

Media and Empowerment Communication Journal



Volume 2, Nomor 1, Mei 2023

**Publisher:
Universitas Veteran Bangun Nusantara**

Komunikasi Kelompok pada Group WhatsApp dalam Pembelajaran Daring di Masa Pandemi

Ary Esthi Rahayu¹, Joko Suryono², Nuryani Tri
Rahayu³

^{1,2,3} Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bangun Nusantara Sukoharjo
Email: 1aryesthi61@gmail.com, 2jokowignyo@gmail.com, 3nuryanitrunitvet@gmail.com

Abstrak

Pandemi *covid-19* membuat perubahan dalam model pembelajaran yang semula dilakukan secara tatap muka menjadi pembelajaran daring. Pembelajaran daring menyulitkan guru berinteraksi dengan wali murid dalam penyampaian materi serta adanya masalah capaian pembelajaran yang kurang maksimal. Kondisi ini mengarahkan pentingnya penelitian yang bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan komunikasi kelompok yang terjadi di dalam proses pembelajaran daring, pengaruh kelompok dalam pembelajaran daring, peran komunikasi di WAG, peran anggota di WAG, serta hambatan-hambatan yang terjadi dalam proses pembelajaran daring di *WhatsApp Group* “Wali Murid TK Gadingan 01”. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik menyimak dengan cara peneliti ikut bergabung dengan WAG “Wali Murid TK Gadingan 01”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa guru sebagai komunikator dan wali murid sebagai komunikan, guru menyampaikan pesan untuk saling memberikan apresiasi dengan menggunakan media berupa foto maupun video, arus pesan bisa satu arah dan dua arah. Pembelajaran daring tetap berjalan meskipun ada hambatan. Pengaruh kelompok menjadi evaluasi dalam mencari kesepakatan bersama. Peran komunikasi kelompok menunjukkan bahwa guru dan wali murid kurang setuju dalam pembelajaran daring. Peran anggota dapat dicapai guru dan wali murid saling bekerjasama dalam pembelajaran daring. Hambatan yang terjadi di WAG “Wali Murid TK Gadingan 01” berupa hambatan mekanis, psikologis, dan semantik.

Kata kunci : Komunikasi. Kelompok. WhatsApp. Hambatan. Pembelajaran.

INTRODUCTION

Komunikasi yang berasal dari bahasa latin *Communication*, yang berasal dari kata *communis* yang di maksudnya sama arti menimpa sesuatu perihal. Banyak arti tentang makna Komunikasi, tetapi dari banyaknya definisi oleh para pakar bisa di simpulkan bahwa komunikasi ialah proses penyampaian pesan seseorang kepada orang lain guna untuk memberitahu, mengganti, berkomentar atau bersikap, baik langsung ataupun lewat media Effendy, (2003).

Pembelajaran ialah perihal yang sangat berarti untuk manusia serta tidak bisa di pisahkan dari kehidupan. Sifatnya absolut buat tiap orang, baik di lingkup keluarga ataupun bangsa serta negeri. Pertumbuhan suatu bangsa dapat di amati dari bagaimana pertumbuhan pembelajaran dari bangsa itu sendiri. Pembelajaran ialah upaya secara sadar serta terencana guna mencerdaskan serta meningkatkan kemampuan partisipan didik. Sasaran utama pembelajaran merupakan menolong siswa dalam pembelajaran sebab perihal tersebut ialah salah satu kunci untuk bisa menggapai tujuan yang di mau. Oleh sebab itu pembelajaran wajib di perhatikan,

baik itu di rumah ataupun area sekolah. Sadulloh, (2004).

Seperti yang tertuang dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 2 Tahun 1989 Bab 1, Pasal 1, Pendidikan adalah usaha sadar untuk menyiapkan siswa melalui kegiatan pengajaran di masa mendatang. Pendidikan adalah suatu proses untuk mempengaruhi siswa supaya mampu mengerti diri sebaik mungkin dengan lingkungannya. Dalam pengajarannya yang bertugas mengarahkan agar sasaran dan perubahan itu dapat tercapai sebagaimana yang di inginkan. Hamalik, (2012)

Guru sebagai pendidik profesional mempunyai citra yang baik di masyarakat apabila dapat menunjukkan kepada masyarakat bahwa ia layak menjadi panutan untuk sekekelilingnya, guru juga merupakan unsur Aparatur Negara dan abdi Negara. Karena itu, guru mutlak perlu mengetahui kebijakan pemerintah dalam bidang pendidikan. Soetjipto/Raflis Kosasi, 2009. Guru menjadi faktor yang menentukan mutu pendidikan karena guru berhadapan langsung dengan siswa dalam proses pembelajaran di kelas. Guru pendidik profesional yang tugas utamanya mendidik, mengajar, membimbing, melatih dan mengevaluasi siswa pada pendidikan anak usia dini jalur pendidikan formal, dasar, dan menengah M. Shabir U.M, (2009)

Pada awal tahun 2020, dunia dikejutkan wabah Covid-19 yang menginfeksi hampir seluruh negara di dunia termasuk Indonesia. Covid-19 menyerang Indonesia dengan sangat cepat sehingga pemerintah sempat mengambil kebijakan untuk menghentikan semua aktivitas sampai waktu yang belum di tentukan. Aturan tersebut membuat kegiatan menjadi tertunda termasuk di dunia pendidikan. Langkah ini di lakukan karena untuk memutus rantai penyebaran Covid-19 di lingkungan masyarakat dan di lembaga pendidikan. Bahkan pemerintah juga menekankan kepada seluruh masyarakat untuk melakukan kegiatan pembelajaran di rumah. Handayani et al., 2020.

Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia mengeluarkan Surat Edaran Nomor 4 tahun 2020 tertanggal 24 maret 2020 tentang pelaksanaan kebijakan pendidikan dalam masa darurat penyebaran Covid-19. Proses belajar di laksanakan di rumah melalui pembelajaran daring yang bertujuan untuk memutus rantai penyebaran Covid-19. Pembelajaran daring merupakan pemanfaat jaringan internet dalam proses pembelajaran. Pembelajaran daring membuat siswa memiliki keleluasan waktu belajar, dapat belajar kapanpun dan dimanapun. Siswa dapat melakukan daring melalui beberapa aplikasi seperti Classroom, ZoomMeeting maupun WhatsApp group. Pembelajaran ini merupakan inovasi pendidikan untuk menjawab tantangan akan ketersediaan sumber belajar yang variatif. Nakayama et al., (2007)

Pendidikan taman kanak-kanak adalah salah satu pendidikan formal pada anak usia dini. Taman Kanak-kanak yang di singkat TK adalah salah satu bentuk satuan pendidikan anak usia

dini pada jalur pendidikan formal yang menyelenggarakan program pendidikan bagi anak usia 4 tahun sampai memasuki pendidikan sekolah dasar. TK Gadingan 01 merupakan lembaga pendidikan anak usia dini swasta yang berdiri sekitar tahun 1980-an yang saat ini di kepala sekolah oleh Ibu Sri Rejeki dengan dua guru yakni, Ibu Hari Siswanti dan Ibu Sumiyati. Sekolah ini berlokasi di Ganggang Rt2/8 Gadingan Mojolaban Sukoharjo. Tempat ini di gunakan untuk menjadi tempat penelitian karena merupakan salah satu sekolah yang terdampak pandemi Covid-19 di Desa Gadingan Mojolaban Sukoharjo.

Selama masa pandemi Covid-19, di TK Gadingan 01 guru dan siswa melakukan pembelajaran daring melalui media group WhatsApp agar pembelajaran daring yang di laksanakan setiap pembagian materi dan tugas efektif. Maka orang tua siswa wajib mengawasi dan membimbing putra-putrinya selama pembelajaran di rumah. Untuk membagikan materi dan tugas untuk masing-masing siswa, guru tidak mungkin membagikannya secara individu dengan banyaknya siswa yang mengikuti pembelajaran daring.

Komunikasi dari satu kelompok ke kelompok lain menjadi semakin top. Dengan menggunakan media *online WhatsApp* cara menyiarkan pesan ke satu pengguna ke kelompok lain menjadi lebih mudah dan efektif. Pesan yang di kirimkan dan dapat dibaca oleh jumlah kelompok terbatas. *WhatsApp* sudah menjadi sarana komunikasi yang penting dalam berbagai aktifitas kehidupan. Komunikasi kelompok melalui media *WhatsApp* berguna untuk mengatur hal penting, bermanfaat dan profesional Seufert et al, di dalam Joko Suryono (2016)

WhatsApp adalah salah satu aplikasi komunikasi yang paling umum digunakan pada smartphone untuk berinteraksi, berkomunikasi dan berdiskusi bahkan digunakan untuk pembelajaran. Aksi komunikasi online satu-ke-grup semakin tersohor karena fitur media sosial yang membantu menyiarkan pesan dari pengirim ke sekelompok penerima. Sistem keamanan juga memungkinkan hanya anggota grup yang dapat membaca pesan. WhatsApp telah muncul sebagai fasilitas komunikasi penting dalam berbagai aktivitas sehari-hari. Bahkan membantu dalam mengelola sejumlah hal penting secara profesional Seufert et al., (2016).

Kelompok media sosial *WhatsApp* SBS 9 adalah media komunikasi berbasis kelompok yang anggotanya terdiri dari para siswa dan jajaran manajemen Sekolah Bisnis Sragen angkatan 9. Komunikasi kelompok pada *WhatsApp Group* yang beranggotakan 41 peserta dengan admin grub Panjiblackwater dan Ms Zein. Grup ini anggotanya merupakan para pengusaha muda dari berbagai daerah seperti Klaten, Surakarta, Sragen dan Karanganyar. Media *WhatsApp Group* SBS 9 ini bertujuan untuk mendukung pemberdayaan wirausaha muda di Sekolah Bisnis Sragen (SBS). Suryono et al (2019)

METHODS

Penelitian ini masuk kedalam jenis penelitian kualitatif. Strategi penelitian menggunakan deskriptif kualitatif untuk mengetahui komunikasi kelompok pada saat pembelajaran daring dengan menggunakan media online. Data yang digunakan ada dua. Data yang pertama ialah data Primer, dimana data ini diperoleh melalui hasil dari wawancara narasumber dari Kepala Sekolah, Guru dan juga Wali murid TK Gadingan 01. Data yang kedua ialah data Sekunder, dimana data ini di peroleh dari sumber lain guna untuk menunjang jawaban dari data primer. Dapat di susun dalam bentuk dokumen hasil observasi, dan dokumentasi.

Teknik cuplikan pada penelitian ini menggunakan purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sample dari sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pengambilan sample yang paling akurat adalah keseluruhan dari aktivitas dan perilaku pada komunikasi kelompok dalam pembelajaran daring di TK Gadingan 1. Informasi yang akan di butuhkan mengenai semua tempat yang terkait, aktivitas dan perilaku guru dan orang tua dalam melakukan pembelajaran daring.

Teknik keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber. Hal ini dapat di capai dengan cara membandingkan hasil wawancara yang di lakukan kepada narasumber yaitu wawancara kepada kepala sekolah, guru serta orang tua siswa di TK Gadingan 1.

Teknik Analisis data yang di gunakan ialah analisis kualitatif. Sebagai mana yang di kemukakan oleh Milles dan Hubberman dalam jurnal Sugiyono, (2008). Pengumpulan data, reduksi data, penyajian data.

RESULT AND DISCUSSION

Aktifitas Komunikasi Kelompok dalam pembelajaran daring di masa pandemi pada WhatsAppGroup “Wali Murid TK Gadingan 01”

Pembelajaran daring di masa pandemi, aktifitas komunikasi kelompok dilakukan melalui media WhatsAppGroup “Wali Murid TK Gadingan 01”. Komunikasi kelompok berlangsung dengan proses sebagai berikut: yaitu komunikasi dimulai dari komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan melalui media WhatsAppGroup untuk mendapatkan efek komunikasi. Proses tersebut digambarkan sebagai berikut ini: (1) **sumber (source)**; komunikator dalam komunikasi kelompok di dalam WhatsApp Group “Wali Murid TK Gadingan 01” adalah guru. Guru memimpin, memberikan materi dan tugas-tugas selama pembelajaran daring. (2) **Pesan (messages)**. Pada saat komunikasi kelompok berlangsung, guru dan wali murid akan mengirim serta menerima pesan berupa materi, tugas-tugas, serta bentuk apresiasi stiker jempol di WhatsApp Group “Wali Murid TK Gadingan 01. (3) **Saluran (channels)**. Media yang di gunakan dalam proses komunikasi kelompok di WhatsApp Group “Wali Murid TK Gadingan

01” adalah media WhatsApp, selain itu juga menggunakan media pendukung seperti foto, video dan teks yang berkaitan dengan materi maupun tugas yang di bagikan. **(4). Penerima (receiver).** Dalam komunikasi kelompok di WhatsApp Group “Wali Murid TK Gadingan 01” yang merupakan penerima pesan atau komunikasi dari komunikator ialah wali murid. Wali murid akan menerima pesan yang sudah di bagikan oleh guru (komunikator) di WhatsApp Group “Wali Murid TK Gadingan 01”. **(5) Efek (effect).** Efek ini merupakan pengaruh dari di berlakukannya pembelajaran daring. Pengaruh yang terjadi di dalam komunikasi kelompok di WhatsApp Group “Wali Murid TK Gadingan 01” adalah proses pembelajaran daring menjadi terhambat karena kurangnya interaksi secara langsung antara guru dan murid.

Komunikasi kelompok yang terjadi di dalam WhatsApp Group “Wali Murid TK Gadingan 01” menggunakan unsur komunikasi sebagaimana yang dikemukakan oleh Harold Lasswell yaitu dengan komunikator guru TK Gadingan 01 Pada saat pembelajaran daring berlangsung guru sebagai komunikator memberikan materi atau tugas yang dibagikan di WhatsApp Group. Menurut Nur Inah, (2015) pekerjaan guru adalah mengajar dan mendidik siswanya agar mampu menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi yang diajarkan dengan baik. Sedangkan komunikannya adalah wali murid, keikutsertaan wali murid dalam dunia Pendidikan di masa pandemi ini menjadi wadah untuk mendorong perkembangan dan kemajuan generasi golden age. Menurut Jahroh et al., (2021) wali murid berperan penting dalam mendukung kesadaran anak-anak sehingga menjadi kekhawatiran besar yang harus dirasakan. Dalam membagikan materi atau tugas di WAG “Wali Murid TK Gadingan 01”, guru menggunakan media pendukung seperti foto atau video. Menurut Elianur, (2020) WhatsApp Group menjadi pilihan dalam melakukan pembelajaran secara daring karena mudahnya dalam penggunaan. Pesan yang disampaikan guru di WhatsApp Group “Wali Murid TK Gadingan 01” ini salah satunya mengenai bentuk apresiasi terhadap wali murid yang sudah dengan giat membagikan hasil kerja anaknya. Menurut Wahidi et al., (2021) pembelajaran daring akan menjadi sangat menjenuhkan ketika hanya terpaku dengan materi atau tugas di WAG saja maka dari itu tak jarang guru dan wali murid menggunakan fitur stiker agar obrolan menjadi santai.

Ada pula efek atau dampak yang terjadi dalam proses pembelajaran daring melalui WhatsApp Group “Wali Murid TK Gadingan 01” dimana pembelajaran daring ini menjadi terhambat karena sulitnya berinteraksi secara langsung dengan peserta didik, namun dalam pembelajaran yang kurang efektif ini anak-anak menjadi dekat dengan orang tua nya karena sering berinteraksi ketika di rumah. Hal ini sejalan dengan pendapat Sutarna et al., (2021) pembelajaran daring ini membuat siswa menjadi kurang bersosialisasi, kurangnya kedisiplinan dalam pembelajaran di rumah, fasilitas pembelajaran yang tidak efektif hal ini membuat

penyampaian materi dari guru menjadikurang maksimal.

Pengaruh Kelompok pada Perilaku Komunikasi

Segala aktifitas kelompok ternyata berpengaruh terhadap perilaku komunikasi. Pengaruh tersebut terlihat jelas dari hal-hal berikut ini; (a) konformitas merujuk pada kualitas pembelajaran guru yang dapat dievaluasi bersama melalui WAG sehingga dapat mengambil kesepakatan untuk dapat mengatasi hambatan yang terjadi di WAG. (b) fasilitas sosial merujuk pada kemudahan berkomunikasi di WAG dalam menyelesaikan masalah dengan berdiskusi bersama untuk mengambil satu kesimpulan yang dapat disepakati bersama. (c) Polarisasi ini merujuk pada pencarian persetujuan dan kesepakatan bersama untuk berdiskusi terkait dengan masalah yang terjadi di WAG “wali Murid TK Gadingan 01”.

Pengaruh kelompok pertama konformitas dalam WhatsApp Group “Wali Murid TK Gadingan 01” menjadi wadah berdiskusi untuk mencari kesepakatan bersama dalam melakukan pembelajaran daring agar tidak terjadi kesalahpahaman. Semua anggota grup WAG dapat memberikan pendapat, saran dan masukan apabila terjadi kesulitan dan akan di diskusikan secara bersama-sama di WAG. Hal ini penting untuk meningkatkan kualitas pembelajaran oleh guru yang hingga saat ini masih menjadi permasalahan dalam dunia Pendidikan seperti yang diungkapkan oleh Dasopang, (2017) kualitas guru dalam mengajar sampai saat ini masih menjadi persoalan yang sangat penting, karena pada kenyataannya keberadaan guru di berbagai jenjang pendidikan masih dinilai oleh sebagian kalangan jauh dari performa yang distandarkan. Guru sebagai komunikator di WAG “Wali Murid TK Gadingan 01” harus selalu aktif dalam berkomunikasi di WAG.

Pengaruh kelompok yang berikutnya adalah fasilitas Sosial dimana WhatsApp Group “Wali Murid TK Gadingan 01” menjadi salah satu kemudahan guru, siswa dan wali murid saling berdiskusi menyampaikan pendapatnya untuk mengambil kesepakatan. Hal ini penting untuk pendidik dalam mengirim materi maupun tugas seperti yang diungkapkan oleh Raya et al., (2019) WhatsApp Group juga dapat digunakan sebagai pendukung pembelajaran di kelas, pada saat pendidik maupun siswa tidak dapat hadir di dalam proses pembelajaran, pendidik dapat mengirim materi atau tugas dan mendiskusikannya tanpa mengurangi kualitas hasil belajar.

Pengaruh kelompok berikutnya adalah polarisasi dimana guru dan wali murid saling berdiskusi untuk mencari persetujuan dan kesepakatan bersama demi kelancaran kegiatan belajar mengajar di WhatsApp Group “Wali Murid TK Gadingan 01”. Guru secara aktif

mengajak wali murid untuk aktif berperanserta dengan melemparkan pertanyaan terkait dengan materi, tugas maupun kesulitan yang dialami wali murid ketika di rumah. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Anggraini & Mustaqim, (2020) orang tua harus aktif dalam menanyakan hal-hal yang masih kurang jelas kepada guru, mengkonfirmasi tugas yang masih dirasa membingungkan, hal ini bertujuan agar anaknya dapat mengerjakan tugas dengan maksimal.

Peran Komunikasi Kelompok

Peranan dari komunikasi kelompok dapat dilihat dari hal-hal berikut ini; (a) Pikir kelompok merujuk pada persetujuan dimana guru dan wali murid mengaku tidaksetuju dengan di berlakukan pembelajaran daring. (b) Berorientasi pada kelompok merujuk pada keyakinan setiap guru dan wali murid dalam melaksanakan kegiatan pembelajaran daring. (c) memusatkan konflik pada masalahnya merujuk pada pertukaran ide, gagasan dan pikiran yang di lakukan guru dan wali murid. (d) Bersikap tanpa berprasangka secara kritis merujuk pada ketidakaktifan wali murid dalam melakukan pembelajaran daring di WhatsApp Group “Wali Murid TK Gadingan 01”.

Peran komunikasi kelompok dalam proses komunikasi kelompok pembelajaran daring di WhatsApp Group “TK Gadingan 01” terdapat pikir kelompok, dimana guru dan wali murid tidak setuju dengan diberlakukan pembelajaran daring karena kurangnya keefektifan dalam belajar. Selain itu, proses pembelajaran menjadi sangat terbatas karena kurangnya pengetahuan masing-masing wali murid mengenai kemajuan teknologi. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Prawanti & Sumarni, (2020) kurangnya pengetahuan tentang platform yang menunjang pembelajaran maka akan berdampak pada proses pembelajaran karena wali murid kurang mengikuti perkembangan teknologi. Penggunaan metode konvensional yaitu dengan tugas ditulis di buku kemudian difoto dan dikirimkan di WhatsApp Group.

