

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Teori

##### 1. Teori S O R

Teory dalam penelitian ini adalah teory S-O-R yaitu singkatan dari *Stimulus Organism Respon* berasal dari psikologi, yang kemudian diterapkan dalam ilmu komunikasi karena objek dari psikologi dan komunikasi itu sama yaitu manusia yang memiliki tingkah laku, sikap, opini dan efek (Denis Mc Quail, 1989: 23).

Teori ini mula-mula diperkenalkan oleh para psikolog seperti Parlov, Shiner, dan Hull. Menurut *Stimulus Organism Response* ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat memperkirakan kesesuaian antara pesan dengan reaksi komunikasi. Jadi, unsur-unsur model ini adalah:

- a. Pesan (*Stimulus, S*)
- b. Komunikasi (*Organism, O*)
- c. Efek (*Response, R*)

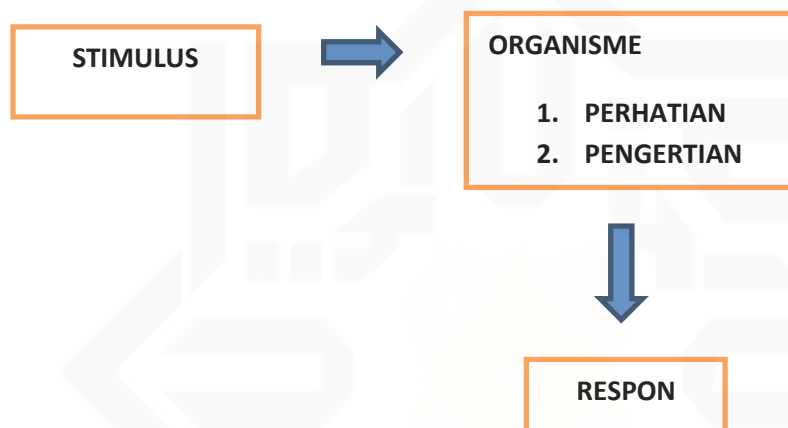
Asumsi dasar dari model ini adalah media massa menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikasi. Model ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi reaksi artinya model ini mengasumsi bahwa kata-kata verbal, isyarat non verbal, simbol-simbol tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu. Pola S-O-R ini dapat berlangsung secara positif atau negatif.

Dalam proses perubahan sikap tampak bahwa sikap dapat berubah hanya jika stimulus yang menerpa melebihi semula. Prof. Dr. Mar'at dalam bukunya "Sikap Manusia, Perubahan serta Pengukurannya", mengutip pendapat Hosland, Janis dan Kelley yang menyatakan bahwa proses dari perubahan sikap adalah serupa dengan proses belajar. Dalam mempelajari sikap yang baru ada tiga variabel penting, yaitu perhatian, pengertian dan penerimaan.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Mar'at, *Sikap Manusia Perubahan serta Pengukuran*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1982),

Dalam proses komunikasi berkenaan dengan perubahan sikap adalah aspek “How” bukan “Who” dan “Why”, jelasnya *How to communicate*, dalam hal ini *how to change the attitude*, bagaimana mengubah sikap komunikan, *stimulus* atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau ditolak, setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya, maka terjadinya kesediaan untuk mengubah sikap.



**Gambar 2.1 Teori S-O-R (Effendy, 1993:225)**

Menurut stimulus respon ini efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Proses tersebut di atas menggambarkan “perubahan sikap” dan bergantung pada proses yang terjadi pada individu.<sup>6</sup>

- a. Stimulus yang diberikan pada organism dapat diterima atau dapat ditolak, maka pada proses selanjutnya terhenti. Ini berarti bahwa stimulus tidak efektif dalam mempengaruhi organism. Jika stimulus diterima oleh organism berarti adanya komunikasi dan adanya perhatian dari organism. Dalam hal ini stimulus adalah efektif dan ada reaksi.
- b. Langkah berikutnya adalah jika stimulus telah mendapat perhatian dari organism, maka proses selanjutnya adalah mengerti terhadap sikap stimulus.

<sup>6</sup> Ibid.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Pada langkah selanjutnya adalah bahwa organisme dapat menerima secara baik yang telah diolah sehingga dapat terjadi kesediaan untuk perubahan sikap.

Dalam proses perubahan sikap ini terlihat bahwa sikap dapat berubah, hanya jika rangsangan yang diberikan benar-benar melebihi rangsangan semula.

Adapun keterkaitan S-O-R dalam penelitian ini adalah:

- a. Stimulus yang dimaksud adalah pesan yang disampaikan dalam pemberitaan registrasi kartu Prabayar.
- b. Organisme yang dimaksud adalah *civitas academica* Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- c. Respon yang dimaksud adalah opini *civitas academica* Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau terhadap pemberitaan registrasi kartu Prabayar di CNN Indonesia Trans TV.

## 2. Respon

- a. Pengertian Respon

Respon berasal dari kata *response*, yang berarti jawaban, balasan atau tanggapan (*reaction*).<sup>7</sup> Respon adalah istilah psikologi yang digunakan untuk menamakan reaksi terhadap rangsangan yang diterima oleh panca indra. Hal yang menunjang dan melatarbelakangi ukuran sebuah respon adalah sikap, persepsi, dan partisipasi. Respon pada prosesnya didahului sikap seseorang karena sikap merupakan kecendrungan atau kesediaan seseorang untuk bertingkah laku jika menghadapi suatu rangsangan tertentu.<sup>8</sup>

Menurut Djalaludin Rakhmat, respon adalah suatu kegiatan (*activity*) dari organisme itu bukanlah semata-mata suatu gerakan yang positif, setiap jenis kegiatan (*activity*) yang ditimbulkan oleh suatu perangsang dapat juga disebut respon. Secara umum respon atau tanggapan dapat diartikan sebagai hasil atau kesan yang didapat

<sup>7</sup> Andini T. Nirmala, Aditya A. Pratama, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Prima Media, 2006), 367

<sup>8</sup> Alex Sobur, *Psikologi Umum*, (Bandung: Pustaka Setia, 2003), 445.

(ditinggal) dari pengamatan tentang subjek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan-pesan.<sup>9</sup>

Sedangkan menurut kamus lengkap psikologi disebutkan bahwa respon adalah sebarang proses otot atau kelenjar yang dimunculkan oleh suatu perangsang, atau berarti satu jawaban, khususnya satu jawaban bagi pertanyaan tes atau satu kuesioner, atau bisa juga sebarang tingkah laku, baik yang jelas kelihatan atau yang lahiriah maupun yang tersembunyi atau tersamar.<sup>10</sup>

Menurut Soenarjo, istilah respon dalam komunikasi adalah kegiatan komunikasi yang diharapkan mempunyai hasil atau dalam setelah komunikasi dinamakan efek. Suatu kegiatan komunikasi itu memberikan efek berupa respon dari komunikasi terhadap pesan yang dilancarkan oleh komunikator.<sup>11</sup>

Ahmad Subandi mengemukakan respon dengan istilah umpan balik (*feedback*) yang memiliki peranan atau pengaruh yang besar dalam menentukan baik atau tidaknya suatu komunikasi.<sup>12</sup> Dengan adanya respon yang disampaikan dari komunikan kepada komunikator maka akan menetralsir kesalahan penafsiran dalam sebuah proses komunikasi.

Dari beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan respon adalah reaksi, jawaban, atau tanggapan yang bersifat terbuka dan cenderung datang lebih cepat dan langsung terhadap suatu gejala atau peristiwa yang terjadi. Respon itu terbentuk dari proses rangsangan atau pemberian sebab akibat dari proses rangsanga tersebut.

Para ahli dalam menafsirkan respon antara satu dan lainnya berbeda. Tetapi walaupun para ahli berbeda-beda dalam mendefinisikan tanggapan, kesemuanya memiliki titik kesamaan.

