubungan pikiran dengan jenis petandanya :

- a. *rheme or seme*: penanda yg bertalian dengan mungkin terpahaminya objek petanda bagi penafsir.
- b. *dicent or decisigns or pheme*: penanda yg menampilkan informasi tentang petandanya
- c. *argument*: penanda yg petandanya akhir bukan suatu benda tetapi kaidah.

Semiotik untuk studi media massa ternyata tidak hanya terbatas sebagai kerangka teori, namun juga sekaligus bisa sebagai metode analisis. (Hamad, 2000:83)

Kita mengenalnya dengan teori segitiga makna (*Triangle meaning*) Peirce yang terdiri atas sign (tanda), object (objek) dan interpretan (interpretant).

Menurut Pierce, salah satu tanda adalah kata. Sedangkan objek adalah sesuatu yang dirujuk tanda. Sementara interpretan adalah tanda yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda. Apabila ketiga elemen makna itu berinteraksi dalam benak seseorang maka muncullah makna tentang sesuatu yang diwakili oleh tanda tersebut.

Misalnya kata televisi (sebagai tanda). Objeknya adalah benda yang dapat disebut dengan televisi. Interpretan adalah suatu tanda yang ada dalam benak manusia tentang televisi.

Semiotik telah digunakan sebagai salah satu pendekatan dalam menelaah sesuatu yg berhubungan dengan tanda. Misalnya karya sastra, film dan teks berita dalam media.

Ada 3 jenis masalah yg hendak diulas dalam analisis semiotik yaitu :

1. Masalah makna (*the problem of meaning*). Bagaimana orang memahami pesan? Informasi apa yg dikandung dalam struktur sebuah pesan?

2. Masalah tindakan (*the problem of action*) atau pengetahuan tentang bagaimana memperoleh sesuatu melalui pembicaraan.
3. Masalah koherensi (*problem of coherence*) yg menggambarkan bagaimana membentuk suatu pola pembicaraan masuk akal (*logic*) dan dapat dimengerti (*sensible*) (Littlejohn, 1996:83-84)

Ada 3 unsur yang menjadi pusat perhatian penafsiran teks secara kontekstual yaitu :

1. Medan wacana (*field of discourse*)
Disini menunjuk pada hal yg terjadi: apa yg dijadikan wacana oleh pelaku (=media massa) mengenal sesuatu yg sedang terjadi di lapangan peristiwa.
2. Pelibat wacana (*tenor of discourse*) menunjuk pada orang-orang yang dicantumkan dalam teks (berita) sifat orang-orang tsb, kedudukan dan peranan mereka. Dengan kata lain, siapa saja yg dikutip dan bagaimana sumber itu digambarkan sifatnya.
3. Sarana wacana (*mode of discourse*) menunjuk pada bagian yg diperankan oleh bahasa: bagaimana komunikator (media massa) menggunakan gaya bahasa untuk menggambarkan medan (situasi) dan pelibat (orang-orang yang dikutip) ; apakah menggunakan bahasa yg diperhalus atau hiperbola, eufemisme atau vulgar.

Guna memperoleh perbandingan yang sejajar mengenai suatu peristiwa di antara media yang satu dengan yang lainnya, maka teknik analisis yang mereka gunakan adalah dengan mencari dan membandingkan berita dari suatu peristiwa pada hari yg sama pada masing-masing media. Kemudian dari setiap peristiwa itu, hanya satu berita yang dianalisis.

Semiotik menurut Ferdinand de Saussure

Pemikiran Saussure yang paling penting dalam konteks Semiotik adalah mengenai tanda. Saussure meletakkan tanda dalam konteks komunikasi manusia dengan melakukan pemilahan antara *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda). *Signifier* adalah bunyi yang bermakna / coretan yang bermakna, yakni apa yang dikatakan dan apa yang ditulis atau dibaca. Contoh : Kursi, Meja, Lemari. *Signified* adalah gambaran mental konsep /pikiran seseorang dari bahasa. Hubungan yang terjadi antara *signifier* dan *signified* bersifat *arbitrer* yaitu kode-kode yang membantu menafsirkan makna dalam dunia nyata. Menurut Saussure, menyebut *Signifier* sebagai bunyi atau kata yang bermakna. *Signified* adalah gambaran atau konsep sesuatu dari *Signifier*. *Signification* adalah upaya dalam memberikan makna terhadap dunia.

Pada dasarnya, apa yang disebut *signifier* dan *signified* adalah produk kultural. Hubungan diantara keduanya bersifat *arbitrer* hanya berdasarkan konvensi, kesepakatan atau peraturan dari pemakai bahasa. Sifat *arbitrer* antara *signifier* dan *signified* dikaitkan dengan kekuasaan..

Maksudnya bagaimana kekuasaan atau pihak yg memegang kekuasaan dapat menentukan *signified* mana yang boleh dikaitkan dengan *signifier* .

3. Analisis Framing (*Framing*)

Ide tentang Framing pertama kali dilontarkan oleh Beterson (1955). Mulanya Frame dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan dan wacana, serta menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Konsep ini kemudian dikembangkan lebih jauh oleh Goffman pada tahun 1974, yang mengandaikan frame sebagai kepingan-kepingan perilaku (*strips*

of behaviour) yang membimbing individu dalam membaca realitas. Akhir-akhir ini konsep framing telah digunakan secara luas dalam literatur ilmu komunikasi untuk menggambarkan proses penyeleksian dan penyorotan aspek-aspek khusus sebuah realita oleh media.

Analisis Framing mewakili tradisi yang mengedepankan pendekatan atau perspektif multidisipliner utk menganalisis fenomena atau aktivitas komunikasi. Konsep tentang Framing atau frame sendiri bukan murni konsep ilmu komunikasi akan tetapi meminjam dari ilmu kognitif (psikologi). Dalam prakteknya, analisis framing juga membuka peluang bagi implementasi konsep-konsep sosiologis, politik dan kultural untuk menganalisis fenomena komunikasi.

Analisis Framing digunakan dalam membedah cara-cara atau ideologi media ketika mengkonstruksi `fakta. Analisis ini mencermati strategi seleksi, penonjolan dan pertautan fakta ke dalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik guna menggiring interpretasi khalayak sesuai dengan perspektifnya. Framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu atau menulis berita. Cara pandang atau perspektif itulah pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang dihilangkan serta hendak dibawa ke mana berita tersebut.

Analisis Framing menurut Robert Entman

Robert Entman memandang framing dalam dua dimensi besar seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek realitas. Kedua faktor ini dapat lebih mempertajam framing berita melalui proses seleksi isu yang layak ditampilkan dan penekanan isi beritanya. Perspektif wartawan inilah yang akan menentukan fakta yang akan dipilihnya, ditonjolkannya dan dibuangnya.

Penonjolan merupakan proses membuat informasi menjadi lebih bermakna. (misalnya menempatkan di headline, halaman depan, atau bagian belakang), pengulangan, pemakaian grafis untuk mendukung dan memperkuat penonjolan berita).

Menurut Entman, ia menawarkan sebuah cara untuk mengungkap *The Power of a communication text*. Analisa Framing dapat menjelaskan pengaruh atas kesadaran manusia dalam pidato, ucapan/ungkapan, news report, atau novel.

Menurut Robert Entman Framing dalam berita dilakukan dengan 4 cara yakni pertama, pada identifikasi masalah (*problem identification*) yakni suatu peristiwa dilihat sebagai apa dan dengan nilai positif atau negatif apa? Kedua, pada identifikasi penyebab masalah (*causal interpretation*) yaitu siapa yang dianggap sebagai penyebab masalah. Ketiga, pada evaluasi moral (*moral evaluation*) yaitu penilaian atas penyebab masalah. Keempat, saran penanggulangan masalah (*treatment recommendation*) yaitu menawarkan suatu cara penanganan masalah dan kadangkala memprediksikan hasilnya.

Jika seorang wartawan ingin memframing berita tentang kekerasan perempuan dengan berempati pada korban, tidak berarti mesti melupakan kaidah jurnalistik yang paling elementer seperti nilai berita, layak berita, dan bias berita

Ada 3 Bagian berita itu adalah judul berita, fokus berita dan penutup berita. Judul berita diframing dengan menggunakan teknik empati yaitu menciptakan pribadi khayal dalam diri khalayak, sementara khalayak diangankan menempatkan diri mereka seperti korban kekerasan atau keluarga dari korban kekerasan, sehingga mereka bisa merasakan kepedihan yang luar biasa.

Fokus berita diframing dengan menggunakan teknik asosiasi yaitu menggabungkan kebijakan aktual dengan fokus berita.

Kebijakan dimaksud adalah penghormatan terhadap perempuan. Caranya dengan menggabungkan kebijakan tersebut dalam fokus berita, khalayak akan memperoleh kesadaran bahwa masih ada kekerasan terhadap perempuan, sekalipun upaya menguranginya sudah dilakukan oleh berbagai kalangan. Seorang wartawan perlu mengetahui secara persis kondisi riil pencegahan kekerasan terhadap perempuan.

Penutup berita diframing dengan menggunakan teknik packing yaitu menjadikan khalayak tidak berdaya untuk menolak ajakan yang dikandung berita. Apapun inti ajakan khalayak akan menerima sepenuhnya.

b. Analisis Framing menurut Pan dan Kosicki

Ada 4 dimensi struktural teks berita sebagai perangkat framing yaitu : sintaksis, skrip, tematik dan retorik. Struktur sintaksis bisa diamati dari bagian berita. Sintaksis berhubungan dengan bagaimana wartawan menyusun peristiwa, pernyataan, opini, kutipan, pengamatan atas peristiwa ke dalam bentuk susunan kisah berita. Jadi struktur sintaksis ini bisa diamati dari bagian berita (headline yang diilih, lead yang dipakai, latar informasi yang dijadikan sandaran, sumber yang dikutip dan sebagainya).

Struktur Skrip melihat bagaimana strategi bercerita atau bertutur yang dipakai wartawan dalam mengemas peristiwa. Struktur Tematik berhubungan dengan cara wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa ke dalam proposisi, kalimat atau hubungan antarkalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. Struktur Retorik berhubungan dengan cara wartawan menekankan arti tertentu. Struktur retorik melihat pemakaian pilihan kata, idiom, grafik, gambar yang juga dipakai guna memberi penekanan pada arti tertentu.

Jadi model Framing menurut Pan dan Kosicki ini berasumsi bahwa setiap berita mempunyai frame yg berfungsi sebagai pusat organisasi ide. c. **Analisis Framing menurut Gamson dan Modigliani**

Model Framing menurut Gamson dan Modigliani mendefinisikan frame sebagai organisasi gagasan sentral atau alur cerita yang mengarahkan makna peristiwa-peristiwa yang dihubungkan dengan suatu isu. Frame merupakan inti sebuah unit besar wacana publik yang disebut dengan *package*. Jadi Framing Analysis yaitu memahami wacana media sbg satu gugusan perspektif interpretasi (*interpretative package*) saat mengkonstruksi dan memberi makna suatu isu.

4. Resepsi dalam ilmu komunikasi

Stuart Hall merupakan pencetus model komunikasi *encoding-decoding*. Makna *encoding* (dikodekan) oleh pengirim dan diterjemahkan (*decoding*) oleh penerima serta makna *encoding* dapat diterjemahkan menjadi hal yang berbeda oleh penerima. Model komunikasi tersebut ditemukan oleh Stuart Hall pada tahun 1973, dimana Stuart Hall menganggap bahwa pemaknaan atau resepsi pada suatu teks atau pesan media berasal dari *encoding-decoding*. Pengirim dapat mengkodekan makna dalam pesan sesuai persepsi dan tujuan mereka. Sedangkan persepsi dan pesan yang diterjemahkan oleh penerima pesan sesuai dengan pemahaman dan persepsi mereka sendiri. Hall menyatakan bahwa resepsi akan mengakibatkan audien mengkonsumsi teks secara aktif memaknai pesan yang ada di dalam teks tersebut dengan hasil yang berbeda-beda. (Hall, 1933 : 91)

Secara luas resepsi yaitu teknik pengolahan teks dan pemberian makna sehingga audien memberikan responnya terhadap tayangan televisi. Resepsi berasal dari bahasa latin yaitu: *recepire, reception* (Inggris) yang diartikan sebagai

pemaknaan. Memfokuskan bagaimana pembaca atau khlayak dalam menerima pesan, bukan pada pengirim pesan merupakan fungsi dari teori resepsi. Pemaknaan pesan bergantung pada latar belakang budaya dan pengalaman hidup masyarakat. (Ghassani & Nugroho, 2019 : 129)

Makna teks pada media massa akan diperoleh pada saat audien melakukan penerimaan atau *reception*. Resepsi bisa diartikan sebagai proses pendekatan untuk menelaah tentang khalayak, bagaimana memaknai suatu pesan yang diterima suatu media. Resepsi merupakan sebagai produsen yang aktif, tidak hanya diposisikan sebagai pengguna pada media massa. Pesan suatu media selalu memiliki banyak makna yang diinterpretasikan, dalam proses pemaknaan khalayak akan mendefinisikan informasi yang diterima sesuai sudut pandangnya sehingga *analysis reception* dapat berfokus pada bagaimana khalayak yang berbeda memaknai isi media tersebut. (Toni & Fajariko, 2017 : 155)

Proses *dekoding* merupakan kegiatan yang berlawanan dengan proses enkoding saat kegiatan penerimaan pesan. *Dekoding* merupakan kegiatan untuk menafsirkan pesan-pesan fisik ke dalam suatu bentuk yang memiliki arti bagi penerima. (Morissan, 2013 : 21)

Sedangkan *enkoding* yang dilakukan dalam suatu proses komunikasi berlangsung satu kali, namun juga dapat terjadi berkali-kali. *Enkoding* dapat diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan sumber untuk menafsirkan ide-ide atau pikirannya yang dapat diterima oleh indra penerima. (Morissan, 2013 : 18)

Stuart Hall berpendapat bahwa khalayak melakukan proses *decoding* melalui tiga posisi kemungkinan yaitu:

Posisi Hegemoni Dominan. Menurut Hall mengartikan hegemoni dominan sebagai situasi dimana “*The media produce*

the message, the masses consume it. The audience reading coincide with the preferred reading” (dimana media menyampaikan pesan, khalayak menerimanya. Apa yang disampaikan media secara kebetulan juga disukai oleh khalayak). Ini merupakan situasi di mana, media menyampaikan suatu pesannya dengan menggunakan kode budaya dominan dalam masyarakat. Dengan kata lain, masyarakat maupun media sama-sama menggunakan budaya dominan yang berlaku.

Posisi Negosiasi. Posisi di mana khalayak secara umum menerima ideologi dominan namun menolak penerapannya dalam kasus-kasus tertentu. Dalam hal ini, khalayak bersedia menerima ideologi dominan secara umum, namun mereka dapat melakukan pengecualian dalam penerapannya yang diselaraskan dengan tata cara budaya setempat.

Posisi Oposisi. Posisi dimana suatu masyarakat melakukan *decoding* terhadap media dengan suatu cara yang kritis mengganti atau merubah kode yang disampaikan media dengan pesan atau kode alternatif. Artinya informan menolak makna suatu pesan yang dimaksudkan media dan menggantinya dengan cara berpikir mereka sendiri terhadap topik yang disampaikan media. (Morissan, 2013 : 550–552)

Beberapa contoh skripsi mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Surakarta yang menggunakan judul resepsi dan media massa atau new media :

Rohimah (Skripsi, 2019) yang berjudul Resepsi Santri PP Inayatullah Yogyakarta terhadap Islam Moderat di Akun Instagram @nuonline_id.

Madyawati (Skripsi, 2017) yang berjudul Analisis Resepsi Militerisme dalam Film 3 pada Forum Komunikasi Putra Putri Purnawirawan Indonesia Klaten.

Adina Dwi Lestari (Skripsi, 2017) yang berjudul Pesan Dakwah dalam Film “Ada Surga di Rumahmu” (analisis Resepsi Mahasiswa di PP Darussalam Pucangan Kartasura.

Juri Lestari (Skripsi, 2019) yang berjudul Resepsi Komodifikasi Halal pada iklan Jilbab Zoya Bagi Komunitas Solo Hijabers.





BAB III

METODOLOGI PENELITIAN KOMUNIKASI KUANTITATIF

Metodologi penelitian komunikasi kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan oleh mahasiswa, dosen atau peneliti di bidang ilmu komunikasi khususnya dan ilmu-ilmu sosial pada umumnya. Ruang lingkup dalam metodologi penelitian komunikasi kuantitatif ini meliputi Analisa isi (*Content Analysis*), *Agenda Setting*, *Uses and Gratifications*, Jaringan Komunikasi (*Networking Communication*) dan Metode Eksperimen.

a. Analisa Isi (*Content Analysis*)

Analisis isi atau *content analysis* menurut beberapa para ahli. Barelson mengungkapkan pendapatnya bahwa, Analisis isi adalah suatu teknik riset untuk mendeskripsikan isi komunikasi yang nyata secara objektif, sistematis, dan kuantitatif. “*Content analysis is a research technique for the objective, systematic and quantitative description of the manifest content of communication.*” (Barelson, 1952: 18). Sedangkan menurut Holsty (1969: 1-23), analisis isi adalah metode riset yang dikembangkan secara khusus menyelidiki setiap permasalahan tentang isi komunikasi berdasarkan inferensi-inferensi yang ada. “*Content analysis is a multipurpose research method development specifically for investigating any problem in which the content of communication serves us the basis of inference*”.

Selanjutnya Krippendorff (1991: 15) mengungkapkan pendapatnya bahwa, analisis isi adalah suatu teknik riset untuk membuat sejumlah referensi yang dapat ditiru atas data yang sesuai konteksnya. Kemudian menurut Kerlinger (1973: 221) bahwa, analisis isi adalah suatu metode riset dan analisis komunikasi yang dilakukan secara sistematis, objektif, dan kuantitatif dalam pengukuran sejumlah variabel.