Peran komunikasi kelompok berikutnya adalah berorientasi pada kelompok dimana guru merasa tidak yakin dengan pembelajaran daring di WhatsApp Group karena kurangnya interaksi serta pengajaran yang nyata seperti yang diungkapkan oleh Mu’arif et al., (2021) kurangnya interaksi antara guru dan siswa dapat memperlambat terbentuknya penilaian serta penalaran pada setiap pembelajaran, siswa kesulitan dalam memahami materi dan tugas melalui WAG. Sedangkan wali murid tidak yakin dengan diadakannya pembelajaran daring yang disebabkan pemahaman materi kurang maksimal seperti yang diungkapkan oleh Wardani & Ayriza, (2020) wali murid menganggap tugas yang diberikan oleh guru terlihat sulit sehingga mereka sulit untuk menyampaikan kepada anaknya. Pemahaman materi yang dimiliki orang tua secara luas dapat bermanfaat dalam membantu anak belajar di rumah.

Peran komunikasi kelompok berikutnya adalah pusatkan konflik pada masalahnya dalam hal ini anggota dapat melakukan pertukaran ide, gagasan dan pikiran antara guru dan wali murid di WAG “Wali Murid TK Gadingan 01”. Menurut Dwhy Dinda Sari, (2021) adanya aplikasi WhatsApp sangat membantu pihak sekolah dalam memberikan informasi yang sangat cepat, apalagi dalam kondisi pandemi saat ini arus informasi sangatlah cepat berubah. Bukan hanya itu, informasi terkait dengan info tugas maupun kegiatan yang akan diadakan juga menjadi sangat cepat.

Peran komunikasi kelompok berikutnya adalah bersikap tanpa prasangka secara kritis dimana pada saat pembelajaran daring ketika ada wali murid yang tidak aktif di WAG “Wali Murid TK Gadingan 01” guru akan melakukan kunjungan ke rumah (home visite) gunanya agar anak didik tidak tertinggal oleh teman-teman yang lain. Menurut Suhendro, (2020) kegiatan home visite merupakan salah satu kegiatan pendukung bimbingan yang dilakukan oleh guru sebagai upaya mengumpulkan dan melengkapi data, dengan melakukan kunjungan ke rumah guru berharap dapat membantu menyelesaikan masalah pembelajaran yang dihadapi oleh wali murid maupun siswa.

Peran Anggota dalam Komunikasi Kelompok

Anggota dalam komunikasi kelompok juga memiliki peran yang penting yang dapat dijelaskan sebagai berikut; (a) Peran tugas kelompok merujuk pada guru dan wali murid saling bekerja sama dalam melaksanakan pembelajaran daring untuk dapat mencapai tujuan bersama. (2) Peran membina dan mempertahankan kelompok merujuk pada guru dan wali murid yang saling menjaga hubungan yang baik untuk mencapai pembelajaran daring yang efektif. (3) Peran individual merujuk pada produktifitas guru dan wali murid dalam melakukan pembelajaran daring.

Proses komunikasi kelompok pembelajaran daring di WhatsApp Group “TK Gadingan 01” terdapat peran anggota dalam komunikasi kelompok yaitu peran tugas kelompok dalam peran ini bentuk kerja sama antara guru dan wali murid yang berguna untuk kelancaran dan keefektifan pembelajaran daring di WhatsApp Group untuk mencapai tujuan bersama. Menurut Khosiah et al., (2021) kerjasama antara orang dan guru dapat memberikan pengaruh pada anak didiknya, yang pada akhirnya dapat memberi semangat untuk mengeksplorasi bakat, kemampuan dan sikap dalam membangun kreativitas siswa melalui pembelajaran daring.

Peran anggota yang berikutnya adalah peran membina dan mempertahankan kelompok hal ini berkaitan dengan hubungan interpersonal antara guru dan wali murid dalam membimbing anak didiknya. Menurut Wandu & Nurhafizah, (2019) guru dan wali murid saling memberikan

informasi secara jujur untuk mengetahui perkembangan belajar peserta didik, untuk meningkatkan mutu Pendidikan dan juga menjaga hubungan dengan tidak memanfaatkan untuk memperoleh keuntungan pribadi.

Peran anggota berikutnya adalah peran individual hal ini berkaitan dengan produktivitas guru dan wali murid dalam membimbing anak didiknya ketika di rumah. Guru menyesuaikan dengan kegiatan masing-masing dari wali murid hal ini di sebabkan oleh beberapa wali murid yang bekerja dan anak didik di titipkan oleh neneknya sedangkan neneknya tidak paham dengan kemajuan teknologi saat ini. Menurut Surur & Nadhirin, (2020) pentingnya komunikasi tiga arah antara guru, wali murid dan siswa dalam pembelajaran daring meskipun hanya melalui WhatsApp Group. Mengingat tidak semua wali murid mampu mendampingi anaknya pada siang hari, pelaporan tugas bisa dilakukan saat wali murid sudah siap mendampingi anak mengerjakan tugas karena bisajadi wali murid tersebut sedang bekerja.

Hambatan-hambatan yang terjadi dalam pembelajaran daring

Aktifitas komunikasi kelompok dalam pembelajaran dari memiliki beberapa hambatan yaitu (a) Hambatan mekanis berupa pada hambatan atau penghalang dari faktor fisik dimana guru dan wali murid terkendala pada jaringan internet, koneksi jaringan yang tidak stabil, keterbatasan jumlah dan spesifikasi smartphone setiap wali murid. (b) Tidak ditemukan adanya hambatan semantic atau hambatan yang berkaitan dengan bahasa yang digunakan anggota WAG “Wali Murid TK Gadingan 01”. (c) Hambatan psikologi berupa wali murid yang kebingungan dalam membimbing anaknya karena kurangnya memahami materi yang diajarkan oleh guru.

Hambatan komunikasi kelompok dapat di sebut juga gangguan, noise, filter. Hambatan adalah setiap rangsangan tambahan yang tidak dikehendaki yang dapat mengganggu kecermatan pesan yang di sampaikan (Malik, 2021). Dalam proses pembelajaran daring di WhatsApp Group “Wali Murid TK Gadingan 01” terdapat hambatan mekanis merujuk pada peralatan komunikasi, dan koneksi internet. Dalam pembelajaran di WhatsApp Group “Wali Murid TK Gadingan 01” terdapat kendala mekanis yang di alami seperti yang pertama, keterbatasan smartphone oleh setiap wali murid yang memiliki anak lebih dari satu, hal ini menjadi penyebab terhambatnya proses pembelajaran daring karena setiap anak akan mengikuti pembelajaran. kendala mekanis yang kedua beberapa wali murid mengalami kendala dalam koneksi internet, dalam proses pembelajaran koneksi internet menjadi suatu komponen penting karena tanpa koneksi internet pembelajaran tidak dapat berlangsung. Menurut (Malik, 2021) dalam melakukan pembelajaran daring gangguan sinyal dan gangguan teknis lainnya yang tidak stabil, tiba-tiba sinyal terputus

entah karena kuota internet yang telah habis atau persoalan lain sehingga membutuhkan waktu yang tidak sebentar untuk kembali tersambung. Hal ini menjadi situasi pembelajaran menjadi tidak kondusif.

Hambatan berikutnya adalah hambatan semantic yang berupa bahasa yang digunakan dalam pembelajaran daring. Tanpa bahasa yang baik dan benar, proses pembelajaran tidak akan berjalan dengan lancar dan tujuan dari pembelajaran efektif sulit untuk di capai. Dalam proses pembelajaran daring di WAG “Wali Murid TK Gadingan 01” tidak ditemukan adanya hambatan mengenai bahasa. Menurut (Iswari, 2021) guru membagikan materi atau tugas melalui tulisan dan dengan bahasa indonesia. Wali murid dapat paham dan mengerti apa yang disampaikan oleh guru.

Hambatan berikutnya adalah hambatan psikologis yang berkaitan dengan keadaan psikologi guru dan wali murid. Dalam proses komunikasi kelompok di WhatsApp Group “Wali Murid TK Gadingan 01” guru harus selalu sabar dalam melakukan kegiatan pembelajaran karena di satu sisi guru menjadi komunikator yang mengontrol kegiatan pembelajaran daring. Sedangkan pada wali murid, pada saat pembelajaran daring wali murid merasa kebingungan ketika ada materi yang tidak dipahami, interaksi terhadap teman-temannya yang berkurang juga menjadi salah satu penyebab utama anak-anak malas belajar. Menurut (Malik, 2021) keadaan psikologis dapat mengganggu interaksi dan komunikasi yang berlangsung. Interaksi menjadi canggung, monoton dan formal, akibatnya komunikasi menjadi bersifat satu arah dimana guru menjadi lebih dominan berkomunikasi

CONCLUSION

Hasil akhir penelitian disimpulkan sebagai berikut yaitu bahwasanya komunikasi kelompok dalam pembelajaran daring di masa pandemic di grup WhatsApp wali murid TK Gadingan 01 melibatkan 5 komponen komunikasi sesuai teori Harold Laswell. Kelima komponen tersebut adalah komunikator di *WhatsApp Group* “Wali Murid TK Gadingan 01” adalah guru dan komunikannya adalah wali murid. Pesan yang disampaikan mengenai guru saling memberikan apresiasi berupa stiker jempol atau lainnya. Grup WAG tersebut digunakan guru sebagai media untuk membagikan materi atau tugas dengan didukung media lain seperti foto atau video. Arus pesan dalam komunikasi kelompok tersebut guru kepada wali murid bisa secara satu arah dan dua arah. Beberapa wali murid dapat merespon dalam WAG yang menjadikan arus dua arah, namun hal tersebut bisa menjadi arus penyampaian satu arah jika wali murid tidak merespon. Penerima pesan dalam WAG “Wali Murid TK Gadingan 01” ini adalah wali murid. Pengaruh dari diberlakukan pembelajaran daring di WAG “Wali Murid TK

Gadingan 01” adalah pembelajaran pada masa pandemic tetap berjalan meskipun menjadi terhambat.

1. Pengaruh kelompok pada perilaku komunikasi melalui WAG “Wali Murid TK Gadingan 01” berupa konformitas yang terjadi dimana kualitas pembelajaran guru dan wali murid dapat dievaluasi sesuai dengan hambatan yang ada. Fasilitas sosial terjadi agar penyampaian pembelajaran menjadi lebih mudah sehingga dapat saling berdiskusi. Polarisasi terjadi untuk pencarian kesepakatan bersama.
2. Peran komunikasi kelompok komunikasi melalui WAG “Wali Murid TK Gadingan 01” dapat disimpulkan bahwa pemikiran bersama dimana guru dan wali murid kurang setuju dengan diterapkan pembelajaran daring. Mengenai peran berorientasi pada kelompok dapat disimpulkan bahwa guru dan wali murid kurang yakin dengan diterapkan pembelajaran daring. Peran perumusan masalah dapat dicapai antara guru dan wali murid saling bertukar ide, gagasan dan pikiran dengan mengadakan rapat pertemuan. Bersikap tanpa berprasangka secara kritis yang dapat dicapai dengan guru melakukan kegiatan *home visite* ketika terjadi kendala yang di alami wali murid pada saat melakukan pembelajaran daring di *WhatsApp Group*.
3. Peran anggota dalam komunikasi kelompok melalui WAG “Wali Murid TK Gadingan 01” terdapat peran tugas kelompok yang dapat dicapai guru dan wali murid yang saling bekerja sama dengan melakukan pertemuan dua kali dalam seminggu untuk mencapai tujuan bersama. Peran membina dan mempertahankan kelompok dapat di capai antara guru dan wali murid untuk saling menjaga hubungan yang baik guna mencapai pembelajaran yang efektif. Peran individual dapat di capai dengan keaktifan guru dan wali murid dalam melakukan pembelajaran di *WhatsApp Group*.
4. Hambatan-hambatan komunikasi kelompok melalui WAG “Wali Murid TK Gadingan 01” yang terjadi dalam melakukan pembelajaran daring dimasa pandemi yaitu : (a) hambatan mekanis berupa keterbatasan smartphone oleh setiap wali murid yang memiliki anak lebih dari satu, jaringan internet dan terbatasnya kuota internet; (b) Tidak adanya hambatan semantic mengenai bahasa dalam melakukan pembelajaran daring guru dan

wali; (c)

Hambatan psikologis berupa keadaan emosional setiap individu dalam melakukan pembelajaran daring.

REFERENCES

- Anggraini, F., & Mustaqim, A. (2020). Pola Interaksi Virtual Guru Dan Orang Tua Murid Selama Pembelajaran Jarak Jauh. *Jurnal ISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 17(2), 50. <https://doi.org/10.36451/J.Isip.V17i2.56>
- Dasopang, M. D. (2017). Pengaruh Kualitas Guru Terhadap Kemampuan Guru Dalam Memvariasikan Pembelajaran. *TAZKIR: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keislaman*, 3(1), 195. <http://jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id/index.php/TZ/Article/View/2483>
- Dwhy Dinda Sari. (2021). Pemanfaatan Whatsapp Group Sebagai Sarana Komunikasi Guru Dan Orangtua Siswa Selama Masa Pandemi Covid 19. *Eduteach: Jurnal Edukasi Dan Teknologi Pembelajaran*, 2(1), 79–88. <https://doi.org/10.37859/Eduteach.V2i1.2324>
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*. Citra Aditya Bakti.
- Elianur, C. (2020). Pilihan Media Pembelajaran Daring Oleh Guru Pai Di Bengkulu Tengah. *Jurnal As-Salam*, 4(1), 37–45. <https://doi.org/10.37249/As-Salam.V4i1.142>
- Hamalik, P. D. O. (2012). Belajar Dan Mengajar. *Education*.
- Handayani, R. T., Arradini, D., Darmayanti, A. T., Widiyanto, A., & Atmojo, J. T. (2020). Pandemi Covid-19, Respon Imun Tubuh, Dan Herd Immunity. *Jurnal Ilmiah Stikes Kendal*.
- Iswari, F. (2021). *Komunikasi Efektif Dalam Pembelajaran Daring Pada Amsa Pandemi Covid-19*. 01(01), 35–43.
- Jahroh, P. F., Fauziah, D. N., & Syafrida, R. (2021). *PERAN WALI MURID DALAM PEMBELAJARAN DARING Kebudayaan Republik Indonesia Memberikan Dua Metodologi Melalui Bundaran*. 5(2), 502–515.
- Khosiah, N., Susandi, A., & Dheasari, A. E. (2021). Kerja Sama Orang Tua Dan Guru Dalam Membangun Kreativitas Siswa Madrasah Ibtidaiyah Melalui Pembelajaran Online. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 6(1), 62–71. <https://doi.org/10.32528/Ipteks.V6i1.5252>
- M. Shabir U.M. (2009). *Hak Kewajiban Dan Kompetensi Guru*. Pustaka Pelajar.
- Malik, A. (2021). Hambatan Komunikasi Dalam Perkuliahan Daring Pada Masa Pandemi Covid-19. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 78–84. <https://doi.org/10.30656/Lontar.V9i2.4037>
- Mu'arif, A. N., Andriyansah, R., Nataliasari, D., Rahmin, S., Kurniawati, S., & Darmadi, D. (2021). Kesulitan Pembelajaran Daring Matematika Saat Pandemi COVID-19 Pada Siswa SMP Kelas VIII. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 3(2), 67–71. <https://doi.org/10.31004/Jpdk.V3i2.1787>
- Nakayama, M., Yamamoto, H., & Santiago, R. (2007). The Impact Of Learner Characteristics On Learning Performance In Hybrid Courses Among Japanese Students. *Electronic Journal Of E-Learning*.
- Nur Inah, E. (2015). PERAN KOMUNIKASI DALAM INTERAKSI GURU DAN SISWA Ety Nur Inah. *Al-Ta'dib*, 8(2), 150–167.
- Prawanti, L. T., & Sumarni, W. (2020). Kendala Pembelajaran Daring Selama Pandemic Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana UNNES*, 286–291.
- Raya, K. P., Pembelajaran, M., & Sosial, M. (2019). *Grup Whatsapp Sebagai Media Pembelajaran (Whatsapp Group As Learning Media)*. 10, 53–62. <https://doi.org/10.36417/Widyagenitri.V10i2.281>
- Sadulloh, U. (2004). Pengantar Filsafat Pendidikan. In *Bandung: Alfabeta*.
- Seufert, M., Hoßfeld, T., Schwind, A., Burger, V., & Tran-Gia, P. (2016). Group-Based

- Communication In Whatsapp. 2016 *IFIP Networking Conference (IFIP Networking) And Workshops, IFIP Networking 2016*, 536–541.
<https://doi.org/10.1109/Ifipnetworking.2016.7497256>
- Soetjipto/Raflis Kosasi. (2009). *Profesi Keguruan*. Rineka Cipta.
- Sugiyono, P. D. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Suhendro, E. (2020). Strategi Pembelajaran Pendidikan Anak Usia Dini Di Masa Pandemi Covid-19. *Golden Age: Jurnal Ilmiah Tumbuh Kembang Anak Usia Dini*, 5(3), 133–140.
<https://doi.org/10.14421/Jga.2020.53-05>
- Surur, A. M., & Nadhirin, A. U. (2020). Manajemen Waktu Pembelajaran Daring Di Masa Pandemi Covid-19 Pada TK Dharma Wanita 1 Baleturi. *As-Sibyan: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 5(2),

- 81–94. [Http://Jurnal.Uinbanten.Ac.Id/Index.Php/Assibyan/Article/View/2939](http://Jurnal.Uinbanten.Ac.Id/Index.Php/Assibyan/Article/View/2939)
- Suryono, J., Wijaya, M., Irianto, H., & Harisudin, M. (2019). *The Empowerment Of Young Entrepreneurs Through SBS 9 Whatsapp Discussion Group*. 349(Iccd), 276–279. <https://doi.org/10.2991/icc-19.2019.74>
- Sutarna, N., Acesta, A., Cahyati, N., Giwangsa, S. F., Iskandar, D., & Harmawati, H. (2021). Dampak Pembelajaran Daring Terhadap Siswa Usia 5-8 Tahun. *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 6(1), 288–297. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v6i1.1265>
- Wahidi, A., Wuryastuti, S., & Suratno, T. (2021). *Implementasi Dan Apresiasi Pembelajaran E-Learning Bagi Siswa SD Di Masa Pandemi*. 1(1), 139–147.
- Wandi, Z. N., & Nurhafizah, N. (2019). Etika Profesi Guru Pendidikan Anak Usia Dini Di Kecamatan Padang Timur Kota Padang. *JURNAL PAJAR (Pendidikan Dan Pengajaran)*, 3(4), 33–41. <https://doi.org/10.33578/pjr.v3i4.7453>
- Wardani, A., & Ayriza, Y. (2020). Analisis Kendala Orang Tua Dalam Mendampingi Anak Belajar Di Rumah Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v5i1.705>

Pengelolaan *Personal Branding* Konten Kreator Lokal “Tombro Widodo” Dalam Memperoleh Pendapatan di Media Sosial *TikTok*

Bella Cyntya Maharani

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Veteran Bangun Nusantara, Sukoharjo
E-mail: ¹beecyntya44@gmail.com*

Abstract

Tombro Widodo merupakan konten kreator lokal yang mengelola *personal branding* di media sosial *TikTok*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan pengelolaan *personal branding* Tombro Widodo konten kreator lokal dalam memperoleh pendapatan di media sosial *TikTok* berdasarkan teori *The Eight Laws of Personal Branding* dari Peter Montoya dan untuk mengetahui kredibilitas yang dibangun oleh *personal branding* Tombro Widodo konten kreator lokal dalam menyampaikan isi konten atau informasi kepada public. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan tipe deskriptif. Teknik pengumpulan data berupa wawancara dan observasi. Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa terdapat isi konten, viewers atau penonton, kredibilitas, dan *endorsement* yang didasari oleh teori *The Eight Laws of Personal Branding* Montoya yang terdiri dari *The Law of Specialization* (Spesialisasi), *The Law of Leadership* (Kepemimpinan), *The Law of Personality* (Kepribadian), *The Law of Distinctiveness* (Perbedaan), *The Law of Visibility* (Terlihat), *The Law of Unity* (Kesatuan), *The Law of Persistence* (Keteguhan) dan *The Law of Good Will* (Nama Baik).

Kata Kunci: *Personal Branding*, *Endorsement*, *Viewers*, Kredibilitas, Konsistensi, *TikTok*, Ciri Khas, Konten Kreator, *Followers*

INTRODUCTION

Perkembangan zaman seiring dengan kemajuan teknologi era modern saat ini, jaringan internet memiliki pengaruh besar dalam kehidupan manusia sehari-hari. Dalam era digital harus memiliki pengetahuan mengenai media digital yang memiliki pengaruh besar dalam membentuk karakter yang kuat pada diri seseorang (Suryono et al., 2022). Indonesia merupakan salah satu negara dengan mayoritas penduduknya menggunakan jaringan internet untuk berkomunikasi. Melansir melalui situs *website Apjii.or.id* (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan sebanyak 2,67% pada periode 2022 hingga Maret 2023 yaitu sekitar 215,63 juta orang. Sedangkan pada periode sebelumnya 210,03 juta orang menggunakan internet. (<https://apjii.or.id>). Hal tersebut menyebabkan banyaknya *platform* media sosial bermunculan seperti *Instagram*, *YouTube*, *Facebook*, *Twitter*, *TikTok* dan lain sebagainya. Media sosial merupakan aplikasi yang berfungsi sebagai sarana komunikasi dengan banyak orang secara luas tanpa terhalang ruang dan waktu. Media sosial kini menjadi suatu hal yang sangat penting untuk mencari sekaligus menyebarkan informasi secara cepat. Salah satu media sosial yang sekarang banyak diminati masyarakat ialah aplikasi *TikTok*. Pengguna aplikasi *TikTok* dari tahun ke tahun meningkat secara signifikan.

