

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media merupakan salah satu bagian integral dalam memberikan informasi, dikarenakan informasi adalah kebutuhan mendasar bagi masyarakat yang harus terpenuhi. Masyarakat memerlukan informasi, agar memiliki pengetahuan tentang masalah yang menjadi sorotan di lingkungan tempat tinggal bahkan dunia. Informasi masyarakat dapat mengubah cara pandang terhadap masalah serta menaikkan kedudukan suatu individu dalam masyarakat. Dasarnya media menjadi perluasan alat indra yang membantu manusia dalam memaknai suatu objek.

Media juga semakin berkembang seiring dengan adanya kemajuan di bidang teknologi komunikasi yang semakin pesat, sehingga kebutuhan akan informasi semakin mudah didapatkan. Oleh karena itu, metode komunikasi juga mengalami perubahan namun, tidak mengubah pola komunikasi yang mana komunikator memberikan gagasan dan idenya kepada komunikan. Semakin beragamnya media, masyarakat juga dituntut untuk memilih media mana yang baik untuk memperoleh informasi. Salah satu media yang paling sering dikunjungi masyarakat adalah televisi yang termasuk dalam media massa elektronik.

Media massa menjadi perantara penyampaian pesan paling efektif kepada masyarakat yang keberadaannya sangat luas. Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian informasi yang telah diolah sedemikian rupa dengan teknik penulisan dan disalurkan melalui media seperti radio, televisi, koran, film dan internet. Wilbur Lang Schramm (dalam Lahyanto, 2018, 36) mengatakan Media massa merupakan sekumpulan orang yang dibentuk dalam struktur kerja secara organisir untuk membuat pesan dan

menyebarluaskan pada banyak orang dalam waktu yang bersamaan. Munculnya media massa ini membuat masyarakat mulai meninggalkan pola komunikasi tradisional yang sering dilakukan seperti dari individu ke individu lainnya.

Adanya perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat ini, juga menyebabkan timbal balik antara penerima pesan dan media pengirim pesan sehingga lebih mudah dalam menyampaikan pendapat terhadap konten yang disiarkan. Media massa tidak terlepas dari para pelaku jurnalistik mereka lah yang berperan penting dalam menyajikan berita. Dahulu di awal kemunculannya jurnalistik dikenal dengan *acta diurna* pada zaman Romawi Kuno pada masa Julius Caesar yang menggunakan papan dan diletakan di tengah kota agar masyarakat mengetahui pengumuman atau berita dari kerajaan (Hikmat, 2018, 88).

Tugas televisi adalah memberikan kabar yang berupa fakta tanpa adanya sebuah berita yang menjatuhkan suatu pihak, dapat dikatakan media harus netral terhadap pemberitaan yang dibuatnya (Morissan, 2008,10). Produk jurnalistik dari hasil pengolahannya disiarkan pada perangkat media massa seperti televisi dengan format yang berbeda-beda. Jenis program informasi yang digunakan dalam televisi yaitu *Hard News* dan *Soft News*. Daya tarik dari sebuah informasi itu sendiri yang ingin dijual tidak hanya sekedar penyampaian pesan dari penulis kepada pembaca atau para reporter kepada pendengar. Semua bentuk informasi dikemas dengan cara yang lebih baik dalam bentuk *talkshow* yang menghadirkan langsung narasumber kedepan publik untuk berdiskusi.

Salah satu *talkshow* yang digandrungi oleh masyarakat Indonesia adalah Mata Najwa. Program *talkshow* adalah kegiatan berdiskusi yang biasanya mengangkat tema isu-isu dalam kalangan masyarakat (Hanum,2005,233). Pada tahun 2020 lembaga Nielsen melakukan survei untuk acara *talkshow* di beberapa wilayah Indonesia untuk dijadikan sampel yang nantinya menjadi tolak ukur dalam menempatkan talkshow mana yang mempunyai rating paling

tinggi, Salah satu Talkshow berada di tingkat teratas adalah Mata Najwa dengan memperoleh 7,4 poin. Survei dilakukan selama 1 Januari sampai 30 November 2020 (Dhiany, 2020). Mata Najwa ini berbeda karena dibawakan seorang wanita yang sepak terjang di dunia jurnalistik sudah memperoleh banyak prestasi, berawal dari menjadi reporter di salah satu televisi yaitu Metro Tv yang membuatnya semakin terkenal di dunia pertelevisian. Najwa Shihab yang merupakan jurnalis senior berlatar belakang lulusan sarjana hukum ini memiliki ketajaman dalam menggali informasi pada narasumber.

Sebelum memulai debut siaran talkshow Mata Najwa di Trans 7 tayangan Mata Najwa sempat berhenti dari layar kaca untuk sementara waktu, hal itu terjadi karena Najwa Shihab selaku pemandu *talkshow* mengakhiri jenjang karirnya sekaligus tuan rumah Mata Najwa di Metro Tv. Tanggal 10 Januari 2018 Mata Najwa kembali hadir di stasiun televisi Trans 7 dengan tampilan berbeda dan lebih santai namun tetap kritis. Tayangan perdana yang mengangkat tema "Indonesia Rumah Kita". Acara *talkshow* ini ditayangkan setiap hari Rabu pukul 20:00 WIB. Wajah baru Mata Najwa ini lebih berani mengangkat isu sensitif untuk dibahas di publik, bahkan tema yang disajikan sangat beragam.

Dalam survei yang dilakukan oleh *Cyrus Network* selama tanggal 24-30 Januari 2020 dilansir dari *tirto.id* pada tanggal 13 Maret 2020 menyatakan bahwa Mata Najwa menghasilkan suara responden sebanyak 24 persen, hasilnya jauh diatas dari acara talkshow seperti ILC yang mendapatkan 20 persen penonton (Mohammad Barnie,2020).

Setelah tayang kembali di Trans 7, Mata Najwa telah memenangkan beberapa penghargaan. Seperti Ditahun 2018 dan 2020 Mata Najwa terpilih menjadi program *talkshow* berita terbaik oleh KPI, dan di *Indonesia Choice Award* menjadi salah satu nominasi *TV Program Of the year*. Pada tahun 2019 memenangkan piala cipta "Vokasi Humas Award Reaction UI 2019" sebagai program terpilih non hiburan (trans7.co.id).