Dari ke empat definisi diatas terdapat tiga konsep dasar yang saling berkaitan, antara lain :

- a) Tentang objektif, mengandung pengertian bahwa analisis isi sebagai sebagai suatu cara yang memungkinkan orang lain dalam menggunakan dengan perolehan hasil yang sama. Jadi, bukan sebaliknya sebagai cara yang didasarkan pada impresionistik atau bersifat subjektif terhadap suatu isi yang sama. Barelson mengasumsikan interpretasi sama dari siapa saja yang mempersepsi dan menafsirkan isi tersebut.
- b) Tentang sistematis, mengandung makna bahwa analisis isi merupakan suatu prosedur riset yang penerapannya dilakukan dengan cara-cara yang sama untuk semua isis komunikasi yang dianalisis.
- c) Kuantitatif, mengandung pengertian bahwa analisis isi dilakukan dengan proses pencatatan secara teratur tentang nilai-nilai, bilangan-bilangan atau frekuensi dalam melukiskan berbagai jenis isi yang didefinisikan. Begitu pula tentang isi komunikasi yang manifes (nyata) adalah isi yang tersurat untuk kemudian dilakukan pengkodean sesuai dengan apa-apa yang tersurat itu (Munawar Syamsudin, 2013: 34).

Analisis isi merupakan suatu teknik sistematis untuk menganalisis isi pesan dan mengolah isi pesan atau alat untuk mengobservasi dan menganalisis isi perilaku komunikasi yang

terbuka dari komunikator yang dipilih (Budd, 1967: 2). Sedangkan menurut Zulkarimien (2002: 32) analisis isi merupakan teknik penelitian untuk memperoleh gambaran isi pesan komunikasi massa yang dilakukan secara objektif, sistematis, dan relevan secara sosiologis. Analisisnya boleh menggunakan pengukuran kuantitatif atau kualitatif atau bahkan keduanya sekaligus.

Atherton dan Klemmack mendefinisikan analisis isi sebagai studi tentang arti komunikasi verbal. Bahan yang dipelajari dapat berupa bahan yang diucapkan atau bahan tertulis. Biasanya peneliti tertarik akan ide atau sikap dan tidak dengan pengetahuan, kinerja atau tingkah laku atau keadaan mental (Jumroni, 2006: 68).

Analisis isi yang dapat dikatakan sebagai suatu penelitian terhadap isi atau makna pesan yang terdapat dalam teks yang tersedia untuk dibuat kesimpulan. Jika komunikasi itu adalah teks, maka yang diperlukan disini tidak lagi hanya proses kognitif dalam arti umum tetapi mencakup proses analisis untuk mencapai tujuan penelitian.

Adapun tujuan analisis isi antara lain,

- a) Menggambarkan isi komunikasi,
- b) Menguji hipotesis karakteristik-karakteristik suatu pesan,
- c) Membandingkan isi media dengan dunia nya,
- d) Melalui image suatu kelompok tertentu dan masyarakat,
- e) Menciptakan titik awal terhadap studi efek media.

Analisis isi sangat berguna untuk mengungkap isi-isi komunikasi melalui berbagai media, namun metode analisis isi yang kuantitatif lebih efisien dan lebih efektif mendatangkan akurasi, kepastian-kepastian kuantitatif, dan pengkategorian serta pengklasifikasian isi-isi (message) komunikasi.

Berikut adalah tahap-tahap penulisan dalam menganalisa data :

- a) Melakukan kategorisasi terhadap novel.
- b) Memasukkan data ke dalam lembar koding sesuai dengan kategori yang telah ditentukan.
- c) Menentukan koder untuk mengisi lembar koding.

Kemudian melakukan penghitungan, mendeskripsikan data yang telah diperoleh berdasarkan tema yang ditentukan dan kemudian ditarik kesimpulan mengenai tema yang paling banyak muncul (Rahmat Kriyantono, 2008: 229)

Analisa isi digunakan untuk memperoleh keterangan dari isi komunikasi yang disampaikan dalam bentuk lambang. Analisis isi dapat digunakan untuk menganalisis semua bentuk komunikasi seperti : surat kabar, buku, puisi, lagu, cerita rakyat, lukisan, pidato, surat, peraturan, undang-undang, musik, teater dan sebagainya.

Penelitian yang menggunakan analisis isi umumnya melalui tahapan-tahapan :

1. Perumusan Masalah
2. Perumusan Hipotesis (Penarikan sampel)
3. Pembuatan alat ukur (koding)
4. Pengumpulan data
5. Analisis data.

Di dalam tahapan perumusan masalah maksudnya bahwa masalah itu harus dapat dirumuskan dalam pertanyaan-pertanyaan yang dapat diukur. Misalnya kita ingin mengetahui apakah novel-novel Indonesia pada tahun 1990-an lebih pornografis daripada novel-novel pada tahun 2000-an. Sebelumnya kita harus mendefinisikan terlebih dahulu secara operasional apa yang disebut dengan pornografis itu. Contoh lain misalnya apakah novel-novel yang diterbitkan pada tahun 2000-an itu lebih banyak memuat nilai-nilai keislaman daripada

novel-novel yang diterbitkan pada tahun 1990-an? Di sini kita harus mendefinisikan apakah yang dimaksud dengan nilai-nilai keislaman itu? Contoh lainnya apakah buku-buku yang diterbitkan pada tahun 1990-an lebih memiliki nilai-nilai nasionalisme daripada buku-buku yang diterbitkan pada tahun 20001-an? Di sini kita harus mencari definisi atau pengertian dari nilai-nilai nasionalisme dari beberapa referensi (buku, jurnal, kamus/ensiklopedi, hasil penelitian dan sebagainya).

Kita harus mendefinisikan pornografis, nilai-nilai keislaman atau nasionalisme itu apa? Misalnya pengertian pornografis adalah Pornografi dapat diartikan sebagai penggambaran tubuh atau aktivitas perilaku seksual manusia secara terbuka dan ditujukan untuk memicu gairah seksual pada individu yang mengonsumsinya (Kurniawan & Creativity, 2017). Undang-Undang RI Nomor 44 Tahun 2008 tentang Pornografi menjabarkan pengertian pornografi sebagai gambar, sketsa, ilustrasi, foto, tulisan, suara, bunyi, gambar bergerak, animasi, kartun, percakapan, gerak tubuh, atau bentuk pesan lainnya melalui berbagai bentuk media komunikasi dan/atau pertunjukan di muka umum, yang memuat kecabulan atau eksploitasi seksual yang melanggar norma kesusilaan dalam masyarakat (Kementerian Hukum dan Hak Azasi Manusia, 2008). Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa hal-hal pornografi adalah segala sesuatu yang dapat membangkitkan nafsu dan dirancang dengan sengaja. Adapun bentuknya dapat berupa gambar, lukisan, foto, video, tulisan ataupun percakapan (suara) yang secara sengaja dilakukan untuk menimbulkan rangsangan seksual.

Sedangkan yang dimaksud dengan nilai-nilai keislaman memuat aturan-aturan Allah yang antara lain meliputi aturan yang mengatur tentang hubungan manusia dengan Allah, hubungan manusia dengan manusia dan hubungan manusia

dengan alam secara keseluruhan (Toto Suryana, dkk, 1996 : 148-150) dalam *Jurnal Komunikasi Global, Volume 7, Nomor 1, 2018*

Adapun pengertian dari nasionalisme adalah Sejarawan Taufik Abdullah dalam sebuah seminar (Kompas, 18 Agustus 2007, hal. 33) berkomentar bahwa nasionalisme yang berintikan patriotisme itu, memang perwujudannya mengalami dialektika yang dinamis di mana tiap generasi mempunyai tantangan (*challenge*) dan jawaban (*response*) yang berbeda, namun esensi nasionalisme tetaplah sama yaitu rasa cinta yang dalam terhadap bangsa dan tanah airnya. Nasionalisme itu menjadi daya dorong atau vital bangsa dalam memperjuangkan cita-cita bersama. Ernest Gellner (Kompas, 21 Mei 2008) dalam bukunya *Nations and Nationalism* (1983) antara lain menulis bahwa ” nasionalisme melahirkan bangsa, sementara demokrasi melahirkan negara dan pemerintahan”, maka nasionalisme bersama demokrasi melahirkan negara bangsa (*nation state*) . Namun demokrasi bukan hanya sebagai alat tetapi sekaligus merupakan tujuan dari negara bangsa itu sendiri, yaitu mewujudkan masyarakat adil makmur material – spiritual bagi seluruh warga bangsa.

Setelah mengetahui pengertian istilah pornografi, nilai-nilai keislaman dan nasionalisme kita menentukan rumusan masalahnya yaitu Berapa banyak kata atau kalimat yang mengandung pornografi, nilai-nilai keislaman atau nasionalisme.

2. Perumusan Hipotesis (Pengarikan sampel)

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang menjadi objek dalam penelitian. Samidi dalam *Jurnal EduTech Vol .1 No 1 Maret 2015*.

Perumusan hipotesis maksudnya bahwa dugaan sementara dari seorang peneliti sebelum melakukan penelitian. Hipotesis harus dirumuskan dalam bentuk hipotesis nol, hipotesis penelitian atau hipotesis statistik. Dalam contoh di atas, hipotesis nolnya

ialah tidak ada perbedaan kadar pornografis antara novel-novel Indonesia pada tahun 1990-an lebih pornografis daripada novel-novel pada tahun 2000-an? Hal itu dapat juga dengan kata lain bahwa novel-novel tahun 1990-an mempunyai kadar pornografis yang lebih tinggi dari novel-novel tahun 2000-an.

Hipotesis statistiknya adalah sebagai berikut :

$$H_0 : X_{1990} = X_{2000}$$

$$H_1 : X_{1990} \neq X_{2000} \quad (\text{tes dua arah})$$

Atau

$$H_1 : X_{1990} > X_{2000} \quad (\text{tes satu arah})$$

Kita akan menggunakan test untuk menguji hipotesis nol, pada tahap signifikansi 0,05. Penarikan sampel dimulai setelah kita menentukan satuan analisis (*units of analysis*). Dalam contoh di atas, satuan analisisnya para penulis, buku atau novel. Jika satuan analisisnya penulis, kita memilih seluruh atau sejumlah penulis sebagai sampel. Bila satuan analisisnya buku maka sampel ditarik dari populasi buku novel. Satuan analisis bukan satu-satunya dasar penarikan sampel. Boleh juga kita menarik subsampel : memilih sampel dari subkategori untuk setiap satuan analisis. Jadi jika penulis yang menjadi satuan analisisnya, maka kita akan dapat (1) memilih sampel penulis dari setiap penulis yang terpilih, (2) memilih sampel buku yang ditulis oleh setiap penulis yang terpilih, (3) memilih bagian-bagian untuk setiap buku yang terpilih untuk dianalisis. Tentu saja semua pemilihan ini dilakukan dengan cara acak. Atas dasar di atas, semua jenis penarikan sampel acak dapat dilakukan : acak sederhana (*simple random*), sampel stratifikasi (*stratified random*) atau sampel kelompok (*clusters*).

3. Pembuatan alat ukur (koding)

Alat ukur adalah instrumen yang digunakan dalam penelitian. Misalnya angket (kuesioner) yang dirancang untuk

metode pengumpulan data (Rina Hayati dalam alat ukur penelitian dan penjelasannya 2020). Seorang peneliti perlu menentukan instrumen yang akan digunakan berdasarkan jenis metode penelitian yang digunakannya baik yang kuantitatif, kualitatif maupun *mix method* (kuantitatif dan kualitatif). Dalam studi kualitatif, peneliti dapat menggunakan alat ukur kuesioner atau *interview guide*, sedangkan dalam studi kuantitatif seorang peneliti dapat menggunakan skala. Pengertian alat ukur dalam penelitian adalah jenis instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang menjadi tema penelitian.

Jenis-jenis alat ukur penelitian :

a. Tes

Tes adalah serangkaian pertanyaan yang dapat digunakan untuk mengukur ketrampilan, pengetahuan, inteligensi, kemampuan atau bakat yang dimiliki oleh individu atau kelompok. Instrumen tes dibedakan menjadi 3 yaitu :

1. Tes Kepribadian (*Personality Test*)

Tes kepribadian adalah tes yang digunakan untuk mengungkap kepribadian seseorang. Dalam tes ini yang diukur adalah self-cocept, kreativitas, kedisiplinan, kemampuan khusus dan sebagainya.

2. Tes Bakat (*Attitude Test*)

Tes inteligensi adalah tes yang digunakan untuk memperkirakan tingkat intelektual seseorang dengan cara memberikan berbagai tugas kepada orang yang akan diukur intelligensinya.

3. Tes Intelligensi (*Intelligence Test*)

Tes sikap atau skala ialah tes yang digunakan untuk melakukan pengukuran terhadap berbagai sikap seseorang.

b. Skala Peringkat (*Rating Scale*)

Skala peringkat didefinisikan sebagai pertanyaan survei tertutup yang digunakan untuk mewakili respon terhadap responden. Skala ini digunakan untuk mengevaluasi kinerja produk atau layanan, ketrampilan karyawan, kinerja layanan pelanggan, dan sebagainya. Pertanyaan survei skala peringkat dapat memberikan banyak informasi daripada hanya Ya atau Tidak.

c. Panduan Wawancara (*Interview Guides*)

Wawancara adalah percakapan dimana pertanyaan-pertanyaan diajukan oleh peneliti kepada informan. Guna memperoleh data, wawancara dapat dilakukan dengan menggunakan panduan wawancara (*interview guide*). Panduan Wawancara adalah daftar pertanyaan yang akan ditanyakan kepada informan sesuai dengan topik penelitian.

d. Observasi

Observasi adalah metode mengamati, mendeskripsikan tingkah laku subyek.

e. Kuesioner

Kuesioner adalah instrumen penelitian yang terdiri dari sekumpulan pertanyaan guna mengumpulkan informasi dari responden. Kuesioner memiliki keunggulan dibandingkan dengan jenis survei yang lainnya karena di samping murah juga karena tidak memerlukan banyak waktu dan biaya seperti survei lisan atau telepon.

Ada 3 jenis angket/kuesioner yaitu :

1. Kuesioner Terbuka

Kuesioner terbuka adalah bentuk kuesioner dengan daftar pertanyaan yang memberikan peluang kepada para responden untuk menuliskan pendapatnya mengenai

pertanyaan-pertanyaan yang terdapat pada lembaran kuesioner yang diberikan oleh peneliti.

2. Kuesioner Tertutup

Kuesioner Tertutup adalah kuesioner yang berupa lembaran pertanyaan dari peneliti yang jawabannya telah ditentukan. Metode pengumpulan data dengan metode yang satu ini bisa dikatakan efektif sebab responden dapat langsung memberikan jawaban dengan tanda centang (✓) pada kolom yang telah tersedia.

3. Kuesioner Campuran

Kuesioner campuran adalah kuesioner yang berupa perpaduan antara kuesioner terbuka dan tertutup.

f. Sosiometri

Sosiometri adalah jenis metode kuantitatif untuk mengukur hubungan sosial. Metode ini dikembangkan oleh psikoterapis Jacob L Moreno dan Helen Hall Jennings dalam studi mereka tentang hubungan antara struktur sosial dan kesejahteraan psikologis

Jacob Moreno memberikan definisi sosiometri sebagai penyelidikan tentang evolusi dan organisasi kelompok dan posisi individu di dalamnya. Moreno mengembangkan sosiometri sebagai salah satu ilmu sosial yang baru berkembang. Menurutnya bahwa tugas metodologis utama dari sosiometri adalah merevisi metode eksperimental sehingga dapat diaplikasikan terhadap fenomena sosial. Salah satu inovasi Moreno dalam sosiometri adalah pengembangan sosiogram, metode sistematis untuk menggambarkan individu secara grafis sebagai titik-titik dan hubungan diantara mereka sebagai garis.

Pembuatan alat ukur dilakukan apabila permasalahan penelitian sudah dirumuskan secara operasional, pengembangan alat ukur tidak akan sulit dilakukan. Misalnya dari topik

penelitian tentang makna pornografis dalam novel-novel di Indonesia baik secara manifest (tersurat) maupun latent (tersirat) dengan mendeskripsikan kata pornografis. Kita bisa mencari dan menghitung kata-kata “ pornografis” atau sinonimnya seperti melirik, mencumbu, mencium, memeluk dan sebagainya. Selain itu, kita juga bisa merujuk pada makna tersirat (latent content) dengan mendeskripsikan kalimat pornografis. Kalimat pornografis ialah kalimat yang mengandung makna yang ditujukan untuk merangsang nafsu birahi atau mengarahkan orang-orang pada kesan seksual. Contohnya pada kalimat “jantungnya berdegup keras ketika baju kekasihnya yang basah kuyub menampilkan kontur tubuhnya” bisa dianggap pornografis walaupun tidak ada kata-kata porno didalamnya.

Alat -alat ukur itu harus diuji (*pretested*) lebih dahulu agar peneliti-peneliti lain yang mungkin akan meneliti materi yang sama, akan menghasilkan kesimpulan yang sama. Kesamaan hasil pengukuran menunjukkan tingkat reliabilitas alat ukur. Bila dengan menggunakan alat ukur lain mengukur kalimat pornografis, kita tetap menghasilkan data yang sama, kita yakin bahwa penelitian kita memiliki validitas.