Menurut data *Business of Apps* pengguna aktif bulanan (*monthly active users*) aplikasi *TikTok* seluruh dunia pada kuartal III/2022 yaitu sebanyak 1,53 miliar. Sedangkan pengguna

pada kuartal sebelumnya sekitar 1,47 miliar. Minat masyarakat menggunakan aplikasi *TikTok* meningkat sebesar 4,64%. Rentang usia pengguna aplikasi *TikTok* yaitu 35% berusia 20-29 tahun, 28% berusia 10-19 tahun dan sisanya 18% untuk usia 30-39 tahun. Aplikasi *TikTok* merupakan sebuah *platform* media sosial yang memudahkan penggunanya untuk membuat video, gambar, serta audio berdurasi pendek atau panjang dengan dilengkapi berbagai *filter*, *fitur editing*, *caption* dan *background musik*. Hal tersebut akan meningkatkan *performance* dan menumbuhkan kreativitas penggunanya menjadi konten kreator. Konten kreator sendiri adalah istilah untuk para pengguna media sosial dimana mereka memiliki konten yang menarik, unik dan konsisten. Konten kreator juga diartikan sebagai julukan bagi orang - orang kreatif yang mampu mengemas makna pesan tertentu dengan keahlian masing-masing sehingga para pembaca dan penonton tertarik untuk melihat bahkan mengunjungi akun media sosialnya (Prasetya Rosadi & Angga Wiksana, 2022).

Perkembangan teknologi digital saat ini memudahkan individu untuk membangun *personal branding* melalui media sosial dengan tujuan membentuk identitas diri secara menyeluruh atau komprehensif simultan dalam ruang virtual dan realitas masyarakat umum (Anggarini, 2021). *Personal branding* merupakan suatu proses yang dilakukan seseorang untuk membangun persepsi publik demi memperoleh citra positif dari masyarakat. Persepsi publik ini ditampilkan beragam seperti melalui bakat atau keahlian seseorang, prestasi, kepribadian dan nilai-nilai lainnya. Apabila *personal branding* seseorang baik maka akan menciptakan *personal brand identity* yang kuat. Pada hakekatnya semua orang memiliki *personal branding* baik secara alamiah melekat pada diri seseorang berupa fisik atau nilai (*value*) maupun buatan dimana seseorang dengan sengaja membangun *personal branding*-nya untuk tujuan tertentu.

Tombro Widodo merupakan salah satu konten kreator lokal yang berhasil melakukan *personal branding* melalui media sosial *TikTok* dengan jumlah pengikut atau *followers* saat ini sebanyak 345,7K (*dilihat pada Selasa, 11 April 2023*). Konten yang dibuat oleh Tombro Widodo mengangkat aktivitas kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia seperti mencari rumput atau *ngarit* yang dikemas secara unik dan memiliki ciri khas tersendiri agar memudahkan penonton untuk mengenalinya. Ciri khas dari Tombro Widodo yaitu mengenakan kaos dinas mencari rumput atau *ngarit* berwarna kuning hijau secara terbalik dimana kaos yang digunakan orang pada umumnya tepian jahitan berada di dalam sedangkan yang dipakai Tombro Widodo tepian jahitan diluar. Tombro Widodo juga dijuluki sebagai profesor aritmatika karena dalam isi konten miliknya menampilkan rumus matematika, kimia, biologi hingga rumus fisika agar *audiens* terhibur dengan konten komedi yang dikemas secara unik dalam citra kehidupan sehari-hari seorang petani.

Keberhasilan tersebut membuat Tombro Widodo memperoleh banyak pekerjaan baru seperti *endorsement*, *Google AdSense*, hingga menjadi narasumber di berbagai seminar sehingga pendapatannya meningkat. *Endorsement* adalah bentuk kerja sama untuk mempromosikan serta memberikan informasi suatu barang atau jasa kepada khalayak umum di media sosial. *Endorsement* dilakukan oleh konten kreator yang memiliki pengakuan publik, kepercayaan dan banyak pengikut atau *followers* di media sosial. Kerjasama *endorsement* ini biasanya menggunakan sistem berbayar atau tidak berbayar sesuai kesepakatan. Tombro Widodo juga pernah memperoleh pendapatan dari *endorsement* dengan nilai yang fantastik seperti kerjasama dengan J&T, Ninja Expres, Kacang Garuda, Cimory, Sensus Pertanian, Pertashop Indonesia dan lain sebagainya. Media sosial lain yang turut berkembang seiring dengan kemajuan akun *TikTok* –nya yaitu akun Instagram Tombro Widodo dengan pengikut sebanyak 132 ribu dan akun *YouTube* Tombro Widodo memiliki 19,7 ribu *subscriber*. Apabila setiap video yang diunggah menampilkan iklan dari *Google* atau sering disebut *Google AdSense* berarti suatu akun media sosial tersebut sudah memperoleh pendapatan dari pihak *YouTube*. *Google AdSense* adalah layanan yang menyediakan fitur seperti iklan mengenai suatu produk dan atau perusahaan yang akan bekerja sama dengan konten kreator. Dimana ketika pengunjung atau penonton melihat iklan yang ditampilkan pada tayangan video maka otomatis konten kreator tersebut memperoleh pendapatan dari pihak *Google*. Sebelum menjadi konten kreator Tombro Widodo merupakan seorang *videografer wedding* dimana pendapatan yang diperoleh tidak menentu. Saat ini berkat Tombro Widodo membranding diri di media sosial, ia banyak ditawari untuk bekerjasama. Hal tersebut dapat menambah penghasilan bulanan Tombro Widodo

Konten di sosial media sangat banyak dan bervariasi, ribuan bahkan jutaan ide konten menarik dengan gaya pembawaan dari masing-masing individu saling berlomba-lomba untuk mendapatkan eksistensi diri di media sosial. Komunikasi memiliki pengaruh terhadap kondisi lingkungan seperti media sosial dan komunikasi antar pribadi dimana akan menciptakan sebuah lingkungan yang aktif dan memiliki ikatan sosial yang kuat (Suryono et al., 2023). Oleh karena itu konten yang diunggah harus mempunyai kekhasan, relevansi dan konsistensi agar menumbuhkan kredibilitas publik. Dalam mengelola sosial media khususnya akun *TikTok*, Tombro Widodo menampilkan banyak keunikan. Hal tersebut dilakukan untuk membentuk citra yang kuat di benak masyarakat. Keunikan yang dapat terlihat dari Tombro Widodo adalah konten mencari rumput atau *ngarit* dengan gaya seorang profesor yang ahli rumus matematika, kimia, biologi dan fisika. Konten yang diunggah Tombro Widodo juga harus relevan dengan *personal branding* yang telah terbentuk di masyarakat. Konten relevan tersebut bertujuan agar algoritma *TikTok* tetap merekomendasikan dan mendistribusikan videonya secara baik serta agar

penonton di konten tersebut tidak menurun. Konsistensi merupakan satu hal yang penting dilakukan oleh konten kreator, konsisten sendiri pada dasarnya memerlukan waktu yang cukup lama agar citra baik yang terbentuk di masyarakat semakin kuat. Tombro Widodo dituntut untuk lebih kreatif dan selalu berinovasi dalam mengemas konten komedi agar penonton tidak bosan. Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti merasa tertarik untuk meneliti “Pengelolaan *Personal Branding* Tombro Widodo Konten Kreator Lokal di Media Sosial *TikTok* dalam Memperoleh Pendapatan” dengan menggunakan *The Eight Laws of Personal Branding* menurut Peter Montoya.

METHODS

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan pengelolaan *personal branding* Tombro Widodo konten kreator lokal dalam memperoleh pendapatan di media sosial *TikTok* berdasarkan teori *The Eight Laws of Personal Branding* dari Peter Montoya dan untuk mengetahui kredibilitas yang dibangun oleh *personal branding* Tombro Widodo konten kreator lokal dalam menyampaikan isi konten atau informasi kepada publik. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif menurut Moleong dalam (Sutoyo, 2020) merupakan suatu prosedur penelitian yang dapat menghasilkan data berupa kata-kata baik tertulis maupun lisan dari seseorang, perilaku dan lingkungan yang di amati. Hasil dari penelitian ini berupa mendeskripsikan dan atau mengkonstruksikan wawancara mendalam kepada sebuah subjek penelitian sehingga akan memberikan gambaran yang tepat dan jelas tentang Pengelolaan *personal branding* yang dilakukan Tombro Widodo di media sosial *TikTok* dalam memperoleh pendapatan.

Teknik Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan observasi. Penggunaan teknik wawancara mendalam (*depth interview*). Berdasarkan pernyataan dari Singarimbun dalam (Nina Siti Salmaniah Siregar, 2002) wawancara merupakan suatu proses interaksi dalam komunikasi dengan memperhatikan hasil dari wawancara yang dipengaruhi oleh faktor yang berinteraksi serta arus informasi. Penelitian ini melakukan kegiatan wawancara dengan jenis wawancara mendalam (*in-depth interview*). Wawancara mendalam adalah salah cara mengumpulkan data atau informasi secara lengkap dan mendalam. Teknik wawancara yang dilakukan oleh peneliti ini melalui wawancara online berupa *video call*, panggilan suara, dan *voice note* dengan aplikasi *WhatsApp*.

RESULT AND DISCUSSION

Wahyu Widodo atau lebih dikenal Tombro Widodo lahir di Trenggalek, 7 November 1991 berdomisili di Desa Tumpuk, Kecamatan Tugu, Kabupaten Trenggalek, Jawa Timur. Tombro Widodo merupakan konten kreator lokal dengan kategori konten komedi. Tombro Widodo dikenal sebagai Professor Aritmatika dengan ciri khas pakaian berwarna kuning dan hijau yang digunakan secara terbalik. Tombro Widodo menggeluti media sosial sekitar 20 tahun lebih. Kini pengikut media sosial *TikTok* sebanyak 390.1 K, *Instagram* sebanyak 160K dan *YouTube* memiliki *subscribers* sebanyak 21,8 rb. Hasil dari wawancara, observasi dan menganalisa pengelolaan *personal branding* Tombro Widodo konten kreator local dalam memperoleh pendapatan melalui media sosial *TikTok* sebagai berikut:

Pengelolaan *personal branding* merupakan aktivitas yang dilakukan untuk mengelola dan menciptakan persepsi publik terhadap seseorang. Era digital saat ini *personal branding* sangat diperlukan karena banyak informasi yang dapat diakses secara cepat melalui online. Sehingga kita harus memiliki citra atau *brand identity* dimana hal ini mampu membedakan seseorang dengan oranglain sekaligus dapat meningkatkan kepercayaan diri. Selain itu apabila seseorang mampu mengelola *personal branding* dengan baik maka dapat membangun suatu hubungan dan relasi yang luas. Berikut adalah pengelolaan *personal branding* Tombro Widodo konten kreator lokal dalam memperoleh pendapatan melalui media sosial *TikTok* agar dapat menganalisis pengelolaan *personal branding* dan kredibilitas dari isi konten Tombro Widodo. Teori *The Eight Laws of Personal Branding* menurut Peter Montoya yang menjelaskan hukum *personal branding* yang harus dilakukan yakni : *The Law of Specialization* (Spesialisasi), *The Law of Leadership* (Kepemimpinan), *The Law of Personality* (Kepribadian), *The Law of Distinctiveness* (Perbedaan), *The Law of Visibility* (Terlihat), *The Law of Unity* (Kesatuan), *The Law of Persistence* (Keteguhan) dan *The Law of Good Will* (Nama Baik).

Analisis dalam konten Tombro Widodo yaitu *Specialization* (Spesialisasi) berupa konten komedi *fresh* inovasi baru di bidang pertanian dengan rumus fisika, matematika, kimia dan biologi, *Leadership* (Kepemimpinan) berupa berkomunikasi kepada audiens menggunakan *public speaking* yang jelas dan baik sehingga dijadikan *leaders* oleh penontonnya, *Personality* (Kepribadian) berupa menunjukkan pribadi yang tidak *neko-neko*, sederhana yang menampilkan kehidupan seorang petani, *Distinctiveness* (Perbedaan) berupa menampilkan perbedaan yaitu dengan keunikan, ciri khas seperti identitas sebagai petani *smart* menggunakan kaos terbalik berwarna kuning dan hijau, *Visibility* (Terlihat) berupa menunjukkan kredibilitas publik sehingga memperoleh banyak pengakuan publik bahkan memperoleh julukan Profesor Ngaritmatika, *Unity* (Kesatuan) berupa isi konten memiliki kesatuan yang saling berkaitan, *Persistence* (Keteguhan) berupa konsistensi dalam mengunggah konten dan selalu menampilkan

keunikan sekaligus ciri khas dan *Good Will* (Nama Baik) dengan adanya pengelolaan *personal branding* yang dilakukan Tombro Widodo memperoleh nama baik seperti banyaknya kerjasama atau endorsement sehingga menambah pendapatan.

Selain itu sebagai komunikator tentu harus memiliki kredibilitas agar informasi yang disampaikan dapat memperoleh kepercayaan publik. Berikut ini pokok-pokok temuan pengelolaan *personal branding* Tombro Widodo dalam menyajikan konten di media sosial *TikTok* :

Tabel 1.
 Pokok-Pokok Temuan

No	Data Yang Ditemukan	Pokok Temuan
1.	Isi Konten	<i>The laws of specialisation</i> (spesialisasi), the laws of distinctiveness (perbedaan) dan <i>the laws of leadership</i> (kepemimpinan)
2.	<i>Viewers</i> atau Penonton	<i>The laws of personality</i> (kepribadian), the laws of distinctiveness (perbedaan) dan <i>the laws of persistence</i> (keteguhan)
3.	Kredibilitas	<i>The laws of personality</i> kepribadian, <i>the laws of persistence</i> (keteguhan) dan <i>the laws of good will</i> (nama baik)
4.	<i>Endorsement</i> atau Kerjasama	<i>The laws of distinctiveness</i> (perbedaan), the laws of persistence, (keteguhan) dan the laws of good will (nama baik)

Isi Konten

Menurut Cangara dalam (Ricko & Junaidi, 2019) Isi konten atau pesan yaitu segala hal yang akan disampaikan oleh seorang individu maupun kelompok berupa simbol yang dipersepsikan dan diterima dalam bentuk serangkaian makna oleh khalayak umum atau publik. Dimana pesan atau konten tersebut merupakan unsur komunikasi yang sangat penting. Sehingga dalam berkomunikasi yang baik, maka individu harus menggunakan strategi secara tepat dalam menyampaikan makna dan hasil kepada publik.

Pengelolaan *personal branding* Tombro Widodo dipengaruhi isi konten atau pesan yang disampaikan kepada *audiens*. Hal tersebut dikarenakan seorang komunikator harus mampu

mengemas isi konten atau pesan secara baik dengan memiliki spesialisasi yang jelas. Agar *audiens* memahami isi pesan yang disampaikan dan dapat menarik minat penonton. Sebagaimana yang telah dijelaskan pada teori *The Eight Laws of Personal Branding* menurut Peter Montoya mengenai hukum spesialisasi atau *the laws of specialisation*, perbedaan atau *the laws of distinctiveness* dan hukum kepemimpinan atau *the laws of leadership* bahwa untuk memperoleh isi konten yang bagus dan menarik maka diperlukan spesialisasi, perbedaan dan kepemimpinan dalam mengelola isi konten berdasarkan keahlian, prestasi atau bakat, keunggulan dan sebagainya. Hal tersebut agar *audiens* atau penonton dengan mudah mengenali konten kreator melalui isi konten yang diunggah. Sama halnya yang dilakukan oleh Tombro Widodo dengan melakukan spesialisasi yang jelas berupa petani *smart* yang mampu menyelesaikan dan memberikan cara-cara pertanian menggunakan rumus ilmiah.

Perbedaan yang ditampilkan Tombro Widodo dalam mengelola *personal branding* adalah dengan mengemas konten pertanian dan peternakan dengan menggunakan rumus matematika, fisika, dan kimia. Dimana pada umumnya orang-orang hanya mengunggah konten ilmu pertanian saja tanpa ada bumbu komedi. *The laws of leadership* juga tercermin dari Tombro Widodo yang mampu mengarahkan dan memilah minat *audiens*.



Gambar 1. Isi Konten Tombro Widodo

Viewers atau Penonton

Berdasarkan teori *The Eight Laws of Personal Branding* dari Peter Montoya, bahwa *viewers* atau penonton dapat didasari oleh kepribadian atau *the laws of personality*, perbedaan atau *the laws of distinctiveness* dan keteguhan atau *the laws of persistence*. Dimana setiap konten yang diunggah memiliki jumlah *viewers* atau penonton banyak disebabkan oleh

kepribadian yang dibentuk seseorang kemudian memiliki perbedaan yang jelas dari konten kreator lain dan disertai dengan hukum keteguhan yang artinya apabila seseorang ingin memiliki penonton atau *viewers* harus disertai dengan konsistensi dalam isi konten serta mengunggah konten.



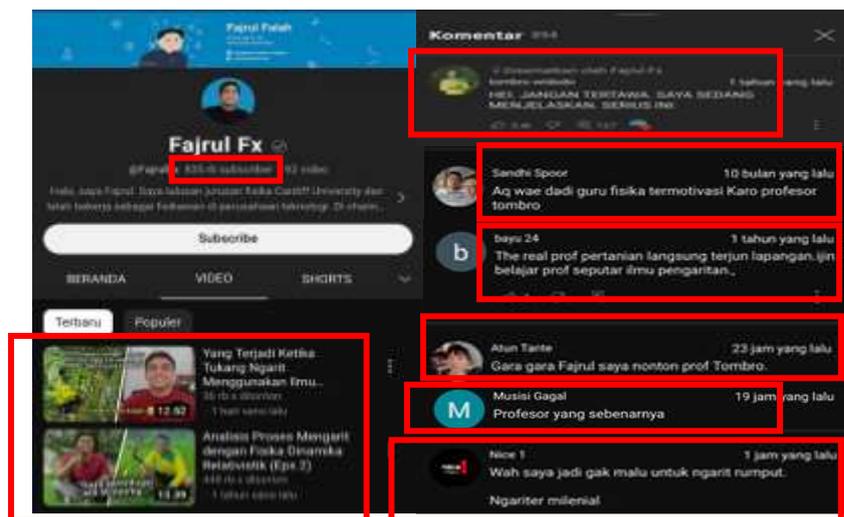
Gambar 2. Konsistensi Unggahan Konten Tombro Widodo

Pengelolaan *personal branding* Tombro Widodo dilatarbelakangi oleh kepribadian Tombro yang sederhana tampil apa adanya. Tombro Widodo juga menciptakan perbedaan berupa keunikan dan ciri khas yang dimiliki. Tombro Widodo secara konsisten menampilkan kesederhanaan, ciri khas dan keunikan sehingga hukum keteguhan juga berpengaruh terhadap jumlah *viewers* atau penonton dimana konsistensi menentukan algoritma *TikTok*. Tombro Widodo menyatakan bahwa konsistensi dalam mengunggah konten dan isi konten merupakan suatu hal yang sulit, akan tetapi rasa malas tersebut diatasi Tombro Widodo dengan berusaha mengunggah konten setiap minimal satu minggu 3 konten.

Kredibilitas

Kredibilitas merupakan sesuatu yang merujuk atau mengarah pada sebuah kepercayaan yang diterima seseorang. Sehingga dalam pengelolaan *personal branding* Tombro Widodo sebagai konten kreator lokal didasari oleh hukum kepribadian atau *the laws of personality*, hukum keteguhan atau *the laws of persistence* dan nama baik atau *the laws of good will*. Dimana Tombro Widodo dalam membentuk kredibilitas didasari sebuah kepribadian yang sederhana sebagai petani dan hal tersebut dilakukan secara konsisten atau didasari keteguhan. Selain itu nama baik juga menjadikan seseorang mempercayai oranglain. Kredibilitas merupakan suatu hal

yang harus dimiliki oleh konten kreator karena dengan membangun kredibilitas tingkat kepercayaan publik akan meningkat. Oleh karena itu sangat diperlukan dalam bidang yang ditekuni Tombro Widodo saat ini. Untuk membangun kredibilitas tidak semata-mata dilakukan sesaat akan tetapi dibangun dalam waktu yang panjang dan lama dimana harus disertai konsistensi. Seperti yang dilakukan Tombro Widodo sehingga memperoleh jumlah penonton yang banyak dalam setiap video yang diunggahnya. Karena *audiens* percaya terhadap konten yang diunggah Tombro Widodo di media sosial TikTok.