<sup>9</sup>Jalaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya,1999), 51

<sup>10</sup> J.P. Chaplin, *Kamus Lengkap Psikologi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), 432

<sup>11</sup> Soenarjo dan Djoenarsih S. Soenarjo, *Himpunan Istilah Komunikasi*, (Yogyakarta: Liberty, 1983), 25

<sup>12</sup> Ahmad Subandi, *Psikologi Sosial*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1982), 50

b. Faktor Terbentuknya Respon

Respon yang dilakukan oleh seseorang dapat terjadi jika terpenuhi faktor penyebabnya. Hal ini perlu diketahui agar individu yang bersangkutan dapat menanggapi dengan baik. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi respon terbagi dua yaitu:

- 1) Faktor internal: yaitu faktor yang ada dalam diri individu manusia itu sendiri. Seseorang yang mengadakan respon terhadap stimulus dipengaruhi oleh unsur rohani dan jasmani. Apabila terganggu salah satu unsur saja, maka akan menghasilkan respon yang berbeda antara satu orang dengan orang yang lain.
- 2) Faktor eksternal: yaitu faktor yang ada pada lingkungan. Faktor ini intensitas dan jenis benda perangsang atau orang menyebutnya dengan faktor stimulus.<sup>13</sup>

Melvin De Fleur dan Sandra Bell Rokeach menyebutkan bahwa yang mempengaruhi respon atau tanggapan seseorang terhadap objek adalah perbedaan individual yang memandang bahwa sikap dan organisasi personal dan psikologi individu akan menentukan bagaimana individu memiliki stimuli dari lingkungan.<sup>14</sup> Selain itu, Melvin juga mengasumsikan bahwa pesan-pesan media berisi stimuli tertentu yang berinteraksi secara berbeda-beda dengan karakteristik personal setiap individu. Karakteristik personal ini meliputi suku, bangsa, agama, pekerjaan, umur, pendapatan, pendidikan serta lingkungan tempat tinggal yang akan mempengaruhi perilaku mereka dalam merespon suatu objek tertentu.<sup>15</sup>

Menurut Jalaluddin Rahmat, ada beberapa faktor yang sangat mempengaruhi respon, yaitu:

- 1) Perhatian, adalah proses mental ketika stimulasi atau rangkaian stimulasi menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimulasi lainnya melemah. Perhatian terjadi apabila kita

<sup>13</sup> Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Yogyakarta: UGM, 2006), 55

<sup>14</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Jakarta: Remaja Rosdakarya, 2005), 203

<sup>15</sup> Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2007), 278

mengkonsentrasikan melalui alat indra kita, dan mengesampingkan masukan-masukan alat indra lain.

- 2) Faktor eksternal penarik perhatian: stimulasi diperhatikan karena mempunyai sifat-sifat yang menonjol, gerakan, intensitas stimulasi, keberharuan dan perluangan.

Respon merupakan salah satu faktor kejiwaan yang perlu mendapat perhatian. Memahami dan mendalami respon merupakan tugas berat karena respon setiap orang berbeda-beda. Setiap perbedaan respon dipengaruhi oleh:

- 1) Perhatian, biasanya tidak menangkap seluruh rangsangan yang ada sekitar kita, tetapi tidak akan memfokuskan antara satu orang dengan orang lain menyebabkan perbedaan respon atau tanggapan.
- 2) Kebutuhan sesaat ataupun menetap pada diri seseorang, akan mempengaruhi orang tersebut.
- 3) Sistem yang berlaku dalam suatu masyarakat, berpengaruh pula terhadap respon.
- 4) Ciri-ciri kepribadian.<sup>16</sup>

Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidaklah lepas dari berbagai persoalan, atau pengalaman yang selalu mengikuti hari-hari kita. Rangsangan yang diberikan oleh pengalaman tersebut akan menimbulkan respon dari dalam diri manusia. Selanjutnya dari respon tersebut akan melahirkan sebuah sikap, dalam bahasa Inggris disebut attitude adalah suatu cara bereaksi terhadap suatu rangsangan.

Pada tiap orang mempunyai sikap yang berbeda terhadap perangsang. Disebabkan oleh faktor yang ada dalam individu masing-masing, seperti adanya perbedaan dalam bakat, minat pengalaman, pengetahuan intensitas perasaan dan juga situasi pengaruh lingkungan. Demikian pula sikap pada diri seseorang terhadap sesuatu atau rangsangan yang sama tidak selalu sama.

<sup>16</sup> Bimo Walgito, *Psikologi Sosial*, (Yogyakarta: PT. Andio, 2007), 8

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## c. Ciri-ciri Respon

Menurut Notoatmodjo (2007: 46) dilihat dari bentuk respon stimulus ini maka perilaku dapat dibedakan menjadi tiga yaitu:

1) Perilaku tertutup (*convert behavior*)

Respon atau reaksi terhadap stimulus ini memberikan perhatian, tanggapan, dan persepsi yang terjadi pada orang yang menerima stimulus tersebut, dan dapat diketahui dengan pernyataan.

2) Perilaku terbuka (*overt behavior*)

Respon terhadap stimulus tersebut sudah jelas dalam segi kebutuhan dan merasa puas terhadap pesan yang diterima.

3) Perilaku mendalam (*deept behavior*)

Dalam hal ini penerima stimulus mendapatkan pemahaman dari pesan yang diterima.

Sedangkan menurut Denis Mc Quail (1989: 234) tidak semua jawaban merupakan respon. Respon bernilai lebih dari pada jawaban bisa. Respon merupakan reaksi, artinya peng-iy-a-an atau penolakan, sikap acuh tak acuh terhadap apa yang disampaikan oleh komunikator dalam pesannya.

## d. Macam-macam Respon

Menurut Steven M. Chaffe, dalam buku Psikologi Komunikasi dijelaskan bahwa respon terbagi menjadi tiga yaitu:

- 1) Respon kognitif, yaitu respon yang berkaitan erat dengan pengetahuan keterampilan, dan informasi seseorang mengenai sesuatu. Respon ini timbul apabila adanya perubahan terhadap perubahan yang dialami khalayak.
- 2) Respon afektif, yang dimaksud dengan respon afektif adalah respon yang berhubungan dengan emosi, sikap dan menilai seseorang terhadap sesuatu. Respon ini timbul apabila ada perubahan yang disenangi khalayak terhadap sesuatu.
- 3) Respon psikomotorik, yaitu respon yang berhubungan dengan perilaku yang meliputi tindakan atau kebiasaan.<sup>17</sup>

<sup>17</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Jakarta: Remaja Rosdakarya, 2005), 281

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Adapun menurut Agus Sujanto, ada bermacam-macam tanggapan yaitu:<sup>18</sup>

- 1) Tanggapan menurut indera yang mengamati yaitu:
  - a) Tanggapan auditif, yakni tanggapan terhadap apa-apa yang telah didengarnya, baik berupa suara, kekuatan dan lain-lain
  - b) Tanggapan visual, tanggapan terhadap sesuatu yang dilihat
  - c) Tanggapan perasa, yakni tanggapan terhadap sesuatu yang dialaminya
- 2) Tanggapan menurut terjadinya, yaitu:
  - a) Tanggapan ingatan, yaitu tanggapan terhadap sesuatu yang diingatnya
  - b) Tanggapan fantasi, yaitu tanggapan terhadap sesuatu yang dibayangkannya
  - c) Tanggapan pikiran, yaitu tanggapan terhadap sesuatu yang dipikirkannya.
- 3) Tanggapan menurut lingkungannya, yaitu:
  - a) Tanggapan benda, yaitu tanggapan terhadap benda yang menghampirinya atau berada didekatnya
  - b) Tanggapan kata-kata, yaitu tanggapan terhadap kata-kata yang didengarkan atau dilihatnya

Menurut Abu Ahmadi<sup>19</sup> dalam buku Psikologi Sosial, sikap dapat dibedakan atas:

- 1) Sikap positif: sikap yang menunjukkan atau memperlihatkan, menerima, mengakui, menyetujui, serta melaksanakan norma-norma yang berlaku dimana individu itu berada.
- 2) Sikap negatif: sikap yang menunjukkan atau memperlihatkan penolakan atau tidak menyetujui terhadap norma-norma yang berlaku di mana individu itu berada.