Eksistensi Mata Najwa yang terus meningkat, dengan banyaknya penghargaan membuat tim Mata Najwa terus memberikan inovasi terhadap konten yang akan disiarkan seperti dari penataan studio, menambah jumlah penonton, dan mendatangkan narasumber-narasumber bervariasi dan terpercaya. Biasanya tema pembahasan acara *talkshow* Mata Najwa selalu berbeda-beda dan tidak terpusat pada satu masalah. Mata Najwa juga cenderung membuat kubu pro dan kontra kepada narasumber yang hadir agar masyarakat bisa melihat dua sisi yang berbeda dari dialog yang disajikan.

Para tamu yang diundang di acara Mata Najwa adalah dari tokoh-tokoh yang isunya sedang hangat dibicarakan, termasuk dari kalangan pemerintahan. Narasumber yang dihadirkan pun berkompeten dalam bidangnya, sehingga mampu menjawab keresahan masyarakat. Tayangan Mata Najwa diharapkan dapat membentuk persepsi penonton, termasuk para mahasiswa yang minat mencari wawasan baru dengan tayangan berbobot dan muatan informasi bermutu. Sehingga memberikan pengetahuan baru terhadap mahasiswa.

Pemerintah sebagai pemimpin masyarakat, harus menyelenggarakan demokrasi yang baik. Contohnya harus selalu memberikan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat melalui media massa. Apabila terjadi kegagalan dalam kebijakan publik yang telah dibuat maka akan berdampak besar bagi suatu negara. Mata Najwa terus menghadirkan pejabat publik agar info dan kebijakan yang dibuat dapat diketahui oleh masyarakat ketika negara sedang dalam masalah. Masalah yang sedang melanda Indonesia saat ini salah satunya kasus Covid-19 yang masih belum mereda sejak 10 bulan terakhir ini yang semakin merajalela dan memakan banyak korban, masyarakat membutuhkan informasi yang jelas tentang kebijakan pemerintah dalam penanganan virus Covid-19. Mata Najwa sebagai salah satu perantara antara pemerintah dan masyarakat, memiliki kewajiban untuk menghadirkan para pejabat publik yang dirasa mampu menjawab pertanyaan masyarakat.

Kehadiran figur pemerintahan yang sangat diharapkan masyarakat dalam menjawab persoalan tentang penanganan Covid-19 ini adalah Kementerian Kesehatan yaitu Terawan Agus Putranto. Masyarakat dibuat bingung dengan kasus yang semakin bertambah tetapi penegakan kebijakan untuk mengurangi dampak Covid-19 terutama di kementerian kesehatan minim terdengar.

Tanggal 28 September 2020, *talkshow* Mata Najwa mengunggah tayangan dengan judul #Mata Najwa Menanti Terawan. Semula tidak ada yang ganjal dari tayangan tersebut namun setelah kameraya diarahkan ke kursi narasumber, semua kursi narasumber terlihat kosong. Sosok Terwan yang menjadi bintang tamu tidak terlihat dikursi yang telah disediakan Mata Najwa. Najwa Sihab kemudian melontarkan beberapa pertanyaan pedas kepada kursi kosong di depannya selama 4 menit, tanpa adanya jawaban yang mampu mewakili pertanyaan. Episode kursi kosong Terawan tidak ditayangkan di televisi melainkan di kanal youtube Najwa Shihab selaku akun resmi dari Program Mata Najwa, tayangan episode tersebut tidak ditayangkan di televisi karena durasinya yang cukup pendek, episode ini juga bertujuan untuk menghadirkan sosok Menteri Terawan untuk berbincang secara langsung kedepan publik, karena selama menangani pandemi Covid-19 Terawan seakan tidak pernah muncul dalam memberikan arahan kepada masyarakat. Mata Najwa melakukan treatment pada episode tersebut karena Mata Najwa selaku media Pers tidak mendapatkan informasi yang dibutuhkan masyarakat dalam kasus penanganan Covid-19. Episode ini, menjadi pembahasan menarik di media-media pemberitaan online seperti Tempo.com dan Kompas. Bahkan kritikan pedas juga didapatkan Terawan di kolom komentar youtube. Edisi tayangan kursi kosong di Mata Najwa termasuk salah satu video yang paling banyak ditonton dengan *viewers* 4,7 Juta. Sehingga episode ini dapat dikatakan menjadi salah satu episode yang paling diminati dan diperbincangkan masyarakat. Konsep

wawancara kursi kosong ini dilakukan acara Mata Najwa karena tak kunjung diterimanya undangan dari Mata Najwa yang sudah berulang kali dikirimkan kepada pihak Terawan Agus Putranto, dan pula adanya desakan dari beberapa lembaga, dan masyarakat melawati Mata Najwa. Wawancara kursi kosong kepada Menteri Kesehatan Terawan, banyak muncul tanggapan yang pro dan kontra di masyarakat.

Wawancara kursi kosong pada acara Mata Najwa merupakan kali pertama suatu tayangan seperti *talkshow* melakukan konsep wawancara diatas. Hal ini juga menjadi sejarah pers di Indonesia karena tidak lazim dilakukan di media massa selama ini. Padahal treatment Wawancara kursi kosong ini bahkan pernah dilakukan oleh beberapa program berita di luar negeri seperti Amerika Dan Inggris di lansir dari Tribun.News ada 4 program talkshow seperti : *Program Last Word, Piers Morgan Tonight CNN, Sky News, Andrew Neils Interviews* sama hal nya dengan Mata Najwa beberapa program *talkshow* di atas melakukan hal tersebut karena ketidakhadiran pejabat publik yang diundang padahal pernyataan dan informasi dari pejabat sangat dibutuhkan masyarakat (Fitriana,2020). Kebebasan pers dalam menyuarakan sebuah informasi sudah di atur pada UU no 40/1999,hal ini dikarenakan pers merupakan media untuk memenuhi hak measyarakat unuk mengetahui sebuah masalah atau informasi.

Jika dikaitkan apa yang dilakukan para pelaku jurnalistik dengan mewawancarai kursi kosong khususnya pada Mata Najwa ini dengan 5 fungsi pers nasional yaitu fungsi informasi yaitu memberikan informasi kepada masyarakat luas mengenai suatu masalah yang sejatinya wajib diketahui dan dibutuhkan masyarakat. Fungsi edukasi media mempunyai kewajiban dalam memberikan ilmu dalam bentuk konten yang mendidik masyarakat kearah yang lebih baik. Fungsi kontrol sosial dengan ditempatkan nya pers sebagai kekuatan keempat dalam hirarki demokrasi di Indonesia setelah lembaga legislatif, eksekutif, dan yudikatif. Pers diharapkan mampu memberikan berbagai

kebijakan pemerintah dan juga mengawasi agar tidak terjadinya penyalahgunaan kekuasaan. Fungsi rekreasi atau hiburan, pers menyajikan segala bentuk konten hiburan yang bersifat netral dan mampu memberikan dampak positif bagi masyarakat. Terakhir fungsi pers sebagai mediasi, dalam hal ini media diharapkan menjadi penghubung antara pemerintah dan masyarakat maupun sebaliknya dan menjadi penghubung segala peristiwa yang terjadi (Effendi, 2010, 5-6).