Gambar 3. Kredibilitas Tombro Widodo

Keberhasilan dari kredibilitas yang dibentuk Tombro Widodo adalah dengan mendapat pengakuan dari public sebagai Profesor Ngaritmatika, dimana apabila seseorang dijuluki dengan sebutan tersebut maka dia dianggap mengetahui dan ahli di bidang tersebut. Bahkan konten Tombro Widodo juga pernah beberapa kali diunggah oleh fisikawan dan hasilnya ternyata perhitungan yang digunakan Tombro Widodo benar. Hal ini membuktikan bahwa untuk membangun sebuah kepercayaan public, seseorang harus benar-benar mampu mempertanggungjawabkan konten yang dibuat. Dengan adanya hasil pembahasan dari fisikawan bernama Fahjru Fx menambah kepercayaan public pada konten yang diunggah Tombro Widodo.

Endorsement

Pengelolaan *personal branding* Tombro Widodo sebagai konten kreator lokal memiliki dampak pada terciptanya kerjasama berupa *endorsement*. Seperti yang dijelaskan oleh Teori “*The Eight Laws of Personal Branding*” Montoya bahwa dalam membangun *personal branding*

sangat berguna bagi kehidupan individu. *Endorsement* ini didasari oleh hukum perbedaan atau *the laws of distinctiveness*, keteguhan atau *the laws of persistence*, serta nama baik atau *the laws of good will*. Dimana Ketika seseorang atau perusahaan melakukan kerjasama tentu akan melihat reputasi yang telah konten kreator bangun. Hal tersebut dapat terlihat dari perbedaan konten yang ditampilkan seperti isi konten, memiliki konsistensi, dan sudah pasti memiliki nama baik di mata *audiens*. Sesuatu yang berkaitan dengan *endorsement* atau kerjasama pasti memiliki tujuan tertentu seperti untuk memperoleh eksistensi produk atau jasa dan meningkatkan penjualan barang.

Keberhasilan dari kredibilitas yang dibentuk oleh Tombro Widodo dapat terlihat dari banyaknya Lembaga, produk/jasa maupun perusahaan yang mengajak kerjasama atau *endorsement*. Dimana kerjasama atau *endorsement* ini dapat menambah penghasilan bulanan. Salah satu kerjasama atau *endorsement* yaitu Café Kanvill pada tanggal 8 September 2022 ditonton sebanyak 4,7M penonton, disukai 245,2K orang, dibagikan sebanyak 1.117 kali, memiliki komentar 758 dan disimpan 9.238 orang. Berikut ini gambar kerjasama dengan Café Kanvill :



Gambar 3. *Endorsement* Cafe Kanvill

Tombro Widodo juga telah banyak menerima kerjasama atau *endorsement* dengan berbagai pihak seperti J&T, JNE, Ninja Expres, Kacang Garuda, Cimory, Sensus Pertanian, Pertashop Indonesia dan lain sebagainya. Bahkan pihak Polres Trenggalek menjadikan Tombro Widodo sebagai icon iklan layanan masyarakat. Tombro Widodo juga sering menjadi narasumber di beberapa acara seperti Acara Literasi Nasional di Balai Kota Surakarta, narasumber di Universitas atau sekolah dan lain sebagainya.

CONCLUSION

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan dalam penelitian mengenai pengelolaan *personal branding* Tombro Widodo konten kreator lokal dalam memperoleh pendapatan di media sosial *TikTok* dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Pertama, pengelolaan *personal branding* yang dilakukan Tombro Widodo sesuai dengan teori *The Eight Laws of Personal Branding* Peter Montoya yaitu isi konten yang didasari oleh spesialisasi atau *the laws of specialisation*, perbedaan atau *the laws of distinctiveness* dan hukum kepemimpinan atau *the laws of leadership* dibuktikan dengan konten Tombro yang menampilkan keahlian berupa petani *smart* dimana mampu menyelesaikan permasalahan pertanian menggunakan rumus ilmiah. Perbedaan yang ditampilkan Tombro Widodo adalah konten pertanian yang dikemas secara komedi dengan busana kaos terbalik berwarna kuning hijau. Serta adanya *viewers* yang didasari oleh kepribadian atau *the laws of personality*, perbedaan atau *the laws of distinctiveness* dan keteguhan atau *the laws of persistence* dibuktikan dengan Tombro Widodo menunjukkan kepribadian yang sopan dan sederhana dengan menampilkan perbedaan secara konsisten.

Yang kedua, kredibilitas yang dibangun oleh *personal branding* Tombro Widodo didasari dengan hukum kepribadian atau *the laws of personality*, hukum keteguhan atau *the laws of persistence* dan nama baik atau *the laws of good will*. Dimana seorang komunikator harus memiliki kredibilitas agar dapat dipercaya oleh publik. Hal tersebut terlihat dalam pengelolaan *personal branding* Tombro Widodo yaitu selalu berpenampilan sederhana dengan tutur kata yang sopan serta melakukan riset terhadap isi konten yang akan diunggah sehingga dapat dipertanggungjawabkan

Hasil analisis berdasarkan Teori *The Eight Laws of Personal Branding* menurut Peter Montoya yaitu *Specialization* (Spesialisasi) berupa konten komedi *fresh* inovasi baru di bidang pertanian dengan rumus fisika, matematika, kimia dan biologi, *Leadership* (Kepemimpinan) berupa berkomunikasi kepada audiens menggunakan *publik speaking* yang jelas dan baik sehingga dijadikan *leaders* oleh penontonnya, *Personality* (Kepribadian) berupa menunjukkan pribadi yang tidak *neko-neko*, sederhana yang menampilkan kehidupan seorang petani, *Distinctiveness* (Perbedaan) berupa menampilkan perbedaan yaitu dengan keunikan, ciri khas seperti identitas sebagai petani *smart* menggunakan kaos terbalik berwarna kuning dan hijau, *Visibility* (Terlihat) berupa menunjukkan kredibilitas publik sehingga memperoleh banyak pengakuan publik bahkan memperoleh julukan Profesor Ngaritmatika, *Unity* (Kesatuan) berupa isi konten memiliki kesatuan yang saling berkaitan, *Persistence* (Keteguhan) berupa konsistensi dalam mengunggah konten dan selalu menampilkan keunikan sekaligus ciri khas dan *Good Will* (Nama Baik) dengan adanya pengelolaan *personal branding* yang dilakukan Tombro Widodo

memperoleh nama baik seperti banyaknya kerjasama atau endorsement sehingga menambah pendapatan.

Menurut teori *The Eight Laws of Personal Branding* dari Montoya, Tombro Widodo lebih mendalam didasari oleh *The Law of Distinctiveness* (Perbedaan), *The Law of Persistence* (Keteguhan), *The Law of Personality* (Kepribadian) dan *The Law of Goodwill* (Nama Baik)

REFERENCES

- Agustinna, K., Purnama, H., & Abdurrahman, M. S. (2017). Kata kunci : Personal Branding , Instagram , Selebgram Keywords : Personal Branding , Instagram , Selebgram. *Analisis Strategi Personal Branding Melalui Media Sosial Instagram*, 4(1), 1028–1036.
- Akademi Komunikasi BSI Jakarta, S. (2018). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo_allpennliebe). *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 176–185. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom>
- Anggarini, D. T. (2021). Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Personal Branding dalam Membangun Citra dan Popularitas dalam Media Sosial. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 259–268. <https://doi.org/10.35899/biej.v3i4.341>
- Effendy Uchjaya, O. (2008). *Onong, Uchjana Effendy. “Dinamika komunikasi.” Bandung: PT Remaja Rosdakarya (2008)*. 3–4.
- Fakih, Farah Isabella Nur, Ni, L. R. P., & Ade, D. P. (2021). Pembentukan Personal Branding @jharnabhwani Sebagai Beauty Influencer Melalui TikTok. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 18–29. <https://kompas.com>
- Imawati, Solihah, & Shihab. (2016). Analisis Personal Branding Fashion Blogger Diana Rikasari. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 5(3), 175. www.publikasi.unitri.ac.id
- Ishihara, Y. Y. U., & Oktavianti, R. (2021). Personal Branding Influencer di Media Sosial TikTok. *Koneksi*. <https://doi.org/10.24912/kn.v5i1.10162>
- Kustiawan, W., Yuniar, L., Fitri, D. W., Arianti, J., Wandasari, A., Islam, U., Sumatra, N., Estate, M., & Utara, S. (2022). *Psikologi Komunikator : Pengertian Psikologi Komunikasi*. 11(1), 1–9.
- Lois, D., & Candraningrum, D. A. (2021). Personal Branding Content Kreator di Media Sosial Instagram. *Koneksi*. <https://doi.org/10.24912/kn.v5i2.10331>
- Mita, T. (2022). Strategi Selebgram Dalam Membangun Personal Branding Melalui Pengelolaan Akun Instagram. *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 4(2), 130–140. <https://doi.org/10.24076/pikma.v4i2.594>
- Mukhsin, R., Mappigau, P., & Tenriawaru, A. N. (2017). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Daya Tahan Hidup Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pengolahan Hasil Perikanan di Kota Makassar. *Jurnal Analisis*, 6(2), 188–193. <http://pasca.unhas.ac.id/jurnal/files/ef79bd330d16ba9fda32510e0a581953.pdf>

- Nina Siti Salmaniah Siregar. (2002). Metode dan Teknik Wawancara. *Journal of Direktorat Pengembangan Kemahasiswaan Universitas Medan Area*, 1–2.
- Nursufyana, M. (2019). Strategi Personal Branding Alexander Thian Sebagai Storygrapher Melalui #LetMeTellYouAStory. *Pamator Journal*, 12(1), 12–16. <https://doi.org/10.21107/pamator.v12i1.5174>
- Pertiwi, F., & Irwansyah, I. (2020). Personal Branding Ria Ricis Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 23(1), 15–30. <https://doi.org/10.20422/jpk.v23i1.631>
- Prasetya Rosadi, A., & Angga Wiksana, W. (2022). Penggunaan Media Sosial Tiktok sebagai Sarana Personal Branding Skill dan Videographer. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 2(1), 159–165. <https://doi.org/10.29313/bcscm.v2i1.936>
- Putri, N. T. (Universitas T. (2018). Personal Branding Selebgram Melalui Akun Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @nadyarosmania). *Dialektika*, 5(2), 84 pages. <http://journal.unla.ac.id/index.php/dialektika/article/view/281>
- Putri, S. D., & Azeharie, S. (2021a). Strategi Pengelolaan Komunikasi dalam Membentuk Personal Branding di Media Sosial Tiktok. *Koneksi*, 5(2), 280. <https://doi.org/10.24912/kn.v5i2.10300>
- Putri, S. D., & Azeharie, S. (2021b). Strategi Pengelolaan Komunikasi dalam Membentuk Personal Branding di Media Sosial Tiktok. *Koneksi*. <https://doi.org/10.24912/kn.v5i2.10300>
- Ricko, R., & Junaidi, A. (2019). Analisis Strategi Konten Dalam Meraih Engagement pada Media Sosial Youtube (Studi Kasus Froyonion). *Prologia*, 3(1), 231. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6245>
- Sundawa, Y. A., & Trigartanti, W. (2018). Fenomena Content Kreator di Era Digital. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 4(2), 438–443. karyailmiah.unisba.ac.id
- Susanto, B. (2019). Analisa Perkembangan Tiktok Sebagai Aplikasi Sadar Sosial yang digemari Oleh Generasi Muda. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2, 45–53.
- Suryono, J., Wijaya, M., Irianto, H., & Harisudin, M. (2022). *Developing Entrepreneurship Independence in a Business School*. 2022(13), 265–290. www.jsser.org
- Suryono, J., Wijaya, M., Irianto, H., Harisudin, M., Rahayu, N. T., Darsini, Indri Astuti, P., & Sri Kusumawati, H. (2023). Model of Community Empowerment through Education Non-Formal Entrepreneurship to Improve Independence of Micro, Small and Medium Enterprises. *International Journal of Learning, Teaching and Educational Research*, 22(3), 413–429. <https://doi.org/10.26803/ijlter.22.3.25>
- Susilowati. (2018). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo_allpennliebe). *Jurnal Komunikasi*, 9(2).
- Sutoyo, M. D. (2020). *Penerapan Personal Branding Berliana Anggit Tirtanta Sebagai Selebgram Beauty Yogyakarta di Media Sosial Instagram*. 1–121. <http://e-journal.uajy.ac.id/23533/>
- Widyastuti, D. A., Wiloso, P. G., & Herwandito, S. (2017). Analisis Personal Branding di Media Sosial (Studi Kasus Personal Branding Sha'an D'anthes di Instagram). *Jurnal Inovasi*, 11(1)

KOMUNIKASI INTERPERSONAL ANGGOTA KELUARGA DI RUMAH DENGAN ANGGOTA KELUARGANYA DI PERANTAUAN

¹Bondan Giri Yudayana, ²Joko Suryono, ³Betty Gama

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo
Email: bondangiriyudayana@gmail.com; jokowignyo@gmail.com; bettygama_62@ymail.com

Abstrak

Komunikasi paling dekat adalah dengan keluarga. Namun dalam praktiknya tidak semua keluarga berkumpul secara utuh, hal ini disebabkan oleh adanya anggota keluarga yang merantau. Komunikasi interpersonal jarak jauh bisa terjadi apabila keduanya memanfaatkan media dengan tepat, adanya keterbukaan, kepercayaan, sikap suportif, dan empati dari keduanya sehingga hubungan tetap dekat. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana proses, intensitas dan hambatan komunikasi interpersonal antara anggota keluarga di rumah dengan anggota keluarga perantau. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sumber data primer diperoleh dari catatan lapangan hasil observasi; transkrip wawancara dengan informan dan dokumentasi percakapan komunikasi melalui smartphone antara anggota keluarga yang di rumah dan anggota keluarga perantau. Teknik analisis data mengacu model Miles and Huberman dengan tahapan pengumpulan data, reduksi data, dan penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini yaitu pertama, ketika mengalami *shock culture* dan *uncertainty*, komunikasi yang dilakukan secara jarak jauh melalui *video call* menggunakan *WhatsApp*. Kedua, intensitas komunikasi interpersonal yang dihubungkan oleh jarak pada penelitian ini sudah cukup intens. Ketiga, hambatan dalam komunikasi interpersonal dengan jarak jauh yang dilakukan oleh warga dengan keluarga perantauan yaitu hambatan mekanik yang disebabkan oleh jaringan komunikasi, hambatan semantik yang disebabkan oleh perbedaan makna dan pengertian pada pesan yang disampaikan, dan hambatan manusiawi yang disebabkan oleh penurunan pendengaran informan karena faktor diri dan informan yang memiliki sifat menutup diri.

Kata Kunci: Perantau, Keluarga, Komunikasi Interpersonal

INTRODUCTION

Manusia adalah makhluk sosial yang selalu melakukan interaksi dengan manusia lain. Dalam kehidupan sehari-hari orang pasti melakukan komunikasi dengan lingkungan sekitar seperti teman dan keluarga. Sebagaimana yang kita ketahui bahwa keluarga adalah orang terdekat untuk melakukan interaksi sosial.

Komunikasi dengan keluarga menjadi salah satu kegiatan sehari-hari yang biasa dilakukan dengan tatap muka. Namun dalam praktiknya tidak semua keluarga berkumpul secara utuh. Hal ini disebabkan oleh adanya anggota keluarga yang merantau. Berbagai alasan jika ada keluarga yang merantau seperti bersekolah atau bekerja, kondisi inilah yang akan berdampak pada proses komunikasi interpersonal (antarpribadi) keluarga.

Perantau adalah sebutan bagi orang yang hijrah dari daerahnya ke daerah orang lain dengan tujuan untuk mendapatkan pengalaman baru. Banyak resiko yang harus diterima oleh perantau

ketika hendak merantau, salah satunya adalah mereka dituntut untuk tinggal jauh dari keluarga dan bertemu dengan orang baru yang tidak dikenal.

Alasan orang merantau karena pembangunan di daerah yang tidak merata dan lebih terpusat di kota besar. Hal tersebut menjadi pemicu minat yang sangat besar bagi para perantau untuk mencari lapangan pekerjaan di daerah lain yang lebih maju. Menurut Ibrahim, tantangan dan masalah komunikasi dalam situasi yang baru adalah perasaan cemas atau kecemasan dan kebingungan atau ketidakpastian (*Uncertainty*), baik dalam berperilaku maupun dalam memahami pesan – pesan komunikasinya. (Ibrahim, 2020)

Mengalami kekhawatiran atau sekalipun merindukan rumah merupakan hal yang normal. Semua orang yang merantau akan mengalami masa penyesuaian selama beberapa minggu hingga bulan pertama. Bersabarlah dengan diri sendiri dan pahami bahwa hal tersebut merupakan sebuah proses yang nantinya akan terbiasa dengan lingkungan baru.

Menurut Teori *Shock Culture* yang pertama kali dicetuskan oleh Edward Hall pada tahun 1959, hal di atas sebagai sebuah gangguan pada semua hal yang biasa dihadapi ditempat asal menjadi sangat berbeda dengan hal yang dihadapi ditempat baru dan asing. (Maizan dkk, 2020)

Menurut Furhan 1998 *Shock Culture* atau dapat disebut Gegar Budaya melibatkan (1) perasaan kehilangan identitas dan perampasan identitas dalam hal status, nilai, profesi, dan teman yang dimiliki. (2) Tekanan identitas, sebagai hasil dari usaha dalam melakukan adaptasi psikologi (3) Penolakan atas identitas oleh anggota dari kebudayaan yang baru. (4) Kebingungan identitas, ambigu dan *unpredictable*. (5) Kegagalan identitas sebagai hasil dari ketidakmampuan untuk bekerjasama dengan lingkungan baru. (Bidang dkk: 2018)

Berada dalam situasi yang baru, berasal dari latar belakang kebudayaan yang berbeda dan dihadapkan pada satu pengalaman serta harapan tertentu seringkali memunculkan rasa cemas (kecemasan) yang tidak menentu (ketidak-pastian) dalam komunikasi. Akibatnya pun, seringkali proses komunikasi dan pemaknaan pesan yang *mindfulness* sulit didapatkan secara maksimal. Oleh karena itu, keadaan seperti ini harus diminimalisir agar kita nyaman bertempat tinggal ditempat yang baru.

Komunikasi interpersonal berperan dalam mengurangi ketidakpastian. Komunikasi interpersonal pada dasarnya merupakan sebuah sistem, yang dapat dipengaruhi oleh aturan dan harapan, serta persepsi dan konsep diri pihak-pihak yang saling berkomunikasi. Hal ini sesuai dengan pernyataan Berger dan Calabrese pada tahun 2013 bahwa komunikasi merupakan alat untuk mengurangi ketidakpastian seseorang. (Febriani & Iqbal, 2017)

Proses komunikasi dengan keluarga sekarang lebih mudah, hal ini seiring dengan perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) yang pesat dan semakin luas. IPTEK memiliki dampak sangat signifikan terhadap kemampuan menggunakan media sosial. Penelitian

terkait komunikasi interpersonal warga pada keluarga yang merantau menunjukkan bahwa komunikasi keluarga merupakan bagian penting dalam menjaga harmoni keluarga.

Terlihat di Lingkungan Ngasinan Sendangsari, Kelurahan Giriwono, Kecamatan Wonogiri RW 007 dimana sebagian masyarakat pergi merantau berkisar 40 anggota keluarga. Adanya teknologi komunikasi sekarang ini mempermudah mereka untuk berkomunikasi. Komunikasi interpersonal antara warga yang merantau dengan keluarga dirumah menggunakan media sosial. Media sosial yang sering digunakan adalah *WhatsApp*.

Begitu pula yang terjadi pada warga Lingkungan Ngasinan Sendangsari Kelurahan Giriwono Kecamatan Wonogiri, berdasarkan wawancara dengan Ibu Margiyani yang ditinggal merantau oleh anaknya yang bernama Dwi Murdiani ke Bandung menyatakan bahwa setiap hari selalu bertukar kabar, mereka bertukar kabar dengan menggunakan media sosial *WhatsApp*. Saat pertama Ibu Margiyani ditinggal anak perempuan merasa cemas, merasa takut jika anak perempuan terjadi sesuatu. Begitu juga dengan Dwi Murdiani saat pertama merantau sendiri merasa bingung dengan lingkungan yang jauh berbeda dengan didesa sendiri. Untuk menghilangkan perasaan cemas Ibu Margiyani dan anak selalu berkomunikasi setiap hari. Kendala yang dihadapi oleh Ibu Margiyani yaitu sinyal naik turun dan Ibu Margiyani kurang mahir dalam menggunakan *Handphone*. Cara mengatasi hal tersebut, Ibu Margiyani dalam menggunakan *WhatsApp* meminta tolong kepada tetangga untuk mengajarnya. Bagi Ibu Margiyani dan Mbak Dwi Murdiani *WhatsApp* memudahkan untuk berkomunikasi, tidak hanya dalam mengirim pesan singkat tetapi juga dapat mengirim foto dan pesan suara (*Voice Note*). Adanya komunikasi yang efektif tersebut hubungan keluarga diantara mereka terjalin erat.