<sup>18</sup> Agus Sujanto, *Psikologi Umum*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), 31

<sup>19</sup> Abu Ahmadi, *Psikologi Sosial*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1991), 166



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## e. Tingkatan Respon

Sikap adalah reaksi atau respon seseorang yang masih tertutup pada suatu stimulus atau objek (Notoatmodjo. 2007), sehingga perbuatan yang akan dilakukan manusia tergantung pada permasalahan dan berdasarkan keyakinan atau kepercayaan masing-masing individu. Manifestasi sikap tidak langsung terlihat, akan tetapi dapat ditafsirkan terlebih dahulu dalam perilaku yang tertutup. Dengan demikian, sikap merupakan gambaran dari satu kesiapan atau kesediaan individu untuk bertindak, bukan pelaksanaan motif tertentu. Menurut Notoatmodjo (2007) sikap mempunyai empat tingkatan, yaitu:

- 1) Menerima (*receiving*), adalah kemauan seseorang untuk memerhatikan stimulus yang diberikan.
- 2) Merespon (*responding*), berarti sikap seseorang untuk memerhatikan jawaban bila ditanya atau menyelesaikan tugas yang diberikan.
- 3) Menghargai (*valuing*), salah satu ukuran menghargai ialah sikap untuk mengajak orang lain mau mengerjakan atau mendiskusikan dengan orang lain terhadap suatu masalah.
- 4) Bertanggung jawab (*responsible*), bertanggung jawab atas segala sesuatu yang telah dipilih dengan menerima segala risikonya. Suatu sikap belum tentu secara otomatis terwujud dalam suatu tindakan.
- 5) *Overt behavior*. Mewujudkan sikap menjadi perbuatan nyata diperlukan faktor pendukung atau kondisi yang memungkinkan, seperti fasilitas dan pendukung dari pihak lain.<sup>20</sup>

Dalam sikap terkandung pernyataan dan pertimbangan evaluatif (ia menguntungkan atau tidak menguntungkan) mengenai

<sup>20</sup> Herri Zan Pieter dan Namora Lumongga Lubis, *Pengantar Psikologi untuk Kebidanan*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2010), 52

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

objek, orang ataupun peristiwa. Sikap mencerminkan bagaimana seseorang merasakan sesuatu.<sup>21</sup>

### 3. Pemberitaan

#### a. Definisi Berita

Dalam pengertian sederhana, berita adalah fakta atau informasi yang ditulis oleh wartawan, dan dimuat di media Pers. Baik itu di Surat Kabar, di Majalah, di Radio maupun Televisi.<sup>22</sup>

Pemberitaan berasal dari kata dasar “berita”, kata “berita” sendiri berasal dari kata sangsekerta, vrit (ada atau terjadi) atau vritta (kejadian atau peristiwa). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia menyebutkan, berita adalah “laporan tercepat mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat”. Berita dalam bahasa Inggris disebut News. Dalam The Oxford Paperback Dictionary terbitan Oxford University Press (1979) news diartikan sebagai “informasi tentang peristiwa terbaru”.

Bahkan, karena berita ini ada di segala penjuru dunia, Tom Clarke, dulu direktur sebuah institut jurnalistik di London, mengatakan bahwa “menurut cerita”, perkataan *NEWS* itu singkatan dari North, East, West, dan South, suatu cerita yang meskipun tidak dapat dibuktikan kebenarannya, namun menunjukkan maksudnya, yaitu bahwa berita adalah “untuk memuaskan nafsu ingin tahu” pada manusia dengan memberikankabar-kabar “dari segala penjuru”.<sup>23</sup>

Sedangkan menurut Dja’far H. Assegaff berita adalah laporan tentang fakta atau ide yang terkini, yang dipilih oleh wartawan untuk disiarkan, yang dapat menarik perhatian pembaca. Entah karena luar biasa, entah karena pentingnya atau karena akibat yang

<sup>21</sup> Ibid, 53

<sup>22</sup> Widodo, *Teknik Wartawan Menulis Berita di Surat Kabar dan Majalah*, (Surabaya: Indah, 1997), 17

<sup>23</sup> Hikmat Kusumaningrat dan Purnama Kusumaningrat, *Jurnalistik Teori & Praktik*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), 39

ditimbulkannya, atau entah karena mencakup segi-segi *human interest* seperti humor, emosi, dan ketegangan. (Jurnalistik Masa Kini).<sup>24</sup>

Selain itu menurut pendapat lain yang dikemukakan Eric C. Hepwood: berita adalah laporan pertama dari kejadian penting dan dapat menarik perhatian umum.<sup>25</sup>

Menurut William S. Maulsby berita adalah sesuatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta-fakta yang mempunyai arti penting dan baru terjadi yang dapat menarik perhatian para pembaca surat kabar yang memuat hal tersebut.<sup>26</sup>

Dari beberapa definisi di atas kita dapat simpulkan bahwa berita adalah segala laporan mengenai peristiwa, kejadian, gagasan, fakta yang menarik perhatian dan penting untuk disampaikan atau dimuat dalam media massa agar diketahui atau menjadi kesadaran umum.<sup>27</sup>

#### b. Jenis-Jenis Berita

Untuk dapat mengenal informasi, dibutuhkan upaya menuntun ke mana dan bagaimana memperoleh fakta yang diperlukan. Informasi yang diperlukan itu ditentukan oleh jenis berita sebab hanya dengan mengetahui jenis berita, kita dapat mengetahui sumbernya. Macam atau jenis berita dapat dibagi berdasarkan tiga hal, yaitu:<sup>28</sup>

##### 1) Berdasarkan sifat kejadian

Berdasarkan sifat kejadiannya, seperti yang disebutkan oleh Dja'far H. Assegaff dalam bukunya *Jurnalistik Masa Kini* (1985), berita dapat dibagi menjadi dua hal pokok, yaitu sebagai berikut.

a) Berita yang dapat diduga: peristiwa atau kejadian yang dapat diperkirakan sebelumnya, seperti perayaan HUT RI, munas

<sup>24</sup> Sedia Willing Barus, *Jurnalistik Petunjuk Teknis Menulis Berita*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2010), 26

<sup>25</sup> Ibid.

<sup>26</sup> Ibid.

<sup>27</sup> Ibid.

<sup>28</sup> Ibid, 39

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

organisasi politik, konferensi, seminar, perayaan hari ibu, hari pangan sedunia, dan sebaainya.

- b) Berita yang tidak dapat diduga: peristiwa atau kejadian yang memang sulit dan tidak dapat diperkirakan kapan terjadinya (*happening*), seperti bencana alam, kecelakaan, pembunuhan, kematian orang-orang penting, dan sebagainya.
- 2) Berdasarkan jarak geografis
- Pembagian jenis berita berdasarkan jarak geografis ini meliputi:
- a) Berita lokal: berita mengenai peristiwa yang terjadi di sekitar tempat publikasinya. Jika surat kabar yang dimaksud merupakan terbitan Jakarta, yang disebut sebagai berita lokalnya adalah berita-berita yang terjadi disekitar ibu kota.
  - b) Berita regional: berita dari satu wilayah atau kawasan tertentu dari suatu negara dimana surat kabar diterbitkan. Misalnya berita-berita yang terjadi di kawasan Indonesia Bagian Timur bagi surat kabar yang terbit di Makassar atau Sulawesi Selatan bisa disebut sebagai berita regional.
  - c) Berita nasional: berita-berita yang mencakup kejadian yang memiliki dampak cukup luas pada suatu negara di mana surat kabar diterbitkan.
  - d) Berita internasional: berita-berita yang cakupan wilayahnya melampaui batas-batas negara atau berita-berita yang kejadiannya meliputi seluruh dunia
- 3) Berdasarkan persoalan
- a) Politik
- Berita politik adalah berita yang menyangkut kegiatan politik atau peristiwa di sekitar masalah-masalah ketatanegaraan dan segala hal yang berhubungan dengan urusan pemerintahan dan negara.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b) **Ekonomi**  
Berita ekonomi menjadi penting karena pada hakikatnya kehidupan manusia dicengkrum oleh kesibukan-kesibukan pekerjaan mencari nafkah untuk memenuhi kebutuhan dan mempertahankan hidup.
- c) **Hukum dan peradilan**  
Berita peradilan dan hukum menjadi penting karena mengandung elemen konflik di dalamnya.
- d) **Kriminal**  
Kriminalitas juga dianggap sebagai peristiwa yang menarik karena pada dasarnya manusia ingin hidup dalam suasana tenang. Oleh sebab itu, peristiwa kriminal sendiri mengandung daya tarik karena mengandung ancaman.
- e) **Kecelakaan**  
Berita kecelakaan termasuk berita yang tidak dapat diduga sebelumnya. Berita ini tergolong berita buruk, bukan *good news*. Hal yang sering kali menarik pada berita kecelakaan adalah akibat yang ditimbulkannya.
- f) **Seni dan budaya**  
Berita-berita tentang kesenian atau karya-karya seni merupakan media komunikasi budaya antarmanusia.
- g) **Ilmu pengetahuan dan Teknologi (Iptek)**  
Pada dasarnya manusia menyukai kemajuan. Manusia juga ingin belajar dari segala gejala perubahan. Oleh karena itu, berita-berita tentang perkembangan atau kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi juga menarik perhatian pembaca.
- h) **Olahraga**  
Rasa ingin tahu pembaca begitu besar terhadap hasil pertandingan atau turnamen olahraga apa pun, terutama yang banyak diminati masyarakat.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## i) Perang

Sama halnya dengan berita olahraga, daya tarik berita perang juga terletak pada unsur konfliknya.