Pemaparan fungsi pers di atas, wawancara kursi kosong yang diambil oleh Mata Najwa merupakan sesuatu yang lumrah. Media massa perlu menyediakan tempat untuk berdiskusi serta mengawasi kebijakan-kebijakan publik. Pers berhak mengangkat sebuah isu penting kepada masyarakat. Itu semua dilakukan supaya fungsi media dapat berjalan dengan baik sesuai UU pers supaya kepentingan umum bisa didapatkan.

Berdasarkan wacana di atas, dapat dikatakan media massa memiliki daya tarik begitu besar dalam menambah wawasan penonton. Dan Mata Najwa menjadi alternatif untuk menambah informasi tersendiri bagi mahasiswa, terutama mahasiswa ilmu komunikasi yang dapat mempelajari banyak hal dari acara tersebut. Mahasiswa sendiri merupakan titik sentral, mahasiswa adalah objek tetapi juga subjek yang berperan aktif penuh dinamika dalam masyarakat dan menjadi harapan bangsa (Effendi, 1993, 121).

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti tertarik untuk meneliti tayangan Mata Najwa di Trans 7 yang memfokuskan penelitian pada episode “#Mata Najwa Menanti Terawan” edisi kursi kosong Terawan. Dengan judul penelitian “Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta Angkatan 2019 Terhadap Tayangan Mata Najwa Edisi Kursi Kosong Terawan”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di paparkan di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : bagaimana persepsi mahasiswa terhadap tayangan Mata Najwa edisi kursi kosong Terawan?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Setelah peneliti membuat Rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu untuk mengetahui persepsi mahasiswa angkata 2019 terhadap tayangan Mata Najwa edisi kursi kosong Terawan.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1) Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan wawasan dan Ilmu pengetahuan bagi pengembangan ilmu komunikasi. Hasil penelitian juga dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya dalam menyempurnakan penelitian dengan hal yang sama

2) Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu sebagai salah satu masukan bagi pihak program Mata Najwa dalam mengevaluasi dampak dari tayangan Mata Najwa terhadap persepsi mahasiswa tentang wawancara kursi kosong Terawan.

1.4 Tinjauan Pustaka

Penulisan penelitian ini penulis memilih beberapa literatur atau penelitian terdahulu dalam membantu dan mendukung penelitian yang sedang dilakukan, Penelitian terdahulu dapat menjadi acuan peneliti dalam menguraikan komponen-komponen yang di angkat dalam penelitian ini.

Table 1 Penelitian Terdahulu

Nama	Judul	Metode, Teori	Hasil	Perbedaan
Arif Junaidy (2013)	Persepsi Mahasiswa Terhadap Tayangan Indonesia <i>Lawyers Club</i> (ILC) tvOne (Study Pada Organisasi Jurnalistik Fotografi Club UMM)	Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dan menggunakan teori S-O-R	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi menonton responden terhadap program Indonesia <i>Lawyers Club</i> (ILC) di tvOne dapat dilihat sudah baik. Sebagian besar responden menyatakan sangat informatif dengan program ILC di tvOne yang dinilai baik	Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada objek yang diteliti

			<p>dari aspek persepsi ILC di tvOne seperti kemasan, presenter, tema tayangan, penayangan, dan narasi. Hanya aspek penayangan etika perdebatan yang dinilai responden kurang baik.</p>	
<p>Imanda Qinthara Rahman (2015)</p>	<p>Persepsi Mahasiswa Universitas Telkom Pada Acara Talkshow Di Televisi (Studi Kasus Tentang Persepsi Anggota Pers Ikom Yang Menjadi Pemirsa Acara Talkshow "Mata Najwa" Episode "Gengsi Berebut Kursi" Di Metro TV)</p>	<p>Penelitian memakai pendekatan deskriptif kuantitatif dengan teori Persepsi</p>	<p>Pembahasan penelitian ini mengkaji aspek persepsi melalui unit analisis yang terbagi atas sensasi, atensi dan interpretasi. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam. Hasil menunjukkan sebagian besar</p>	<p>Penulis memilih pendekatan kualitatif</p>

			informan memberikan persepsi yang cenderung negatif pada kualitas Angel Lelga sebagai narasumber, sedangkan persepsi positif diberikan informan pada penampilan Najwa Shihab di episode tersebut.	
Bella Rosalina Sahara (2018)	Persepsi Mahasiswa Terhadap Tayangan Indonesia <i>Lawyers Club</i> (ILC) tvOne (Studi Terhadap Mahasiswa Ilmu Hukum Angkatan 2015 Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati)	Metode deskriptif kualitatif, teori yang digunakan teori perbedaan individu (Difference <i>individual Theory</i>)	Tayangan Indonesia <i>lawyers club</i> sangat baik dalam memberikan informasi, tema menarik, narasumber sesuai tema	Rumusan yang ingin diketahui dalam penelitian ini berbeda dan Teori yang digunakan berbeda dengan peneliti

<p>Regina Clara Astrid Sinaga Nolly S. Londa Jhon S. Kalangi (2020)</p>	<p>Persepsi Mahasiswa tentang kebebasan Pers di Indonesia</p>	<p>Metode yang digunakan kualitatif dan menggunakan teori tanggung jawab sosial</p>	<p>Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa cukup baik kebebasan pers di Indonesia dalam penyajian berita diharapkan dapat menjunjung tinggi fungsi pers</p>	<p>Teori yang digunakan berbeda</p>
<p>Dodi Andre Winata (2017)</p>	<p>Citra Jurnalis Di kalangan Mahasiswa Tentang Idealisme Jurnalistik dan Pragmatisme Politik (Studi pada Mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2013 Universitas Muhammadiyah Malang</p>	<p>Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif-naturalistik</p>	<p>Hasil dalam penelitian ini terdapat pragmatisme dalam media membuat citra jurnalis kurang baik hal ini terjadi karena adanya pengaruh dari pemilik media sehingga kode etik jurnalistik tidak dapat dijalankan</p>	<p>Penelitian kali ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif</p>

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 Persepsi

1) Pengertian Persepsi

Persepsi merupakan pengalaman dalam memaknai objek, atau hubungan yang akan didapatkan dengan cara menyimpulkan informasi serta menafsirkan pesan. Jalaludin Rahmat juga mengatakan persepsi memberikan makna pada stimulus indrawi (*Sensory Stimulus*) (Rahmat, 2004, 51). Persepsi merupakan suatu proses yang dibutuhkan individu untuk mendapatkan penafsiran terhadap fenomena yang terjadi disekitarnya (Dudih, 2019,76). Dalam arti sempit persepsi adalah penglihatan, bagaimana cara seseorang memandang sesuatu sedangkan artian luas adalah cara pandang seseorang dalam mengartikan sesuatu .