Fenomena gegar budaya (*shock culture*) dan ketidakpastian (*uncertainty*) dilingkungan baru merupakan hal yang sering terjadi pada masyarakat dari kalangan pendatang. Ketidakpastian (*uncertainty*) juga dapat terjadi pada keluarga yang ditinggal merantau seperti menunggu kabar baik dari seseorang yang bersangkutan.

Komunikasi interpersonal dapat terjadi dilingkungan sekitar maupun dengan keluarga yang ditinggal merantau. Oleh karena itu, diperlukan upaya penyesuaian diri agar dapat beradaptasi dan berkomunikasi secara efektif. Komunikasi interpersonal jarak jauh bisa terjadi apabila keduanya memanfaatkan media dengan tepat, adanya keterbukaan, kepercayaan, sikap suportif, dan empati dari keduanya sehingga hubungan tetap dekat. Hubungan interpersonal yang baik akan menumbuhkan keterbukaan orang untuk mengungkapkan dirinya, sehingga makin efektif komunikasi yang berlangsung di antara keduanya.

METHODS

Jenis dasar penelitian ini mengutamakan suatu gambaran fenomena (deskripsi) yang ada dilapangan. Strategi yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif. Penelitian menggunakan pendekatan fenomenologi. Data yang digunakan adalah data primer dimana data ini diperoleh melalui hasil wawancara narasumber dari perantau beserta dengan keluarga. Data kedua menggunakan data sekunder untuk menunjang data primer dalam bentuk buku, jurnal, hasil observasi dan hasil dokumentasi.

Penelitian ini memilih wawancara terpimpin (*guided interview*). Sumber yang mengikuti wawancara adalah warga Ngasinan Sendangsari RW 007 Giriwono Wonogiri yang memiliki keluarga diperantauan. Peneliti melakukan wawancara dengan informan perantau sebanyak 10 orang dari 40 perantau, akan tetapi peneliti menentukan penjabaran informan guna memperoleh data yang tepat dan akurat.

Peneliti melakukan wawancara dengan informan perantau sebanyak 10 orang, akan tetapi peneliti menentukan penjabaran informan guna memperoleh data yang tepat dan akurat. Beberapa penjabaran informan yang telah ditentukan yakni informan utama, informan kunci, dan informan pendamping. Menurut artikel Fisipol Universitas Medan Area, berikut pengertian dari ketiga informan tersebut, 1) Informan utama, merupakan individu maupun kelompok yang dijadikan sumber data utama dalam penelitian yang terkesan mirip informan perantau. 2) Informan kunci, merupakan informan yang memiliki informasi secara menyeluruh dan dalam keluarga biasa disebut dengan saudara yang dituakan. 3) Informan pendamping, merupakan informan yang menyampaikan gambaran pendukung penelitian dan terkadang menyampaikan informasi yang tidak diberikan oleh informan utama maupun informan kunci. (Fisipol, 2022)

Teknik cuplikan pada penelitian ini menggunakan sampling *non-probabilitas* jenis *purposive sampling*, dimana penetapan sampel dengan menentukan target dari sumber yang diperkirakan paling cocok untuk dikumpulkan datanya. Penelitian ini mengambil subyek warga Ngasinan Sendangsari RW 007 Giriwono Wonogiri.

Teknik pemeriksaan keabsahan data penelitian ini menggunakan kriteria kredibilitas dengan teknik triangulasi data. Triangulasi adalah pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan sesuatu yang lain dari data itu sebagai pembanding.

Teknik analisis data menggunakan analisis kualitatif. Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah data menjadi satuan yang dapat dikelola mencari dan menemukan pola, menemukan sesuatu yang penting dipelajari, dan memutuskan yang dapat diceritakan kepada orang lain, sehingga dalam mengolah data peneliti melakukan pengumpulan data, reduksi data, dan penyajian data.

RESULT AND DISCUSSION

Komunikasi Interpersonal Perantau dengan Keluarga

Komunikasi interpersonal antara anggota keluarga di rumah dan anggota keluarga di perantauan terjadi dalam beberapa konteks yaitu; keterbukaan (*openness*); empati (*emphaty*); dukungan (*supporiveness*); rasa positif (*positiveness*); kesetaraan (*equality*). **Keterbukaan (*Openness*)**. Keterbukaan pada setiap keluarga yang ada di tempat berbeda berpengaruh besar terhadap kepercayaan dan kejujuran keluarga. Tidak semua perantau terbuka dalam komunikasi dengan keluarga, alasannya karena ada salah satu perantau yang memiliki sikap pendiam atau kurang bersosialisasi. Perantau yang kadang terbuka dan kadang tertutup dalam berkomunikasi, hal ini memiliki alasan jika semua hal ada yang tidak perlu dibicarakan dengan keluarga karena hal pribadi.

Empati (*Emphaty*). Empati dalam komunikasi dapat menjadi dasar untuk komunikasi yang terbuka, saling menghargai, dan membangun hubungan sosial keluarga yang positif. Perantau yang mengalami hal kurang mengenakkan di lingkungan baru seperti adu argumen, pemalakan, dan sakit yang kurang wajar langsung bercerita kepada keluarga lewat telepon ataupun *video call*. Bentuk empati yang diberikan yaitu memberi semangat serta dorongan kepada keluarga yang mengalami kesusahan, dengan adanya saling pengertian antara perantau dengan keluarga yang ditinggal rantau dapat membuat interaksi yang baik.

Dukungan (*Supporiveness*). Dukungan yang diberikan dalam berkomunikasi yaitu meluangkan waktu untuk berkomunikasi, dalam berkomunikasi jarak jauh dengan keluarga ada yang setiap hari, seminggu satu kali, dua minggu satu kali, bahkan sampai berbulan-bulan baru sempat berkabar. Seringnya berkomunikasi dengan keluarga dapat menciptakan komunikasi yang kondusif.

Rasa Positif (*Positiveness*). Rasa positif yang biasa diberikan kepada keluarga misalnya selalu berpikir positif keluarga yang merantau selalu diberi kesehatan dan dilancarkan usahanya. Selain itu, sebagian besar perantau mampu bersabar dalam menunggu kabar apabila belum mendapatkan balasan. Ada perantau yang berasumsi negatif ketika ditempat rantau karena takut tidak dapat memberi kabar keluarga karena keterbatasan alat komunikasi dan kesibukan kerja.

Kesetaraan (*Equality*). Semua perantau mendapatkan umpan balik berupa pesan *chat* maupun *video call*. Informan sudah pasti menghargai umpan balik atau pesan balasan. Umpan balik berperan penting untuk membantu informan memahami apa yang sedang dikomunikasikan. Ada informan yang sulit untuk mendapatkan umpan balik, hal ini dikarenakan kesibukan perantau dan keluarga yang ditinggal kurang mahir dalam menggunakan *handphone* karena faktor usia (sudah tua).

Perantau Mengalami Hambatan Komunikasi Interpersonal

Ada hambatan-hambatan dalam aktifitas komunikasi interpersonal antara anggota keluarga di rumah dan anggota keluarga di perantauan Beberapa hambatan yang sering dialami oleh para anggota keluarga di perantauan seperti sinyal yang tidak stabil, kesalahpahaman dalam penyampaian kata atau kalimat ketika komunikasi berlangsung, hingga kesibukan masing-masing. Adanya hambatan yang dialami oleh perantau dengan keluarga harus mencoba mencari berbagai solusi untuk meminimalisir hambatan yang terjadi.

Hasil penelitian berkaitan dengan komunikasi interpersonal antara anggota keluarga di rumah dan anggota keluarga di perantauan menemukan bahwa perantau dari Lingkungan Ngasinan Sendangsari RW 007 yang merantau ke Kabupaten atau Kota besar banyak mengalami proses antara lain sebagai berikut: (1) perantau mengalami *shock culture* (gegar budaya); (2) perantau mengalami *uncertainty* (ketidakpastian); (3) perantau mengalami *uncertainty* (ketidakpastian); (4) komunikasi warga yang merantau dengan keluarga perantau; (5) intensitas komunikasi warga yang merantau dengan keluarga perantau; (6) mengalami hambatan komunikasi interpersonal

Perantau Mengalami *Shock Culture* (Gegar Budaya)

Perantau yang tiba di lingkungan baru (tempat rantau) pasti mengalami *shock culture* atau gegar budaya, walaupun ada juga yang tidak mengalaminya. Perantau memutuskan untuk pergi merantau adalah untuk memperbaiki keekonomian keluarga. Oleh karena itu sebagian besar perantau merasa bahagia ketika pergi merantau.

Shock culture atau gegar budaya yang dialami perantau antara lain perbedaan budaya setempat, agama, gaya berbicara maupun bahasa yang digunakan sehari-hari, logat dialek setempat yang mengakibatkan gagal paham bagi perantau, perbedaan harga bahan pokok dan BBM, serta perbedaan bentuk masakan dari segi rasa maupun tampilan.

Perbedaan *budaya* setempat yang ditemukan dalam penelitian ini yaitu adanya makam di lingkungan rumah. Hal tersebut menurut masyarakat sekitar sebagai bentuk penghormatan keluarga yang telah meninggal dunia. Selain itu dalam penelitian ini juga ditemukan perbedaan yaitu harga bahan pokok dan BBM. Perantau merasa heran harga BBM dikota lebih mahal yaitu sekitar 17.000 perliter, sedangkan didesa cukup dengan 13.000 perliter. Harga bahan pokok juga berbeda jauh dengan tempat asal dimana uang 200.000 di tempat asal sudah dapat membeli bahan pokok komplit, namun di tanah rantau hanya mendapat beberapa bahan pokok saja. Perantau juga merasakan perbedaan makanan seperti makanan merah tetapi tidak pedas serta perbedaan nama makanan.

Perantau ada yang merasa belum bisa beradaptasi dengan lingkungan sekitar walaupun sudah *membraur* namun tetap sulit karena dialek setempat masih ada dalam gaya bicara terkadang membuat bingung. Selain itu juga ditemukan perantau yang mengalami kesulitan berinteraksi karena belum mendapatkan tempat usaha. Ingin bertanya akan tetapi merasa takut dianggap akan menyaingi usaha yang telah ada. Untuk mengatasi gegar budaya yang dialami, perantau berusaha untuk cepat menyesuaikan diri dan sering bersosialisasi dengan masyarakat sekitar.

Perantau Mengalami *Uncertainty* (Ketidakpastian)

Selain *shock culture*, perantau juga mengalami kecemasan saat di tempat rantau. Perantau merasa khawatir hidup di kota besar banyak kriminalitas. Terkadang perantau merasa cemas karena rindu dengan keluarga yang ada dirumah. Ada perantau yang merasakan kecemasan setelah mengalami pemalakan atau premanisme dan hal itu terjadi kembali.

Gaya hidup di kota besar akan membawa perubahan sosial perantau, namun dalam penelitian ini tidak ditemukan jika perantau mengalami perubahan sosial. Ketika jauh dengan keluarga dan mengalami beberapa masalah di tempat rantau, biasanya perantau langsung menginformasikan ke keluarga yang ada di rumah. Perantau merasa membutuhkan dukungan dari keluarga di rumah. Begitu juga sebaliknya, keluarga di rumah selalu menanti kabar bagaimana keadaan perantau yang ada di tempat rantau, dalam menjalin komunikasi interpersonal jarak jauh harus dilandaskan kepada keterbukaan antara perantau dengan keluarga meski yang diungkapkan adalah hal yang kurang menyenangkan.

Komunikasi Warga yang Merantau dengan Keluarga Perantau

Komunikasi antara perantau dengan keluarga yang ada di rumah berjalan dengan lancar walaupun ada perantau yang tidak dapat saling berkomunikasi. Setiap keluarga mempunyai cara masing-masing untuk saling terhubung satu sama lain ketika sedang terhalang oleh jarak.

Ketika perantau mengalami *shock culture* atau gegar budaya biasanya langsung menceritakan kejadian tersebut kepada keluarga. Seperti kejadian sakit yang kurang wajar, pihak perantau lalu menghubungi keluarga yang ada dirumah walaupun kejadian tersebut adalah kejadian yang tidak mengesankan, keluarga harus tau jika perantau sedang sakit. Keluarga yang ada dirumahpun bergegas mencari obat dan segera menyusul perantau ke tempat rantau.

Perantau yang mengalami adu argumen dan pemalakan juga menginfomasikan ke keluarga agar keluarga tahu dan tidak berpikir yang berlebihan. Komunikasi yang seperti ini adalah komunikasi yang diharapkan keluarga dirumah, kabar baik atau kabar buruk selalu diinformasikan.

Sebagian besar perantau menggunakan media sosial *WhatsApp* dan telepon seluler untuk tetap berkomunikasi dengan keluarga. Alasan perantau memakai *WhatsApp*, karena *WhatsApp* adalah media sosial yang paling mudah digunakan dan memiliki fitur *video call*. Perantau yang menggunakan telepon seluler adalah pengguna orang tua yang kurang memahami android. Komunikasi yang terjadi antara perantau dan keluarga berjalan dengan baik dan efektif apabila komunikasi sering dilakukan oleh keduanya, sehingga dapat meningkatkan kedekatan hati antara perantau dengan keluarga.

Intensitas Komunikasi Warga yang Merantau dengan Keluarga Perantau

Intensitas komunikasi antara informan dengan keluarga di rumah berbeda-beda. Beberapa informan menyebutkan bahwa intensitas komunikasi antara perantau dengan keluarga dilakukan setiap hari secara *intens*. Ada informan menyebutkan bahwa komunikasi yang dilakukan secara tidak terlalu *intens* tetapi komunikasi tetap berjalan seperti berkomunikasi hanya beberapa minggu sekali, bahkan sampai beberapa bulan sekali. Sedangkan ada informan lainnya yang menyebutkan bahwa komunikasi antara perantau dengan keluarga tidak dilakukan sama sekali dengan alasan kurang mahir *handphone*.

Mengalami Hambatan Komunikasi Interpersonal

Semua proses komunikasi mengalami hambatan atau konflik terlebih komunikasi berjarak jauh. Beberapa hambatan yang dialami perantau saat berkomunikasi dengan keluarga yaitu *pertama*, hambatan mekanik merupakan hambatan yang timbul akibat adanya gangguan pada saluran komunikasi. Pada penelitian ini ditemukan beberapa perantau dengan keluarga perantau yang mengalami susah sinyal dalam berkomunikasi, walaupun sedang berada di kota besar masih ada daerah yang susah mendapatkan sinyal, hanya beberapa kartu paket data yang dapat digunakan, jika ingin mengganti paket data masih berpikir dua kali karena harga perbulan yang cukup mahal.

Kedua, hambatan semantik merupakan hambatan yang timbul karena salah persepsi atau salah paham dalam berkomunikasi. Pada penelitian ini ditemukan kesalahpahaman ketika berkomunikasi, hal ini disebabkan oleh berkurangnya pendengaran yang dialami oleh perantau. Jika sedang *video call* terkadang kurang mendengar apa yang dibicarakan, sehingga apa yang didengar berbeda makna dengan apa yang dibicarakan. Selain itu juga ketika sedang telepon kurang merespon atau terdiam jika tidak berbicara dengan jelas. Alhasil terjadi cecok karena salah paham atau salah dengar.

Ketiga, hambatan manusiawi merupakan hambatan yang timbul berasal dari dalam diri. Pada penelitian ini ditemukan perantau yang mengalami penurunan pendengaran karena faktor

usia, untuk mengatasi hal tersebut keluarga yang menghubungi harus berbicara jelas dan tepat agar tidak terjadi salah paham. Selain itu juga ditemukan perantau yang memiliki sifat menutup diri, sehingga yang memulai komunikasi adalah keluarga yang ada di rumah.

CONCLUSION

Hasil dari penelitian ini yaitu pertama, bahwa ketika mengalami *shock culture* dan *uncertainty*, komunikasi yang dilakukan secara jarak jauh melalui *video call* menggunakan *WhatsApp*. Kedua, intensitas komunikasi interpersonal yang dihubungkan oleh jarak pada penelitian ini sudah cukup intens. Ketiga, hambatan dalam komunikasi interpersonal dengan jarak jauh yang dilakukan oleh warga dengan keluarga perantauan yaitu hambatan mekanik yang disebabkan oleh jaringan komunikasi, hambatan semantik yang disebabkan oleh perbedaan makna dan pengertian pada pesan yang disampaikan., dan hambatan manusiawi yang disebabkan oleh penurunan pendengaran informan karena faktor diri dan informan yang memiliki sifat menutup diri.

REFERENCES

- Astuti, N. F. (2020). *Mengenal Bentuk Komunikasi, Berikut Pengertiannya Menurut Para Ahli*. Merdeka.Com.
- Bidang, A. S., Erawan, E., & Sary, K. A. (2018). Proses Adaptasi Mahasiswa Perantauan dalam Menghadapi Gegar Budaya (Kasus Adaptasi Mahasiswa Perantauan di Universitas Mulawarman Samarinda). *Ilmu Komunikasi*, 6(3), 212–225.
- Budianto, I. (2009). Proses komunikasi interpersonal antara guru dengan murid penyandang autisme di kursus piano Sforzando Surabaya. *Jurnal E-Komunikasi*, 1(2), 61–70.
- Falimu. (2017). Etika Komunikasi Pegawai Terhadap Pelayanan Penerbitan Pajak Bumi Dan Bangunan. *Jurnal Komunikator*, 9(1), 9–16.
- Febriani, N. W., & Iqbal, F. (2017). Strategi Pengurangan Ketidakpastian Dalam Sistem Komunikasi Interpersonal (Studi Fenomenologi pada Peserta On The Job Training Program Ke Jepang dari PT. Hitachi Construction Machinery). *Komunikasi PROFETIK*, 8(2), 65–79.
- Fisipol. (2022). Macam-macam Klasifikasi Informan dalam Penelitian Kualitatif. *April*.
- Ibrahim. (2020). *Pengelolaan Kecemasan dan Ketidakpastian dalam Komunikasi Mahasiswa di Kampus IAIN Pontianak*. 8(2), 207–220.
- Kasnawi, M. T., & Asang, S. (2017). Konsep dan Pendekatan Perubahan Sosial. In *Sosiologi*.
- Maizan, S. H., Bashori, K., & Hayati, E. N. (2020). Analytical Theory : Geger Budaya (Culture Shock). *Psycho Idea*, 18(2), 147. <https://doi.org/10.30595/psychoidea.v18i2.6566>
- Novianti, R. D., Sondakh, M., & Rembang, M. (2017). Komunikasi Anatarpribadi Dalam Menciptakan

- Harmonisasi (Suami Dan Istri) Keluarga Didesa Sagea Kabupaten Halmahera Tengah. *E-Journal "Acta Diurna"*, VI(2), 1–15.
- Nurhadi, Z. F., & Kurniawan, A. W. (2017). Kajian Tentang Efektivitas Pesan Dalam Komunikasi. *Jurnal Komunikasi*, 3(1), 90–95. <https://doi.org/ISSN: 2461-0836>
- Prasanti, D. (2018). Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 13–21. <https://doi.org/10.30656/lontar.v6i1.645>
- Pratiwi, E., & Susanto, Y. O. (2020). *Penyesuaian diri terhadap fenomena gegar budaya di lingkungan kerja*. 19(2), 249–262.
- Pratiwi, N. I. (2017). Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1(2), 212.
- Sholik, M. I., Rosyid, F., Mufa'idah, K., Agustina, T., & Ashari, U. R. (2016). Merantau Sebagai Budaya (Eksplorasi Sistem Sosial Masyarakat Pulau Bawean). In *Cakrawala* (Vol. 10, Issue 2). <https://doi.org/10.32781/CAKRAWALA.V10I2.39.G37>
- Singestecia, R., Handoyo, E., & Isdaryanto, N. (2018). Partisipasi Politik Masyarakat Tionghoa dalam Pemilihan Kepala Daerah di Slawi Kabupaten Tegal. *Unnes Political Science Journal*, 2(1), 63–72.