## j) Jenis berita lainnya

Berita-berita lainnya yang tidak kalah menarik yang sering mengisi media massa adalah berita kesehatan, pendidikan, gaya hidup, seks, lingkungan hidup, pariwisata, pertanian, wanita, dan iklim.

*Infotainment* juga termasuk dalam jenis berita lainnya yang paling ditunggu-tunggu oleh pembaca. *Infotainment* merupakan pemberitaan yang berfokus pada pergunjungan kehidupan para selebriti ini juga mendapat perhatian khusus dari Dewan Pers.

Menurut Morissan, program informasi dapat dibagi menjadi dua bagian besar yaitu berita keras (*hard news*) dan berita lunak (*soft news*).<sup>29</sup>

## a) Berita Keras

Berita keras atau *hard news* adalah segala informasi penting dan/ atau menarik yang harus segera disiarkan oleh media penyiaran karena sifatnya yang harus segera ditayangkan agar dapat diketahui khalayak audien secepatnya.

Dalam hal ini berita keras dapat dibagi ke dalam beberapa bentuk berita yaitu: *straight news*, *features*, dan *infotainment*.

1) *Straight News*

*Straight News* berarti berita ‘langsung’ (*straight*), maksudnya suatu berita yang singkat (tidak detail) dengan hanya menyajikan informasi terpenting saja yang mencakup 5W+1H (*who, what, where, when, why, dan how*) terhadap suatu peristiwa yang diberitakan. Berita jenis ini sangat terikat waktu (*deadline*) karena informasinya sangat cepat basi jika terlambat disampaikan kepada audiens.

<sup>29</sup> Morissan, *Jurnalistik Telvisi Mutakhir*, (Jakarta: Kencana, 2008), 25

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2) *Feature*

*Feature* adalah berita ringan namun menarik. Pengertian ‘menarik’ di sini adalah informasi yang lucu, unik, aneh, menimbulkan kekaguman, dan sebagainya. Pada dasarnya berita-berita semacam ini dapat dikatakan sebagai *softnews* karena tidak terlalu terikat dengan waktu penayangan, namun karena durasinya singkat (kurang dari lima menit) dan ia menjadi bagian dari program berita maka *feature* masuk ke dalam *hard news*.

## 3) *Infotainment*

Kata ‘*infotainment*’ berasal dari dua kata yaitu *information* yang berarti informasi dan *entertainment* yang berarti hiburan, namun *infotainment* bukanlah berita hiburan atau berita yang memberikan hiburan. *Infotainment* adalah berita yang menyajikan informasi mengenai kehidupan orang-orang yang dikenal masyarakat (*celebrity*), dan karena sebagian besar dari mereka bekerja pada industri hiburan, seperti pemain film/sinetron, penyanyi dan sebagainya maka berita mengenai mereka disebut juga dengan *infotainment*. *Infotainment* adalah salah satu bentuk berita keras karena memuat informasi yang harus segera ditayangkan.

## b) Berita Lunak

Berita lunak atau *soft news* adalah segala informasi yang penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam (*indepth*) namun tidak bersifat harus segera ditayangkan. Program yang termasuk ke dalam kategori berita lunak adalah: *magazine*, *current affair*, dokumenter, dan *talk show*.

### 1) *Current affair*

Dari namanya, pengertian *current affair* adalah “persoalan kekinian.” *Current affair* adalah program yang menyajikan

informasi yang terkait dengan suatu berita penting yang muncul sebelumnya namun dibuat secara lengkap dan mendalam.

#### 2) *Magazine*

*Magazine* adalah program yang menampilkan informasi ringan namun mendalam atau dengan kata lain *magazine* adalah *feature* dengan durasi yang lebih panjang.

#### 3) Dokumenter

Dokumenter adalah program informasi yang bertujuan untuk pembelajaran dan pendidikan namun disajikan dengan menarik.

#### 4) *Talk Show*

Program *talk show* atau perbincangan adalah program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dipandu oleh seorang pembawa acara (*host*)

Jenis-jenis berita menurut Zaenuddin dalam buku *the Journalist*, yaitu:<sup>30</sup>

#### 1) *Straight News*

*Straight news* adalah berita yang ditulis atau disajikan secara singkat, lugas dan apa adanya. Pola penyajiannya menggunakan piramida terbalik. Sifat tulisannya juga padat, singkat, dan jelas, memenuhi unsur-unsur 5W+1H.

#### 2) *Depth News*

Yang ini adalah kebalikan dari *straight news*, yakni berita-berita yang disajikan tanpa mengutamakan informasi paling penting dan terbaru pada awal berita. Bisa saja yang penting itu baru ditampilkan pada pertengahan atau bahkan penghabisan berita. Pola ini digunakan untuk menulis berita tentang sesuatu yang

<sup>30</sup> Zaenuddin, *The Journalist Bacaan Wajib Wartawan, Redaktur, Editor & Mahasiswa Jurnalistik*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), 160



sudah terjadi sejak sehari atau beberapa hari lalu, bahkan mungkin juga sudah lama terjadi. Karena wartawan menyajikannya secara mendalam tidak terasa bahwa peristiwanya sudah berlalu. Dengan pola ini, berita menjadi tidak basi, bahkan terasa baru karena wartawan menambahkannya dengan informasi atau fakta-fakta baru.

### 3) *Feature*

Melalui *feature*, latar belakang suatu masalah dapat diungkap lebih jauh. Wartawan dapat menjelaskan mengapa (*why*) dan bagaimana (*how*) suatu peristiwa memiliki perbedaan atau persamaan dengan yang lain, menerangkan sebab akibat antara dua fakta atau lebih. *Feature* juga membuat wartawan lebih leluasa memaparkan duduk perkara suatu persoalan.

Sedangkan jenis-jenis berita menurut AS Haris Sumadaria dalam buku 'Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature' yaitu:<sup>31</sup>

- 1) *Straight news report*, adalah laporan langsung mengenai suatu peristiwa.
- 2) *Depth news report*, merupakan laporan yang sedikit berbeda dengan *straight news report*. Reporter menghimpun informasi dengan fakta-fakta mengenai peristiwa itu sendiri sebagai informasi tambahan untuk peristiwa tersebut.
- 3) *Comprehensive news*, merupakan laporan tentang fakta yang bersifat menyeluruh ditinjau dari berbagai aspek.
- 4) *Interpretative report*, berita interpretative biasanya memfokuskan sebuah isu, masalah, atau peristiwa-peristiwa kontroversial. Namun demikian, fokus laporan beritanya masih berbicara mengenai fakta yang terbukti bukan opini.

<sup>31</sup> AS Haris Sumadaria, *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2014), 69

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 5) *Feature story*, penulis *feature* menyajikan suatu pengalaman pembaca (*reading experience*) yang lebih bergantung pada gaya (*style*) penulisan dan humor daripada pentingnya informasi yang disajikan.
  - 6) *Depth reporting*, adalah pelaporan jurnalistik yang bersifat mendalam, tajam, lengkap dan utuh tentang suatu peristiwa fenomenal atau faktual.
  - 7) *Investigative reporting*, dalam laporan investigatif para wartawan melakukan penyelidikan untuk memperoleh fakta yang tersembunyi demi tujuan. Pelaksanaannya sering ilegal dan tidak etis.
  - 8) *Editorial writing*, adalah pikiran sebuah institusi yang diuji di depan sidang pendapat umum. Editorial adalah penyajian fakta dan opini yang menafsirkan berita-berita yang penting dan memengaruhi pendapat umum.
- c. Nilai Berita

Beberapa elemen nilai berita, yang mendasari pelaporan kisah berita, ialah: *Immediacy*, *Proximity*, *Consequence*, *Conflict*, *Oddity*, *Sex*, *Emotion*, *Prominence*, *Suspence*, dan *Progress*. Di dalam sebuah kisah berita, bisa jadi terdapat beberapa elemen yang saling mengisi dan terkait dengan peristiwa yang dilaporkan wartawan.<sup>32</sup>

a) *Immediacy*

*Immediacy* kerap diistilahkan dengan *timelines*. Artinya terkait dengan kesegaran peristiwa yang dilaporkan. Sebuah berita sering dinyatakan sebagai laporan dari apa yang baru saja terjadi. Bila peristiwanya terjadi beberapa waktu yang lalu, hal ini dinamakan sejarah.