4. Pengumpulan data

Pengumpulan data dilakukan bila data yang telah dikumpulkan dengan menggunakan lembar koding (*coding sheet*) yang dibuat berdasarkan kategori yang ditetapkan pada tahap pembuatan alat ukur. Dalam contoh di atas, lembar koding berbentuk seperti berikut ini :

Tahun	Nomor Novel	Jenis Novel	Jumlah Kalimat yang diteliti	Frekuensi kalimat tersurat	Frekuensi Kalimat tersirat	Jumlah

1990	001	1	78	23	7	30
	002	2	92	36	12	48
2000	001	3	84	11	4	15
	002	1	89	4	3	17

Sumber : Jalaluddin Rakhmat, Metodologi Penelitian Komunikasi, 1990.

Data dapat dilakukan analisis dengan menggunakan tabulasi silang atau tabel biasa. Jika menggunakan test t, kita dapat membuat tabel frekuensi yang biasa dan kita menghitung rata-rata (*means*). Dalam contoh di atas, kita menghitung rata-rata dengan menghitung jumlah kalimat yang diteliti untuk masing-masing skor. Setelah memperoleh nilai rata-rata setiap jenis novel, kita bisa menghitung tes t. Misalnya dari perhitungan ini kita memperoleh angka 2,45. Adapun derajat kebebasan 60 (satu arah), maka nilai kritis untuk tahap signifikansi 0,05 nilai kritisnya sama dengan 1,67. Hipotesis nol kita tolak karena t hasil perhitungan (yakni 2,45) lebih besar dari nilai kritis (yakni 1,67). Kesimpulannya novel-novel yang diterbitkan pada tahun 1990 lebih pornografis daripada novel-novel yang diterbitkan pada tahun 2000-an.

5. Analisis data.

Novel-novel di Indonesi yang diterbitkan pada tahun 1990-an lebih pornografis daripada tahun 2000-an. Hal ini disebabkan karena pada tahun 2000-an sudah banyak variasi tema-tema ataupun munculnya penulis-penulis pada saat akibat dari era reformasi yang terjadi pada tahun 1998. Lahirnya novelis-novelis muda dan berbakat seperti Habiburrohman El Shirazi, Ahmad Fuadi, Tere Lye dan sebagainya mempengaruhi terhadap dunia novel di Indonesia.

Contoh dalam skripsinya Mitha Eka Hastuti mahasiswa Program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas

Ushuluddin dan Dakwah IAIN Surakarta yang berjudul *Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Novel Merindu Cahaya de Amstel Karya Arumi E.*

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *content analysis* atau yang juga disebut analisis isi yang sifatnya deskriptif kuantitatif. R. Hostly mendefinisikan analisis isi sebagai metode analisis isi pesan dengan cara sistematis sehingga dapat memberikan petunjuk untuk mengamati dan meneliti pesan-pesan tertentu yang disampaikan oleh komunikator.

Analisis isi dapat digunakan untuk menganalisis semua bentuk komunikasi. Baik surat kabar, berita radio, iklan televisi maupun semua bahan-bahan dokumentasi yang lain. Hampir semua disiplin ilmu sosial dapat menggunakan analisis isi sebagai teknik/metode penelitian.

Dalam penelitian ini yang menjadi subyek Penelitian adalah Novel Merindu Cahaya De Amstel karya Arumi E. Dan yang menjadi obyek penelitiannya adalah pesan-pesan dakwah yang terdapat dalam Novel Merindu Cahaya De Amstel.

Adapun tahapan-tahapan dalam pengumpulan data, penulis menggunakan metode sebagai berikut :

1. Observasi diartikan sebagai pengamatan menggunakan alat indera penglihatan. Observasi dilakukan dengan cara membaca teks dalam novel tersebut dengan seksama.
2. Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa buku-buku penelitian, buku komunikasi, buku dakwah, buku novel, dan novel yang didapat dari internet.

Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data melalui beberapa sumber yaitu :

1. **Data Primer**

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung. Peneliti memperoleh data primer dari buku novel yang berjudul Merindu Cahaya De Amstel Karya Arumi E. Kemudian, peneliti menganalisis teks paragraf yang ada di dalam novel merindu cahaya de amstel yang nantinya akan dipilih sebagai teks yang mengandung nilai dakwah dalam novel tersebut. Selanjutnya peneliti akan melakukan pengelompokan berdasarkan kategorisasi yang telah ditentukan yakni meliputi pesan aqidah, pesan akhlak, dan pesan syariah. Lalu dilanjutkan dengan proses penjabaran kategori pesan dakwah.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber-sumber data pelengkap dari sumber data yang sudah ada, bisa dari buku-buku yang ada kaitannya dengan dakwah, artikel maupun jurnal.

Unit terhadap isi (*message*) adalah suatu tahapan untuk mempermudah mendekati objek sasaran riset yang telah diketahui konstruksi datanya. Unitisasi yaitu menentukan identifikasi dan fungsionalisasi unsur-unsur konten (Munawar, S. A. 2013: 45).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan Unit Sintaksis. Unit Sintaksis adalah berkaitan dengan tata bahasa serta elemen-elemen kosakata serta unitasnya, untuk dapat diidentifikasi bagi pelacakan dalam riset. Contoh: kata, kalimat, dan alinea.

Kalimat atau paragraf yang akan diteliti adalah semua kalimat atau paragraf yang ada dalam Novel Merindu Cahaya de Amstel karya Arumi E.

Adapun yang menjadi populasi penelitian adalah novel yang berjudul Merindu Cahaya de Amstel karya Arumi E yang diterbitkan pada tahun 2015. Pengertian populasi menurut Arikunto (2007: 85) adalah keseluruhan subjek penelitian.

Sampel dalam penelitian ini adalah dari keseluruhan dari novel Merindu Cahaya de Amstel karya Arumi E. Cara pengambilan sampel tersebut didasarkan atas kepentingan tujuan tertentu dari penelitian ini.

Arikunto (2007: 97) mengatakan bahwa cara pengambilan subjek bukan berdasarkan atas strata atau random atau daerah tetapi didasarkan atas tujuan tertentu yang disebut sampel bertujuan atau *purposive sample*. Adapun sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah bagian novel Merindu Cahaya de Amstel yang mengandung pesan dakwah.

Menurut Arikunto (2007: 94) sampel adalah wakil atau bagian dari sejumlah objek yang sifatnya dapat mewakili dari populasi yang diteliti.

Sedangkan validitas dalam penelitian ini adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan suatu tes. Sebuah tes dikatakan valid apabila tes tersebut mengukur apa yang hendak diukur. Tes memiliki hasil **validitas yang tinggi** sesuai dengan kriteria, maksudnya ialah memiliki kesetaraan antara tes dan kriteria (Arikunto, 1999: 65).

Guna menyesuaikan kriteria dalam mengukur validitas, penulis menyusun kategorisasi tahapan penelitian dalam analisis ini. Kategorisasi berhubungan dengan bagaimana isi penelitian dikategorisasikan. Penyusunan kategorisasi ini berdasarkan Wardi Bachtiar (1997: 33-34). Berikut adalah kategorisasinya

Tabel 2.

Kategori dan Sub Kategori Pesan Dakwah dalam Novel Merindu Cahaya de Amstel

No	Kategori	Sub Kategori
----	----------	--------------

11	Pesan Aqidah	Iman kepada Allah Iman kepada Malaikat Iman kepada Rasul Iman kepada Kitab Iman kepada Kiamat Iman kepada Takdir
22	Pesan Akhlak	Akhlak terhadap Allah SWT Akhlak Terhadap Manusia Akhlak Terhadap Lingkungan
33	Pesan Syariah	Ibadah : Shalat, Zakat, Puasa dan Haji. Muamalah : hukum perdata, hukum waris, hukum pidana, hukum negara, hukum perang dan damai serta hukum lainnya.

Selain harus valid, alat ukur juga harus mempunyai reliabilitas (keandalan) yang tinggi. Analisis pada penelitian ini dilaksanakan secara objektif. Ini berarti tidak diperbolehkan adanya beda penafsiran dari satu orang *coder* dengan *coder* yang lain. Siapapun yang menjadi penilai akan menghasilkan kesimpulan yang sama. Konsep inilah yang disebut dengan reliabilitas, yakni sejauh mana alat yang dipakai akan menghasilkan temuan yang sama, meskipun dipakai pada studi kasus yang berbeda (Astuti, 2019: 55-56).

Dalam penelitian ini, alat ukur yang digunakan ialah lembar coding. Peneliti harus memastikan bahwa lembar coding yang digunakan adalah alat ukur yang terpercaya dan reliabel. Dalam hal ini, lembar coding tentu tidak sesempurna alat ukur eksakta seperti penggaris dan kalkulator. Selalu terdapat perbedaan antara *coder* satu dengan *coder* yang lainnya ketika melakukan penilaian dengan menggunakan lembar coding ini.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan formula Holsti atau rumus Holsti untuk mengukur reliabilitas antar *coder*.

Reliabilitas ditunjukkan dalam presentase persetujuan persamaan antar coder ketika menilai suatu isi. Berikut adalah formula Holsti yang digunakan (Astuti, 2019:56):

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

Keterangan:

CR = Coefficient Reliability (Reliabilitas Antar-Coder)

M = Nomor keputusan yang sama antar juri

N1, N2 = Jumlah item yang dibuat tim juri

Kriteria koefisien reliabilitas menurut Guilford (Ruseffendi, 2005: 160) adalah sebagai berikut :

Nilai	Keterangan
CR < 0,20	Sangat rendah
0,20 ≤ CR < 0,40	Rendah
0,40 ≤ CR < 0,70	Sedang
0,70 ≤ CR < 0,90	Tinggi
0,90 ≤ CR < 1,00	Sangat tinggi

Setelah itu diperoleh rata-rata nilai keputusan antar juri atau koder, dengan menggunakan rumus :

$$KR = \frac{(N (X \text{ antar juri}))}{(1+(N-1)(X \text{ antar juri})}$$

Keterangan :

KR = Komposit Reliabilitas

N = Jumlah juri

X = Rata-rata koefisien reliabilitas antar juri

Kemudian dilakukan perhitungan persentase mengenai pesan dakwah yang dominan yang terdapat dalam novel, selanjutnya menganalisa data. Persentase pesn dakwah yang dominan dihitung dengan rumus :

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

P = Persentase

F = Frekuensi

N = Jumlah

Data yang telah dikumpulkan dalam penelitian ini kemudian dicoding pada lembar coding. Kemudian data di input dan dilakukan rekap data. Pada penelitian ini, input data dilakukan secara manual dan hasilnya disusun dalam tabel yang disebut dengan *coding sheet*.

Tahap awal dalam menganalisis data adalah dengan mendeskripsikan temuan, menggunakan statistik yang disebut dengan statistik deskriptif. Disebut dengan statistik deskriptif karena statistik ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menjabarkan temuan dan data yang peneliti dapatkan dari analisis isi. Jika analisis isi menggunakan lima variabel, maka kelima variabel tersebut dapat dijabarkan secara masing-masing (Eriyanto, 2015:305).

b. Agenda Setting

Media massa memiliki kekuatan untuk mempengaruhi agenda media kepada agenda publik. Agenda Media maksudnya adalah isu-isu yang dianggap penting oleh media massa atau *new media* (media baru seperti youtube, facebook, instagram dan sebagainya). Agenda Publik maksudnya adalah isu-isu yang dianggap penting oleh khalayak media (masyarakat). Teori Agenda Setting ini dicetuskan oleh Profesor jurnalisisme yaitu Maxwell McCombs dan Donald Shaw. Menurut McCombs dan Shaw bahwa “*we judge as important what the media judge as important.*” Kita cenderung menilai suatu isu itu penting

sebagaimana media massa atau media baru (*new media*) menganggap isu-isu itu penting. Jika media massa atau media baru (*new media*) menganggap suatu isu itu penting, maka kita juga akan menganggap isu tersebut juga penting bagi masyarakat (khalayak media). Sebaliknya jika isu-isu di media massa atau media baru (*new media*) itu dianggap tidak penting maka berarti isu-isu yang berkembang itu tidak penting bagi khalayak media (masyarakat).

Teori Agenda-Setting diajukan oleh Maxwell McCombs dan Donald Shaw (McCombs & Shaw, 1974). Secara ringkas teori ini menyatakan: “*mass media have the ability to transfer the salience of items in their news agendas to the public agenda*”.

Teori ini tidak menyatakan bahwa media sengaja berusaha mempengaruhi pendapat khalayak tentang suatu isu tertentu; tetapi media memberi petunjuk mengenai isu-isu apa yang perlu mendapat perhatian : “*We judge as important what the media judge as important*”.

Agenda-Setting mengakui kekuatan media massa, namun juga mengakui bahwa khalayak (individu) tetap memiliki kebebasan untuk memlih (Griffin, 2000:361).

Sejalan dengan pemikiran Maxwell McCombs dan Donald Shaw (1974), Denis McQuail (2000 : 426) mengutip definisi Agenda Setting sebagai “*process by which the relative attention given to items or issues in news coverage influences the rank order of public awareness of issues and attribution of significance, As an extension, effects on public policy may occur.*” Agenda setting menurut Denis McQuail adalah proses yang memberikan perhatian pada hal-hal atau isu-isu dalam cakupan berita yang mempengaruhi pada ranking kesadaran masyarakat dan atribut pada signifikansi seperti perhatian, pengaruh dan kebijakan publik yang mungkin terjadi.

Walter Lipmann pernah mengutarakan pernyataan bahwa media berperan sebagai mediator antara “ *the world outside and the pictures in our heads.*” Media massa atau media baru (*new media*) berperan sebagai perantara antara dunia luar dan gambaran di kepala atau pikiran kita. McCombs dan Shaw juga sependapat dengan Lipmann. Menurut mereka ada korelasi yang kuat dan signifikan antara apa-apa yang diagendakan oleh media massa dan apa-apa yang menjadi. Awalnya teori ini bermula dari penelitian mereka tentang pemilihan presiden di Amerika Serikat pada tahun 1968. Berdasarkan penelitian tersebut ditemukan bahwa ada hubungan sebab akibat antara isi media dengan persepsi pemilih.

McCombs dan Shaw pertama-tama melihat agenda media. Agenda media dapat terlihat dari aspek apa saja yang ditonjolkan oleh pemberitaan media tersebut. Mereka melihat posisi pemberitaan dan panjangnya berita sebagai faktor yang ditonjolkan oleh redaksi. Di dalam surat kabar, headline pada halaman depan, tiga kolom di berita halaman dalam serta editorial, dilihat sebagai bukti yang cukup kuat bahwa hal tersebut menjadi faktor utama surat kabar tersebut. Sedangkan dalam majalah, fokus utama terlihat dari bahasan utama majalah tersebut. Sementara itu dalam berita televisi dapat dilihat dari tayangan spot berita pertama hingga berita ketiga dan biasanya disertai dengan sesi tanya jawab atau dialog setelah sesi pemberitaan.

Di dalam mengukur agenda publik, McCombs dan Shaw melihat dari isu apa yang didapatkan dari kampanye tersebut. Temuannya adalah ternyata ada kesamaan antara isu yang dibicarakan atau dianggap penting oleh publik atau pemilih tadi dengan isu yang ditonjolkan oleh pemberitaan media massa.

McCombs dan Shaw percaya bahwa fungsi agenda setting adalah media massa bertanggung jawab terhadap hampir semua yang dianggap penting oleh publik. Semua yang dianggap

prioritas oleh media menjadi prioritas juga bagi khalayak media (masyarakat). Namun kritik juga dapat dilontarkan kepada teori ini bahwa korelasi belum tentu menunjukkan kausalitas (sebab akibat). Mungkin saja pemberitaan media massa hanyalah sebagai cerminan terhadap apa yang memang dianggap penting oleh khalayak media (masyarakat). Meskipun demikian, kritikan ini dapat dipatahkan dengan asumsi bahwa pekerja media biasanya lebih dahulu mengetahui suatu isu dibandingkan dengan khalayak media (masyarakat).

Berita tidak bisa memilih dirinya sendiri untuk bisa menjadi berita. Artinya ada pihak-pihak tertentu yang menentukan mana yang menjadi berita dan mana yang bukan berita. Siapakah mereka? Mereka inilah yang disebut dengan “*gatekeepers*” Di dalamnya termasuk pemimpin redaksi, redaktr, reporter dan editor. Di dalam komunikasi politik, para calon presiden biasanya memiliki tim media yang disebut dengan istilah “*spin doctor*” Mereka berperan dalam menciptakan isu dan mempublikasikannya melalui media massa. Mereka ini juga termasuk ke dalam “*gatekeeper*”.

Setelah tahun 1990-an, banyak penelitian yang menggunakan teori agenda setting. Hal ini menegaskan bahwa kekuatan media massa dalam mempengaruhi benak khalayaknya cukup besar. Media massa mampu membuat beberapa isu menjadi lebih penting dari yang lainnya.

McCombs dan Reynold (2002:1) menjelaskan bahwa agenda setting adalah kemampuan media massa untuk mempengaruhi topik yang dianggap penting dalam agenda publik. Sejalan dengan McCombs dan Reynold (2002:1), menurut Severin dan Tankard (1988: 264) bahwa agenda setting merupakan suatu gagasan bahwa media melalui berita yang disampaikan akan menentukan isu apa yang dianggap penting oleh publik. Konsep yang berhubungan erat dengan agenda setting adalah

agenda publik dan agenda kebijakan. Agenda media (urutan topik berdasarkan yang dianggap penting dalam media) mempengaruhi baik agenda publik (urutan topik yang dianggap penting dalam survei terhadap opini khalayak) maupun agenda kebijakan (urutan topik yang dianggap penting dalam pikiran lembaga yang menentukan kebijakan publik).