Analisis Framing Tragedi Kanjuruhan Pada Media Online CNN Indonesia

Munanda Okki Saputro¹, Joko Suryono², Yoto Widodo³

^{1,2,3}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Veteran Bangun Nusantara

E-mail: ¹bungokki@gmail.com; ²jokowignyo@gmail.com; ³yotowdd@yahoo.com

Abstract

Pertandingan sepak bola antara Arema FC melawan Persebaya FC pada 1 Oktober 2022 menjadi perhatian publik dikarenakan terjadinya kerusuhan pada akhir pertandingan kedua klub tersebut yang memakan 135 korban jiwa. Sepak bola merupakan olahraga terpopuler di Indonesia sehingga pertandingan sepak bola khususnya pada pertandingan liga 1 Indonesia yang merupakan tontonan paling digemari oleh setiap kalangan dari berbagai lapisan masyarakat. Kegemaran terhadap olah raga sepak bola berbanding lurus dengan fanatisme dari penggemar untuk mendukung tim kebanggaannya sehingga muncul kelompok-kelompok penggemar klub sepak bola yang disebut sebagai *supporter*. Masyarakat dapat mengetahui lebih mendalam mengenai kasus kerusuhan tersebut melalui media khususnya portal media *online*. Media dapat mengkonstruksi informasi mengenai kasus tersebut dengan narasi yang dibentuk melalui berita. Salah satu portal berita yang memuat pemberitaan Kasus Tragedi Kanjuruhan adalah CNN Indonesia. Tujuan Penelitian ini untuk mengkaji bagaimana *framing* yang dilakukan oleh CNN Indonesia terhadap pemberitaan Kasus Tragedi Kanjuruhan menggunakan Analisis *Framing* Model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki melalui empat perangkat *framing* yaitu sintaksis, skrip, retorik, dan tematik. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menganalisis lima judul berita Kasus Tragedi Kanjuruhan yang dimuat pada media CNN Indonesia edisi Oktober 2022. Hasil dari penelitian ini menunjukkan media CNN Indonesia membingkai pemberitaan bahwa terdapat keteledoaran dari pihak penyelenggara pada Pertandingan kasta tertinggi sepak bola Indonesia dengan tensi tinggi bahkan sampai meregang nyawa. CNN Indonesia memberikan penekanan pada setiap tindakan yang dilakukan oleh Pihak yang terlibat sebagai *Security Steward*, terkhusus Kepolisian. CNN Indonesia berusaha mengkonstruksi tragedi Kanjuruhan sebagai isu yang substansial untuk direfleksikan pada publik. *Framing* pemberitaan CNN Indonesia dilakukan dengan cara antara lain: pemilihan sumber berita, pemilihan kutipan dari sumber berita, dan gambar, elemen-elemen tersebut digunakan untuk mendukung struktur *framing* yang dibangun oleh CNN Indonesia.

Kata Kunci: Pertandingan Sepak Bola, Tragedi Kanjuruhan, CNN Indonesia, *Framing*

INTRODUCTION

Peristiwa yang terjadi pada tanggal 1 Oktober 2022 di Stadion Kanjuruhan, Malang, Jawa Timur pasca-Laga Arema FC VS Persebaya Surabaya yang menewaskan 132 orang dikenang oleh seluruh rakyat Indonesia, terkhusus pecinta sepak bola sebagai tragedi duka yang mendalam, Tragedi Stadion Kanjuruhan 2022. Semula pihak panitia penyelenggara melayangkan permintaan mengenai pertandingan Arema FC melawan Persebaya untuk dilaksanakan pada 1 Oktober 2022 pada pukul 20.00 WIB. Namun pihak Polres merekomendasikan untuk waktu pertandingan diajukan menjadi pukul 15.30 WIB dengan alasan keamanan. Permintaan polri tersebut ditolak oleh PT Liga Indonesia Baru (LIB) karena masalah penayangan siaran langsung hingga kerugian ekonomi. Oleh karena itu, pihak Kepolisian menyiapkan 2.034 personel yang awalnya direncanakan 1.073 dan hanya supporter Aremania yang diperbolehkan untuk masuk stadion.

Sepak bola adalah salah satu olahraga sangat populer di Indonesia. Olahraga ini dipertontonkan pada seluruh tingkatan, dari anak-anak, muda hingga setengah baya, laki-laki, maupun perempuan.

Liga sepak bola Indonesia dimulai pada kisaran tahun 1930-an di era kolonial Belanda dan liga profesional mulai diproduksi di Indonesia pada tahun 1993. Masa ini Liga Super Indonesia adalah liga profesional tingkat teratas yang sedang jadi bersamaan dengan Liga Prima Indonesia.

Media yang memberitakan tentang Tragedi Kanjuruhan mempunyai pandangan sendiri dalam memaknai isu yang sedang beredar. Oleh karena itu media dalam menulis suatu berita mempunyai opini tersendiri mulai dari sudut berita, pemaknaan berita, sampai gaya penulisan berita sesuai isu-isu yang akan dimunculkan di media tersebut (Muhtadi, 2008: 47).

Penulisan berita harus tepat sesuai dengan fakta peristiwa atau kejadiannya. Data yang dituliskan dalam berita harus sesuai dengan konteks permasalahan yang diliput dan dapat dipertanggungjawabkan secara moral dan hukum. Nama orang, jabatan orang, tempat kejadian, tanggal kejadian, dan data-data yang berkaitan dengan angka tidak boleh melenceng. Berita yang ditulis adalah fakta dari peristiwa yang sebenarnya. Tidak boleh mengandung opini atau pendapat dari jurnalis. Kalau tulisan mengandung opini, berita akan cenderung tidak sesuai dengan konteks permasalahan. Dalam konteks kejelasan (*clarity*), kalimat harus dibuat secara teratur, mulai dari pokok kalimat (subjek), sebutan (predikat), objek (O) dan keterangan (K) (Hariyanto, 2019:123).

Pada dasarnya berita yang dimuat pada media massa sudah mengalami *framing* atau pembingkai. *Framing* dalam media digunakan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Cara pandang dan perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan serta hendak dibawa kemana berita tersebut (Sobur, 2001:162).

Analisis *framing* secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas dibingkai oleh media. Metode semacam ini tentu berusaha mengerti dan menafsirkan makna dari suatu teks dengan jalan menguraikan bagaimana media membingkai isu atau peristiwa yang sama tetapi bisa saja dibingkai berbeda oleh media (Eriyanto, 2004:3).

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan *framing* Pemberitaan Tragedi Kasus Kanjuruhan menurut analisis Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki melalui empat perangkat *framing* (*sintaksis, skrip, tematik, retorik*) pada media *online* CNN Indonesia.

Penerapan Kode Etik Jurnalistik

Kode Etik Jurnalistik merupakan acuan dasar yang menyangkut etika dalam ilmu jurnalistik, beberapa pedoman etika yang patut mendapatkan perhatian dalam pelaksanaan tugas dan perilaku jurnalistik di lapangan menurut (Nugroho dan Samsuri, 2013:291) adalah sebagai berikut: (1) Wartawan Indonesia bersikap Independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk; (2) Wartawan Indonesia menempuh cara-cara yang profesional dalam melaksanakan tugas jurnalistik; (3) Wartawan Indonesia selalu menguji informasi memberitakan

secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah; (4) Wartawan Indonesia tidak membuat berita bohong, fitnah, sadis, dan cabul. (5) Wartawan Indonesia tidak menyebutkan dan menyiarkan identitas korban kejahatan susila dan tidak menyebutkan identitas anak yang menjadi pelaku kejahatan; (6) Wartawan Indonesia tidak menyalahgunakan profesi dan tidak menerima suap; (7) Wartawan Indonesia memiliki hak tolak untuk melindungi narasumber yang tidak bersedia diketahui identitas maupun keberadaannya, menghargai ketentuan embargo, informasi latar belakang, dan *off the record* sesuai dengan kesepakatan; (8) Wartawan Indonesia tidak menulis atau menyiarkan berita berdasarkan prasangka atau diskriminasi terhadap seseorang atas dasar perbedaan suku, ras, warna kulit, agama, jenis kelamin, dan bahasa serta tidak merendahkan martabat orang lemah, miskin, sakit, cacat jiwa atau cacat jasmani; (9) Wartawan Indonesia menghormati hak narasumber tentang kehidupan pribadinya, kecuali untuk kepentingan public; (10) Wartawan Indonesia segera mencabut, meralat, dan memperbaiki berita yang keliru dan tidak akurat disertai dengan permintaan maaf kepada pembaca, pendengar, dan atau pemirsa; (11) Wartawan Indonesia melayani hak jawab dan hak koreksi secara proporsional.

Kode etik jurnalistik mengandung nilai-nilai dasar di bidang jurnalistik yang dapat dipakai pada semua media. Dengan demikian kode etik jurnalistik ini juga berlaku untuk media cetak, radio, televisi, dan sebagainya (Sukardi, 2015: 329). Di Indonesia kode etik jurnalistik diatur dan ditetapkan oleh PWI Persatuan Wartawan Indonesia dalam Peraturan Dasar (PD), Peraturan Rumah Tangga (PRT), Dan Kode Etik Jurnalistik PWI pada www.pwi.or.id. Kode etik jurnalistik tersebut berkaitan dengan 9 Elemen Jurnalistik menurut Kovach, wartawan Amerika kelahiran Tennessee 1932:

Ke-9 elemen jurnalistik tersebut antara lain; **Kebenaran**; Kebenaran dalam konteks jurnalistik adalah fakta, data, atau peristiwa yang sebenarnya. Wartawan tidak boleh memanipulasinya, tidak boleh melakukan framing, atau melaporkan hal yang bertolak belakang dengan fakta. **Loyalitas**; Wartawan mengabdikan kepada publik atau pembacanya. Benar, ia bekerja kepada perusahaan media yang punya kepentingan tersendiri, namun tugas utamanya adalah melayani publik, memenuhi rasa ingin tahu publik, dan memberi informasi yang sebenarnya kepada pembaca atau pemirsa. **Verifikasi**; Disiplin verifikasi adalah hakikat jurnalistik yang membedakannya dari isu, gosip, rumor, atau desas-desus. Wartawan harus melakukan cek dan ricek, konfirmasi, memastikan kebenaran sebuah peristiwa. Verifikasi pula yang menghindarkan wartawan menyebarkan pemberitaan palsu atau hoax. **Independensi**; Wartawan harus bersikap independen, bebas dari kecenderungan apa pun terhadap objek pemberitaan. Dalam konteks ini, wartawan boleh mencampurkan opini dan fakta. Ia hanya mengemukakan pendapatnya dalam kolom opini (tidak dalam berita). **Pemantau kekuasaan**; Dalam UU Pers disebutkan fungsi pers sebagai pengawas sosial (*social control*). Wartawan menjadi *watch dog* yang mengkritisi kebijakan pemerintah dan perilaku masyarakat.

Forum publik; Wartawan dengan pemberitaannya, membuka ruang bagi pembaca untuk berkomentar, memperkaya informasi, menyampaikan hak jawab, atau bahkan koreksi. **Menarik dan relevan;** Wartawan bertugas membuat berita agar menarik perhatian dan relevan dengan kepentingan dan kebutuhan publik. **Komprehensif;** Pemberitaan harus menyeluruh, meliputi semua unsur berita 5W+1H sehingga tidak menyisakan tanya. Ada bentrokan, misalnya, harus dijelaskan kenapa bentrokan terjadi, apa penyebabnya, siapa pelaku bentrokan, di mana, kapan, bagaimana prosesnya. **Hati nurani;** Wartawan diizinkan mendengarkan atau mengikuti hati nurani yang tidak bisa dibohongi atau takkan bohong. Wartawan punya pertimbangan pribadi tentang etika dan tanggungjawab sosial. Wartawan yang bekerja di media propaganda. Media yang dikendalikan kelompok kepentingan tertentu, seringkali harus mengabaikan hati nuraninya. Ia tersiksa, kecuali memang “se-ideologi” dengan pemilik kepentingan.

METHODS

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan strategi penelitian analisis framing dari Zhongdang Pan Gerald M. Kosicki. Penelitian dilakukan dengan mencari dokumentasi pemberitaan tentang Kasus Tragedi Kanjuruhan 1 Oktober 2022 di portal media online CNN Indonesia yang dimuat pada website resmi www.cnnindonesia.com edisi Oktober 2022 dengan kurun waktu 02 – 31 Oktober 2022 sejumlah 5 berita.

Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data dalam penelitian ini adalah teknik content analysis pada berita liputan media online CNN Indonesia edisi Oktober 2022 tentang pemberitaan kasus Tragedi Kanjuruhan. Menurut Barelson, *Content Analysis* atau Analisis konten adalah suatu teknik penelitian yang digunakan untuk menghasilkan deskripsi yang objektif dan sistematis mengenai isi yang terkandung dalam media komunikasi. Analisis konten dimaknai sebagai teknik yang sistematis untuk menganalisis makna pesan dan cara mengungkapkan pesan (Zuchdi, 1993: 3). Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini dibantu dengan menggunakan lembar koding. Lembar Koding merupakan lembar yang digunakan untuk pengodean data. Data coding atau pengodean data memegang peranan penting dalam proses analisis data, dan menentukan kualitas abstraksi data hasil penelitian. Lembar koding yang digunakan berisikan perangkat framing yang diberikan kepada interpreter untuk mengetahui dan mendeskripsikan framing Pemberitaan Kasus Tragedi Kanjuruhan 1 Oktober 2022 menurut analisis Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki melalui empat perangkat framing (sintaksis, skrip, tematik, retorik) pada media online CNN Indonesia.

RESULT AND DISCUSSION

Pemberitaan kasus tragedi Kanjuruhan pada media CNN Indonesia yang diteliti antara lain: (1) Kronologi Tragedi Kanjuruhan Versi Kapolri; (2) Jokowi: Stadion Kanjuruhan Akan Dirobohkan; (3) Rekonstruksi Tragedi Kanjuruhan, Tak Ada Gas Air Mata ke Arah Tribun; (4) Polri Soal 6 Tersangka Tragedi Kanjuruhan Tak Ditahan: Masih Berproses; (5) Enam Tersangka Tragedi Kanjuruhan Resmi Ditahan di Polda Jatim.

Struktur sintaksis, dilihat dari judul, lead, latar informasi, kutipan, opini atau pernyataan, dan penutup berita yang dimuat terdapat clickbait pada judul berita yang ditulis oleh wartawan CNN Indonesia sehingga mengundang pembaca untuk mengakses dan memahami isi berita. Penulisan judul yang terkesan melebih-lebihkan pada berita kedua yaitu “Jokowi: Stadion Kanjuruhan Akan Dirobohkan,” memicu pembaca untuk mengetahui penyebab dirobohkannya Stadion Kanjuruhan, namun ternyata memiliki ketidaksesuaian dengan informasi yang diberikan. Hal itu tidak sesuai dengan tugas utama Jurnalis dalam memenuhi rasa ingin tahu publik dan kode etik jurnalistik yaitu menarik dan relevan, karena tidak sesuai dengan kebutuhan publik. Wartawan CNN Indonesia menggunakan 4 Narasumber, yaitu Kapolri Jenderal Listyo Sigit Prabowo, Presiden Joko Widodo, Kepala Divisi Humas Polri Irjen Dedi Prasetyo, dan Kabid Humas Polda Jatim Kombes Dirmanto. Wartawan menuliskan berita dengan menegaskan ulang kutipan dari narasumber yang bertujuan untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi berita.

Struktur skrip, dilihat dari kelengkapan struktur berita CNN Indonesia menuliskan berita tidak dilengkapi 5W+1H. Wartawan CNN Indonesia menonjolkan unsur What (Apa) yaitu mengenai perkembangan kasus tragedi Kanjuruhan dan unsur Who (Siapa) yaitu tokoh-tokoh yang dijadikan narasumber dalam pemberitaan. CNN Indonesia mengesampingkan unsur How (Bagaimana) karena berita dituliskan sesuai dengan pernyataan narasumber. Pada berita berjudul “Rekonstruksi Tragedi Kanjuruhan, Tak Ada Gas Air Mata ke Arah Tribun,” justru unsur How (Bagaimana) sangat ditonjolkan karena terdapat opini wartawan mengenai apa yang dilihat secara langsung oleh Wartawan CNN Indonesia ketika menyaksikan rekonstruksi di lapangan Bola Mapolda Jawa Timur, Surabaya.

Struktur tematik, CNN Indonesia membawa masyarakat pada runtutan kronologi dan perkembangan proses hukum Kasus Tragedi Kanjuruhan, yaitu pada judul berita “Rekonstruksi Tragedi Kanjuruhan, Tak Ada Gas Air Mata ke Arah Tribun,” “Polri Soal 6 Tersangka Tragedi Kanjuruhan Tak Ditahan: Masih Berproses,” dan “Enam Tersangka Tragedi Kanjuruhan Resmi Ditahan di Polda Jatim.”

Struktur Retoris, Wartawan CNN Indonesia memberikan penekanan fakta pada pemberitaan dengan menggunakan gambar dan foto. Hal ini memperkuat fakta dalam pemberitaan dan seluruh gambar / foto yang digunakan oleh wartawan CNN Indonesia sesuai dengan pbingkai yang ingin dibentuk oleh CNN Indonesia serta cukup untuk mengilustrasikan fakta yang terjadi.

Judul Berita Mengandung Clickbait

Perhatian menjadi salah satu syarat terpenting untuk menyukseskan proses komunikasi karena merupakan portal utama untuk memasuki pikiran orang lain, dimulai dari menjelaskan sesuatu hingga berujung pada bujukan, rayuan, dan manipulasi. Inilah yang membuat perhatian sangat berharga sehingga bisa menjadi nilai jual (Hendricks & Vestergaard, 2018). Itulah yang membuat media menggunakan clickbait guna meningkatkan pendapatan melalui jumlah click yang didapat. Hal tersebut tidak sesuai dengan salah satu unsur dari 9 elemen jurnalistik yaitu menarik dan relevan. Meskipun judul berita dibuat menarik tetapi tidak sesuai dengan kepentingan serta kebutuhan publik dimana tugas utama seorang jurnalis adalah memenuhi rasa ingin tahu publik.

Pada lead berita menegaskan ulang judul berita guna mempermudah pembaca untuk mengetahui kemana berita akan dibawa. Sesuai dengan pendapat yang disampaikan oleh H. Rosihan Anwar (1984) pada bukunya yang berjudul *Bahasa Jurnalistik dan Komposisi* mengenai “10 Pedoman Penulisan Teras Berita” yaitu lead berita harus mencerminkan pokok berita, ringkas; mengandung 25 – 30 kata, mengutamakan unsur What (Apa) dan mudah dimengerti. Meskipun judul yang dituliskan mengandung click bait tetapi lead berita tetap dapat menjelaskan isi berita kepada pembaca walaupun informasi yang disajikan tidak relevan dengan pokok permasalahan.

Menggunakan Kutipan Narasumber Dalam Menjelaskan Peristiwa

CNN Indonesia dalam menyajikan berita menonjolkan kutipan narasumber sebagai sumber informasi pokok tetapi hanya terdapat satu narasumber dalam setiap pemberitaannya. Pengambilan informasi yang tidak seimbang dapat menimbulkan prespektif yang meluas dan tidak mengarah pada fakta yang hendak ditonjolkan oleh media. Maka dari itu wacana yang ditampilkan media dapat menunjukkan otoritas media tersebut, apakah memberi kesan baik kepada masyarakat atau sebaliknya (Badara: 2012, 5). Kesan baik dari masyarakat dapat dilihat dari bagaimana informasi yang ditampilkan berimbang antara kedua pihak dalam hal ini seharusnya CNN Indonesia juga memberikan porsi bagi narasumber dari pihak sipil atau korban dalam Tragedi Kanjuruhan. Meskipun begitu wartawan CNN Indonesia tetap menuliskan berita secara utuh dengan penegasan ulang pada kutipan narasumber. Maka pemilihan narasumber adalah faktor penting bagaimana arah wacana yang hendak dibawakan oleh media.

Hal ini kurang selaras dengan pernyataan yang disampaikan oleh Adi Syaiful Mukhtar, S.S. (Pengkaji Bahasa dan Sastra Kantor Bahasa Maluku) bahwa dalam pemberitaan lebih baik menggunakan kutipan dengan seperlunya karena pada dasarnya penggunaan kutipan hanyalah penguat berita. Pada judul berita “Rekonstruksi Tragedi Kanjuruhan, Tak Ada Gas Air Mata Ke Arah Tribun”

terdapat opini wartawan berdasarkan apa yang dilihat secara langsung oleh wartawan di tempat kejadian guna menambahkan informasi yang tidak dijelaskan dalam kutipan narasumber.

Menonjolkan berita melalui Unsur What dan Who

Menurut Kaidah Jurnalistik, sebuah teks berita dikatakan baik dan benar apabila mengandung unsur 5W+1H. Indiwani Seto Wahyu (2003:31) mengatakan bahwa sebuah berita yang baik itu memiliki unsur What (Apa), When (Kapan), Who (Siapa), Where (Dimana), Why (Mengapa), dan How (Bagaimana). Hal ini penting dan perlu diperhatikan agar informasi yang disampaikan dapat dimengerti dan tersampaikan dengan baik dan jelas kepada pembaca. Meskipun beberapa pemberitaan kasus tragedi Kanjuruhan tidak dilengkapi unsur 5W+1H, CNN Indonesia memberitakan peristiwa kejadian secara jelas dengan menonjolkan unsur yang lain. Hal yang ditonjolkan oleh CNN Indonesia dalam berita adalah What (Apa) dan Who (Siapa).

Penonjolan tokoh dari Instansi Kenegaraan terutama Polri sebagai narasumber utama dalam pemberitaan. Pada bagian ini, ditemukan dalam semua berita yang diteliti yaitu “Kronologi Tragedi Kanjuruhan Versi Kapolri,” “Jokowi: Stadion Kanjuruhan Akan Dirobohkan,” “Rekonstruksi Tragedi Kanjuruhan Tak Ada Gas Air Mata ke Arah Tribun,” “Polri Soal 6 Tersangka Tak Ditahan: Masih Berproses,” dan “6 Tersangka Tragedi Kanjuruhan Resmi Ditahan di Polda Jatim.”