<sup>32</sup> Septiawan Santana K, *Jurnalisme Kontemporer*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2005), 18

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b) *Proximity*

Khalayak berita akan tertarik dengan berbagai peristiwa yang terjadi di dekatnya, di sekitar kehidupan sehari-harinya. *Proximity* ialah keterdekatan peristiwa dengan pembaca atau pemirsa dalam keseharian hidup mereka. Orang-orang akan tertarik dengan berita-berita yang menyangkut kehidupan mereka, seperti keluarga atau kawan-kawan mereka, atau kota mereka beserta klub-klub olahraga, stasiun, terminal, dan tempat-tempat yang mereka kenali setiap hari.

c) *Consequence*

Berita yang mengubah kehidupan pembaca adalah berita yang mengandung nilai konsekuensi. Lewat berita kenaikan gaji pegawai negeri atau kenaikan harga BBM (bahan bakar minyak), masyarakat dengan segera akan mengikutinya karena terkait dengan konsekuensi kalkulasi ekonomi sehari-hari yang harus mereka hadapi. Putusan parlemen yang mengesahkan Banten menjadi sebuah provinsi dan lepas dari kewilayahan Jawa Barat, akan diperhatikan masyarakat dikarenakan konsekuensi (bagi para penduduk Banten dan sekitarnya) yang akan dihadapi.

d) *Conflict*

Peristiwa-peristiwa perang, demonstrasi, atau kriminal, merupakan contoh elemen konflik di dalam pemberitaan. Perseteruan antar individu, antar tim atau antar kelompok, sampai antar negara, merupakan elemen-elemen natural dari berita-berita yang mengandung konflik.

e) *Oddity*

Peristiwa yang tidak biasa terjadi ialah sesuatu yang akan diperhatikan segera oleh masyarakat. Kelahiran bayi kembar lima, goyang gempa berskala Richter tinggi, pencalonan tukang

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sapu sebagai kandidat calon gubernur, dan sebagainya, merupakan hal-hal yang akan jadi perhatian masyarakat.

f) *Sex*

Kerap seks menjadi elemen utama dari sebuah pemberitaan. Tapi, seks sering pula menjadi elemen tambahan bagi pemberitaan tertentu, seperti pada berita *sport*, selebritis, atau kriminal. Berbagai berita artis hiburan banyak dibumbui elemen seks. Berita politik *impeachment* Presiden AS, Bill Clinton, banyak terkait dengan unsur seksnya.

g) *Emotion*

Elemen *emotion* ini kadang dinamakan dengan elemen *human interst*. Elemen ini menyangkut kisah-kisah yang mengandung kesedihan, kemarahan, simpati, ambisi, cinta, kebencian, kebahagiaan, atau humor.

h) *Prominence*

Elemen ini adalah unsur yang menjadi dasar istilah “names make news”, nama membuat berita. Ketika seseorang menjadi terkenal, maka ia akan selalu diburu oleh pembuat berita. Unsur keterkenalan ini tidak dibatasi atau hanya ditujukan kepada status VIP semata. Beberapa tempat, pendapat, dan peristiwa termasuk ke dalam elemen ini. Bali, petuah-petuah hidup, dan hari raya memiliki elemen keterkenalan yang diperhatikan banyak orang.

i) *Suspense*

Elemen ini menunjukkan sesuatu yang ditunggu-tunggu, terhadap sebuah peristiwa, oleh masyarakat. Adanya ketegangan menunggu pecahnya perang (invasi) AS ke Irak, adalah salah satu contohnya. Namun, elemen ketegangan ini tidak terkait dengan paparan kisah berita yang berujung pada klimaks kemisterian. Kisah berita yang menyampaikan fakta-fakta tetap merupakan hal yang penting. Kejelasan fakta

dituntut masyarakat. penantian masyarakat pada pelaku “Bom Bali” tetap mengandung kejelasan fakta. Namun, ketegangan masyarakat tetap terjadi selama kasus tersebut dilaporkan media, khususnya kepada rincian fakta kejadiannya beserta wacana politik yang membayangnya.

j) *Progress*

Elemen ini merupakan elemen “perkembangan” peristiwa yang ditunggu masyarakat. Kesudahan invasi militer AS ke Irak, misalnya, tetap ditunggu masyarakat. Bagaimana masyarakat Irak se usai perang tersebut membangun pemerintahannya adalah elemen berita yang ditunggu masyarakat. Bagaimana upaya negara-negara yang terkena wabah SARS, pemberitaannya masih diminati masyarakat.

Ada pula yang mengatakan bahwa untuk menilai apakah suatu kejadian memiliki nilai berita atau tidak, reporter harus dapat melihat unsur-unsur sebagai berikut.<sup>33</sup>

- 1) Penting (*significance*): mempunyai pengaruh yang besar terhadap kehidupan orang banyak atau kejadiannya mempunyai akibat atau dampak yang luas terhadap kehidupan khalayak pembaca.
- 2) Besaran (*magnitude*): sesuatu yang besar dari segi jumlah, nilai, atau angka yang besar hitungannya sehingga pasti menjadi sesuatu yang berarti dan menarik untuk diketahui oleh orang banyak.
- 3) Kebaruan (*timeliness*): memuat peristiwa yang baru saja terjadi. Karena kejadiannya belum lama, hal ini menjadi aktual atau masih hangat dibicarakan umum. Aktual (terkini) berkaitan dengan tenggat waktu bahwa kejadian tersebut bukan berita basi atau terlambat memenuhi waktu pemuatan yang sudah ditetapkan pemimpin redaksi.

<sup>33</sup>Sedia Willing Barus, *Jurnalistik Petunjuk Teknis Menulis Berita*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2010), 31

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 4) Kedekatan (*promimity*): memiliki kedekatan jarak (geografis) ataupun emosional dengan pembaca. Termasuk kedekatan karena profesi, minat, bakat, hobi, dan perhatian pembaca. Sebagai contoh , seorang staf medis tentu akan langsung tertarik pada berita-berita mengenai kenaikan harga obat atau masalah-masalah kesehatan lainnya.
- 5) Ketermukaan (*prominance*): hal-hal yang mencuat dari diri seseorang atau sesuatu benda,tempat, atau kejadian. Suatu peristiwa yang menyangkut orang terkenal atau sesuatu yang dikenal masyarakat menjadi berita penting untuk diketahui oleh pembaca. Cuatan ini adalah hal-hal menonjol yang dari ‘sesuatu’ atau ‘seseorang’ dan karenanya ‘sesuatu’ atau ‘seseorang’ itu menjadi dikenal oleh orang banyak, populer, sangat disukai, atau justru sangat dibenci.
- 6) Sentuhan manusiawi (*human interest*): sesuatu yang menyentuh rasa kemanusiaan, menggugah hati, dan minat.  
Sementara itu, Djawoto menyebutkan bahwa sebuah berita haruslah mencakup lima unsur yaitu:
  - a) Benar
  - b) Cepat
  - c) Lengkap
  - d) Objektif, dan
  - e) Tersusun dengan baik.<sup>34</sup>
 Dja’far H. Assegaff juga menyebutkan beberapa unsur yang harus ada dalam sebuah berita, yaitu:
  - a) Aktual (terkini, kebaruan)
  - b) Jarak
  - c) Penting (*interest*)
  - d) Luar biasa (*extraordinary*)
  - e) Akibat yang ditimbulkannya

---

<sup>34</sup> Ibid, 32

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- f) Ketegangan (*suspence*)
- g) Mengandung konflik
- h) Seks
- i) Kemajuan-kemajuan yang dimiliki (*progress*)
- j) Emosi
- k) Humor.<sup>35</sup>

Sesuatu bisa disebut sebagai berita jika mengandung nilai-nilai berita/jurnalistik, yakni: aktual, penting, berdampak, kedekatan, luarbiasa, konflik, ketegangan/drama, tragis, ketokohan, sesk dan humor.<sup>36</sup>

- a. Aktual  
Wartawan memilih sesuatu, baik peristiwa maupun pernyataan yang benar-benar baru terjadi sebagai berita.
- b. Penting  
Wartawan memilih sesuatu atau peristiwa sebagai berita karena dianggap penting terutama untuk diketahui khalayak pembaca dan pemirsa.
- c. Berdampak  
Wartawan juga memilih sesuatu atau peristiwa sebagai berita karena dianggap memunyai dampak atau akibat yang ditimbulkannya bagi masyarakat, baik positif maupun negatif.
- d. Kedekatan  
Wartawan memilih sesuatu sebagai berita karena sesuatu itu secara geografis dekat dengan khalayak pembaca atau pemirsanya.
- e. Luar biasa  
Wartawan juga memilih sesuatu sebagai berita karena sesuatu itu luar biasa.
- f. Konflik

<sup>35</sup> Ibid.