Saliency transfer merujuk pada kemampuan media (aktor lain) untuk mempengaruhi individu yang secara relatif memiliki peran dalam isu-isu kebijakan. Riset yang menunjukkan adanya *saliency transfer* ini ditunjukkan oleh Iyenger, Paters dan Kinder (1982). Sedangkan gatekeeping merupakan cara mengendalikan isi media. Gatekeeping ini menentukan isi dari *saliency transfer* ini. McCombs dan Shaw meyakini bahwa media tidaklah memiliki dampak yang signifikan hanya pada mereka yang memiliki tingkat *need for oriented* yang tinggi. Ada 2 faktor yang mempengaruhi tingkat *need for orientation* ini yaitu (1) relevansi; **menyangkut** seberapa relevan isu yang dibawa media bagi kehidupannya dan (2) ketidakpastian yaitu menyangkut ketidakpastian posisi khalayak dalam isu yang tengah dibicarakan.

Bagaimana cara pengukuran dalam agenda setting? Efek media massa diukur dengan membandingkan dua pengukuran. Pertama, peneliti mengukur agenda media dengan analisis isi yang kuantitatif atau peneliti menentukan batas waktu ttt, mengkodekan berbagai isi media dan menyusun rangking isi itu berdasarkan panjang (waktu dan ruang), penonjolan (ukuran headline, lokasi dalam surat kabar, frekuensi pemunculan) dan konflik (cara penyajian bahan). Agenda media memanfaatkan teknik analisis isi secara lengkap dg mempertimbangkan :

- luas per centimeter (cm) kolom
- berapa kali dimunculkan isu tsb

- Isu tsb ditempatkan di halaman berapa (headline/ bukan),(ada fotonya/tidak), (fotonya berwarna/hitam putih).

Kedua, peneliti mengukur agenda masyarakat dengan menganalisis *self-report* khalayak. Setelah itu menghitung topik-topik yang penting menurut khalayak, merangkingnya dan mengkorelasikan dengan rangking isi media. Lalu menganalisis kondisi-kondisi antara (*contingent conditions*) yg memengaruhi proses agenda setting dengan meneliti sifat-sifat stimulus dan karakteristik khalayak. Judul-judul berita utama atau informasi yang disampaikan oleh media massa seringkali menjadi referensi individu atau kelompok saat berdiskusi.

McComb dan Show (1972) membagi agenda publik dalam 3 jenis yaitu :

1. Agenda Persona (isu-isu yg dipikirkan individu)
2. Agenda Antar persona (isu-isu individu yang dijadikan bahan diskusi dengan orang lain)
3. Agenda kelompok yaitu isu-isu yang diterima di masyarakat.

McCombs & Shaw menggunakan survey atas pemilih di Chapel Hill tahun 1968 sebagai dasar untuk membuktikan hipotesis mereka. Langkah yang dilakukan:

1. Mengukur Agenda Media berdasar topik/isu apa yang dianggap penting oleh media. Kriteria pemilihannya adalah: posisi dan panjang berita/story.

Koran: berita headline di halaman 1, berita 3 kolom di halaman dalam, dan tajuk rencana.

Majalah: tulisan pembukaan (opening story) pada rubrik berita dan isu politik yang mendapat liputan utama.

TV: 3 item berita pertama dan diskusi topik apapun yang memakan waktu lebih dari 45 menit.

McCombs & Shaw menggunakan survey atas pemilih di Chapel Hill tahun 1968 sebagai dasar untuk membuktikan hipotesis mereka. Langkah yang dilakukan:

1. Mengukur Agenda Media berdasar topik/isu apa yang dianggap penting oleh media. Kriteria pemilihannya adalah: posisi dan panjang berita/story.

Koran: berita headline di halaman 1, berita 3 kolom di halaman dalam, dan tajuk rencana.

Majalah: tulisan pembukaan (opening story) pada rubrik berita dan isu politik yang mendapat liputan utama.

TV: 3 item berita pertama dan diskusi topik apapun yang memakan waktu lebih dari 45 menit.

Berita/*story* yang memenuhi kriteria tersebut kemudian dikelompokkan menjadi beberapa kategori isu/topik, disusun berdasar tingkat kepentingannya. McComb & Shaw membuat 5 kategori topik/isu: kebijakan Luar Negeri, hukum, kebijakan fiskal, kesejahteraan rakyat, dan hak-hak sipil.

2. Mengukur Agenda Publik dengan melakukan survey atas para pemilih. Responden diminta menyebutkan isu kunci kampanye. Jawaban dari responden dikelompokkan ke dalam kategori yang sama dengan kategori untuk agenda media.
3. Dilakukan perbandingan antara peringkat isu dalam agenda media dengan peringkat isu dalam agenda publik.
4. Hasil: peringkat di antara kedua agenda itu hampir identik. Tema-tema Utama dalam model Agenda Setting adalah :
 1. Siapa yang paling dipengaruhi oleh agenda media? Tidak semua khalayak bisa “diprogram” oleh media, tapi ada yang memiliki resistensi. Kelompok yang paling dipengaruhi oleh agenda media adalah mereka memiliki kebutuhan orientasi yang tinggi (need for orientation), yang muncul dari variabel

relevansi (relevance) dan ketidakpastian (uncertainty) yang tinggi mengenai suatu isu/ topik tertentu.

2. Isu apa yang diperkuat oleh perhatian media? Media massa hanya bisa mengangkat beberapa topik tertentu, misalnya: masalah sosial yang kronis, (Bosso, 1989), kandidat/strategi dalam pemilu (Auletta, 1993). Khalayak hanya bisa berkonsentrasi pada 3-5 topik pada satu waktu, bila ada topik baru muncul, maka akan ada topik yang memudar dari kesadaran khalayak (Zhu, 1992).

Atribut apa yang ditonjolkan oleh media berkaitan dengan satu topik/isu? McCombs menyebutnya sebagai “Agenda-Setting Tahap Kedua”. Media massa tidak hanya memberi petunjuk mengenai isu apa saja yang perlu diperhatikan khalayak, namun juga menentukan atribut yang dikaitkan dengan suatu isu/topik tertentu.

4. Apakah Media Mampu Mengubah Cara Berpikir Khalayak? Media massa mampu mengubah gambaran khalayak mengenai suatu isu tertentu. Penelitian Ghanem (1996) menemukan bahwa media mempengaruhi agenda publik tentang masalah kejahatan, padahal dalam kenyataannya terjadi penurunan angka & tingkat kekerasan kejahatan.

Cara pengukuran agenda publik Caranya dengan menggunakan prosedur survei yaitu dengan membuat daftar pertanyaan yang ditujukan kepada sejumlah responden berkenaan dengan isu-isu yang berkembang di media massa dalam periode waktu tertentu.

Ada 2 teknik pengumpulan datanya yaitu :

1. Metode pengumpulan data dengan *open-ended* (terbuka) maksudnya agar responden dapat mengekspresikan isu-isu yang dianggap penting.
2. Memberikan daftar topik atau isu berdasarkan rangking dari

analisis sebelumnya.

Langkah-langkah penelitian dalam Model Agenda Setting adalah sebagai berikut :

1. Diawali dengan penyusunan rumusan masalah berdasarkan fenomena yang terjadi di masyarakat (sesuai dengan apa yang dilakukan oleh media untuk khalayak dan apa yang dilakukan khalayak terhadap media). Contohnya : Darurat kabut asap di Kalimantan dan Sumatera di TVOne, Kunjungan Presiden Jokowi ke AS, Tambahan Tunjangan bagi anggota DPR, Darurat Kekerasan pada anak.
2. Mencari formulasi jawaban secara logika teoritis melalui telaah pustaka (hasil riset terdahulu)
3. Menjelaskan kategori-kategori isu sbg satuan analisis .
Kategorisasi berarti memilih secara tepat isu-isu yang sedang berkembang. (isu-isu yang diagendakan oleh media dikorelasikan dengan isu-isu yang diagendakan oleh khalayak).
4. Menentukan *Time Frame* (kerangka waktu riset yang dibutuhkan utk mengukur agenda media dan agenda publik) dan *Time Lag* (Jeda waktu pengukuran)
5. Menyusun instrumen pengukuran agenda khalayak dengan cara menyusun daftar pertanyaan yang berisi urutan agenda media
6. Melakukan riset dengan menggunakan metode analisis isi terhadap isu-isu yang telah dikategorisasikan sebelumnya dan menyusun agenda media.
7. Setelah tersusun data dari hasil metode teknik analisis isi, kemudian ditransformasikan menjadi data agenda media dan data agenda publik.
8. Dianalisis dengan menguji korelasi antara prioritas pentingnya isu pada agenda media dengan prioritas isu

pada agenda publik.

Langkah-langkah penelitian adalah sebagai berikut :

1. Diawali dg penyusunan rumusan masalah berdasarkan fenomena yg terjadi di masyarakat

AGENDA MEDIA

AGENDA PUBLIK

2. Membuat Definisi Konseptual :

- Agenda Media maksudnya adalah isu-isu yang dianggap penting (menonjol) oleh media.
- Agenda Publik maksudnya adalah isu-isu yang dianggap penting oleh publik (pembaca/pemirsa/pendengar)

3. Menjelaskan Definisi Operasional

- Agenda Media maksudnya adalah rangking urutan isu-isu yang dimuat media berdasarkan frekuensi, volume, penempatan dan lain-lain.
- Agenda Publik : rangking urutan isu-isu yg dianggap penting oleh publik berdasarkan prosentase yang dianggap penting individu yang menilai isu-isu tersebut.

4. *Research Hypothesis*

- Ada korelasi antara rangking isu yang dibuat oleh media dengan rangking isu yang dibuat oleh media dengan rangking isu yang ada dalam pikiran publik
- “Semakin tinggi rangking isu dalam agenda media , semakin tinggi pula rangking isu tersebut menurut agenda PUBLIK.

5. *Research Analysis*

- Menentukan urutan isu-isu yang dimuat MEDIA dengan teknik analisis isi.
- Menentukan urutan isu-isu yang dianggap penting oleh publik dengan teknik survey (angket).

6. Melakukan uji korelasi antara Agenda Media dan Agenda

Publik dengan Rank Spearman

$$\text{Rumus } r_s = 1 - \frac{\sum D_i^2}{N(N^2-1)}$$

D_i = Perbedaan/ Selisih antara pasangan rangking

N = Jumlah isu yang diamati

Contoh 10 isu dalam Agenda Media yaitu :

1. Kriminalitas.
2. Korupsi
3. Inflasi
4. BBM
5. Eksekutif
6. Kemiskinan
7. Terorisme
8. Legialatif
9. Yudikatif
10. Lain-Lain

Rangking isu dalam Agenda Media dan Agenda Publik

Isu-isu	Agenda Media	Agenda Publik	D_i	D^2
1. Kriminalitas	3	5	-2	4
2. Korupsi	4	4	0	0
3. Inflasi	7	6	1	1
4. BBM	9	9	0	0
5. Lain-lain	10	7	3	9
6. Eksekutif	6	3	3	9
7. Kemiskinan	2	2	0	0
8. Terorisme	1	1	0	0
9. Legislatif	5	8	-3	9
10. Yudikatif	8	10	-2	4

keanggotaan, kebutuhan, sikap, diskusi interpersonal, terpaan media)

Agenda masyarakat dapat diteliti dari segi apa yang dipikirkan orang (*intrapersonal*), apa yang dibicarakan orang itu dengan orang lain (*interpersonal*) dan apa yang mereka anggap sedang menjadi pembicaraan orang ramai (*community salience*). Efek terdiri dari efek langsung yang berkaitan dengan issues : apakah issue itu ada atau tidak ada dalam agenda khalayak (pengenalan), mana yang dianggap penting menurut khalayak (*salience*) dan prioritas ranking issue dari responden (prioritas). Efek lanjutan berupa persepsi (pengetahuan tentang peristiwa tertentu) atau tindakan (seperti memilih kontestan pemilu atau melakukan aksi protes).

Contoh penerapan model penelitian agenda setting adalah tentang besaran tunjangan PNS dan gaji pokok yang diterima setiap bulan (Tribun Jateng, Sabtu 31 Oktober 2020). Menurut media Tribun Jateng ini bahwa ada enam jenis tunjangan PNS yang diterima di luar gaji pokok setiap bulan. Tunjangan ini bisa menjadi salah satu daya tarik menjadi PNS karena bisa menjadi lebih besar daripada gaji pokok. Di samping itu masih belum termasuk tambahan pendapatan lain bagi PNS seperti uang saku selama perjalanan dinas. Selain itu profesi PNS sangat diminati biasanya karena adanya jaminan di masa pensiun, pendapatan stabil dan risiko kecil dari pemutusan hubungan kerja (PHK). Di samping itu , pendapatan per bulan (*take home pay*) paling stabil dibandingkan dengan profesi yang lain karena dijamin oleh negara. Selama negara tidak pailit (bankrut), PNS akan tetap menerima pemasukan setiap bulannya. Adapun tunjangan yang diterima oleh PNS di luar gaji poko adalah *pertama*, Tunjangan Kinerja (Tukin). Tukin biasanya menjadi tunjangan pling besar yang diterima oleh PNS. Besaran tukin masing-masing PNS berbeda-beda tergantung kelas jabatan maupun instansi tempat

bekerja baik instansi pusat maupun daerah. Tukin PNS DJP diatur dalam Perpres Nomor 37 Tahun 2015.

Kedua, tunjangan suami/isteri berdasarkan PP nomor 7 tahun 1977. Di dalam PP tersebut bahwa PNS yang memiliki istri/suami berhak menerima tunjangan istri/suami sebesar 5 persen dari gaji pokoknya. Namun bila suami dan istri sama-sama berprofesi sebagai PNS maka tunjangan hanya diberikan kepada salah satunya dengan mengacu pada gaji pokok yang paling tinggi diantara keduanya.

Ketiga, tunjangan anak berdasarkan PP nomor 7 tahun 1977. Besaran tunjangan anak diteapkan 2 persen dari gaji pokok untuk setiap anak. Batasannya hanya berlaku untuk 3 orang anak. Adapun syarat mendapatkan tunjangan anak adalah anak PNS berumur kurang dari 18 tahun, belum menikah, belum memiliki penghasilan sendiri dan menjadi tanggungan PNS.

Keempat, tunjangan makan yang diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan RI nomor 32/PMK.02/2018 tentang standar biaya masukan tahun anggaran 2019 yang diterbitkan Menteri Keuangan pada tanggal 29 Maret 2018. PNS Golongan I dan II mendapat uang makan sebesar Rp 35.000 per hari. Golongan III memperoleh Rp 37.000 per hari. Golongan IV memperoleh Rp 41.000 per hari

Kelima, tunjangan jabatan berdasarkan Peraturan Presiden RI nomor 26 tahun 2007 tentang tunjangan jabatan struktural. Tunjangan terendah untuk eselon V A sebesar Rp 360.000,- Tunjangan untuk eselon IV B sebesar Rp 490.000,- Tunjangan untuk eselon IV A sebesar Rp 540.000,- Tunjangan untuk eselon III A sebesar Rp 1.260.000 dan tertinggi untuk eselon I A sebesar Rp 5.500.000,-

Keenam, perjalanan dinas. Seorang PNS bisa dikatakan sebagai profesi yang sering merasakan perjalanan dinas ke luar

kota bahkan terkadang ke luar negeri. Setiap perjalanan dinas, PNS akan memperoleh uang saku yang lazim dikenal sebagai Surat Perintah Perjalanan Dinas (SPPD). SPPD ini diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 07/PMK.05/2008.

Adapun besaran gaji pokok PNS diatur dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 15 Tahun 2019 dimana besarnya berjenjang sesuai dengan golongan dan lama masa kerja golongan (MKG).

Berita tentang besaran tunjangan PNS dan gaji pokok yang diterima setiap bulannya itu sangat diminati oleh sebagian besar khalayak media (masyarakat) karena menyangkut dirinya sebagai PNS. Jumlah PNS di Indonesia yang saat ini cukup besar yaitu sekitar 4,2 juta ini tentunya membutuhkan kepastian terhadap kesejahteraan dalam bekerja. Berita-berita atau informasi di media massa yang berkaitan dengan kesejahteraan tentang PNS yang dianggap penting oleh media massa akan dianggap penting pula bagi khalayak media (masyarakat) saat ini.

c. **Teori Ekologi Media (*Teori niche*)**

Ekologi dalam istilah ilmu lingkungan adalah hubungan timbal balik antara makhluk hidup dengan lingkungannya. Dalam studi media, ekologi media adalah hubungan timbal balik antara media (media massa) dengan lingkungan penunjang kehidupannya, terkait dengan tingkat kompetisi antar media dalam lingkungan industri media massa.

Perkembangan teknologi komunikasi dan industri tentu akan terus berjalan. Seiring dengan hal tersebut, perkembangan industri media massa tidak dapat dipungkiri. Di Indonesia saja misalnya sejak *open sky policy* dan munculnya televisi swasta tahun 1989 hingga kini sudah puluhan TV swasta mengisi channel khalayak. Belum lagi deregulasi penyiaran tahun 1999 yang berdampak pada menjamurnya radio siaran di tanah air.

Kemudahan izin penerbitan mengakibatkan menjamurnya media cetak. Pertumbuhan yang demikian pesat tersebut tentunya berpengaruh terhadap tingkat persaingan antar media sejenis maupun yang tidak sejenis. Dalam jumlah khlayak yang sama, media akan berkompetisi memperebutkan khlayak melalui kebijakannya dalam hal terutama isi. Demi kelangsungan hidup media akan bersaing memperebutkan pasokan iklan. Sasa Juarsa (1993:124) dalam Dimmick dan Rothenbuhler menjelaskan ada tiga sumber utama yang menjadi penunjang kehidupan industri media yaitu *capital* (misal pemasukan dari iklan), *types of content* (jenis isi media) dan *types of audience* (jenis khlayak sasaran).. Jadi kompetisi antar media pada dasarnya adalah persaingan memperebutkan ketiga sumber tersebut.