Tidak Menggunakan Prinsip Cover Both Side (Berimbang)

Keberimbangan (balance) sumber berita dapat didefinisikan sebagai berita yang menampilkan dan mencantumkan semua sisi (pada penelitian ini dari sisi pemerintah dan sisi masyarakat), tidak menghilangkan (omission) dan menyeleksi sisi tertentu untuk diberitakan (Eriyanto dalam Parahita dan Rahardjo, 2019: 3). Maka dari itu, konsep keberimbangan ini mewajibkan media dalam menyajikan berita harus secara berimbang, tidak memihak, tidak berat sebelah dan selalu cover multi-side, karena hal ini akan berpengaruh pada kelayakan suatu berita, keandalan informasi, dan kredibilitas dari media berita terkait (Parahita dan Rahardjo, 2019: 3).

Untuk menjalankan tugas sebagai penyedia informasi publik CNN Indonesia seharusnya dapat menyajikan berita secara berimbang dari kedua belah pihak, baik dari segi penyampaian informasi yang objektif maupun dari pemilihan narasumber. CNN Indonesia dalam menyajikan berita mengenai kasus tragedi Kanjuruhan hanya menggunakan kutipan dari pihak kepolisian selaku security steward (Penjaga Keamanan) yang bertugas dan bertanggungjawab atas keamanan selama pertandingan Arema FC melawan Persebaya FC. Dimana dalam pertandingan tersebut terjadi kerusuhan yang mengakibatkan 135 korban jiwa.

Hal ini menegaskan bahwa dalam menyajikan berita CNN Indonesia tidak memenuhi unsur Cover Both Side (Berimbang). Sehingga mengarahkan publik untuk meningkatkan trust terhadap Kepolisian Republik Indonesia, sebab penetapan beberapa anggota polisi sebagai tersangka merupakan catatan buruk bagi kepolisian. Hal itu selaras dengan pernyataan (Louis Althusser dan

Gramsci: dalam Sobur, 2009) Media menempati posisi strategis dengan kekuasaan karena kekuatan legitimasinya dan ia menjadi arena pertarungan kepentingan dan ideologi.

CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa dari struktur sintaksis, skrip, tematik, dan retorik, CNN Indonesia dalam Kasus Tragedi Kanjuruhan cenderung mengarah sikap pro kepada Instansi Kenegaraan, yaitu Kepolisian selaku Security Steward yang bertugas sebagai pihak keamanan dalam pertandingan Arema FC melawan Persebaya FC, meskipun beberapa yang ditetapkan sebagai tersangka merupakan anggota kepolisian dan mengesampingkan pihak massa atau korban. CNN Indonesia kurang mengonfirmasi secara mendalam dengan pihak korban. Dibuktikan dengan bagaimana wartawan dalam memilih narasumber berita yaitu dari Pihak Kepolisian saja. Pendapat yang diuraikan oleh narasumber merupakan statement resmi dari Kepolisian tanpa ada pembandingan dari pihak korban. Wartawan CNN Indonesia terkesan hanya menonjolkan pihak kepolisian dengan memberikan porsi yang lebih banyak dan pihak korban bahkan tidak diberikan porsi sama sekali. Terlihat dalam pemilihan narasumber yang diambil dari pihak kepolisian dalam pemberitaan terkesan menggiring publik untuk meningkatkan trust terhadap aparaturnegara.

Judul yang dibuat oleh wartawan CNN Indonesia mengandung clickbait, dimana hal tersebut memicu pembaca untuk mengakses berita serta menambah 'klik dan views' pada website resmi CNN Indonesia yang mungkin itu menambah pendapatan media. Penggunaan kalimat yang bombastis pada judul berita yang digunakan oleh CNN Indonesia memang terkesan menarik, namun isi berita ternyata kurang relevan dengan kepentingan dan kebutuhan publik. Padahal salah satu tugas utama seorang jurnalis adalah memenuhi rasa ingin tahu publik.

Dalam menyajikan berita wartawan CNN Indonesia hanya menghadirkan narasumber dari satu pihak yaitu pihak kepolisian dan tidak menghadirkan narasumber dari pihak korban. Hal ini menunjukkan bahwa wartawan CNN Indonesia tidak sesuai dengan kode etik jurnalistik yaitu *Cover Both Side* (berimbang). Dapat disimpulkan bahwasanya produk berita CNN Indonesia tidak bermuatan kritik terhadap pemerintahan, justru muatan berita aman. Karena berisikan statement resmi dari pendapat yang diuraikan langsung oleh Instansi Kenegaraan yaitu Polri atau Kepolisian.

REFERENCES

- Cheng, Y., Cheng, J., & Chen, D. (2012). *The Effect of Multimedia Computer Assisted Instruction and Learning Style on Learning Achievement*. WSEAS journal Issue 1, Volume 9.
- Leow, F. (2014). *Interactive Multimedia Learning: Innovating Classroom Education in A Malaysian University*. TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology, volume 13 issue 2.
- Sasikala, M., & Devi, N. (2014). Effectiveness of Interactive Multimedia Based Learning for Teaching Zoology at Higher Secondary Level. *Indian Journal of Applied Research*. Vol 4: 10

- Silverman, R., & Hines, S. (2009). *The Effects of Multimedia-Enhanced Instruction on the Vocabulary of English-Language Learners and Non-English-Language Learners in Pre-Kindergarten Through Second Grade*. *Journal of Educational Psychology*, Vol. 101, No. 2, 305–314
- Yeh, Y. & Wang, C. (2003). *Effects of Multimedia Vocabulary Annotations and Learning Styles on Vocabulary Learning*. *CALICO Journal*, 21 (1), p-p 131-144.

Komunikasi Interpersonal Guru dalam Memberikan Motivasi serta Adaptasi Belajar pada Siswa SMP

Presta Dwi Nugroho¹, Betty Gama²

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo
E-mail:¹ prestadwi546@gmail.com; ² bettygama_62@ymail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk komunikasi interpersonal yang diterapkan oleh guru dalam memberikan motivasi serta adaptasi belajar kepada siswa kelas VII di SMP Negeri 2 Sragen kemudian apa saja hambatan penerapan tersebut, dan apa dampaknya dalam aspek afektifnya. Penelitian kualitatif deskriptif ini dilakukan di SMP Negeri 2 Sragen khususnya pada kelas VII. Penelitian ini melibatkan guru BK, dua guru mata pelajaran sekaligus wali kelas VII dan kepala sekolah sebagai informan. Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan menerapkan analisis model interaktif dari Miles and Huberman yang terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, display/penyajian data, dan verifikasi. Hasil penelitian menemukan bahwa bentuk komunikasi interpersonal yang diterapkan guru SMP Negeri 2 Sragen dalam rangka memberikan motivasi serta adaptasi belajar kepada siswa kelas VII adalah komunikasi interpersonal secara verbal dan nonverbal yang mengedepankan keterbukaan, empati, perilaku suportif, perilaku positif, dan kesetaraan. Ada tiga faktor penghambat yang terjadi dikategorikan dalam faktor fisik (kegaduhan), psikologis (emosi), dan semantik (keterbatasan kemampuan berbahasa). Motivasi belajar siswa diwujudkan dengan pemenuhan kebutuhan seperti kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan rasa kasih sayang, kebutuhan akan penghargaan, kebutuhan aktualisasi diri, kebutuhan untuk tahu serta memahami, dan kebutuhan estetik. Komunikasi interpersonal yang diterapkan guru mampu memberikan dampak yang baik dalam aspek afektif seperti siswa kelas VII lebih bertanggung jawab, disiplin, rajin belajar, dan mampu beradaptasi belajar dengan lingkungan barunya di SMP Negeri 2 Sragen.

Kata Kunci: Komunikasi Interpersonal, Motivasi, Adaptasi Belajar

INTRODUCTION

Manusia sebagai makhluk sosial sangat membutuhkan orang lain untuk menunjang berbagai aspek kehidupannya. Komunikasi merupakan elemen yang sangat penting yang dibutuhkan seorang individu dalam menjalin hubungan dengan orang lain. Cangara (2014: 22) menyebutkan bahwa fungsi komunikasi yaitu membuat audience memahami maksud dengan mudah, mentransfer gagasan kepada orang lain, serta menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu yang dikehendaki komunikator. Hal ini mempunyai asumsi bahwa komunikasi mempunyai peran vital dalam hubungan manusia satu dengan manusia lain untuk mencapai tujuan tertentu.

Hubungan sosial antar manusia ini sangat mempengaruhi komunikasi interpersonal antara yang satu dengan yang lain dalam mengarungi kehidupan yang berkualitas. Mulyana (2012: 85) memaparkan bahwa komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang dilakukan dua orang dengan bertatap muka yang memungkinkan setiap individu yang terlibat menangkap

respon maupun reaksi orang lain secara langsung baik verbal maupun nonverbal. Komunikasi interpersonal ini dapat dianggap sebagai usaha paling efektif dalam mengubah sikap, pendapat, maupun perilaku seseorang karena melibatkan komunikator dan komunikan secara langsung dan intensif.

Media menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan metode pembelajaran dalam keberhasilan sebuah komunikasi antar guru dan siswa. Suryono et al. (2023: 420) menyebutkan bahwa metode pembelajaran yang dikembangkan adalah metode ceramah di depan kelas. Bimbingan mendominasi kegiatan komunikasi yang berlangsung satu arah. Media pembelajaran yang digunakan adalah perangkat LCD dan presentasi PowerPoint. Dengan itu komunikasi interpersonal dapat dilakukan dengan perangkat LCD maupun Powerpoint. Media yang diterapkan dengan komunikasi secara verbal dan nonverbal agar mampu menjadi kapabilitas komunikasi antar guru dan siswa. Kegiatan yang dilakukan baik secara verbal seperti pemutaran film motivasi dari guru kepada siswa dan juga dilakukan baik secara nonverbal seperti gerakan tubuh saat guru menyampaikan materi pembelajaran.

Penerapan komunikasi interpersonal dari pihak guru dalam memotivasi siswanya dalam belajar terjadi di SMP Negeri 2 Sragen yang merupakan sekolah favorit kelas menengah pertama yang diminati banyak masyarakat karena prestasi yang bagus dan dapat menghasilkan siswa yang unggul. Namun, ada beberapa fakta menarik yaitu sebegini besar siswa kelas VII mempunyai beberapa masalah yang dihadapi di sekolah sehingga terkesan kurang termotivasi dalam belajar. Dalam pra-penelitian ini, peneliti mencoba melakukan wawancara kepada guru BK SMP Negeri 2 Sragen pada tanggal 26 Mei 2022. Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa ada beberapa hal yang membuat siswa kelas VII periode 2021-2022 terlihat kehilangan motivasi belajar diantaranya adalah memiliki permasalahan dalam belajar dan melanggar disiplin atau tata tertib sekolah.

Selain permasalahan motivasi belajar, ada faktor lain yang menjadi perhatian utama untuk siswa yang baru masuk di SMP yaitu adaptasi atau penyesuaian diri. Sunarto dan Hartono (2008) menjelaskan bahwa adaptasi merupakan usaha mempertahankan eksistensi dan memperoleh kesejahteraan jasmaniyah dan rohaniyah dan dapat mengadakan relasi dengan tuntutan sosial. Setelah siswa masuk ke lingkungan sekolah baru, tentu saja siswa perlu melakukan adaptasi atau penyesuaian diri dengan lingkungan barunya. Permasalahan timbul ketika siswa tersebut harus beradaptasi dengan guru, teman-teman dan juga mata pelajaran baru di sekolah. Akibatnya, prestasi belajar siswa mungkin akan menjadi menurun dibandingkan dengan prestasi di sekolah sebelumnya.

Terkait dengan solusi permasalahan adaptasi, menunjukkan bahwa para guru mencoba berkomunikasi interpersonal baik secara verbal maupun non verbal dengan siswa secara intensif untuk menggali permasalahan yang mereka hadapi selama di sekolah dan mencoba memberikan dorongan untuk belajar secara berkelanjutan agar dapat membaur dengan teman-temannya dan dapat mengikuti pembelajaran dengan baik.

Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah proses interaksi melalui pertukaran makna yang dilakukan dua orang atau lebih dengan menggunakan bahasa verbal maupun non verbal sebagai media utamanya. Mukarom (2020: 70) menjelaskan bahwa komunikasi interpersonal merupakan komunikasi dari mulut ke mulut yang terjadi dalam interaksi tatap muka antara beberapa individu. Dari pendapat ini, komunikasi interpersonal dianggap paling efektif dalam upaya mengubah sikap, perilaku, atau pendapat dari seseorang, karena sifatnya yang dialogis berupa percakapan.

Lebih lanjut, Devito (2016: 256-264) menjelaskan beberapa aspek dalam komunikasi interpersonal efektif yang dikajinya dengan pendekatan humanistik sebagai berikut: (1) Keterbukaan (*Openness*); (2) Empati (*Emphaty*); (3) Perilaku Suportif (*Supportiveness*); (4) Perilaku Positif (*Positiveness*); (5) Kesetaraan (Equality)

Motivasi Belajar

Motivasi belajar merupakan sesuatu yang harus dimiliki seorang individu sebagai dorongan untuk mencapai tujuan tertentu. Uno (2013:3) menjelaskan bahwa motivasi berasal dari kata motif yang dapat diartikan sebagai kekuatan dalam diri individu dan menyebabkan individu tersebut bertindak untuk berbuat. Motif merupakan daya penggerak dalam diri seseorang untuk melakukan aktifitas tertentu demi mencapai tujuan. Lebih lanjut, Uno secara umum (2011:23) mencirikan orang yang memiliki motivasi belajar dengan karakteristik yaitu sadar akan harapan dan cita-cita di masa depan, hasrat dan keinginan untuk berhasil, kegiatan yang menarik dalam pembelajaran, lingkungan belajar yang kondusif yang memungkinkan siswa belajar dengan baik, dan adanya penghargaan belajar. Dalam hal ini, ada teori tentang motivasi yang sesuai dengan kebutuhan Maslow (Rudiarta, 2022) yang menjelaskan bahwa tingkah laku manusia dibangkitkan dan diarahkan oleh kebutuhan tertentu. Kebutuhan ini menjadi 7 kategori yang dapat memotivasi tingkah laku seseorang antara lain: (1) kebutuhan fisiologis; (2) kebutuhan akan rasa aman; (3) kebutuhan akan rasa memiliki dan dimiliki dan rasa kasih sayang; (4)

kebutuhan akan penghargaan; (5) kebutuhan aktualisasi diri; (6) kebutuhan untuk tahu dan memahami; (6) kebutuhan estetik.

Adaptasi Belajar

Sunarto dan Hartono (2008) menjelaskan bahwa adaptasi merupakan usaha manusia menyesuaikan diri dengan tingkat, tempat, dan kondisi yang berbeda. Dari pengertian tersebut, penyesuaian diri juga dipandang sebagai kematangan emosional dari seseorang yang secara positif harus mempunyai respon emosional yang tepat dalam setiap situasi. Hartinah (2009) menjelaskan beberapa aspek-aspek penyesuaian diri dalam belajar yang meliputi 9 aspek yaitu: (1) kepemimpinan; (2) kemasyarakatan; (3) ketahanan; (4) keterlibatan terhadap tugas; (5) kepercayaan diri akademis; (6) *locus of control*; (7) kepercayaan pengembangan diri; (8) hubungan dengan guru; (9) Hubungan dengan Teman Sebaya

METHODS

Penelitian ini berfokus untuk menguak permasalahan komunikasi interpersonal yang terjadi di sebuah instansi pendidikan. Oleh karena ini, pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Moleong (2007: 12) mendefinisikan pendekatan kualitatif sebagai cara untuk mengklarifikasi atau menjelaskan fenomena sosial tertentu yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari. penelitian ini mencoba mengeksplorasi bentuk komunikasi interpersonal yang diterapkan guru SMP Negeri 2 Sragen dalam memberikan motivasi dan adaptasi belajar kepada siswa kelas VII, hambatan yang terjadi saat menerapkan komunikasi interpersonal tersebut, dan dampak dalam aspek afektif bagi siswa.

Penelitian ini dilakukan di SMP Negeri 2 Sragen khususnya pada kelas VII yang beralamat di Jalan Raya Sukowati nomer 257, Karang Duwo, kabupaten Sragen, Jawa Tengah. Data pada penelitian ini berupa catatan lapangan, gambar, dan dokumen. Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua jenis yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Penelitian ini melibatkan tiga jenis informan yaitu informan kunci guru BK, informan utama guru mata pelajaran beserta siswa, dan informan tambahan kepala sekolah beserta orang tua siswa. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga teknik yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang harus mengungkap kebenaran secara objektif. Keabsahan data dalam penelitian kualitatif merupakan hal yang wajib dipenuhi oleh peneliti. untuk membuktikan keabsahan suatu data maka diperlukan uji kredibilitas, dependabilitas, transferabilitas, dan konfirmabilitas. Analisis data

kualitatif dilakukan dengan menerapkan analisis model interaktif yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan verifikasi.

RESULT AND DISCUSSION

Bentuk komunikasi interpersonal yang diterapkan oleh guru dalam memberikan motivasi dan adaptasi belajar pada siswa

Bentuk komunikasi interpersonal yang diterapkan guru SMP Negeri 2 Sragen dalam rangka memberikan motivasi dan adaptasi belajar kepada siswa kelas VII adalah komunikasi interpersonal secara verbal dan non verbal dengan mengedepankan lima aspek komunikasi interpersonal yaitu keterbukaan, empati, perilaku suportif, perilaku positif, dan kesetaraan. Aspek keterbukaan yang dicerminkan oleh guru dengan menunjukkan pernyataan positif, perasaan bertanggung jawab, umpan balik, reaksi spontan, perasaan bebas berpendapat, perhatian, dan kejujuran sehingga siswa merasa nyaman untuk berkomunikasi dengan guru. Aspek empati dicerminkan oleh guru dengan ikut merasakan apa yang dirasakan siswa, menempatkan diri terhadap posisi siswa, mengetahui apa yang dirasakan siswa, mengkomunikasikan empati secara verbal, empati secara nonverbal, menghubungkan perilaku sendiri dengan siswa, dan memusatkan perhatian kepada siswa. Kemudian, aspek perilaku suportif dicerminkan oleh guru dengan ikut secara aktif dalam berkomunikasi dengan siswa, dan memberikan dukungan kepada siswa dalam kegiatan di sekolah yang membuat komunikasi menjadi efektif sehingga motivasi belajar siswa menjadi meningkat. Aspek perilaku positif dicerminkan oleh guru dengan menunjukkan sikap positif kepada siswa, dan secara positif mendorong siswa menjadi teman berinteraksi. Aspek kesetaraan dicerminkan oleh guru dengan menciptakan suasana yang setara di dalam kelas, menunjukkan pengakuan secara diam-diam bahwa guru dan siswa saling menghargai, dan memberikan penghargaan positif tidak bersyarat kepada siswa.

Penerapan Komunikasi Interpersonal secara Verbal

Komunikasi interpersonal verbal merupakan komunikasi yang dilakukan manusia dengan menggunakan kata-kata lisan untuk berhubungan dengan manusia lainnya. Komunikasi interpersonal secara verbal dibawakan guru dengan kegiatan layanan konseling, permainan, pemberian pujian, pemberian hadiah, cerita tentang cita-cita, pemutaran film yang berisi

motivasi, dan pembuatan poster di majalah dinding sekolah. Layanan bimbingan konseling memuat berbagai materi mengenai motivasi diri, kemandirian diri, dan tanggung jawab siswa serta catatan lain tentang perkembangan siswanya secara periodik ketika mengikuti pembelajaran di kelas. Permainan, pemberian pujian, pemberian hadiah, serta cerita tentang cita-cita yang bertujuan untuk mengangkat motivasi belajar para siswa supaya lebih bersungguh-sungguh dan berlomba-lomba demi mendapatkan prestasi terbaik. Guru juga membawakan pesan yang dibalut menggunakan media slogan dalam biasanya dibawakan melalui sebuah film motivasi. Secara otomatis, film tersebut akan menghipnotis siswa dengan pesan-pesan yang membangkitkan semangat untuk meraih cita-cita yang berarti siswa akan termotivasi akan hal yang dilihatnya.

Komunikasi Interpersonal secara Nonverbal

Komunikasi interpersonal nonverbal merupakan suatu bentuk rangsangan dalam suatu setting komunikasi yang dihasilkan individu yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerimanya dan dalam prosesnya disampaikan dengan tidak menggunakan kata-kata. Komunikasi interpersonal secara nonverbal dilakukan guru dengan bahasa isyarat, gerakan raut wajah, gerakan tangan dan mata, serta berpenampilan yang baik. Guru dengan melakukan gerakan raut wajah, gerakan tangan dan mata, bahkan berpenampilan yang baik untuk menunjukkan sesuatu kepada siswanya yang mana merujuk kepada pemberian semangat, motivasi dan memberi contoh yang baik kepada siswa. Dampaknya sangat jelas terasa, misalnya siswa jadi lebih memperhatikan pembelajaran, siswa lebih terlihat antusias belajar, siswa lebih baik dalam bersikap di sekolah khususnya di kelas.