Persepsi adalah suatu proses pengorganisasian, penginterpretasikan yang dilakukan individu bahkan kelompok sehingga memiliki nilai, dan merupakan aktivitas yang memadukan kemampuan dalam diri individu (Walgito,2010,70). Respon yang didapatkan individu dari pemakanan bisa dalam bentuk yang berbeda. Stimulus yang mendapatkan respon tergantung pada individu dalam memberikan perhatian. Oleh karena itu, persaan, kemampuan berpikir setiap individu tidaklah sama. Biasanya individu mempunyai pengalaman berbeda, maka ketika mempersepsi suatu stimulus hasil akhirnya dari persepsi bersifat homogen antara individu satu dengan yang lainnya.

Persepsi akan ada pada setiap individu, hal ini menjadikan persepsi termasuk dalam inti komunikasi. Karena ketika adanya perbedaan dalam menafsirkan stimulus yang diperoleh maka terjadilah komunikasi yang tidak efektif antara keduanya. Persepsi lah yang membuat seseorang dapat

mengabaikan suatu pesan. Semakin tingginya derajat kesamaan persepsi, sehingga lebih mudah dalam berinteraksi dan memperoleh komunikasi yang lancar. Dengan tingkat komunikasi yang tinggi ini dapat membentuk kelompok budaya atau kelompok identitas (Mulyana, 2005, 167-168).

Adapun menurut Robbins (dalam Dudih 2019, 75) persepsi sebuah proses mengorganisasikan dan menginterpretasikan kesan sensoris yang diterima sehingga dapat membentuk pengertian bagi lingkungannya terhadap suatu keadaan. Sebagai suatu proses, persepsi tidaklah bersifat benar atau salah namun bersifat penafsiran atau hanya sebuah pernyataan. Adapun menurut Krech (dalam Thoha, 2011, 142) bahwa persepsi merupakan sebuah proses kognitif yang telah diolah dalam pemikiran individu, mengakhibatkan hasilnya dapat berbeda dengan kenyataan.

Penelitian ini persepsi dapat diartikan sebuah pemahaman yang didapatkan oleh seseorang lewat suatu proses penafsiran oleh mahasiswa pada tayangan Mata Najwa khususnya pada edisi "Kursi Kosong Terawan" terhadap teknik jurnalistik di dalam program tersebut. Mahasiswa dirasa mampu memahami dan mempersepsikan, khususnya mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi yang latar belakangnya mempelajari materi jurnalistik dan media massa.

2) Faktor – faktor yang mempengaruhi persepsi

Menurut (Robbins & Judge, 2008,176) beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang ketika melakukan persepsi adalah sebagai berikut:

- a) Faktor si pengarti : sikap yang dimiliki individu, motif, minat terhadap objek, pengalaman dan harapan-harapan.
- b) Faktor situasi : waktu ketika dia mengalaminya, keadaan kerja dan keadaan sosial.
- c) Faktor dalam diri target : sesuatu yang baru, gerakan, suara, ukuran, latar belakang, kedekatan dan kemiripan.

Adapun menurut (Walgito, 2010,70) mengemukakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi individu antara lain :

a) Objek yang dipersepsi

Objek yang dilihat dapat menimbulkan stimulus yang mulai berproses kedalam alat indra manusia atau reseptor. Stimulus bisa muncul dari luar individu yang mempersepsi, namun juga bisa datang dari dalam diri yang bersangkutan dan langsung mengenai saraf penerima yang bekerja sebagai reseptor.

b) Alat indera, syaraf dan susunan saraf

Alat indera atau reseptor merupakan alat untuk menerima stimulus, tetapi reseptor juga dibantu oleh saraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus yang diterima reseptor ke pusat susunan saraf. Pada akhirnya tersalurkan pada otak sebagai pusat kesadaran. Sebuah alat untuk mengadakan respon diperlukan motoris yang dapat membentuk persepsi seseorang.

c) Perhatian

Untuk melakukan persepsi kita memerlukan adanya sebuah perhatian. Yaitu merupakan langkah utama ketika sedang mengadakan persepsi. Perhatian merupakan suatu fokus yang harus dimiliki setiap individu dari seluruh aktivitas yang ditujukan pada sekumpulan objek.

3) Proses terjadinya persepsi

Suatu proses persepsi bukan hanya terletak pada proses psikologi semata, tetapi diawali oleh suatu stimuli yang mengenai indra kita. Stimuli yang menimbulkan persepsi juga bermacam-macam. Menurut Sobur (dalam Onan, 2020,14) proses terjadinya persepsi sebagai berikut:

a) Seleksi

Seleksi adalah suatu proses penyaringan yang dibuat oleh alat indra terhadap rangsangan yang diperoleh dari luar berupa intensitas dan jenisnya. Suatu stimulus diproses dan dipilih oleh alat indra untuk mengecilkan informasi.