Metode penelitiannya dengan pendekatan ekologi media pada dasarnya ingin melihat tingkat persaingan media memperebutkan sumber-sumber penunjang kehidupannya. Penelitian seperti ini didasarkan pada teori *niche*. Teori *niche* bisa diartikan relung atau ruang kehidupan. Teori yang dikembangkan dalam bidang lingkungan ini memfokuskan pembahasannya pada proses, ciri-ciri, hubungan dan interaksi antar populasi dalam upaya mempertahankan kehidupannya. Menurut perintis teori ini yaitu R Levin, sifat interaksi antar makhluk hidup yang tinggal dalam lingkungan suatu populasi tertentu, bergantung pada tiga faktor yang saling berkaitan yaitu (1) daerah atau ruang sumber penunjang kehidupan yang ditempati oleh setiap individu (*niche breadth*), (2) penggunaan sumber penunjang kehidupan yang sama dan terbatas oleh dua makhluk hidup atau lebih sehingga terjadi ketumpangtindihan (*niche overlap*), (3) jumlah seluruh penunjang kehidupan yang tersedia bagi seluruh warga populasi. Tingkat persaingan diukur melalui besaran *niche*-nya. Dalam konteks komunikasi teori ini telah diterapkan oleh Dimmick and Rothenler (1984) yang mengamati tingkat kompetisi yang

terjadi diantara industri media. Menurutnya, kelangsungan hidup suatu industri media sama halnya dengan makhluk hidup yakni bergantung pada sejumlah sumber penunjang yang ada di sekitarnya. Namun mengingat jumlah sumber penunjang yang ada terbatas, maka persaingan merebut sumber kehidupan tersebut tidak dapat dihindari. Secara ekologis, ruang kehidupan dan tingkat kompetisi antarindustri media dapat diteliti secara kuantitatif dengan menghitung besaran niche-nya (baik *niche breadth* dan *niche overlap*). Untuk mengukur *niche breadth* dan *niche overlap* digunakan formula sebagai berikut :

$$\text{Niche Breadth (A)} = \frac{1}{\sum_{i=1}^n p_i^2}$$

P_i : Proporsi dari total penggunaan setiap kategori sumber sumber I yang digunakan oleh populasi A . Nilai A berkisar antara (minimum) 1 sampai (maksimum) jumlah kategori I yang digunakan A (n).

Niche overlap antara 2 populasi :

$$d_{i,j} = \frac{1}{n} \sum_{h=1}^h (p_{ih} - p_{jh})^2$$

$d_{i,j}$: Jarak antara populasi/makhluk hidup i dan j .

h : kategori sumber penunjang yang digunakan oleh kedua populasi/makhluk hidup.

Contoh penerapan penelitian yang menggunakan analisa ini:

Dalam jurnal Komunikasi Pembangunan Vol.1 (02) 2020 | 152-162 yang ditulis oleh Atika, Achmad Bayu Chandrabuwono, Novaria Maulina dengan judul Ekologi Media Televisi Publik

berdasarkan Program Informasi Lokal di Kalimantan Selatan bahwa :

Dalam analisis ekologi media pada TVRI Kalsel sebagai televisi publik di Kalimantan Selatan (Kalsel), peneliti mengukur *Niche Breadth* (variasi sumber penunjang) berdasarkan program informasi berbasis konten lokal. Hasil analisis ekologi media televisi ini mengungkapkan termasuk pada kategori apa TVRI Kalsel, apakah pada kategori spesialis (memiliki sumber penunjang yang terbatas) atau pada kategori generalis (memiliki sumber penunjang kehidupan yang bermacam-macam).

Penelitian ini menjelaskan bahwa televisi yang memiliki sumber penunjang terbatas masuk dalam kategori spesialis, dan bukan berarti kategori tersebut tidak baik atau lebih baik, begitupun pada kategori generalis. Sumber penunjang kehidupan media secara garis besar ada tiga, yaitu program acara, jenis khalayak, dan modal. Penelitian ini menganalisis salah satu sumber penunjang yaitu program acara, khususnya program informasi berbasis konten lokal. TVRI Kalsel yang merupakan stasiun televisi lokal memiliki jangkauan yang terbatas pada wilayah/daerah Kalsel. Walaupun demikian, dari sisi program acara, stasiun televisi lokal memiliki peluang yang besar untuk menyajikan informasi-informasi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat lokal di wilayah siarannya, diantaranya fakta, fenomena, atau kondisi yang terjadi pada masyarakat dalam wilayah tersebut.

Selama ini, informasi yang diakses masyarakat melalui televisi nasional lebih banyak informasi tentang kondisi seputar pulau Jawa, yang belum tentu relevan dengan kondisi pada masyarakat lokal. Keberadaan stasiun televisi lokal di daerah diharapkan mampu bersaing (baik antara sesama tv publik lokal, tv swasta lokal, dan tv swasta berjaringan) untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang ada pada daerah tersebut. Berdasarkan hal

tersebut, penelitian ini melakukan analisis ekologi media televisi publik yang ada di Kalsel, khususnya dari program informasi yang berbasis konten lokal. Program informasi yang diproduksi sesuai dengan kebutuhan daerah setempat, termasuk isu-isu yang diangkat misalnya masalah lingkungan, sosial, ekonomi, politik dan lain sebagainya.

TVRI Kalsel sebagai satu-satunya Lembaga Penyiaran Publik di Banjarmasin Kalsel masuk dalam kategori generalis dengan skor *niche breadth* sebesar 3,56. Hal tersebut menunjukkan bahwa TVRI Kalsel memiliki sumber daya penunjang yang cukup beragam dari program acara siaran informasi dengan konten lokal. Terdapat delapan program acara siaran informasi dengan konten lokal yaitu Kalimantan Selatan Hari Ini, Kalsel Sepekan, Habar Budaya, Inspirasi Indonesia, Pesona Indonesia, Zona Tani, Hidup Sehat, dan Banua Bicara. Kedelapan program acara siaran informasi tersebut berbentuk *straight news*, *features*, *features documenter*, dan *talkshow*. Berdasarkan hasil penelitian bahwa skor *niche breadth* yang diperoleh adalah 3,56 maka disarankan agar TVRI Kalsel menambah program informasi dalam format *magazine*, *current affair*, dan *infotainment* jika ingin mencapai skor *niche breadth* mendekati dan atau maksimal 7,0. Dalam kategori Generalis berdasarkan program informasi lokal yang dimiliki oleh TVRI Kalsel, implikasi dari penelitian ini adalah sumber daya penunjang yang beragam dapat memenuhi kebutuhan informasi khalayak sarasannya, sehingga nilai *niche breadth* TVRI Kalsel dapat dijadikan dasar untuk melakukan penelitian lanjutan tentang tingkat kepuasan pemirsa televisi, khususnya kepuasan dalam hal perolehan informasi lokal.

Penelitian tentang televisi yang telah dilakukan tidak hanya menganalisis program acara, beberapa penelitian yang telah dilakukan juga mengkaji televisi dari sisi keberadaan iklan di televisi, diantaranya telah dilakukan oleh Situmeang

(2013), yang mengukur pengaruh daya tarik iklan televisi. Hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa daya tarik iklan televisi (Wardah Cosmetik) memiliki korelasi yang kuat dengan keputusan pembelian konsumen. Koo & Yap (2017) meneliti tentang penonton program berita nasional yang terpapar iklan (urologis). Selain itu Atika & Chandrabuwono (2018) juga meneliti iklan layanan masyarakat yang tayang di TVRI Kalsel, yang hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan layanan masyarakat (judul iklan: Lestarkan Hutan Gambut) yang disajikan Jurnal Komunikasi Pembangunan | Vol. 18 (02) 2020 | 153 melalui sejumlah elemen audio dan visual kurang mampu menarik emosional khalayaknya, sebagaimana hasil penelitian Chandrabuwono et al. (2019) yang mengungkapkan bahwa iklan yang efektif harus mengandung pesan-pesan kreatif dan melekat.

d. **Teori Motif dan Kepuasan** (*Uses and Gratifications*)

Orang pertama yang memperkenalkan teori *Uses and Gratification* adalah **Herbert Blumer** dan Elihu Katz. Pemikiran teori ini sebenarnya sudah dirintis tahun 1960-an ketika Elihu Katz tidak puas dengan pemikiran teori Jarum Hipodermic yang menganggap audiens atau pengguna media adalah sosok yang pasif. Namun teori ini diperkenalkan pada tahun 1970-an. Dalam teorinya dikatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media. Pengguna media adalah pihak yang aktif dalam mencari sumber-sumber media yang paling tepat untuk memenuhi kebutuhannya. Oleh karena itu penggunaan media didasarkan tingkat kebutuhan sosial dan psikologis pengguna dimana pengguna memiliki tingkat selektivitas yang berbeda-beda.

Teori *Uses and Gratifications* merupakan bagian dari studi efek media. Teori ini juga merupakan teori yang mengkritisi kajian efek media sebelumnya, yakni pada era efek *powerfull* dan efek terbatas yang berorientasi pada kekuatan media dan

menganggap pengguna atau audiens pasif. Asumsi dasarnya adalah :

- Khalayak aktif, selektif, goal oriented dalam menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan dan kepentingannya.
- Media massa pada dasarnya berkompetisi dengan sumber-sumber informasi lainnya dalam memenuhi kebutuhan dan kepentingan khalayak. Stressingnya adalah *What the people do with the media not What media do with the people*. Apa yang dilakukan oleh masyarakat terhadap media bukan Apa yang media lakukan terhadap khalayak (masyarakat).

Ada beberapa pemikiran yang digunakan dalam penelitian komunikasi yang menggunakan pendekatan Uses and Gratifications :

Pertama dari pemikiran Elihu Katz (1959) yang menekankan pada pentingnya faktor-faktor psikologidan sosial sebagai penyebab timbulnya kebutuhan akan penggunaan media dari individu.

Kedua, Levy dan Windahl (1984) yang menekankan pada aktivitas-aktivitas khalayak (pada masing-masing tingkatannya) akan menentukan kebutuhan mereka dalam menggunakan media. Aktivitas-aktivitas tersebut terbagi menjadi :

- Kegiatan pra aktivitas (*pre activity*) (berupa kegiatan-kegiatan sebelum menggunakan media)
- Kegiatan selama aktivitas (*duractivity*) penggunaan media
- Kegiatan pasca aktivitas (*post activity*) berupa kegiatan setelah menggunakan media.

Gratification Sought (GS) adalah kepuasan yang diharapkan individu jika seseorang menggunakan media. *Gratification Obtain* (GO) adalah kepuasan yang diperoleh individu setelah menggunakan media.

Ketiga, Pemikiran Palmgreen (1985) mengatakan bahwa harapan individu dalam menggunakan media lebih banyak dipengaruhi oleh belief (keyakinan-keyakinan) dan evaluasi terhadap pengalaman terdahulu dengan berbagai pengalaman terdahulu dengan berbagai jenis media. Kesenjangan ataupun kesesuaian antara kepuasan yang dicari/diharapkan (*Gratification Sought*) dan kepuasan yang diperoleh (*Gratification Obtain*) dapat menggambarkan mana khalayak yang fanatik pengguna media dan mana yang tidak.

Contoh penerapan penelitian dalam Uses and Gratifications :

Pupung Arifin dalam jurnal ilmu komunikasi volume 10, nomor 2, Desember (2013: 195-212) yang berjudul Persaingan Tujuh Portal Berita Online Indonesia berdasarkan Analisis Uses and Gratifications. Portal berita online menjadi satu produk dari perkembangan teknologi internet di dunia jurnalisme. Kemunculan media baru ini sejalan dengan perkembangan audiens yang semakin dinamis dalam mencari informasi di media massa. Populasi dalam portal berita online di Indonesia yang berkembang pesat membuat persaingan industri portal berita online menjadi ketat. Media online berusaha menarik perhatian pembacanya dengan cara menyajikan informasi yang mampu memenuhi kebutuhan audiens. Kepuasan audiens terhadap penyampaian informasi yang disajikan oleh portal berita online guna melihat tingkat persaingan yang terjadi. Teori uses and gratifications digunakan penulis untuk melihat motif dan kepuasan audiens dalam mengakses portal berita online.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengakses portal berita online di kalangan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta (UAJY). Alasan penulis menggunakan populasi tersebut adalah :

1. Usia mahasiswa diasumsikan berada pada masa

keingintahuan yang besar sehingga memiliki hasrat pencarian informasi yang luas. Usia mahasiswa yang berkisar antara 18-24 tahun ini juga sesuai dengan hasil riset yang dilakukan MarkPlus Insight yang menyatakan bahwa pengguna internet didominasi anak muda usia 15-30 tahun. Kemudian diperkuat lagi dengan temuan dari AC Nielsen (Chip online, 2012) bahwa pengguna internet di Indonesia banyak dari kalangan muda usia 15-19 tahun.

2. Mahasiswa dikategorikan sudah dewasa karena berusia 17 tahun ke atas, sehingga kelompok ini diasumsikan mampu merumuskan keinginannya ataupun kebutuhan-kebutuhan yang terpenuhi dengan menggunakan media massa. Penelitian tentang uses and gratifications, pertanyaan yang diajukan adalah tentang kepuasan yang dicari dan kepuasan yang diperoleh. Salah satu kritik yang dilontarkan terhadap teori uses and gratifications adalah mempertanyakan kemampuan masyarakat dalam menyatakan pendapatnya.
3. Akses mahasiswa, terutama mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta dalam menggunakan fasilitas internet lebih mudah karena adanya kemudahan dari pihak kampus. Adanya fasilitas laboratorium komputer dengan internet gratis dan fasilitas hotspot di kampus. Tiga alasan yang dipaparkan oleh penulis dalam menentukan populasi pada penelitian ini menjadi keterbatasan tersendiri dan menggunakan asas non-parametrik, maka penulis mencoba memberikan bukti sebanyak mungkin sebagai landasan pemilihan populasi. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus dari John Curry (dalam Yount, 2006, h. 4). Curry mengatakan untuk populasi dengan jumlah 1000 orang, paling tidak jumlah sampelnya adalah 10%. Berdasarkan data yang dimiliki bagian perkuliahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Atma Jaya Yogyakarta, jumlah mahasiswa aktif Prodi Ilmu Komunikasi pada semester genap 2011/2012 berjumlah 1.280 orang, sehingga penulis menentukan jumlah sampel 180 orang untuk memenuhi responden di atas batas minimal 10% berdasarkan pendapat Curry di atas. Penulis memilih untuk menggunakan metode non probability sample (*convenience sample*) di mana responden dipilih untuk mewakili populasi karena alasan kemudahan dan ketersediaan (Babbie dalam Creswell, 2010, h. 220). Penulis menyadari metode pengambilan sampel cara ini menjadi kekurangan dari penelitian, karena sampelnya tidak diambil dengan metode probabilitas dan non-parametrik. Melihat kompetisi dan hiruk pikuk media massa online yang sudah dipaparkan di awal, penulis kemudian mencoba memfokuskan diri untuk melihat persaingan antara portal berita online Detik.com, Okezone.com, Kompas.com, Tempo.co, Republika.co.id, Mediaindonesia.com dan Vivanews.com berdasarkan tingkat kepuasan (*gratification*) audiens. Pemilihan tujuh media online tersebut berdasarkan peringkat situs internet yang dikeluarkan oleh alexa.com.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah survei yakni metode riset dengan menggunakan kuesioner sebagai pengumpulan datanya. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Analisis data kuantitatif dilakukan setelah semua data yang diperlukan telah terkumpul. Setelah kuesioner terkumpul, yang pertama dilakukan adalah penomoran kuesioner, kuesioner diberi nomor urut sebagai pengenalan (1-180). Lalu masing-masing jawaban dari variabel yang ada baik dari Gratification Sought (GS) dan Gratification Obtained (GO) diberi skor dan dijumlahkan sehingga diperoleh hasil berupa skor Gratification Sought dan skor Gratification Obtained. Berdasarkan hasil tersebut

kemudian dilakukan tahap selanjutnya yakni teknik analisis dengan menggunakan pengukuran GO dan GS berdasarkan kesenjangan antara keduanya. Kesenjangan kepuasan adalah perbedaan perolehan kepuasan yang terjadi antara skor GO dan GS dalam mengonsumsi media tertentu. Adapun indikator terjadinya kesenjangan kepuasan atau tidak adalah sebagai berikut:

1. Jika mean skor GS > mean skor GO terjadi kesenjangan kepuasan, maka media tidak memuaskan khalayaknya.
 2. Jika mean GS = mean GO tidak terjadi kesenjangan kepuasan karena jumlah kebutuhan yang diinginkan semua terpenuhi
 3. Jika mean GS < mean GO terjadi kesenjangan kepuasan, maka media tersebut memuaskan khalayaknya.
- Guna melihat harapan dan kepuasan khalayak atas media online yang mereka akses, penulis mengukur kecenderungannya dengan melihat perhitungan *gratification sought* dan *gratification obtained*. Selanjutnya, tingkat kompetisi portal berita online ini diranking untuk melihat superioritas di antara ketujuh portal berita online yang diteliti. Penulis menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 180 orang. Seratus delapan puluh responden ini muncul untuk mewakili populasi mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta (UAJY) berdasarkan per hitungan yang sudah dipaparkan sebelumnya. Sebelum pertanyaan terkait dengan pengukuran GS, GO dan Superioritas, kuesioner dibukan dengan beberapa pertanyaan pendahuluan. Pertanyaan tersebut terkait dengan usia responden, durasi mengakses internet, frekuensi mengakses portal berita online, medium yang digunakan untuk mengakses portal berita online, saluran yang digunakan untuk mengakses portal berita online, dan terakhir portal berita online yang paling sering diakses

e. **Jaringan komunikasi (*networking communication*)**

Jaringan komunikasi adalah penggambaran “*how say to whom*” (siapa berbicara kepada siapa) dalam suatu sistem sosial. Jaringan komunikasi menggambarkan komunikasi interpersonal, dimana terdapat pemuka-pemuka opini (tokoh agama atau tokoh masyarakat) dan para anggota atau pengikutnya yang saling memiliki hubungan komunikasi pada suatu topik tertentu yang terjadi dalam suatu sistem sosial tertentu seperti sebuah desa, organisasi ataupun sebuah perusahaan (Gonzales, 1993).