<sup>36</sup> Zaenuddin, *The Journalist Bacaan Wajib Wartawan, Redaktur, Editor & Mahasiswa Jurnalistik*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), 155

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Wartawan memilih peristiwa sebagai berita karena di dalamnya terdapat konflik, baik fisik maupun emosional.

## g. Ketegangan/drama

Wartawan juga memilih peristiwa yang mengandung ketegangan sebagai berita.

## h. Tragis

Tragisme mengandung nilai jurnalistik yang tinggi karena melibatkan emosional dan naruni kemanusiaan. Bunuh diri, mutilasi, dan gempa bumi dahsyat selalu dikonsumsi berita.

## i. Ketokohan

Wartawan juga memilih sesuatu atau peristiwa karena terkait dengan tokoh atau orang terkenal. Para politikus, olahragawan, ilmuwan, pengusaha sukses, pengacara, ulama, seniman dan selebritas, selalu menjadi bahan berita.

## j. Seks

Wartawan juga sangat tertarik memberitakan peristiwa yang mengandung seks karena nilai jurnalistiknya cukup tinggi.

## k. Humor

Sesuatu atau peristiwa yang mengandung humor juga dianggap layak sebagai berita.

Berita tentang registrasi kartu prabayar ini juga di siarkan di CNN Indonesia Trans TV, dalam berita itu disampaikan bahwa masyarakat diwajibkan melakukan registrasi kartu prabayar dengan melampirkan NIK dan no KK.

“Melalui peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 14 Tahun 2017 tentang registrasi pelanggan jasa telekomunikasi Kemenkominfo akan memberlakukan registrasi nomor pelanggan baru maupun lama yang divalidasi menggunakan Nomor Induk Kependudukan (NIK) yang tertera di KTP elektronik dan Kartu Keluarga (KK). Proses registrasi pelanggan seluler pranyar ini akan dimulai 31 Oktober mendatang dan paling lambat pada 28 Februari 2018. Caranya gampang sebetulnya hanya



dengan mengirim SMS ke 4444. Tapi buat Anda yang bingung, kami akan menjelaskan lebih rinci lagi bagaimana cara untuk mendaftarkan SIM *card* Prabayar Anda. Yang pertama, bagi Anda pelanggan baru Anda dapat mengirim SMS dengan cara mengetik 16 digit Nomor Induk Kependudukan (NIK) yang tertera di KTP elektronik atau ketik tanda pagar (#) kemudian diikuti dengan nomor Kartu Keluarga Anda. Kemudian kirim ke nomor 4444. Tidak dikenakan biaya, jadi registrasi ini bebas pulsa. Sebelumnya pastikan dulu NIK Anda sudah terdaftar di kependudukan dan pencacatan sipil atau Dukcapil. Jadi bila NIKnya belum terdaftar maka registrasinya tidak akan berhasil. Untuk pelanggan lama kartu Prabayar Anda dapat didaftar ulang dengan mengirimkan ulang SMS dengan format ketik kata ulang lalu tanda pagar (#) lalu NIK Anda, tanda pagar (#) yang diikuti dengan nomor KK. Kemudian kirim SMS tersebut ke nomor 4444. Dan pastikan NIK Anda sudah terdaftar di dirjen Dukcapil.

Registrasi ini disebutkan sebagai upaya pemerintah untuk mencegah penyalahgunaan nomor pelanggan jasa telekomunikasi. Terutama bagi pengguna kartu Prabayar karena memang tidak tercatat di perusahaan operator. Dan untuk melindungi konsumen untuk kepentingan nasional dalam mewujudkan *Single Identity*.

Ini kami kutip dari Detik.com informasi atau pernyataan dari Menteri Komunikasi dan Informatika Rudiantara yang mengatakan bahwa *e-KTP* nantinya akan menjadi pusat referensi terbesar dari transaksi yang terjadi di Indonesia. Kedepannya *e-KTP* meskipun ada isu tapi tidak akan menghalangi rencana pemerintah untuk menjadikan *e-KTP* sebagai basis daripada otorisasi verifikasi transaksi apapun di Indonesia yang diperlukan. Jadi bisa dibayangkan kemudahan yang akan didapatkan kalau kemudian nanti *single identity* ini diberlakukan. Saat ini sudah 255 lembaga pemerintahan dan swasta sudah bekerja sama untuk

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menggunkan NIK sebagai *single identity*. Jadi tidak ada salahnya bagi kita untuk ikut berkontribusi demi kemajuan bangsa kita sendiri.”



(Gambar 2.2 pemberitaan registrasi kartu prabyar di CNN Indonesia 12 Oktober 2107)



(Gambar 2.3 pemberitaan registrasi kartu prabyar di CNN Indonesia)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### 4. Klasifikasi Registrasi Kartu Prabayar

a. Kartu prabayar

Prabayar diambil dari kata "Pra" yang diartikan sebelum dan kata "Bayar". Jadi kartu prabayar artinya dapat menggunakan suatu layanan tetapi harus membayar terlebih dahulu. Dalam hal ini adalah kartu telekomunikasi maka kita harus mengisi pulsa terlebih dahulu agar dapat menggunakan layanannya (telepon, SMS, internet).

b. Penyertaan Nomor Induk Kependudukan (NIK) di KTP dan nomor Kartu Keluarga (KK).

Nomor Induk Kependudukan atau NIK adalah nomor identitas Penduduk yang bersifat unik atau khas, tunggal dan melekat pada seseorang yang terdaftar sebagai Penduduk Indonesia. NIK berlaku seumur hidup dan selamanya, yang diberikan oleh Pemerintah dan diterbitkan oleh Instansi Pelaksana kepada setiap Penduduk setelah dilakukan pencatatan biodata. NIK pertama kali diperkenalkan oleh Direktorat Jenderal Administrasi Kependudukan ketika Institusi Pemerintah ini menerapkan sistem KTP nasional yang terkomputerisasi.<sup>37</sup>

Pemilik telepon seluler (ponsel) diwajibkan melakukan registrasi atau pendaftaran ulang sesuai dengan nomor induk kependudukan (NIK) yang ada di KTP atau nomor kartu keluarga (KK) pada nomor prabayar yang digunakan. Jika tidak, calon pelanggan tidak bisa mengaktifkan kartu perdananya dan nomor pelanggan lama akan diblokir secara bertahap. Bagi operator yang tidak mendukung, mereka di ancam sanksi administrasi sampai pencabutan izin. Registrasi dimulai tanggal 31 Oktober 2017 hingga akhir Februari 2018.<sup>38</sup>

<sup>37</sup>Wikipedia, "Nomor Induk Kependudukan", dalam [https://id.wikipedia.org/wiki/Nomor\\_Induk\\_Kependudukan](https://id.wikipedia.org/wiki/Nomor_Induk_Kependudukan), (diunduh tanggal 21 Januari 2018), pukul 20:35

<sup>38</sup>Koran Sindo, "Pemilik Ponsel Wajib Registrasi Nomor Induk Kependudukan", dalam <https://autotekno.sindonews.com/read/1247630/132/pemilik-ponsel-wajib-registrasi-nomor-induk-kependudukan-150779786>, (diunduh tanggal 21 Januari 2018), pukul 20:52

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Penyebutan nama ibu kandung

Registrasi ulang SIM card prabayar dipastikan tak memerlukan nama ibu kandung. Untuk menegaskan hal itu, Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) pun mengirim surat edaran ke seluruh operator.<sup>39</sup>

Seperti diberitakan sebelumnya, masyarakat diresahkan dengan permintaan informasi nama ibu kandung saat melakukan registrasi SIM Card. Ini membuat bingung pengguna seluler saat memvalidasi nomor teleponnya dengan Nomor Induk Kependudukan (NIK) dan Kartu Keluarga (KK).<sup>40</sup>

Keresahan masyarakat itu bermula ketika masih ada informasi bahwa pengguna seluler harus menyebutkan nama ibu kandung. Terlebih itu dari nomor 4444, nomor resmi untuk pengiriman registrasi prabayar.<sup>41</sup>

Mengenai hal itu, Dirjen Penyelenggara Pos dan Informatika Kementerian Kominfo Ahmad M. Ramli mengatakan, bahwa nama ibu kandung tidak boleh diungkap. Menurutnya, itu bahaya karena dinilai sebagai super password dan riskan untuk dibagi.<sup>42</sup>

## 5. CNN Indonesia

Cable News Network Indonesia (disingkat CNN Indonesia) adalah sebuah stasiun televisi dan situs berita milik Trans Media bekerjasama dengan Turner International. Saluran ini disiarkan pertama kalinya pada Senin, 17 Agustus 2015. Peluncuran utamanya berlangsung sejak 15 Desember 2015 dalam rangka memperingati ulang tahun Trans Media yang ke 14.