b) Interpretasi

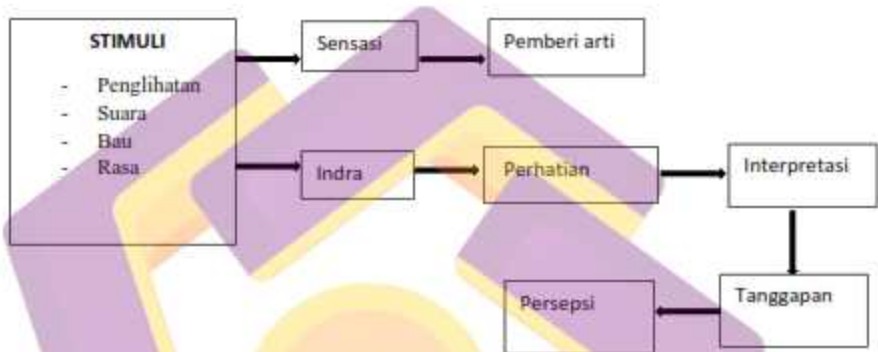
Suatu proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang. Interpretasi dapat dipengaruhi dari berbagai faktor seperti pengalaman masa lalu, sistem nilai yang juga dianut, motivasi, kepribadian dan kecerdasan pada individu. Dibutuhkan kemampuan seseorang untuk melakukan pengobjekan informasi yang diterimanya, yaitu proses reduksi informasi yang diterima dalam bentuk lebih sederhana.

c) Reaksi

Dalam konteks persepsi tidak terlepas dengan stimulus, dimana sebuah persepsi selalu diawali sebuah rangsangan (stimulus) yang mana nantinya menghasilkan sebuah respon. Hasil dari interpretasi dan persepsi yang dilakukan, kemudian diterjemahkan kedalam bentuk tingkah laku sebagai hasil dari suatu reaksi.

Secara sederhana proses pembentukan persepsi dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 1 Alur Persepsi



Sumber : (Diadaptasi dari Solomon,2002)

(Dalam Onan, 2020,13)

Jadi proses persepsi adalah melakukan seleksi interpretasi dan menyimpulkan informasi yang telah diterimanya dalam suatu reaksi. Suatu proses persepsi diawali oleh stimulus. Stimulus ini mengenai organ sensori reception (organ manusia yang menerima input stimuli atau indra). Stimulus yang mengenai *sensory receptor* mengakibatkan individu merespon. Respon yang ditimbulkan dinamakan sensasi pada individu tersebut. Namun, sensasi ini berbeda-beda ketika keadaan stimulus yang diterima oleh seseorang tidak sama, akan tetapi stimuli yang mempunyai intensitas kuat akan memudahkan reseptor untuk menerima.

Seperti yang telah dijelaskan diatas, persepsi penelitian ini menitikberatkan pada pandangan dan persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi terhadap program Mata Najwa. Dalam segi tema yang

disajikan setiap minggunya khususnya di episode Kursi Kosong Terawan. Peneliti disini ingin mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa terhadap tayangan Mata Najwa “Edisi Kursi Kosong Terawan” ini. Segi tema yang disiarkan. Isi atau konten yang ditayangkan apakah sudah memberi informasi dan mendidik atau tidak. Sehingga nanti bisa menyimpulkan tayangan tersebut sudah cukup bagus untuk ditayangkan.

4) Jenis-Jenis Persepsi

Jenis persepsi dapat dibagi atas dua, menurut (Purwanto, 2007,71) ini dapat dilihat dari interaksi yang dilakukan individu dengan objek, maka persepsi dibagi menjadi dua:

a) Persepsi positif

Persepsi positif adalah persepsi yang memuat pengetahuan (tahu tidaknya atau dikenal tidaknya), sejumlah pengetahuan ini akan diproses dengan tanggapan yang diteruskan kepada pemanfaatannya.

b) Persepsi negatif

Persepsi negatif merupakan hasil dari pengolahan objek terhadap atensi yang diperoleh biasanya hasil persepsi negatif, tanggapannya tidak selaras dengan objek yang dipersepsi. Hasilnya diteruskan dengan kapasitas menolak dan menentang segala usaha objek yang diapresiasinya.

Kemudian dapat disimpulkan, bahwa persepsi positif dan negatif akan selalu dialami semua individu ketika sedang mendapatkan stimulus. Sehingga munculnya persepsi negatif dan positif tergantung bagaimana cara individu menginterpretasikan segala pengetahuannya untuk suatu objek yang dipersepsi.

1.5.2 Komunikasi Massa

Komunikasi merupakan suatu kegiatan mendasar bagi manusia karena dengan berkomunikasi manusia dapat melangsungkan hidupnya. Komunikasi dapat membantu seseorang dalam menyuarakan pendapatnya, tanpa adanya komunikasi manusia lebih sulit bertahan hidup. Karena pada dasarnya manusia adalah makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendirian, dan selalu membutuhkan komunikasi sebagai perantara untuk berhubungan dengan orang lain. Komunikasi menurut salah satu pakar komunikasi Shannon dan Weaver (1949) (dalam Hafied, 2016, 22) bahwa komunikasi adalah suatu bentuk interaksi manusia yang saling pengaruh mempengaruhi, baik dalam keadaan sengaja maupun tidak disengaja. Komunikasi hanya menggunakan bahasa verbal namun juga melalui lukisan, seni, dan teknologi. Salah satu dari komunikasi adalah komunikasi massa. Menurut (Hafied, 2016, 41) Komunikasi massa proses komunikasi yang dikirim dari sumber yang melembaga, penyebaran informasinya bersifat menyeluruh melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar dan film.

Komunikasi massa lahir seiring munculnya mesin cetak, komunikasi massa pada dasarnya komunikasi melalui media massa (baik cetak maupun elektronik) yang dihasilkan melalui teknologi modern sebagai saluran. Pada awal perkembangannya, komunikasi massa berasal dari pengembangan kata *mediu of mass communication* (Nurudin, 2007, 4). Umumnya komunikasi massa selalu berhubungan erat dengan media massa. Komunikasi massa (*mass communication*) adalah sebuah kegiatan menghasilkan pesan dan informasi melalui alat mekanik baik cetak (Koran, majalah) atau elektronik (radio, televisi). Dikelola pada suatu lembaga yang kemudian disebar dalam bentuk anonim, dan heterogen pesan-pesan bersifat umum untuk kepentingan publik (Mulyana, 2005, 75).

Beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang pesannya disebar melalui media massa baik itu cetak maupun elektronik untuk disampaikan kepada khalayak, media tersebut diterima khalayak luas dan tersebar di seluruh penjuru. Kemudian komunikasi massa dapat disederhanakan sebagai bentuk komunikasi yang menggunakan media massa diolah dalam bentuk yang kreatif oleh pelaku jurnalistik, lalu disebar di media elektronik seperti televisi untuk menyampaikan pesan- pesan tertentu. Salah satu bentuk kegiatan komunikasi massa pada era sekarang yaitu pada acara Mata Najwa.