Pengertian jaringan komunikasi menurut Rogers (1983) adalah suatu jaringan yang terdiri dari individu-individu yang saling berhubungan, yang dihubungkan oleh arus komunikasi yang terpola. Kaoke dan Kuklinski (1982) melihat jaringan sebagai suatu jenis hubungan yang secara khusus merangkai individu-individu, obyek-obyek dan peristiwa-peristiwa. Sedangkan Farace (Berberg dan Chaffee, 1987) melihat jaringan komunikasi sebagai **suatu pola** yang teratur dari kontak antara person yang dapat diidentifikasi sebagai pertukaran informasi yang dialami seseorang di dalam sistem sosialnya. Berdasarkan pengertian tersebut di atas bahwa yang dimaksudkan dengan jaringan komunikasi dalam tulisan ini adalah rangkaian hubungan diantara individu sebagai terjadinya pertukaran informasi, sehingga membentuk pola-pola atau model-model jaringan komunikasi tertentu.

Rogers dan Kincaid (1981) menjelaskan bahwa analisis jaringan komunikasi adalah merupakan metode penelitian yang mengidentifikasikan struktur komunikasi dalam suatu sistem dimana data hubungan mengenai arus komunikasi dianalisa menggunakan beberapa tipe hubungan-hubungan interpersonal sebagai unit analisa. Tujuan penelitian komunikasi menggunakan analisis jaringan komunikasi adalah untuk memahami gambaran umum mengenai interaksi manusia dalam suatu sistem.

Beberapa hal yang dapat dilakukan dalam analisis jaringan komunikasi adalah :

1. Mengidentifikasi klik.
2. Mengidentifikasi peranan khusus seseorang dalam jaringan komunikasi misalnya sebagai liaisons, bridges dan isolated.
3. Mengukur berbagai indikator (indeks) struktur komunikasi seperti keterhubungan klik, keterbukaan klik, keintegrasian klik dan sebagainya. Klik adalah jaringan komunikasi adalah bagian dari sistem (subsistem) dimana anggota-anggotanya relatif lebih sering berinteraksi satu sama lain. Dalam proses difusi untuk mendapatkan informasi bagi anggota kelompok/sub kelompok, akan tetapi terdapat peranan-peranan sebagai berikut (Rogers dan Kincaid, 1981) :
 1. *Liaison Officer* (LO) yaitu orang yang menghubungkan dua atau lebih kelompok/sub kelompok akan tetapi LO bukan salah satu kelompok/sub kelompok.
 2. *Gate Keeper* yaitu orang melakukan filtering terhadap informasi yang masuk sebelum dikomunikasikan kepada anggota/sub kelompok.
 3. *Bridge* yaitu suatu kelompok/sub kelompok yang berhubungan dengan kelompok/sub kelompok lainnya.
 4. *Isolate* yaitu mereka yang tersisih dalam suatu kelompok/sub kelompok.
 5. *Kosmopolit* yaitu seseorang dalam kelompok/sub kelompok yang menghubungkan kelompok/sub kelompok dengan kelompok/sub kelompok lainnya atau pihak luar.
 6. *Opinion Leader* yaitu seorang yang menjadi pemuka pendapat dalam suatu kelompok/sub kelompok.

Contoh penerapan dalam penelitian ini adalah :

Penelitian dari Michelle Pangestu yang berjudul Jaringan Komunikasi di The Piano Institute Surabaya dalam jurnal e-komunikasi Program studi ilmu komunikasi Universitas Kristen Petra Surabaya ini dilakukan untuk mengetahui jaringan komunikasi di The Piano Institute Surabaya. Jaringan komunikasi dilihat dari tiga aspek, yaitu jaringan komunikasi, pola komunikasi, dan peranan di dalam jaringan komunikasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan teknik wawancara mendalam pada sembilan orang informan. Analisis data menggunakan program komputer QSR NVivo 11.

Hasil penelitian menunjukkan jaringan komunikasi yang terjadi adalah formal dan informal, pola komunikasi yang ada adalah pola komunikasi huruf “Y” pola lingkaran dan pola semua arah, sedangkan peranan dalam jaringan komunikasi antara lain klik, opinion leader, dan cosmopolite.

Peneliti melihat salah satu organisasi yang menarik untuk dilihat jaringan komunikasinya adalah The Piano Institute. The Piano Institute (TPI) merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa pendidikan sekolah musik yang berdomisili di Surabaya. TPI telah berdiri sejak tahun 2012 dan merupakan salah satu sekolah musik terbesar dengan susunan organisasi yang jelas di Surabaya dengan jumlah sebanyak 13 karyawan didalamnya. Peneliti telah sedikit mengamati bagaimana perusahaan tersebut berjalan. Peneliti menemukan beberapa fenomena komunikasi yang terjadi di TPI, antara lain fenomena komunikasi dimana di dalam perusahaan seringkali terdapat desas-desus yang tersebar. Seperti misalnya adanya desas-desus mengenai ijin perusahaan yang memperkenankan *teacher* membagi informasi kontak dengan para orangtua murid. Peraturan tersebut tidak disampaikan secara resmi pada saat *meeting* perusahaan, namun adanya salah satu *teacher* yang bercerita pengalamannya kepada *teacher* yang lain, sehingga

teacher yang lain memahami hal tersebut sebagai peraturan resmi perusahaan. Kesalahpahaman pun terjadi dimana atasan yang mulai melihat jalur komunikasi yang seharusnya terjadi antar orangtua murid dan pihak administrasi sering terjadi ketidakcocokan sehingga persoalan tersebut diluruskan pada *meeting* bulanan untuk seluruh staf. Atasan menegaskan selama hal-hal yang berkaitan dengan peraturan tidak disampaikan secara resmi pada *meeting* maka seluruh staf diharapkan tidak memberlakukan Peraturan tersendiri yang mengatakan bahwa pada tanggal merah, perhitungan *salary teacher* pada hari tersebut tetap dibayarkan, namun belum terdapat konfirmasi yang jelas pada peraturan tersebut sehingga terjadi kesalahpahaman antara staf keuangan yang salah menghitung *salary teacher* pada akhir bulan.

Ada desas-desus yang mengatakan bahwa pada tanggal merah, perhitungan *salary teacher* pada hari tersebut tetap dibayarkan, namun belum terdapat konfirmasi yang jelas pada peraturan tersebut sehingga terjadi kesalahpahaman antara staf keuangan yang salah menghitung *salary teacher* pada akhir bulan. Hal-hal seperti itu sangat berkaitan dengan jaringan komunikasi yang berlangsung di perusahaan, apakah memiliki jaringan komunikasi secara formal dimana setiap informasinya berpusat pada informasi dari atasan dan memiliki batasan komunikasi sesuai dengan struktur hirarki yang ada, atau informal dimana penyebaran informasi cenderung melalui saluran *grapevine* (desas-desus). Fenomena lainnya yang terjadi di The Piano Institute adalah terbentuknya *small group* (kelompok kecil) antar para stafnya. Dimana para staf *full timer* baik sebagai staf administrasi, *teacher*, ataupun staf keuangan yang mengikuti jam kantor perusahaan membentuk *small group* terlepas dari karyawan The Piano Institute yang lain.

Sebelum melaksanakan penelitian lebih lanjut, peneliti terlebih dahulu melakukan penelurusan terhadap hasil-hasil penelitian serupa mengenai jaringan komunikasi.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dijabarkan peneliti di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai jaringan komunikasi. Namun, penelitian ini akan dilakukan pada sekolah musik The Piano Institute. Penelitian ini dilakukan sesuai dengan fenomena komunikasi yang terjadi dalam kawasan internal organisasi. Masalah komunikasi yang terjadi di dalam perusahaan menyebabkan hambatan hambatan dalam kinerja perusahaan. Oleh sebab itu, berdasarkan fenomena di atas, peneliti merasa tertarik untuk mencari tahu jaringan, pola komunikasi dan peran-peran yang ada dalam The Piano Institute. Bagaimana jaringan komunikasi di The Piano Institute Surabaya?

f. Metode Eksperimen dalam Bidang Komunikasi.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian eksperimental yang dimaksudkan untuk mengetahui efek yang ditimbulkan (akibat pada variabel tergantung) dari perlakuan eksperimental (manipulasi variasi bebas). Penelitian ini menggunakan desain penelitian Quasi Eksperimental. Pengertian dari Quasi eksperimental yaitu jenis penelitian eksperimen yang semu karena keterbatasan dalam mengontrol subyek penelitian. Eksperimen dalam penelitian ini menggunakan desain *pretest* dan *posttest*. Penelitian ini dilakukan dengan cara memberikan test tahap awal (*pretest*), perlakuan (*treatment*) dan tes tahap akhir (*posttest*).

Contoh rancangan usulan penelitian bidang komunikasi dengan menggunakan metode eksperimen yang berjudul Uji Hipotesis antara melihat film di televisi berwarna dengan narasi bahasa Indonesia lebih efektif dibandingkan dengan melihat film di televisi berwarna dengan narasi bahasa Inggris maupun

melihat film di televisi hitam putih dengan narasi bahasa Jawa dengan kebiasaan meroko bagi siswa SMU.

Desain factorial yang digunakan adalah 2 x 3 yaitu :

	Narasi			
	In	Ig	Jw	
Jenis Gambar	Hp	Hp+In	Hp+Ig	Hp+Jw
Televisi	Bw	Bw+In	Bw+Ig	Bw+Jw

Rumusan Permasalahannya adalah : Apakah film di televisi berwarna dengan narasi bahasa Indonesia lebih efektif dibandingkan dengan film di televisi berwarna dengan narasi bahasa Inggris maupun film hitam putih dengan narasi bahasa Jawa dengan kebiasaan merokok bagi siswa SMU?

Hipotesis penelitian yang akan diuji adalah tidak adanya perbedaan apabila hasil *pretest* dengan *posttest* setelah dilakukan perlakuan (*treatment*) maka hasilnya nol (0) atau dengan rumus :

$$Pa - Pb = 0$$

Metode Penelitiannya yaitu :

1. Subyek penelitian

Pada penelitian ini jenis penelitiannya adalah eksperimental. Menurut Iin dalam Faisal (1992 : 75) bahwa eksperimen yang baik harus mengandung elemen dasar yaitu merandom subyek dan memanipulasi variabel bebas. Dalam penelitian eksperimen yang dimaksud dengan subyek penelitian adalah org/individu atau kelompok yang dijadikan unit atau satuan kasus yang diteliti. Pada penelitian ini yang menjadi subyek penelitian adalah pelajar Sekolah Menengah Umum (SMU) yang berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan.

2. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakkan dengan pengumpulan data melalui :

- *Pretest* yaitu test yang diberikan kepada subyek sebelum

diberikan perlakuan (*treatment*) atau test yang diberikan kepada subyek sebelum diberikan perlakuan.

- *Posttest* yaitu suatu keadaan dimana subyek penelitian sudah diberi perlakuan (*treatment*). Jadi test ini dilakukan kepada subyek setelah mendapat perlakuan. Untuk lebih jelasnya rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada bagan berikut ini :

3. Uji Instrumen

- Validitas Instrumen

Pengujian validitas instrumen menggunakan prosedur korelasi item total yaitu sebatas menguji korelasi antara tiap item dengan totalnya. Dalam penelitian ini digunakan banuan formula corrected pada SPP versi 10. Melalui teknik ini terdapat instrumen pretest dan posttest yang masing-masing terdiri dari 3 faktor maka diperoleh hasil bahwa keseluruhan item dinyatakan memenuhi kualifikasi.

- Reliabilitas Instrumen

Dalam penelitian ini pengujian reliabilitas instrumen digunakan formula *alpha* dari Cronbarch (Azwar, 2000 : 78). Formula *alpha* merupakan salah satu jenis rumus untuk menguji reliabilitas dengan pendekatan *single-trial* yaitu dengan cara membelah instrumen berdasarkan itemnya untuk kemudian dilakukan analisis korelasi guna melihat reliabilitasnya.

Formula *alpha* memiliki kelebihan dalam pengujian reliabilitas, karena tidak harus terpenuhi asumsi bahwa masing-masing belahan bersifat paralel. Formula *alpha* tersebut adalah sebagai berikut :

$$\text{Alpha} = [k] [1 - \sum sj^2]$$

Desain penelitian atau rancangan penelitian adalah perencanaan struktur dan strategi penelitian yang disusun sedemikian rupa sehingga akan mendapatkan jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan penelitian dan dapat mengontrol varian variabel (Kerlinger, 1986 : 300)

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah pelajar SMU baik yang negeri maupun swasta yang ada di kota Surakarta baik yang perempuan maupun laki-laki.

Penarikan sampel (teknik sampling) dalam penelitian ini menggunakan metode penarikan sampel gugus bertahap dua atau lebih. Menurut Masri Singarimbun dan Sofian Effendi (1989: 155-156) bahwa penarikan sampel gugus bertahap dua atau lebih adalah pengambilan sampel yang dilakukan melalui tahap-tahap tertentu. Jadi satu populasinya dapat dibagi dalam gugus tingkat pertama, kemudian gugus-gugus tingkat pertama ini dapat dibagi pula dalam gugus-gugus tingkat dua dan gugus kedua dapat dibagi dalam gugus-gugus tingkat yang lebih lanjut.

Setelah dilakukan pretest dan posttest maka langkah selanjutnya adalah melakukan skoring. Skoring tersebut akan menghasilkan data penelitian yang kemudian akan ditabulasikan. Hasil tabulasi dalam penelitian yang ada pada akhirnya akan dianalisis untuk menguji hipotesis. Guna mengetahui keefektifan media televisi dalam memberikan informasi kepada siswa SMU tentang bahayanya merokok bagi kesehatan, dilakukan dengan cara membandingkan materi tentang bahayanya meroko sebelum dan setelah dilakukan perlakuan (*treatment*) guna mengetahui signifikansi perbedaan antara pretest-posttest akan digunakan teknik analisis t-test dengan bantuan SPSS versi 10.

Tahapan-tahapan atau langkah-langkah penelitiannya yaitu :

1. Mengidentifikasi serta menentukan permasalahan penelitian yang meliputi :
 - Memilih media eksperimen dan pesan apa yang ingin diteliti pengaruhnya
 - Menentukan variabel penelitiannya
 - Merumuskan permasalahannya
 2. Melakukan studi kepustakaan yang relevan dengan permasalahan penelitian untuk menyusun hipotesis penelitian dan kerangka teori
 3. Mendefinisikan variabel penelitian (definisi konseptual dan definisi operasional)
 4. Menyusun instrumen / alat ukur (kuesioner) secara baik dengan melakukan uji coba,
 5. Menguji validitas dan reliabilitas untuk mengidentifikasi variabel-variabel **pengganggu**
 6. Menentukan desain penelitian dalam hal ini desain factorial 2 x3.
 7. Menyusun media eksperimen termasuk merancang pesan berdasarkan variabel penelitian.
 8. Mengidentifikasi variabel-variabel yang mungkin mengganggu hasil penelitian (*extraneous variable*). Variabel-variabel yang mungkin mengganggu hasil penelitian (*extraneous variable*) ialah :
 - Tidak pernah melihat film yang bertemakan bahaya merokok bagi kesehatan.
 - Tidak bisa memahami bahasa Inggris dan bahasa Jawa dengan baik
 - Tidak biasa merokok
- Perlakuan (*Treatment*) misalnya dengan cara :

- Mempertontonkan film tentang bahaya merokok bagi kesehatan di sekolah-sekolah.
- Menerjemahkan film tersebut dalam 3 bahasa yaitu Jawa, Indonesia dan Inggris secara bersamaan.
- Memberikan penyuluhan tentang bahayanya merokok bagi kesehatan manusia.

Adapun cara-cara mengeliminirnya menurut Kerlinger (1986 : 309) bahwa dalam hal meminimalkan varian variabel pengganggu dapat ditempuh dengan beberapa cara yaitu (1) jika memungkinkan mengeliminasi variabel tersebut (yang diduga mengganggu) dengan memilih subyek penelitian sehomogen mungkin; (2) dengan melakukan randomisasi atau pengacakan sempurna. Memasukkan subyek secara acak ke dalam kelompok dan kondisi-kondisi dan mengacak faktor-faktor lainnya dalam kelompok eksperimen; (3) memasukkan variabel-variabel pengganggu tersebut ke dalam desain penelitian sebagai variabel bebas; (4) melakukan **matching** (penjodohan) terhadap subyek penelitian.

Contoh lainnya adalah hasil penelitian yang menggunakan metode eksperimen dengan judul skripsi (2007) yaitu Uji Hipotesis tentang efektivitas komik sebagai alternatif media dakwah (Quasi Ekperimental melalui analisis T-test terhadap perbedaan sikap dan perlakuan membaca komik) oleh Riyadi mahasiswa program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Jurusan STAIN Surakarta.

A. Perumusan Masalah

Perumusan masalahnya adalah :

1. Bagaimana efektivitas komik dapat dijadikan sebagai alternatif media dakwah?
2. Bagaimana hasil dari Quasi Ekperimental melalui analisis t-test terhadap perbedaan sikap dengan perlakuan membaca

komik?