Bersiaran dalam Bahasa Indonesia dari studio Trans Media, saluran CNN Indonesia menyajikan konten lokal dan internasional,

<sup>39</sup>Agus Tri Haryanto, “*Registrasi SIM Card Tak Perlu Nama Ibu, Kominfo Surati Operator*”, dalam <https://inet.detik.com/telecommunication/d-3690177/registrasi-sim-card-tak-perlu-nama-ibu-kominfo-surati-operator>, (diunduh tanggal 21 Januari 2018), pukul 19:52

<sup>40</sup> Ibid.

<sup>41</sup> Ibid.

<sup>42</sup> Ibid.

dengan fokus pada berita umum, bisnis, olahraga, teknologi dan hiburan. Sementara itu, situs berita CNN Indonesia.com telah diluncurkan pada 20 Oktober 2014 dengan Yusuf Arifin sebagai pemimpin redaksi.

Saat ini, CNN Indonesia sudah bersiaran selama 24 jam sehari dan dapat disaksikan di saluran televisi berbayar Transvision, UseeTV serta live streaming di CNNIndonesia.com. Selain di tv berbayar anda juga bisa menyaksikan acara CNN Indonesia di Antenna Digital Di Jakarta 40 serta 42 UHF dan di Surabaya 35 UHF, selain itu juga bagi pemirsa yang menggunakan Antenna biasa atau analog bisa menyaksikan acara CNN Indonesia melalui Trans TV dan Trans 7.

CNN Indonesia dan CNN International adalah dua organisasi yang berbeda dan terpisah. Mereka independen dari satu sama lain, tetapi dapat bekerjasama dan saling membantu dalam peliputan berita besar.

CNN Indonesia adalah bagian dari strategi CNN International Commercial's Content Sales and Partnerships Group yang berupaya menjangkau lebih banyak lagi audiens dengan bekerjasama dengan organisasi media setempat. Selain di Indonesia, kerjasama sejenis telah terjalin pula di CNN Filipina, CNN Turki dan CNN Chile.

Berikut ini adalah program acara yang ditayangkan oleh CNN Indonesia dan TRANS TV:

1. CNN Indonesia Sports (edisi malamnya ditayangkan bersama Trans TV dan Transvision)
2. CNN Indonesia Tech News (tayang di Trans TV dan Transvision dengan jam tayang yang berbeda)
3. CNN Indonesia Showbiz News (tayang di Trans TV dan Transvision dengan jam tayang yang berbeda)
4. CNN Indonesia Night News (siaran bersama Trans TV dan Transvision)

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



5. CNN Indonesia Good Morning (siaran bersama Trans TV dan Transvision)
6. CNN Indonesia Viral (siaran bersama Trans TV dan Transvision)

## B. Kajian Terdahulu

Tinjauan pustaka berguna untuk melihat dan membandingkan pembahasan dari teori dalam penelitian ini dengan buku, literatur, atau skripsi lain. Hasil dari penelitian tersebut menjadi inspirasi dan bahan pertimbangan penulis. Di antaranya yaitu:

1. Skripsi yang berjudul Respon Mahasiswa Jurusan Komunikasi UIN Suska Riau Terhadap Program Siaran Islamic Spirit di Radio Robbani FM 91,6 MHz Pekanbaru yang ditulis oleh Harfisah Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau pada tahun 2014. Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui Respon Mahasiswa Jurusan Komunikasi Pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Syarif Kasim Riau terhadap program siaran islamic spirit di Radio Robbani Pekanbaru.

Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Jurusan Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau yang mendengarkan Radio Robbani, sedangkan yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah respon mahasiswa terhadap program siaran islamic spirit di Radio Robbani.

Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah keseluruhan mahasiswa Jurusan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau yang mendengarkan Radio Robbani berjumlah 125 orang. Dalam penetapan sampel, penulis mengambil 95 orang dari keseluruhan populasi. Dalam pengambilan sampel penulis menggunakan teknik random sampling, yakni sampel yang diambil secara acak.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif, data yang diperoleh dari lapangan akan diolah dalam bentuk angka kemudian

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dideskriptifkan dalam bentuk kalimat. Selanjutnya melakukan analisa dan dideskripsikan dengan menjelaskan hasil respon Mahasiswa Jurusan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau terhadap program siaran islamic spirit di Radio Robbani FM 91,6 MHz pekanbaru.

Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah respon Mahasiswa Jurusan Komunikasi UIN Suska Riau terhadap program siaran islamic spirit di Radio Robbani FM 91,6 MHz di Pekanbaru adalah respon sangat baik. hal ini dapat dilihat dari jumlah angka persentase rata-rata yang diperoleh yaitu 80%.<sup>43</sup>

2. Skripsi yang berjudul Respon Siswa MAN 2 Model Pekanbaru Terhadap Koran X-presi Harian Riau Pos yang ditulis oleh Anita Kharisma Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau pada tahun 2008. Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui Respon Siswa MAN 2 Model Pekanbaru Terhadap Koran X-presi Harian Riau Pos.

Teknik pengumpulan data penulis menggunakan cara angket, observasi, dan dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini jumlah siswa man 2 model 630 orang. Dengan sampel sebanyak 100 orang responden. Adapun tehnik yang digunakan adalah random sampling.

Setelah data terkumpul, selanjutnya penelitian ini menganalisa data tersebut dengan metode kuantitatif, dari analisa data, maka dapat disimpulkan bahwa respon siswa MAN 2 model Kota Pekanbaru terhadap koran X-Presi Riau Pos adalah cukup baik, hal ini terbukti dari analisa data yaitu 72%.<sup>44</sup>

3. Skripsi yang berjudul Respon Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau Terhadap Tayangan Acara YKS di Trans Tv yang ditulis oleh Anisah pada tahun 2015. Skripsi ini bertujuan untuk

<sup>43</sup> Harfisah, “Respon Mahasiswa Jurusan Komunikasi UIN Suska Riau Terhadap Program Siaran Islamic Spirit di Radio Robbani FM 91,6 MHz Pekanbaru”, (Skripsi UIN Suska Riau, Pekanbaru, 2014)

<sup>44</sup> Anita Kharisma, “Respon Siswa MAN 2 Model Pekanbaru Terhadap Koran X-presi Harian Riau Pos”, (Skripsi UIN Suska Riau, Pekanbaru, 2008)

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengetahui Respon Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Suska Riau Terhadap Tayangan Acara YKS di Trans Tv.

Dalam metodologi penelitian, penulis menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Subjek penelitian ini, penulis mengambil seluruh Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau angkatan 2008-2013, sedangkan yang menjadi objek adalah respon Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap tayangan acara YKS di transtv.

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau program yang masih aktif. Mengingat banyaknya sampel yang akan diteliti dalam penelitian ini, peneliti hanya mengambil sampel sebanyak 200 sampel, dengan menggunakan rumus slovin. Selanjutnya dianalisis dengan teknik kuantitatif. Disimpulkan bahwa respon Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap tayangan acara YKS di Trans tv adalah positif, hal ini terbukti dari hasil analisa data yaitu 76,83%, karena sesuai dengan kategori 61-80% yaitu menyatakan respon baik, sementara itu 23,17% mahasiswa dikategorikan menyatakan respon kurang baik.<sup>45</sup>

4. Skripsi yang berjudul Respon Mahasiswa Jurusan Komunikasi UIN Suska Riau Terhadap Pesan Pornografi di jejaring Sosial Facebook.Com yang ditulis oleh Eko Budiono pada tahun 2016. Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui respon mahasiswa terhadap pesan pornografi yang ada di jejaring sosial yaitu facebook.com, mengetahui respon positif maupun negatif mahasiswa komunikasi terhadap pesan pornografi.

Adapun metode yang peneliti gunakan yaitu analisis deskriptif kualitatif. Teory dalam penelitian ini adalah teori S-O-R yaitu singkatan dari stimulus organism respons.