Ada beberapa fungsi media massa atau komunikasi massa Menurut Nurudin dalam (Nengah, 2018, 58-72), fungsi ini bisa terkait dengan sistem organisme biologis maupun sistem sosial sebagai berikut:

a) Fungsi persuasi

Mengacu kepada kata persuasi berarti media merupakan alat untuk mengajak seseorang dengan cara memberikan prospek yang baik terhadap suatu pesan untuk meyakinkan seseorang untuk mengikuti. Fungsi persuasi paling nyata dilakukan oleh iklan komersial di Tv. Selain untuk memperkenalkan produk sebagai komoditas terselip ajakan kepada audiens untuk membeli produk.

b) Fungsi informasi

Pemanfaatan media untuk memberikan informasi kepada masyarakat. Burhan (dalam Nengah,2018,59) memberikan penjelasan bahwa informasi dapat membantu khalayak guna membentuk pandangan tentang dunia secara geografis, sosial dan politik. Informasi berguna untuk menstrukturkan pandangan tertentu sehingga manusia tidak terjebak pada kabar *hoax*.

c) Fungsi hiburan

Manusia pasti memerlukan hiburan ketika setelah satu hari penuh melakukan aktivitas yang membuatnya lelah. Kebutuhan hiburan berkaitan dengan tujuan hidup manusia, media massa memberikan hiburan yang dinikmati tanpa harus seseorang keluar dari rumah. Hiburan membuat orang berubah dari keadaan sedih menjadi bahagia dalam kurun waktu yang lama atau berkelanjutan.

d) Fungsi transmisi budaya

Fungsi transmisi budaya juga disebut sebagai fungsi sosialisasi, biasanya pesan yang ditularkan ialah simbol, nilai, norma-norma yang berlaku dalam masyarakat. Penyaluran pesan ini memiliki sasaran ke arah sistem sosial yang mewujudkan masyarakat yang sehat.

e) Fungsi mendorong kohesi sosial

Media bisa berfungsi sebagai pendorong bagi terbentuknya kohesi sosial, artinya media massa bisa mewujudkan hubungan yang kokoh yang membentuk masyarakat. Yakni individu dan kelompok sosial yang ada didalamnya. Media akan mempererat hubungan dengan menyuguhkan tayangan bertema nasionalisme.

f) Fungsi pengawasan

Fungsi pengawasan sama dengan media sebagai fungsi anjing penjaga, media menjaga agar tatanan bermasyarakat dan bernegara dapat ditaati oleh warganya guna mewujudkan kondisi masyarakat dan negara yang sehat.

g) Fungsi interpretasi

Fungsi ini berkaitan dengan peran media massa sebagai penafsir atas realitas suatu informasi sebelum disampaikan kepada pemirsa. Biasanya para pekerja di media khususnya televisi akan memilih berita, narasumber, maupun kegiatan lain. Hal tersebut yang memunculkan adanya program *talk show* walaupun disertai penafsiran, namun pada akhirnya secara potensial berita bisa menjadi rujukan bagi audiens dalam bersikap.

h) Fungsi agenda –setting

Agenda setting, fungsi ini lebih menekankan pada pengelola berita atau orang-orang di dalam lembaga. Gagasan ini terlihat pada bagaimana media memberikan bobot terhadap suatu kejadian yang diberitakan. Penempatan berita yang memiliki alokasi waktu paling banyak berarti program tersebut lebih penting.

i) Fungsi koreksi

Bagaimana media menghubungkan bagian-bagian dari masyarakat agar sesuai dengan lingkungannya. Dengan mengacu pada penjelasan diatas maksud dari fungsi koreksi adalah masyarakat kampung global dapat memahami kejadian mancanegara.

j) Fungsi sebagai iklan politik

Sebagai alat untuk mencapai sebuah kekuasaan yang ingin diperoleh para politisi. Gejala akan muncul ketika waktu kampanye mereka pasti memasang iklan politik seperti spanduk, bendera serta umbul-umbul.

k) Fungsi perlawanan terhadap kekuasaan

Ada dua komponen penting yaitu penguasa dan rakyat, keduanya saling berkaitan erat. Fungsi perlawanan sering terjadi pada masa perlawanan sebelum kemerdekaan dan pada masa orde reformasi. Posisi media yang *powerful* sangat penting bagi resistensi terhadap kekuasaan yang terpusat pada negara dan hubungan-hubungan sosial dalam masyarakat.

l) Fungsi media sebagai kekuatan keempat

Fungsi media sebagai kekuatan keempat dapat disebut sebagai alat kontrol sosial, media massa sebagai fungsi keempat negara dalam memberikan dan juga mengontrol segala yang dilakukan para pelaku politik atau pemerintahan. Diharapkan mampu menyuarakan suara rakyat pada saat terabaikan oleh penguasa.

m) Fungsi pengembangan demokrasi

Munculnya media massa sebagai kekuatan keempat sangat berperan dalam membangun demokrasi. Kemunculan internet atau *digital democracy* atau

virtual democracy. Membuat semua orang bebas berpendapat sesuai pemikiran mereka.

Sebagai media yang bersifat menyeluruh ketika menyampaikan pesan. Komunikasi massa membuat pesan yang sama diterima secara serentak dan diterima dalam waktu yang bersamaan. Sama dengan fokus penelitian peneliti, yaitu membahas salah satu *talkshow* yang saat ini sering dikunjungi masyarakat dalam mencari tahu informasi dari sudut pandang yang berbeda. Komunikasi massa yang dimana pesanya akan diterima di masyarakat yang heterogen ini juga akan menimbulkan efek tertentu. Seperti yang telah diuraikan diatas Mata Najwa juga mempunyai peranan yang sama dalam membangun kehidupan berbangsa yang damai dengan mengemban fungsi media yaitu sebagai alat kontrol sosial, dimana media sebagai kekuatan keempat akan mengawasi kinerja pemerintah dan masyarakat.

1.5.3 Teori S-O-R

Teori merupakan suatu alat terpenting ketika melakukan penelitian, teori membantu dalam menyusun data penelitian dengan bukti yang diperoleh dari analisis sumber dan juga mengevaluasi hasil penelitian (Basri, 2006, 26). Seperti yang telah dibahas di atas mengenai komunikasi massa bahwa inti dari komunikasi massa adalah media, Jika komunikasi tanpa perantara media massa maka, maka itu bukan komunikasi massa. Dalam menjabarkan proses media dalam penyampaian pesan dan pesan diterima kemudian direspon, proses ini dapat diterangkan dalam teori Stimulus-

Organisme-Respon atau lebih dikenal dengan S-O-R. Teori ini Berawal dari psikologi kemudian menjadi teori komunikasi. Dengan adanya kesamaan dalam objek yang diteliti yaitu manusia yang meliputi : sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi, dan konasi (Effendi, 2009, 254).