B. Teori

1. Dakwah

Pengertian dakwah secara etimologi dakwah berasal dari bahasa Arab yaitu *da'a-yad'u-da'watan* yang berarti mengajak, menyeru atau memanggil. Secara terminologis pengertian dakwah terdapat beberapa pendapat yang dikemukakan para ulama antara lain : Menurut Mahfud dalam Munir (2006 : 19) bahwa dakwah adalah mendorong manusia untuk berbuat kebajikan dan mengikuti petunjuk (agama), menyeru mereka kepada kebajikan dan mencegah mereka dari perbuatan mungkar agar memperoleh kebahagiaan dunia dan akherat.

Unsur-unsur dakwah meliputi :

Unsur-unsur dakwah dalam pembahasan ini adalah bagian-bagian yang terkait dan meupakan satu kesatuan dalam suatu penyelenggaraan dakwah. Unsur-unsur dakwah sebagai berikut :

1) Subjek dakwah

Subjek dakwah adalah orang yang melakukan tugas-tugas dakwah, orang itu disebut *da'i* atau *mubaligh*. Subjek dakwah yang terorganisir akan lebih efektif daripada dilakukan secara individu dalam rangka mencapai tujuan dakwah. Menurut Subandi (1994: 12) dakwah yang terorganisir memiliki tiga komponen yaitu : *dai*, perencanaan, dan pengelola dakwah. Adapun syarat menjadi seorang *da'i*, diantaranya adalah menguasai isi kandungan Al-Qur'an dan Sunnah Rasul serta hal-hal yang berhubungan dengan tugas-tugas dakwah, menguasai ilmu pengetahuan yang ada hubungannya dengan tugas-tugas dakwah dan takwa kepada Allah SWT.

2) **Objek dakwah**

Objek dakwah adalah seorang atau sekelompok orang yang dituju atau menjadi sasaran suatu kegiatan dakwah, tanpa membedakan jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan, suku, ras dan budaya.

Mengingat keberadaan objek dakwah yang heterogen, maka dapat dijadikan pertimbangan dalam penyelenggaraan dakwah sehingga dapat dilakukan secara efektif dan berhasil dalam menyentuh persoalan-persoalan kehidupan umat manusia sebagai objek dakwah (Munziet, 2003: 14).

3) **Materi dakwah**

Materi dakwah adalah isi pesan yang disampaikan oleh da'i kepada objek dakwah, yakni ajaran agama islam sebagaimana tersebut adalah Al-Qur'an dan Hadits.

Agama Islam yang bersifat universal yang mengatur seluruh aspek kehidupan manusia, dan bersifat abadi sampai di akhir jaman serta mengandung ajaran-ajaran tentang tauhid, akhlak dan ibadah. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa materi dakwah meliputi tauhid, akhlak, dan ibadah.

4) **Pesan Dakwah**

Pesan menurut Onong Uchjana Effendi (2003: 18) adalah seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator. Lambang yang dimaksud adalah gambar, bahasa, isyarat, warna yang secara langsung menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan.

Pesan dalam ajaran islam adalah perintah, nasehat, permintaan dan amanah yang harus di sampaikan kepada orang lain. Sedangkan pesan dakwah adalah semua pernyataan yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadits baik secara tertulis maupun bentuk-bentuk pesan risalah (Toto Tasmara, 1997: 43).

Oleh karena itu pesan dakwah atau materi dakwah berisikan tentang ajaran-ajaran agama islam. Ajaran-ajaran islam inilah yang harus disampaikan kepada manusia. Harapannya manusia dapat benar-benar mengetahui, memahami, menghayati dan mengamalkan sehingga mereka hidup dalam kehidupan yang sesuai dengan ketentuan ajaran agama Islam.

Pesan dakwah menurut Wardi Bachtiar (1997: 33-34) pesan-pesan dakwah yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah dapat dikategorisasikan menjadi pesan aqidah, pesan akhlak dan pesan syariah, berikut penjabaran tentang pesan dakwah :

a) **Aqidah**

Secara etimologi kata “aqidah” diambil dari kata dasar “al-‘aqudu” yang artinya ikatan atau sangkutan. Sedangkan menurut terminologi, aqidah merupakan suatu perkara yang wajib dibenarkan oleh hati dan jiwa menjadi tentram karenanya. Sehingga menjadi suatu kenyataan yang teguh dan kokoh yang tidak tercampuri oleh keraguan dan kebimbangan.

Samsul (2013: 90) mengatakan bahwa dalam islam aqidah bersifat i'tiqad (kepercayaan) yang mencakup masalah-masalah yang erat hubungannya dengan rukun iman.

Iman menurut bahasa artinya percaya. Sedangkan menurut istilah iman adalah sesuatu yang diyakini dan pembenarannya dalam hati, diucapkan dengan lisan dan dilakukan dengan amal perbuatan. Rukun iman ada 6 yaitu:

1. Iman kepada Allah

Iman kepada Allah berarti percaya sepenih hati bahwa tidak ada Tuhan yang disembah kecuali Allah SWT. perbuatan menyembah selain Allah adalah perbuatan Syirik, sedangkan orang yang syirik disebut musyrik. Beriman kepada Allah SWT memiliki ciri-ciri sebagai berikut : pertama, meyakini bahwa dzat Allah itu ada, tidak bisa dilihat dengan mata

kepala, tetapi hati harus yakin bahwa Allah itu ada. Dengan adanya ciptaan-Nya dan tanda kekuasaan-Nya seperti adanya alam semesta beserta isinya, tempat meminta dan mengabdikan doa hamba-Nya, dan rezeki yang diberikan kepada semua makhluk itu merupakan bukti bahwa Allah itu ada.

Kedua, meyakini bahwa Allah SWT adalah pencipta, pemilik, pengatur, pemelihara seluruh alam (tauhid rububiyah). Ketiga, meyakini bahwa Allah SWT adalah Dzat satu-satunya yang berhak disembah dan diibadahi (Tauhid Uluhiyah). Yang terakhir meyakini bahwa Allah SWT memiliki asma'ul husna yaitu nama-nama dan sifat-sifat Allah yang baik dan sempurna.

2. Iman kepada Malaikat

Iman kepada malaikat berarti percaya sepenuh hati bahwa Allah menciptakan makhluk gaib yang tidak dapat dilihat secara kasat mata manusia yang bernama malaikat. Malaikat merupakan hamba Allah yang mulia, diciptakan untuk beribadah, tunduk patuh terhadap perintah Allah SWT. disamping itu Allah memberikan tugas-tugasnya untuk para malaikat. Yang wajib kita iman sekarang ada sepuluh malaikat.

3. Iman kepada Kitab

Umat islam wajib percaya bahwa Allah SWT mewahyukan kitab kepada para rasul yang berisi petunjuk dan pedoman hidup manusia. Diantara kitab tersebut yaitu kitab taurat yang diturunkan kepada nabi musa, kitab zabur yang diturunkan kepada nabi daud, kitab injil yang diturunkan kepada nabi isa, dan kitab Al-Qur'an yang diturunkan kepada nabi Muhammad SAW. Al-Qur'an adalah kitab terakhir yang diturunkan Allah, tidak ada lagi wahyu turun setelahnya

al-Qur'an telah menghimpun pokok-pokok ajaran yang ada pada kitab-kitab sebelumnya.

4. Iman kepada Rasul

Iman kepada rasul berarti mempercayai sepenuh hati bahwa Allah memiliki hamba-hamba pilihan. Rasul juga manusia, mereka juga makan, minum dan memerlukan kebutuhan-kebutuhan manusia pada umumnya akan tetapi mereka orang yang maksum artinya dijaga oleh Allah dari perbuatan-perbuatan yang tidak baik dan terhindar dari perbuatan dosa.

Para rasul memiliki kelebihan dan sifat-sifat yang sangat terpuji seperti shiddiq yang artinya jujur, amanah yang artinya dapat dipercaya, tabligh yang artinya menyampaikan wahyu kepada umatnya, dan fathonah yang artinya pandai dan cerdas. Para Rasul bagaikan bulan atau matahari yang senantiasa memberikan sinar cahaya kehidupan kepada umat manusia dan seluruh alam jagad raya. Allah memberikan tugas kepada para rasul untuk memberikan penerangan, mengajak, dan membimbing agar umat manusia senantiasa menyembah Allah SWT.

5. Iman kepada hari kiamat

Umat islam wajib meyakini adanya hari kiamat atau hari akhir kehidupan alam semesta. Hari kiamat ditandai dengan kehancuran dunia dengan segala isinya baik di daratan, pegunungan, maupun lautan, kemudian Allah membangkitkan manusia dari dalam kubur untuk dikumpulkan di alam mahsyar, di alam mahsyar manusia akan dimintai pertanggung jawaban atas segala amal perbuatan ketika berada di dunia. Manusia yang amalnya baik akan di tempatkan di surga dan manusia yang amalnya buruk akan di tempatkan di neraka. Seperti firman Allah

dalam Q.S Al- Zalzalah ayat 1-8 :

(1) apabila bumi digoncangkan dengan guncangan yang dahsyat, (2) dan bumi telah mengeluarkan beban-beban berat (yang dikandung)nya, (3) dan manusia bertanya, “apa yang terjadi pada bumi ini?”, (4) pada hari itu bumi menyampaikan beritanya, (5) karena sesungguhnya Tuhan mu telah memerintahkan (yang sedemikian itu) padanya, (6) pada hari itu manusia keluar dari kuburnya dalam keadaan berkelompok-kelompok, untuk diperlihatkan kepada mereka (balasan) semua perbuatannya, (7) maka barangsiapa mengerjakan kebaikan seberat zarah, niscaya dia akan (melihat) balasannya, (8) dan barangsiapa mengerjakan kejahatan seberat zara, niscaya dia akan melihat (balasan) nya.

6. Iman kepada Qada dan Qadar

Iman kepada takdir berarti meyakini dengan sepenuh hati bahwa segala sesuatu yang terjadi di alam ini, kepada diri kita sedih dalam keadaan susah ataupun senang, miskin ataupun kaya, sakit ataupun sehat, dan seluruh gerak gerik manusia semuanya itu tidak lepas dari ketentuan Allah SWT. segala sesuatunya telah tertulis di lauhil mahfuz.

Beriman kepada takdir Allah akan menjadikan hati manusia tenang dan penuh semangat berusaha karena segala sesuatu hasil akhirnya diserahkan kepada Allah setelah melalui ikhtiar, doa, dan tawakal yang sungguh-sungguh.

b) Akhlak

Pengertian akhlak, akhlak menurut bahasa artinya budi pekerti, perangai, tingkah laku, atau tabiat. Akhlak disamakan dengan norma kesusilaan, dan sopan santun. Akhlak adalah ilmu tentang keutamaan yang harus dilakukan sehingga jiwanya terisi

dengan kebaikan, dan keburukan yang harus dihindari sehingga jiwanya bersih dari keburukan.

Ada pula yang berpendapat bahwa akhlak adalah budi pekerti, adab, watak, dan kelakuan baik yang merupakan akibat dari sikap jiwa yang benar terhadap khaliqnya dan terhadap sesama manusia.

Akhlak dapat dibagi menjadi dua jenis dalam Islam, yaitu :

1. Akhlak mahmudah (akhlak terpuji)

Akhlak mahmudah atau akhlakul karimah adalah akhlak yang baik dan benar menurut syariah Islam. Contoh diantaranya : sabar, syukur, ikhlas, rendah hati, berbakti kepada orang tua, berlaku adil, pemaaaf, lemah lembut dan lain sebagainya.

2. *Akhlak madzmumah* (akhlak tercela)

Akhlak madzmumah adalah akhlak yang tidak baik dan tidak benar menurut syariat Islam. Contoh diantaranya : riya', kikir, berdusta, iri hati, durhaka kepada orang tua dan lain sebagainya.

c) **Syariah**

Secara etimologi kata "syariah" berasal dari bahasa Arab yang artinya peraturan atau perundang-undangan yaitu peraturan mengenai tingkah laku yang mengikat, harus dipatuhi dan dilaksanakan sebagaimana mestinya. Syariah adalah aturan-aturan atau hukum-hukum yang terdapat dalam Islam untuk mengatur hubungan manusia dengan Tuhannya, manusia dengan sesama manusia dan manusia dengan lingkungannya. Syariah berhubungan dengan dengan amal lahir (nyata) dalam rangka mentaati semua peraturan dan hukum Allah SWT.

1. Ibadah

Ibadah dalam arti sempit seperti thaharah, sholat, zakat,

puasa, dan haji bila mampu. Hal ini di jelaskan dalam sabda Nabi Muhammad Saw. :

“Islam adalah bahwasanya engkau menyembah kepada Allah SWT, dan janganlah engkau mempersekutukan-Nya dengan sesuatu apapun, mengerjakan sholat, membayar zakat, berpuasa pada bulan Ramadhan, dan menunaikan ibadah haji di Mekah (HR Bukhari dan Muslim).”

Ibadah seperti itulah yang memberikan latihan rohani yang manusia butuhkan yang tujuannya untuk membuat ruh manusia agar senantiasa tidak lupa kepada Allah SWT dan senantiasa dekat dengan-Nya. Karena Allah menciptakan manusia hanya untuk beribadah kepada-Nya. Ssesuai dengan firman Allah yang terdapat dalam Al-Qur’an Surat Az-Zariyat ayat 56 yang artinya *“Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan agar mereka beribadah kepada-Ku.”*

2. Muamalah

Kata muamalah berasal dari *fi’il madhi* yang artinya bergaul dengannya, berurusan (dagangan). Muamalah adalah atuaran atau hukum Allah yang mengatur hubungan manusia dengan sesamanya dan lingkungannya. Muamalah dalam arti luas meliputi hukum perdata, hukum waris, hukum pidana, hukum negara, hukum perang dan damai serta hukum lainnya.

2. Komik sebagai media dakwah

Pengertian komik yaitu **Pengertian Komik Menurut Para Ahli** adalah sebagai berikut:

Menurut Franz & Meier (1994:55), komik adalah suatu cerita yang bertekanan pada gerak dan tindakan yang ditampilkan lewat urutan gambar yang dibuat secara khas dengan paduan kata-kata.

Menurut Scott McCloud (2002:9), komik adalah kumpulan gambar yang berfungsi untuk menyampaikan informasi atau menghasilkan respon estetik bagi yang melihatnya. Seluruh teks cerita dalam komik tersusun secara rapi dan saling berhubungan antara gambar (lambang visual) dengan kata-kata (lambang verbal). Gambar di dalam sebuah komik diartikan sebagai gambar-gambar statis yang tersusun secara berurutan dan saling berkaitan antara gambar yang satu dengan gambar yang lain sehingga membentuk sebuah cerita.

Menurut Hurlock (1978), komik merupakan sebuah media yang dapat memberikan model yang dapat digunakan untuk meningkatkan dan mengembangkan kepribadian anak. Komik juga dapat dijadikan sebagai sarana komunikasi, sarana untuk menyampaikan cerita, pesan, dan bahkan sampai pada hal-hal yang berbaur ilmiah sekalipun seperti halnya genre sastra anak yang lainnya.

Menurut Sudjana dan Rifai (2011), komik dapat dipergunakan sebagai bahan ajar berupa komik. Komik dapat dijadikan bahan ajar karena dapat mengefektifkan proses belajar mengajar, meningkatkan minat belajar siswa, dan menimbulkan minat apresiasi siswa.

Dari berbagai pendapat tentang komik menurut para ahli yang telah dibahas di atas, dapat disimpulkan bahwa komik merupakan suatu cerita yang berupa kumpulan-kumpulan gambar yang diberi keterangan teks untuk penjelasan ceritanya. Dalam bidang Pendidikan komik dapat digunakan sebagai bahan ajar atau media pembelajaran. Adapun bahan ajar yang jalan ceritanya seperti komik yang menuangkan cerita tentang potensi lokal daerah disebut dengan *local wisdom education*. Sebagaimana halnya dengan buku bacaan fiksi dan nonfiksi, komik memiliki beberapa ciri-ciri tersendiri sehingga dapat

dibedakan dengan karya sastra yang lain. Adapun ciri-ciri komik antara lain sebagai berikut:

1) Komik hadir untuk menyampaikan cerita melalui gambar dan bahasa.

Hal ini tentu berbeda dengan karya fiksi dan nonfiksi yang lain yang menyampaikan cerita dengan terks verbal.

2) Bersifat Proposional

Komik dapat membuat pembaca terlibat langsung secara emosional ketika membaca komik. Pembaca seperti ikut berperan dan terlibat dalam komik dan menjadi pelaku utamanya.

3) Bahasa Percakapan

Komik tidak pernah menggunakan bahasa yang sulit untuk dipahami oleh pembaca. Dalam komik, bahasa yang digunakan biasanya adalah bahasa yang digunakan untuk percakapan sehari-hari sehingga pembaca mudah mengerti dan memahami isi komik tersebut.

4) Bersifat Kepahlawanan

Pada umumnya isi cerita yang terdapat di dalam sebuah komik akan membuat pembacanya mempunyai rasa ataupun sikap kepahlawanan.

5) Penggambaran Watak

Penggambaran watak dalam komik biasanya digambarkan secara sederhanasehingga pembaca lebih mudah mengerti karakteristik tokoh-tokoh yang terlibat dalam komik tersebut.

6) Menyediakan Humor

Humor yang tersaji dalam komik akan sangat mudah dipahami oleh pembaca komik karena humor yang disajikan tersebut sering terjadi dalam masyarakat.