Hasil dari penelitian ini yaitu respon mahasiswa jurusan komunikasi UIN Suska Riau terhadap pesan pornografi di jejaring sosial

<sup>45</sup> Anisah, "Respon Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau Terhadap Tayangan Acara Yks di Trans Tv", ( Skripsi UIN Suska Riau, Pekanbaru, 2015)



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

facebook.com adalah positif, terlihat dengan rendahnya hampir seluruh pertanyaan tentang keingintahuan dan rasa penasarannya mahasiswa dalam menanggapi konten pornografi dalam bentuk foto, video maupun cerita seks. Tidak adanya pengaruh pesan pornografi saat mahasiswa dalam mengakses jejaring sosial di situs facebook.com, baik dalam bentuk foto, video maupun cerita seks.<sup>46</sup>

5. Skripsi yang berjudul Respon Masyarakat Intiraya RT 004 RW 001 Kelurahan Bagan Nibung Kecamatan Simpang Kanan Kabupaten Rokan Hilir Terhadap Program Acara Voice Of Islam Di Radio BBC Bagan Batu Rokan Hilir yang ditulis oleh Rita Handayani pada tahun 2016. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana respon masyarakat Intiraya RT 004 RW 001 Kelurahan Bagan Nibung Kecamatan Simpang Kanan Kabupaten Rokan Hilir terhadap program acara voice of islam di Radio Bbc Bagan Batu Rokan Hilir.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat Intiraya RT 004 RW 001 Kelurahan Bagan Nibung Kecamatan Simpang Kanan Kabupaten Rokan Hilir berjumlah 270 orang. Adapun sampel berjumlah 54 orang.

Pendekatan teori yang digunakan yaitu teori S-O-R (stimulus-organism-response). Respon disini adalah sebagai reaksi, tanggapan, jawaban, pengaruh, efek atau akibat. Berdasarkan hasil analisis spss yang telah dilakukan dari data responden, respon masyarakat terhadap program acara voice of islam di radio bbc pada indikator perhatian, mengerti dan menerima memiliki nilai statistik yaitu nilai thitung > ttabel, maka ha diterima dan ho ditolak. Artinya terdapat respon masyarakat terhadap program acara voice of islam di Radio Bbc.<sup>47</sup>

<sup>46</sup>Eko Budiono, “Respon Mahasiswa Jurusan Komunikasi UIN Suska Riau Terhadap Pesan Pornografi di jejaring Sosial Facebook.Com”, (Skripsi UIN Suska Riau, Pekanbaru, 2016)

<sup>47</sup> Rita Handayani, “Respon Masyarakat Intiraya RT 004 RW 001 Kelurahan Bagan Nibung Kecamatan Simpang Kanan Kabupaten Rokan Hilir Terhadap Program Acara Voice Of Islam Di Radio BBC Bagan Batu Rokan Hilir”, (Skripsi UIN Suska Riau, Pekanbaru, 2016)

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6. Skripsi yang ditulis oleh Dera Mugni Labib Alluqoni pada tahun 2011. Judul skripsi Respon Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Terhadap Rubrik Tajuk Rencana di Republika.

Teori yang digunakan oleh penulis, diantaranya adalah teori mengenai respon yang membahas mengenai definisi, proses terjadinya respon, faktor terbentuknya dan macam-macam respon. Selain itu juga menggunakan teori mengenai rubrik, serta teori mengenai tajuk rencana.

Model penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode yang digunakan adalah deskriptif analisis. Populasi yang digunakan adalah seluruh mahasiswa angkatan 2008 FIDKOM yang berjumlah 373 orang dengan teknik pengambilan sampel adalah *cluster random sampling*, dengan sample berjumlah 82 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode angket dan dokumenter. Dan teknik analisa yang digunakan adalah Mean dan Chi Kuadrat. Subjek dari penelitian ini adalah respon mahasiswa angkatan 2008 FIDKOM dan objek penelitiannya adalah Rubrik Tajuk Rencana di Republika.

Dari hasil penelitian, maka diperoleh data bahwa respon mahasiswa terhadap rubrik tajuk rencana di Republika dilihat dari skala kognitif adalah respon yang tinggi, dari skala afektif adalah respon yang sedang dan skala konatif adalah respon yang sedang. Sedangkan dilihat dari jenis kelamin, terlihat bahwa jenis kelamin tidak mempengaruhi respon mahasiswa terhadap respon mahasiswa terhadap rubrik tajuk rencana di Republika.<sup>48</sup>

7. Artikel yang ditulis oleh Marlina Naibaho pada tahun 2016. Judul artikel Respon Masyarakat terhadap Pesan Komunikasi Survei Sosial Ekonomi Nasional pada BPS Kota Pematangsiantar .

Penelitian deskripif dengan pendekatan kuantitatif ini menggunakan teori *Stimulus Organism Respon* dari DeFleur untuk mengetahui respon masyarakat terhadap pesan komunikasi Susenas berdasarkan golongan pedapatan rumah tangga.

<sup>48</sup> Dera Mugni Labib Alluqoni, “Respon Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Terhadap Rubrik Tajuk Rencana di Republika”, (Skripsi UIN Suska, Pekanbaru, 2011)

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa respon masyarakat secara keseluruhan terhadap Susenas di Pematangsiantar adalah positif diikuti oleh respon afektif, sebaliknya respon kognitif adalah negatif. Hasil uji hipotesis Kruskal Wallis menunjukkan bahwa tidak terdapat terdapat perbedaan respon masyarakat yang berbeda golongan pendapatan rumah tangga terhadap pesan komunikasi Susenas.<sup>49</sup>

8. Artikel yang ditulis oleh Rani Carolina Poseth dkk pada tahun 2014. Judul artikel respon masyarakat pada tayangan Kick Andy di Metro TV (Studi pada masyarakat Desa Paslaten 1 Kecamatan Tatapaan Kabupaten Minahasa Selatan). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui respon masyarakat pada tayangan Kick Andy di Metro TV (Studi pada masyarakat Desa Paslaten 1 Kecamatan Tatapaan Kabupaten Minahasa Selatan).

Penelitian ini menggunakan teori agenda setting dengan metode penelitian deskriptif. Hasilnya tayangan Talkshow Kick Andy mendapat tanggapan yang positif dari masyarakat Desa Paslaten 1 yang menonton tayangan tersebut.<sup>50</sup>

Berbeda dengan beberapa penelitian di atas, penulis ingin mengetahui respon *civitas academica* UIN Suska Riau terhadap pemberitaan registrasi kartu prabayar di CNN Indonesia Trans TV, apakah pemberitaan tersebut direspon positif atau negatif. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan instrument penelitian angket atau kuesioner yang diberikan kepada *civitas academica* UIN Suska Riau yang merupakan pengguna kartu prabayar dengan menggunakan metode *simple random sampling*.

<sup>49</sup> Marlina Naibaho, "Respon Masyarakat terhadap Pesan Komunikasi Survei Sosial Ekonomi Nasional pada BPS Kota Pematangsiantar", *Jurnal Simbolika: Research and Learning Communication Study*, volume 2, Nomor 1/ Maret 2016, halaman 1

<sup>50</sup> Rani Carolina Poseth dkk, "Respon Masyarakat pada tayangan Kick Andy di Metro TV (Studi pada masyarakat Desa Paslaten 1 Kecamatan Tatapaan Kabupaten Minahasa Selatan)", *Journal, "Acta Diurna"* volume 3, Nomor 2/ Tahun 2014

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## C. Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel

### 1. Definisi Konseptual

- 1) Respon Kognitif yaitu respon yang berkaitan erat dengan pengetahuan keterampilan, dan informasi seseorang mengenai sesuatu.
- 2) Respon Afektif yaitu respon yang berhubungan dengan emosi, sikap dan menilai seseorang terhadap sesuatu.
- 3) Respon Psikomotorik/ konatif yaitu respon yang berhubungan dengan perilaku yang meliputi tindakan atau kebiasaan.

### 2. Operasional Variabel

Untuk mengetahui respon *Civitas Academica* Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Terhadap Pemberitaan Registrasi Kartu Prabayar di CNN Indonesia Trans TV, maka dapat diukur dengan indikator-indikator respon sebagai berikut:

**Tabel 2.1**  
**Martix operasional variabel**

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Instrument/ item	Skala pengukuran
Respon	Kognitif	Pengetahuan	a. Mengetahui diberitakannya informasi registrasi kartu prabayar di CNN b. Menambah pengetahuan terhadap informasi registrasi kartu prabayar	Skala Likert

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	Pemahaman	c. Pemahaman terhadap manfaat, tujuan, dan sanksi blokir terkait registrasi kartu prabayar
	Pendapat	d. Pendapat terhadap pemberitaan, betapa pentingnya informasi registrasi kartu prabayar e. Pendapat positif terhadap pemberitaan registrasi kartu prabayar
Afektif	Perasaan	f. Merasa senang dengan diberitakannya kewajiban registrasi kartu prabayar

Konatif	Tindakan perilaku	<p>g. Akan mengajak orang lain untuk mencari atau menonton informasi lebih tentang registrasi kartu prabayar</p> <p>h. Akan melakukan registrasi kartu prabayar</p>	
---------	-------------------	---	--

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.