Teori ini lebih menunjukan bahwa komunikasi adalah proses aksi dan reaksi dari individu yang mendapatkan stimulasi. Artinya teori S-O-R berasumsi bahwa kata-kata verbal dan nonverbal maupun simbol-simbol tertentu dapat merangsang seseorang untuk memberikan respon dengan cara yang berbeda-beda. Selain itu, teori ini juga menjelaskan pengaruh terjadi kepada pihak penerima adalah akibat dari komunikasi (McQuail, 1994, 234). Dalam masyarakat modern Menganggap bahwa prinsip teori ini mengasumsikan media menyiapkan informasi dan mendistribusikan secara sistematis, kemudian khalayak merespon informasi tersebut.

Unsur-unsur dalam model S-O-R adalah

- a) Pesan (*stimulus*) merupakan suatu pesan yang diberikan oleh komunikator atau sumber informasi kepada komunikan. Pesan yang diberikan Bisa berupa tanda atau lambang.
- b) Komunikan (*Organisme*) adalah orang yang menerima pesan. Keadaan komunikator dalam menerima pesan sangat menentukan keberhasilan proses penyampaian pesan, ketika pesan diterima sebagai informasi, selanjutnya komunikan mencoba mengartikan pesan dari komunikator.
- c) Efek (*Respon*) merupakan dampak dari proses penerimaan informasi. Efek dari komunikasi adalah perubahan sikap afektif, kognitif, konatif. Efek kognitif berarti setiap informasi menjadi bahan pengetahuan bagi komunikan (Effendy, 2009, 255).

Unsur S-O-R patut diperhatikan agar terjadi perubahan sikap maka *stimulus* yang disampaikan, harus memenuhi tiga unsur yaitu perhatian, pengertian dan

penerimaan. Pada teori S-O-R jika unsur *stimulus* berupa pesan, unsur organisme berupa perhatian ketika komunikasi menerima pesan, dan unsur *response* berupa efek maka sangat tepat jika peneliti menggunakan teori S-O-R untuk dijadikan pijakan dalam penelitian. Adapun proses komunikasi S-O-R dalam penelitian sebagai berikut:

Gambar 2 Unsur Teori:



Sumber: Teori S-O-R (Effendi,2009,255)

Dari gambar di atas dapat dijelaskan, stimulus yang diterima berupa pesan dari tayangan Mata Najwa dapat diterima atau terjadi penolakan oleh komunikan. Tahap berikutnya organisme sebagai penerima yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 19 Universitas Amikom Yogyakarta sebagai penonton program Mata Najwa. Ketiga yaitu respon, respon yang dimaksud pada tahap akhir ini disebut persepsi tentang kursi kosong Terawan pada mahasiswa yang menerima terpaan tayangan Mata Najwa.

1.6 Kerangka Pemikiran

Gambar 3 Kerangka Pemikiran



Penelitian ini dilakukan berdasarkan pada tayangan “Mata Najwa” di Trans7 yang mempunyai ciri khas khusus dalam membahas sebuah isu yang sedang ramai diperbincangkan masyarakat termasuk kebijakan pemerintah. Terkadang program ini juga memberikan sentilan kepada pemerintah ketika kebijakan yang dibuat pemerintah bermasalah. Contohnya Saja seperti tayagan diepisode “#Mata Najwa Menanti Terawan” edisi kursi kosong Terawan. Program Mata Najwa membuat treatment kursi kosong untuk menyindir Menteri Kesehatan Republik Indonesia, Terawan Agus Putranto terakait penanganan Covid-19. Selain itu, dapat dilihat juga dari proses bagaimana penonton menyaksikan acara *talkshow* “Mata Najwa” di episode “#Mata Najwa Menanti Terawan” edisi kursi kosong Terawan. Adapun pembagian informasi yang akan terbentuk dalam proses ini meliputi sensasi, atensi, dan reaksi. Adapun pembagian informasi yang akan terbentuk dari dari proses persepsi yaitu:

- Isi/Pembahasan di episode “#Mata Najwa Menanti Terawan” edisi kursi kosong Terawan
- Tema yang diangkat di episode “#Mata Najwa Menanti Terawan” edisi kursi kosong Terawan

Penelitian ini berorientasi pada hasil akhir berupa pemaparan secara deskriptif. Yang akan diberikan oleh penonton yang juga Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Amikom.

1.7 Metodologi Penelitian

1.7.1 Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Paradigma adalah keyakinan dasar yang coba dikembangkan, untuk mencari sebuah kebenaran dan jawaban dari asumsi seperti ontology, epistemology, dan metodologi (Gunawan, 2017, 42). Pada penelitian ini peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme.

Guba (dalam Gunawan 2017, 49) Paradigma Konstruktivisme merupakan sebuah pengetahuan yang didapat dari bagaimana manusia mengonstruksikan sebuah realitas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan penyelidikan atas suatu masalah dengan menekankan pada pencarian makna kemudian hasil dari penelitian yang didapatkan disajikan dalam bentuk naratif (Muri, 2015, 329). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kualitatif deskriptif. Dengan pendekatan ini peneliti akan menjelaskan bagaimana persepsi mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta tentang tayangan Mata Najwa edisi kursi kosong Terawan.

1.7.2 Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian kualitatif didapatkan dengan cara pengumpulan data secara interaktif dan non interaktif, data interaktif meliputi wawancara dan observasi sedangkan data noninteraktif analisis dokumen serta arsip (Mantja, 2007, 52). Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, metode wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi, dan bagaimana pemikiran informan tentang suatu permasalahan sehingga peneliti dapat mengeksplorasi isu yang di angkat.

- Teknik wawancara dalam penelitian ini dengan wawancara mendalam dimana peneliti harus mengembangkan pertanyaan sesuai jawaban informan namun tetap tidak menyimpang sesuai dengan topik permasalahan yang diangkat sehingga menciptakan diskusi terarah. Hal ini dilakukan untuk menggali informasi dalam mengemukakan sejauh mana pengetahuan narasumber tentang tayangan kursi kosong Terawan di program *talkshow* Mata Najwa.
- Studi pustaka yaitu dengan melakukan pencarian melalui artikel ilmiah, buku-buku, jurnal dan skripsi serta dari beberapa sumber yang bisa dipertanggungjawabkan. Studi pustaka dapat membantu peneliti untuk melihat penelitian terdahulu untuk dijadikan acuan penelitian.