Sama seperti halnya dengan berbagai jenis genre sastra anak yang lain, komik juga terbagi kedalam beberapa kategori-kategori. Berdasarkan segi bentuk penampilan atau kemasan, komik dibedakan menjadi 4 jenis sebagai berikut:

1) Komik Strip (*Comic Strip*)

Komik strip merupakan jenis komik yang hanya terdiri dari beberapa panel gambar saja. Akan tetapi jika dilihat dari segi isinya komik ini telah mengungkapkan gagasan isi yang utuh. Karena gambarnya yang hanya sedikit sehingga gagasan yang disampaikan juga tidak terlalu banyak, biasanya hanya melibatkan satu fokus pembicaraan saja seperti tanggapan terhadap berbagai peristiwa-peristiwa atau isu-isu yang sedang terjadi. Komik strip biasanya sering ditemukan dalam berbagai majalah anak dan surat kabar seperti majalah Bobo.

2) Komik buku

Komik buku merupakan jenis komik yang dikemas dalam bentuk buku dan biasanya dalam satu buku hanya menampilkan sebuah cerita yang utuh. Komik buku biasanya berbentuk seri dan satu judul buku komik sering muncul berpuluh seri dan seperti tidak ada habisnya. Komik-komik tersebut ada yang memang menampilkan cerita yang berkelanjutan, tetapi ada juga yang tidak.

3) Komik humor dan petualangan

Komik humor dan petualangan ini merupakan komik yang paling banyak digemari oleh anak-anak. Komik humor merupakan komik yang isinya menampilkan sesuatu yang lucu dan mengundang pembaca untuk tertawa ketika pembaca sedang menikmati komik tersebut. Aspek humoris tersebut dapat diperoleh melalui berbagai cara baik melalui gambar maupun melalui kata-kata.

Sedangkan komik petualangan ialah komik isi ceritanya

berupa petualangan dalam seperti pencarian, pembelaan, perjuangan perkelahian atau pun aksi yang lain yang termasuk jenis petualangan. Biasanya komik ini menceritakan dua kelompok tokoh yaitu protagonis dan antagonis. Kelompok protagonis merupakan kelompok yang baik dan antagonis merupakan kelompok yang jahat. Biasanya antar kedua kelompok tersebut memperebutkan sesuatu atau pun mempertahankan sesuatu dan biasanya cerita dalam komik jenis ini selalu berakhir dengan kelompok protagonislah yang memenangkan cerita walaupun pada awalnya kelompok protagonis inilah yang memiliki banyak kesulitan.

4) Komik biografi dan komik ilmiah

Komik biografi biasanya menceritakan kisah kehidupan seorang tokoh sejarah yang ditampilkan dalam bentuk komik. Sedangkan, komik ilmiah biasanya berisi campuran antara komik dan arasi. Contoh komik yang berisi campuran dari komik dan narasi **antara lain** penemuan listrik, penemuan lampu, penemuan telepon dan lain sebagainya.

Sedangkan, jika dilihat dari jenis ceritanya komik dapat dibagi kedalam 4 jenis yaitu:

1) Komik Edukasi

Komik edukasi bisanya berfungsi sebagai hiburan dan sebagai media edukatif

2) Komik Promosi (Iklan)

Komik jenis ini digunakan dibuat untuk keperluan promosi sebuah produk.

3) Komik Wayang

Komik wayang merupakan komik yang isi ceritanya tentang cerita perwayangan seperti Mahabharata, Ramayana, dan lain sebagainya.

4) Komik Silat

Komik silat merupakan komik yang sangat populer, karena tema yang disajikan dalam komik berupa adegan laga atau pertarungan yang hingga saat ini tetap menjadi idola. Misalkan komik Naruto, One Piece, Dragon Ball dan lain sebagainya. (<https://www.ayoksinau.com/pengertian-komik>)

C. Hipotesis Penelitian

Hipotesa yang akan diuji adalah tidak adanya perbedaan apabila hasil *pretest* dengan *posttest* setelah dilakukan perlakuan (treatment) maka hasilnya nol (0) atau dengan rumus $P_a - P_b = 0$

D. Metode Penelitian

Jenis penelitian disini adalah eksperimen. Menurut Iin dalam Faisal (1992 : 75) bahwa eksperimen yang baik harus mengandung elemen dasar yaitu merandom subyek dan memanipulasi variabel bebas. Dalam penelitian eksperimen yang dimaksud dengan subyek penelitian adalah orang/individu atau kelompok yang dijadikan unit atau satuan kasus yang diteliti. Maka pada penelitian ini yang menjadi subyek penelitian adalah pelajar dari usia Sekolah Dasar (SD) sampai dengan usia Sekolah Menengah Umum (SMU) baik yang beragama Islam maupun yang non Islam serta yang berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan.

Teknik pengumpulan datanya melalui *pretest* dan *posttest*. *Pretest* adalah test yang diberikan kepada subyek sebelum diberikan perlakuan (*treatment*) atau test yang diberikan kepada subyek diberikan perlakuan materi dakwah subyek penelitian yang akan diujikan. *Posttest* yaitu suatu keadaan dimana subyek penelitian sudah diberi perlakuan (*treatment*) dengan penguasaan membaca komik yang mempunyai materi dakwah. Ada perbedaan atau tidak antara menyampaikan materi dakwah yang menggunakan komik dengan yang tidak menggunakan komik.

Adapun rancangan dasar pada penelitian ini menggunakan langkah-langkah sebagai berikut :

- Pretest terhadap subyek penelitian.
- Memberikan perlakuan (*treatment*) terhadap subyek penelitian.
- *Posttest* terhadap subyek penelitian.

Menguji Instrumennya dilakukan dalam 2 cara yaitu :

- Validitas Instrumen

Pengujian validitas instrumen menggunakan prosedur korelasi item total yaitu sebatas menguji korelasi antara tiap item dengan totalnya. Dalam penelitian ini digunakan bantuan formula corrected pada SPP versi 10. Melalui teknik ini terdapat instrumen pretest dan posttest yang masing-masing terdiri dari 3 faktor maka diperoleh hasil bahwa keseluruhan item dinyatakan memenuhi kualifikasi.

- Reliabilitas Instrumen

Dalam penelitian ini pengujian reliabilitas instrumen digunakan formula *alpha* dari Cronbarch (Azwar, 2000 : 78). Formula *alpha* merupakan salah satu jenis rumus untuk menguji reliabilitas dengan pendekatan *single-trial* yaitu dengan cara membelah instrumen berdasarkan itemnya untuk kemudian dilakukan analisis korelasi guna melihat reliabilitasnya.

Formula alpha memiliki kelebihan dalam pengujian reliabilitas, karena tidak harus terpenuhi asumsi bahwa masing-masing belahan bersifat paralel. Formula *alpha* tersebut adalah sebagai berikut :

$$\text{Alpha} = \frac{[k]}{k-1} \left[1 - \sum \frac{sj^2}{sx^2} \right]$$

Berdasarkan hasil analisis reliabilitas terhadap instrumen penelitian diperoleh hasil untuk posttest sebesar 0,8056 dengan

mean 59,6, variance 83,6 dan standar deviasinya 9,433. Sedangkan hasil analisis reliabilitas pretest sebesar 0,8214 dengan mean 60,0 variance 54,22 dan standar deviasinya adalah 7,36. Oleh karena itu dinyatakan bahwa instrumen tersebut reliable.

Variabel penelitiannya ada 2 yaitu variabel terikat (efektivitas dakwah) dan variabel bebas (komik). Definisi Konseptual variabel efektivitas dakwah yaitu segala kegiatan dakwah apabila dai (komunikator) dapat menyampaikan pesan-pesan dakwahnya kepada *mad'u* (komunikan) secara efektif dan efisien. Definisi konseptual komik yaitu suatu cerita bergambar dalam majalah, surat kabar, buku yang mengungkapkan karakter dan peran tokoh yang mudah dipahami oleh pembacanya.

Definisi operasional variabel efektivitas dakwah adalah pesan moral dalam komik tersampaikan atau berpengaruh pada subyek penelitian secara efektif cara mengetahuinya dengan membandingkan perbedaan nilai test pada tahap awal (*pretest*) dengan nilai test pada tahap akhir (*posttest*). Definisi operasional komik adalah suatu bacaan yang terdiri dari gambar dan tulisan dengan jumlah halaman sekitar 20 dan pesan moral yang disampaikan adalah tentang suatu fenomena yang ada di masyarakat yaitu sholat jamaah, hukum bekerja dan mengamen yang diperbolehkan.

Adapun kisi-kisi pesan dalam komik adalah :

No	Variabel	Indikator	Nomor item	Jumlah item

1.	Sholat berjamaah	<ul style="list-style-type: none"> - Hukum sholat berjamaah - Pahala sholat berjamaah - Keutamaan sholat berjamaah - Keutamaan sholat berjamaah 	1, 3, 5, 8, 11, 13, 15, 16, 17, 18	10
2.	Pekerjaan	<ul style="list-style-type: none"> - Hukum mencari rejeki - Etika dalam bekerja 	2, 4, 6, 9, 10, 14, 19	7
3.	Mengamen	<ul style="list-style-type: none"> - Mengamen yang diperbolehkan - Maksud dari mengamen 	3,7,12	3
	Jumlah		20	20

E. Teknik Analisa Data

Setelah dilakukan pretest dan posttest maka langkah selanjutnya adalah melakukan skoring. Skoring tersebut akan menghasilkan data penelitian yang kemudia akan ditabulasikan. Hasil tabulasi dalam penelitian yang ada pada akhirnya akan dianalisis untuk menguji hipotesis. Guna mengetahui efektivitas komik sebagai media dakwah, dilakukan dengan cara membandingkan penguasaan materi dakwah sebelum dan sesudah dilakukan perlakuan (*treatment*) guna mengetahui signifikansi perbedaan antara pretest-posttest akan digunakan teknik analisis t-test dengan bantuan SPSS versi 10.

F. Kesimpulan

Sesuai dengan tujuan, perumusan masalah, landasan teori yang relevan dan penyusunan hipotesis kemudian dianalisis dan berdasarkan hasil analisis data dan pembahasannya, maka

dapat diambil kesimpulan sebagai berikut : antara skor *pretest* dan *posttest* menunjukkan adanya perbedaan yang cukup signifikan. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai koefisien $t = 2,459$ dengan p sebesar $0,36$. Selain itu diperoleh bahwa mean *posttest* sebesar $61,50$ lebih besar daripada mean *pretest* sebesar $58,50$ maka dapatlah disimpulkan bahwa komik dakwah yang digunakan dalam penelitian ini dapat menjadi alternatif media dakwah yang cukup efektif.





BAB IV

PENUTUP

Ruang lingkup MPK Kualitatif ada 4 yaitu :

1. Analisa Wacana (*Discourse Analysis*) atau *Critical Discourse Analysis* (CDA) menurut beberapa tokoh antara lain yaitu :
 - A. Teun A Van Dijk
 - B. Sara Mills
 - C. Nourman Fairclough
2. Analisa Semiotik (*Semiotic Analysis*) menurut beberapa tokoh antara lain :
 - A. Ferdinand de Saussure (*Signifier* dan *Signified*)
 - B. Charles Sanders Peirce (*Triangle Meaning : Sign, Object dan Interpretant*)
 - C. Roland Barthes (Makna Denotatif, Konotatif dan Mitos)
3. Analisa Framing (Framing Analysis) menurut beberapa tokoh antara lain yaitu :
 - A. Gamson dan Modigliani (*package of text*)
 - B. Robert Entman (Seleksi isu dan penonjolan berita)
 - C. Pan dan Kosicki (4 Dimensi Struktural Teks : Sintaksis, Skip, Tematik, Retoris)
4. Resepsi

Resepsi ini biasanya digunakan dalam penelitian sastra, namun ilmu komunikasi mengadopsinya untuk memaknai content-content dalam media massa oleh responden

(khalayak media)

Sedangkan ruang lingkup MPK Kuantitatif yaitu :

1. Model Analisa Isi (*Content Analysis*)
Pesan atau keterangan dalam media komunikasi.
2. Model Penelitian Kebutuhan dan Harapan (*Uses and Gratifications*) Harapan khalayak terhadap penggunaan media dan kepuasan setelah menggunakan media
3. Model Agenda Setting (*Agenda Setting*)
Apa yang dianggap penting oleh media berarti penting pula menurut khalayak.
4. Ekologi Media (*Nishce*)
Penelitian di sini ingin melihat kompetisi atau persaingan media massa
5. Model Analisis Jaringan Komunikasi (*Communication Networking*)
Maksudnya adalah bagaimana individu-individu yang saling berhubungan dihubungkan dengan arus komunikasi yang terpola)
6. Model Eksperimen Komunikasi (*Communication Experiment*)
Maksudnya untuk mengetahui efek khalayak yang ditimbulkan dari penggunaan media) *Pre-Test, Treatment* dan *Post-Test*.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Abdul, R. S. (1986). *Manajemen Da'wah Islam*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Al-Qur'an. 2013. *Kementerian Agama RI, Mushaf Al-Qur'an Terjemah*, Bekasi: Cipta Bagus Segara.
- Alex Sobur (2001). *Analisis Teks Media : Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing*. Bandung : PT Rosdakarya.
- Apriadi Tamburaka. (2012). *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Arikunto, S. (2007). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. Yogyakarta: Rineka Cipta.
- Ariswendo, A. (1995). *Mengarang Itu Gampang*. Jakarta: PT Suberta Citra Pustaka.
- Aziz, Moh. A (2004). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Bachtiar, W. (1997). *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*. Jakarta: Logos.
- Deddy Mulyana dan Solatun. (2013). *Metode Penelitian*

Komunikasi: Contoh-Contoh

- Penelitian Kualitatif dengan Pendekatan Praktis*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Eriyanto. (2001). *Analisis Wacana*. Yogyakarta : LKIS.
- Eriyanto. (2002). *Analisis Framing : Konstruksi, Ideologi dan Politik Media*.
- Hasanuddin. (1996). *Hukum dakwah: Tinjauan Hukum Dalam Berdakwah Di Indonesia*. Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya.
- Haryatmoko. (2016). *Critical Discourse Analysis (Analisis Wacana Kritis) Landasan Teori, Metodologidan Penerapan*.
- HB Sutopo. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif Dasar Teori dan terapannya dalam Penelitian*. Surakarta : UNS.
- Jakob, S & Saini K.M. (ed.). (1986). *Antologi Apresiasi Kesusastraan*. Jakarta: Gramedia.
- Jumroni. (2006). *Metode-Metode Penelitian Komunikasi*. Jakarta: Jakarta Press.
- Klaus Krippendorff. (1991). *Analisis Isi : Pengantar Teori dan Metodologi*. Jakarta : PT Rajawali Pers.
- Kriyantono, R. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana.
- Masri Singarimbun dan Sofian Effendi. (1987). *Metode Penelitian Survai*. Jakarta : LP3ES.
- Munawar, S. (2013). *Metode Riset Kuantitatif Komunikasi*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Nyoman Kutha Ratna. (2009). *Teori, Metode dan Teknik Penelitian Sastra*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Onong, E. (2013). *Ilmu komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sihabudin. (2016). *Bahan ajar santri: sebagai pegangan ustadz dan santri*. Semarang..

- Suwardi Endraswara. (2011). *Metodologi Penelitian Sastra. Epistemologi, Model-Model dan Aplikasi*.
- Toto, T. (1997). *Komunikasi Dakwah*. Jakarta: Gaya Media Pratama.
- Yoce Aliah Darma (2009). *Analisis Wacana Kritis*. Bandung : Yrama Widya.

JURNAL

- Pupung Arifin dalam jurnal ilmu komunikasi volume 10, nomor 2, Desember (2013: 195-212) yang berjudul *Persaingan Tujuh Portal Berita Online Indonesia berdasarkan Analisis Uses and Gratifications*
- Rachmaniar, Puji Prihandini, Preciosa Alnashava Janitra. *Perilaku Penggunaan Smartphone dan Akses Pornografi di Kalangan Remaja Perempuan* Jurnal Komunikasi Global, Volume 7, Nomor 1, 2018
- Riri Amanda Fitriana, Erizal Gani, Syahrul Ramadhan. Analisis Wacana kritis berita *online* kasus penipuan travel umrah (model teun a. van dijk) **BASINDO : Jurnal Kajian Bahasa, Sastra Indonesia, dan Pembelajarannya** Volume 3 Nomor 1, 2019. **Journal homepage :** <http://journal2.um.ac.id/index.php/basindo>
- Nani Darmayanti. Analisis wacana kritis fairclough pada pemberitaan selebriti di media daring rengganis citra cenderamata. dalam jurnal Literasi volume 3 nomor 1, April 2019 .

SKRIPSI

- Izzah. (2009). *Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Novel Terbakar Kumandang Azan Karya Yusni A. Ghazali*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Renita, A. (2013). *Analisis Isi Pesan Dakwah pada Novel 99*

Cahaya di Langit Eropa karya Hanum Salsabiela Rais. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Nurseha. (2009). *Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Novel "Children Og Heaven" karya Enang Rokajat Asura. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.*

Mumtaz, A. S. (2015). *Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Akun Twitter Felix Siau. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.*



Buku metodologi penelitian komunikasi menjelaskan konsep dasar dari paradigma penelitian komunikasi dalam riset komunikasi. Metodologi dalam sebuah penelitian merupakan sebuah perangkat untuk membantu dalam menganalisis masalah, membuat rumusan hipotesis, desain penelitian, dan mengolah data serta dalam menyusun logika inferensial dalam penelitian.

Materi dalam buku metodologi penelitian komunikasi ini, meliputi: pentingnya metodologi penelitian komunikasi, pengertian metodologi penelitian komunikasi, ruang lingkup metodologi penelitian kualitatif dan kuantitatif, serta penjelasan mengenai metodologi penelitian komunikasi, baik penelitian kualitatif maupun kuantitatif. Untuk itu, diharapkan buku ini dapat bermanfaat bagi para mahasiswa dan dapat digunakan sebagai salah satu literatur di bidang penelitian dan pengembangan ilmu komunikasi.