1.7.3 Teknik Analisis Data

Bogdan dan Biklen (dalam Yusuf, 2015, 400) analisis data merupakan proses sistematis perencanaan suatu data dengan beberapa proses dan dikumpulkan sehingga menghasilkan penemuan penelitian kemudian diberitahukan kepada orang lain. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Miles dan Huberman yaitu:

1. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari proses wawancara di lapangan dengan jumlah yang cukup banyak akan dicatat secara teliti dan rinci. Kemudian data-data yang tidak sesuai akan dihilangkan supaya tidak menyulitkan peneliti untuk memproses pengumpulan data selanjutnya. Karena data hasil wawancara akan banyak, sangat diperlukan tahap reduksi. Reduksi data merupakan suatu proses yang dimulai dari pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, pemisahan dan penafsiran data mentah yang didapatkan dari data yang dicatat selama di lapangan. Data tersebut akan lebih sederhana lagi dan lebih jelas.

2. Data Display

Tahap kedua yaitu data *display* atau penyajian data yaitu kumpulan informasi yang telah tersusun sehingga adanya penarikan kesimpulan, bentuk dari penarikan data bersifat naratif. Kemungkinan pada bagian ini kemungkinan adanya penarikan kesimpulan

3. Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dalam model ini, namun kesimpulan dari data penelitian ini pun harus dilakukan sejak awal sehingga pada tahap ini tidak terjadi penumpukan yang membuat peneliti kebingungan. Oleh Karena itu, reduksi data, data display dan kesimpulan saling berkaitan.

Dengan demikian, berdasarkan identifikasi masalah tentang persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi 2019 terhadap tayangan kursi kosong Terawan, peneliti menggali informasi yang relevan kepada informan dengan permasalahan tersebut. Kemudian menganalisa data berdasarkan akurasi yang ada sehingga dapat ditarik kesimpulan tentang persepsi mahasiswa tentang tayangan edisi kursi koson di Mata Najwa.

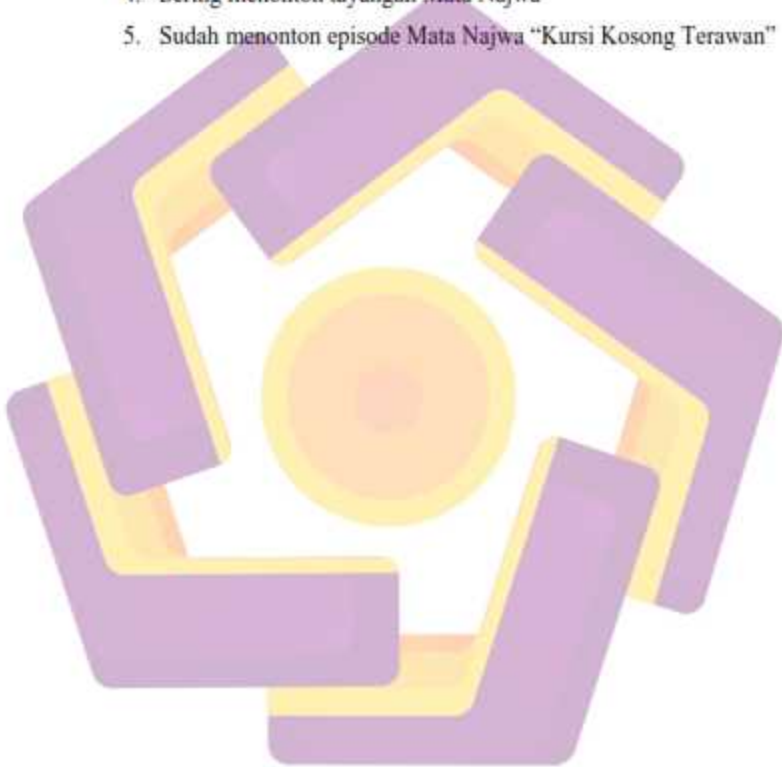
1.7.4 Narasumber Penelitian

Subjek penelitian merupakan komponen penting dalam menentukan keberhasilan penelitian ini. Peneliti ingin mengetahui persepsi mahasiswa terhadap tayangan Mata Najwa pada edisi kursi kosong Terawan dari sudut pandang mahasiswa komunikasi. Landasan peneliti memilih mahasiswa Ilmu Komunikasi adalah mahasiswa merupakan pihak yang terbebas dari kepentingan politik dan mereka merupakan pihak yang dianggap memiliki pengetahuan soal jurnalistik dan etika penyiaran yang diperoleh dari hasil belajar dan praktikum. Proses penentuan sumber data yang dijadikan subjek penelitian dalam penelitian ini dengan *purposive sampling*.

Purposive sampling bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam menentukan narasumber. Penggunaan *Purposive sampling* untuk menentukan jumlah subjek penelitian, yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan sebuah pertimbangan bahwa subjek dianggap tahu tentang permasalahan yang diangkat peneliti (Sugiyono, 2006, 218-219). Penentuan informan dengan membuat kategori tertentu, untuk menyaring subjek penelitian sesuai kemauan peneliti atau sesuai dengan karakteristik yang dibutuhkan. Adapun kriteria narasumber dalam penelitian ini yaitu.

1. Mahasiswa aktif Ilmu Komunikasi angkatan 2019

2. Sudah menempuh mata kuliah jurnalistik 1 dan 2 dan komunikasi massa sehingga dirasa mampu dalam memahami permasalahan yang diangkat peneliti
3. Mengetahui dan Menyukai program Mata Najwa
4. Sering menonton tayangan Mata Najwa
5. Sudah menonton episode Mata Najwa “Kursi Kosong Terawan”



1.7.5 Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat penelitian

Penelitian ini mengambil tempat penelitian di Yogyakarta, tepatnya di Universitas Amikom Yogyakarta.

2. Waktu Penelitian

Table 2 Waktu Penelitian:

No	Kegiatan	Oktober	November	Desember	Januari	Februari	Maret	April
1	Acc judul	■						
2	BAB I		■	■				
3	BAB II				■			
4	BAB III				■	■		
5	BAB IV					■	■	
6	ACC Skripsi							■