Faktor Penghambat Komunikasi Interpersonal Guru dalam Memberikan Motivasi dan Adaptasi Belajar Kepada Siswa

Ada tiga faktor penghambat komunikasi interpersonal yang diterapkan guru dalam memberikan motivasi dan adaptasi belajar kepada siswa kelas VII di SMP Negeri 2 Sragen yang dikategorikan dalam factor; hambatan fisik, hambatan psikologis, dan hambatan semantik. Pertama, **hambatan fisik**. Guru mengalami kendala dalam penerapan komunikasi interpersonal berupa kegaduhan yang dibuat siswa ketika di kelas. Kegaduhan tersebut terjadi karena kurang adanya kemampuan guru dalam manajemen kelas secara kondusif dengan jumlah siswa yang cukup banyak. Kedua, **hambatan psikologis**. Guru mengalami kendala dalam penerapan komunikasi interpersonal karena munculnya gejala emosi yang disebabkan oleh beban kerja sebagai guru dan tingkah siswa yang di luar batas, namun hal tersebut bisa diatasi dengan

manajemen emosi yang baik. Ketiga, **hambatan semantik**. Guru mengalami kendala dalam penerapan komunikasi interpersonal karena keterbatasan kemampuan siswa dalam mengaplikasikan bahasa Indonesia yang baik dan benar serta siswa masih terbiasa menggunakan bahasa daerah yang menjadi bahasa keseharian.

Motivasi Belajar Siswa Kelas VII di SMP Negeri 2 Sragen

Ada 7 kebutuhan Siswa kelas VII di SMP Negeri 2 Sragen yang dapat memenuhi sebagai wujud motivasi yaitu: (a) **kebutuhan fisiologis**, kebutuhan fisiologis yang telah dipenuhi siswa adalah berusaha untuk sarapan pagi guna meningkatkan konsentrasi saat belajar di sekolah. (b) **kebutuhan rasa aman**. Kebutuhan rasa aman yang diharapkan siswa adalah ingin mendapatkan suasana pembelajaran yang kondusif, nyaman dan menyenangkan agar lebih bisa berkonsentrasi dalam memahami materi pembelajaran yang diberikan guru. (c) **kebutuhan rasa kasih sayang**. Dalam kebutuhan kasih sayang, siswa ingin mendapat sikap kepedulian dan perhatian yang muncul dari guru dan teman-teman di kelas untuk membantu mengatasi kesulitan dalam memahami materi pembelajaran serta tempat berbagai cerita tentang permasalahan yang sedang dihadapi. (d) **kebutuhan akan penghargaan**. Siswa dalam hal ini ingin mendapatkan apresiasi dari guru dan siswa lain berupa nilai yang memuaskan, ucapan terima kasih, dan pengakuan kemampuan akademik yang baik. (e) **kebutuhan aktualisasi diri**. Siswa berusaha mengikuti kegiatan ekstrakurikuler tanpa meninggalkan kewajibannya sebagai siswa di kelas dan menaati segala aturan dengan penuh tanggung jawab sebagai wujud aktualisasi diri. (f) **kebutuhan untuk tahu dan memahami**. Siswa berusaha untuk mengikuti pembelajaran diberikan oleh guru di sekolah, memahami ketika guru menyampaikan materi pembelajaran, serta bertanya kepada guru apabila tidak bisa memahami materi pembelajaran dengan baik. (g) **Kebutuhan Estetik**. Berpakaian rapi serta berkata sopan kepada guru dan siswa lain merupakan wujud kebutuhan estetik yang telah dilakukan siswa demi mendapatkan respon positif dari lingkungan sehingga siswa menjadi lebih percaya diri.

Dampak Aspek Afektif dari Penerapan Komunikasi Interpersonal yang Dilakukan Oleh Guru dalam Memberikan Motivasi dan Adaptasi Belajar Kepada Siswa.

Peneliti menemukan bahwa penerapan komunikasi interpersonal yang dilakukan guru ini memberikan dampak yang baik dalam aspek afektif bagi siswa yang diorganisasikan dalam lima indikator yaitu menerima, merespon, menilai, mengorganisasi, dan menunjukkan karakter

dimana siswa kelas VII lebih bertanggung jawab, disiplin, rajin belajar, dan mampu beradaptasi belajar dengan lingkungan barunya di SMP Negeri 2 Sragen. Lebih lanjut, menerima merujuk pada sikap siswa yang mampu untuk lebih perhatian terhadap sebuah aktifitas atau peristiwa yang dihadapi. Merespon yaitu sikap siswa yang mampu memberikan reaksi terhadap suatu aktifitas dengan cara melibatkan diri atau berpartisipasi di dalamnya. Menilai yaitu sikap siswa yang mampu menerima atau menolak nilai atau norma yang dihadapi melalui sebuah ekspresi berupa sikap positif atau negatif. Mengorganisasi yaitu sikap siswa yang mampu mengidentifikasi, memilih dan memutuskan nilai atau norma yang akan diaplikasikan di sekolah, khususnya di kelas. Menunjukkan karakter yaitu sikap siswa yang mampu meyakini, mempraktekkan dan menunjukkan perilaku yang konsisten terhadap nilai dan norma yang dipelajari.

Bentuk komunikasi interpersonal yang diterapkan guru SMP Negeri 2 Sragen dalam rangka memberikan motivasi dan adaptasi belajar kepada siswa kelas VII adalah komunikasi interpersonal secara verbal dan nonverbal dengan mengedepankan lima aspek komunikasi interpersonal yaitu keterbukaan, empati, perilaku suportif, perilaku positif, dan kesetaraan. Komunikasi interpersonal secara verbal dibawakan guru dengan kegiatan layanan konseling, permainan, pemberian pujian, pemberian hadiah, cerita tentang cita-cita, pemutaran film yang berisi motivasi, dan pembuatan poster di majalah dinding sekolah. Sementara itu, komunikasi interpersonal secara nonverbal dilakukan guru dengan bahasa isyarat, gerakan raut wajah, gerakan tangan dan mata, serta berpenampilan yang baik.

Ada tiga faktor penghambat komunikasi interpersonal yang diterapkan guru dalam memberikan motivasi dan adaptasi belajar kepada siswa kelas VII di SMP Negeri 2 Sragen yang dikategorikan dalam faktor fisik, psikologis, dan semantik. Dalam hambatan fisik, guru mengalami kendala dalam penerapan komunikasi interpersonal berupa kegaduhan yang dibuat siswa ketika di kelas. Dalam hambatan psikologis, guru mengalami kendala dalam penerapan komunikasi interpersonal karena munculnya gejala emosi yang disebabkan oleh beban kerja sebagai guru dan tingkah siswa yang di luar batas, namun hal tersebut bisa diatasi dengan manajemen emosi yang baik. Dalam hambatan semantik, guru mengalami kendala dalam penerapan komunikasi interpersonal karena keterbatasan kemampuan siswa dalam mengaplikasikan bahasa Indonesia yang baik dan benar serta siswa masih terbiasa menggunakan bahasa daerah yang menjadi bahasa keseharian.

Motivasi belajar siswa kelas VII di SMP Negeri 2 Sragen diwujudkan dengan pemenuhan tujuh hirarki kebutuhan yaitu kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan rasa kasih sayang, kebutuhan akan penghargaan, kebutuhan aktualisasi diri, kebutuhan untuk tahu dan

memahami, dan kebutuhan estetik. Secara lebih rinci, kebutuhan fisiologis diwujudkan dengan sarapan pagi guna meningkatkan konsentrasi saat belajar di sekolah. Kebutuhan rasa aman diwujudkan dengan menciptakan suasana pembelajaran yang kondusif, nyaman dan menyenangkan agar siswa lebih berkonsentrasi dalam memahami materi pembelajaran yang diberikan guru. Kebutuhan rasa kasih sayang diwujudkan dengan mendapat sikap kepedulian dan perhatian yang muncul dari guru dan teman-teman di kelas untuk membantu mengatasi kesulitan dalam memahami materi pembelajaran serta tempat berbagai cerita tentang permasalahan yang sedang dihadapi. Kebutuhan akan penghargaan diwujudkan dengan mendapatkan apresiasi dari guru dan siswa lain berupa nilai yang memuaskan, ucapan terima kasih, dan pengakuan kemampuan akademik yang baik. Kebutuhan aktualisasi diri diwujudkan dengan mengikuti kegiatan ekstrakurikuler tanpa meninggalkan kewajiban utamanya sebagai siswa di kelas dan menaati segala aturan dengan penuh tanggung jawab. Kebutuhan untuk tahu dan memahami diwujudkan dengan mengikuti pembelajaran diberikan oleh guru disekolah, memahami ketika guru menyampaikan materi pembelajaran, serta bertanya kepada guru apabila tidak bisa memahami materi pembelajaran dengan baik. Kebutuhan estetik diwujudkan dengan berpakaian rapi serta berkata sopan kepada guru dan siswa lainnya.

Penerapan komunikasi interpersonal yang dilakukan guru ini memberikan dampak yang cukup baik. Suryono et al. (2022: 281) memaparkan bahwa tujuan komunikasi interpersonal adalah untuk meningkatkan dampak komunikasi dan mempengaruhi kondisi sekitar. Penerapan komunikasi interpersonal dalam aspek afektif oleh guru kepada siswa yang diorganisasikan dalam lima jenis yaitu menerima, merespon, menilai, mengorganisasi, dan menunjukkan karakter dimana siswa kelas VII lebih bertanggung jawab, disiplin, rajin belajar, dan mampu beradaptasi belajar dengan lingkungan barunya di SMP Negeri 2 Sragen. Ada lima hierarki yang dalam ranah afektif yaitu menerima, merespon, menilai, mengorganisasi, dan menunjukkan karakter. Menerima yaitu siswa mampu untuk perhatian terhadap sebuah aktifitas atau peristiwa yang dihadapi. Merespon yaitu siswa mampu memberikan reaksi terhadap suatu aktifitas dengan cara melibatkan diri atau berpartisipasi di dalamnya. Menilai yaitu siswa mampu menerima atau menolak nilai atau norma yang dihadapi melalui sebuah ekspresi berupa sikap positif atau negatif. Mengorganisasi yaitu siswa mampu mengidentifikasi, memilih dan memutuskan nilai atau norma yang akan diaplikasikan. Menunjukkan karakter yaitu siswa mampu meyakini, mempraktekkan dan menunjukkan perilaku yang konsisten terhadap nilai dan norma yang dipelajari.

CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh kesimpulan sebagai berikut: Pertama, bentuk komunikasi interpersonal yang diterapkan guru SMP Negeri 2 Sragen dalam rangka memberikan motivasi dan adaptasi belajar kepada siswa kelas VII adalah komunikasi interpersonal secara verbal dan nonverbal dengan mengedepankan lima aspek komunikasi interpersonal yaitu keterbukaan, empati, perilaku suportif, perilaku positif, dan kesetaraan. Kedua, ada tiga faktor penghambat komunikasi interpersonal yang diterapkan guru dalam memberikan motivasi dan adaptasi belajar kepada siswa kelas VII di SMP Negeri 2 Sragen yang dikategorikan dalam faktor fisik, psikologis, dan semantik. Ketiga, motivasi belajar siswa kelas VII di SMP Negeri 2 Sragen diwujudkan dengan pemenuhan tujuh hirarki kebutuhan yaitu kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan rasa kasih sayang, kebutuhan akan penghargaan, kebutuhan aktualisasi diri, kebutuhan untuk tahu dan memahami, dan kebutuhan estetik. Keempat, penerapan komunikasi interpersonal yang dilakukan guru ini memberikan dampak yang baik dalam aspek afektif bagi siswa yang diorganisasikan dalam lima indikator yaitu menerima, merespon, menilai, mengorganisasi, dan menunjukkan karakter dimana siswa kelas VII lebih bertanggung jawab, disiplin, rajin belajar, dan mampu beradaptasi belajar dengan lingkungan barunya di SMP Negeri 2 Sragen.

REFERENCES

- Cangara, H. (2014). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Depok: PT: Grafindo Persada.
- Devito, J. A. (2016). *The Interpersonal Communication (14th Edition)*. New York: Pearson Education, Inc.
- Hartinah, S. (2009). *Pengembangan Peserta Didik*. Bandung: Refika Aditama.
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mukarom, Z. (2020). *Teori-Teori Komunikasi*. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati Press.
- Mulyana, D. (2012). *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar*. Jakarta: Remaja Rosdakarya.
- Rudiarta, I. W. (2022). Penerapan teori hierarki kebutuhan Maslow dalam pembelajaran daring. *WIDYACARYA: Jurnal Pendidikan, Agama Dan Budaya*, 06(01), 13-23.
- Sunarto dan Hartono, A. (2008). *Perkembangan Peserta Didik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suryono, J., Wijaya, M., Irianto, H., & Harisudin, M. (2022). Synergy Empowerment and Social Transformation: Developing Entrepreneurship Independence in a Business School. *Journal of Social Studies Education Research*, 13(4), 265–290.
- Suryono, J., Wijaya, M., Irianto, H., Harisudin, M., Rahayu, N. T., Darsini, Indri Astuti, P., & Sri Kusumawati, H. (2023). Model of Community Empowerment through Education Non-Formal Entrepreneurship to Improve Independence of Micro, Small and Medium Enterprises. *International Journal of Learning, Teaching and Educational Research*, 22(3), 413–429.

Uno, B. H. (2011). Teori Motivasi Belajar dan Pengukurannya: Analisis di Bidang Pendidikan. Jakarta: PT. Bumi Aksa.

ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN LARANGAN EKSPOR CPO (CRUDE PALM OIL) PADA MEDIA ONLINE KOMPAS.COM DAN CNN INDONESIA PERIODE APRIL - MEI 2022

Sri Mulyani¹, Yoto Widodo², Henny Sri Kusumawati³

¹ Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Veteran Bangun Nusantara, Sukoharjo
E-mail: ¹smulyani0329@gmail.com*, ²yotowdd.63@gmail.com, ³henny.sk83@gmail.com

Abstract

Industri minyak kelapa sawit merupakan komoditas *ekspor* terbesar bagi Indonesia dan memiliki posisi penting dalam perekonomian Indonesia karena merupakan penyumbang devisa terbesar bagi negara, mencapai \$ 22.9 Miliar atau senilai 432.4 Triliun Rupiah. Penelitian ini bertujuan menganalisa dan menguraikan analogi *framing* pemberitaan larangan *ekspor* CPO (*Crude Palm Oil*) oleh media *online* Kompas.com dan CNN Indonesia serta untuk menganalisa dan menginterpretasikan artikel yang ingin dibangun media *online* Kompas.com dan CNN Indonesia terhadap pemberitaan larangan *ekspor* CPO. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Penelitian ini menggunakan sumber dari portal berita Kompas.com dan CNN Indonesia. Pengumpulan data menggunakan metode catatan lapangan hasil observasi/lembar coding hasil penyimakan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa setiap media memiliki perbedaan dalam membingkai suatu isu atau peristiwa yang sama menjadi sebuah berita. Pada 4 berita dari Kompas.com dan CNN Indonesia yang telah dianalisis membahas hal yang sama yaitu *ekspor* CPO. Tetapi dalam membingkai berita tersebut kedua media ini memiliki kecenderungan berbeda. Kompas.com lebih menyuguhkan berita dengan narasi yang cenderung menitik beratkan pada petani sawit sedangkan CNN Indonesia berita yang dimuat lebih mengeksplorasi terkait pemberitaan ekonomi (*finance*) dan pencabutan larangan *ekspor* CPO.

Keywords: analisis *framing*, *ekspor* CPO, Kompas.com, Cnnindonesia.com

INTRODUCTION

Ekspor adalah proses transportasi barang atau komoditas dan jasa dari suatu negara ke negara lain secara legal, umumnya dalam proses perdagangan. Proses ekspor pada umumnya adalah tindakan untuk mengeluarkan barang atau komoditas dari dalam negeri untuk memasukannya ke negara lain melalui prosedur dan tata cara yang ditetapkan pemerintah. Ekspor barang secara besar umumnya membutuhkan campur tangan dari bea cukai di negara pengirim maupun penerima. Ekspor adalah bagian penting dari perdagangan internasional, lawannya adalah impor. Ekspor merupakan salah satu aktivitas perdagangan internasional yang mempunyai peranan penting bagi perekonomian suatu negara yang dapat menghasilkan devisa dan dapat digunakan untuk membiayai impor dan pembiayaan pembangunan sektor-sektor di dalam negeri (Astuti et al., 2018).

Industri/perkebunan minyak kelapa sawit sebagai salah satu sektor unggulan Indonesia memiliki kontribusi yang cukup besar terhadap ekspor nonmigas nasional dan setiap tahun cenderung terus mengalami peningkatan. Ekspor *Crude Palm Oil* (CPO) Indonesia setiap

tahunnya juga menunjukkan tren meningkat dengan rata-rata peningkatan adalah 12,97%. Walaupun pemerintah menerapkan tariff pemungutan ekspor/pajak ekspor (PE) dan pengenaan kuota untuk komoditas minyak kelapa sawit mentah untuk mendorong industri hilir, namun sejauh ini sawit tetap menjadi primadona di industri perkebunan, di samping isu kartel yang dihembuskan beberapa Negara, rencana pembatasan lahan untuk holding company, kenaikan harga patokan ekspor (HPE) hingga soal pabrik pengolahan tanpa kebun (Kementerian Perindustrian RI, 2021).

Seiring dengan meningkatnya permintaan pasar CPO yang sangat besar memunculkan berbagai isu yang mengatakan bahwa kelapa sawit adalah sumber terjadinya perubahan iklim, penyebab deforestasi, tidak ramah lingkungan, penyebab pemanasan global, hingga isu HAM. Isu – Isu tersebut menyebabkan diberlakukannya aksi boikot kelapa sawit Indonesia oleh beberapa negara importir karena kelapa sawit yang berasal dari Indonesia dikategorikan produk tidak ramah lingkungan dan produksinya tidak berkelanjutan (Rahayu, 2021:4).

Dalam jangka panjang, permintaan dunia akan minyak kelapa sawit menunjukkan kecenderungan meningkat sejalan dengan jumlah populasi dunia yang bertumbuh dan karenanya meningkatkan konsumsi prooduk-produk dengan bahan baku minyak kelapa sawit. Nilai tukar rupiah juga mempengaruhi volume ekspor CPO. Kontribusi CPO yang cukup besar dibandingkan dengan komoditi lain, maka harga CPO dunia dinilai dapat mempengaruhi pergerakan nilai tukar rupiah, sehingga peran komoditi ekspor semakin penting dalam pergerakan nilai tukar. Perkembangan ekspor minyak kelapa sawit Indonesia ternyata dipengaruhi oleh beberapa faktor, misalnya Dari permintaan ekspor minyak kelapa sawit Indonesia ke India, ditemukan bahwa harga minyak kelapa sawit dunia dan total produksi sangat berpengaruh terhadap ekspor CPO. Selain itu, kebijakan dan pertumbuhan ekspor minyak kelapa sawit Indonesia ke Belanda. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai tukar rupiah terhadap *United States Dolar* (USD) tidak signifikan terhadap terhadap ekspor minyak kelapa sawit Indonesia ke Negara Belanda. Harga ekspor minyak kelapa sawit Indonesia, harga pesaing Malaysia dan produksi minyak sawit signifikan terhadap ekspor minyak kelapa sawit Indonesia ke Negara Belanda. Faktor utama pendorong kenaikan permintaan minyak kelapa sawit adalah harga yang relative rendah dibandingkan dengan harga kompetitornya seperti minyak kedelai, minyak biji matahari, minyak kacang tanah, minyak kapas dan minyak lobak (Wicaksono, 2018).

Kebijaksanaan penangguhan ekspor minyak sawit (*crude palm oil*, (CPO) serta sebagian produk derivat yang diberlakukan semenjak 28 April 2022, sah dicabut mulai 23 Mei 2022 dalam Kompas, 21 Mei 2022. Pemerintah mencabut kebijakan itu pasca- ribuan orang tani

sawit se- Indonesia turun ke jalur menuntut penghentian pembatasan ekspor CPO yang ditaksir merugikan mereka. Usaha penanggungan ekspor CPO ialah wujud perlindungan penguasa kepada kebutuhan orang dalam menanggulangi perkara kelangkaan serta mahalnya harga minyak goreng yang terjalin sebagian bulan terakhir. Penguasa mempraktikkan usaha penting ini dengan tujuan harga minyak goreng curah bisa turun sampai Rp14. 000, 00/ liter, tertuang dalam Peraturan Menteri Perdagangan(Permendag) Nomor. 22 Tahun 2022 alhasil berhasil optimalisasi CPO selaku bahan utama minyak goreng.

Sawit merupakan salah satu komoditas ekspor unggulan Indonesia. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, tahun 2021 volume ekspor CPO Indonesia mencapai 48% dari produksinya, yaitu sebesar 23,69 juta ton ekspor CPO dari 49,71 juta ton produksi CPO. Berdasarkan data (OEC - The Observatory of Economic Complexity, 2020) Indonesia mengekspor USD17,9 miliar CPO, menjadikan Indonesia sebagai pengekspor CPO terbesar dunia. Destinasi ekspor CPO dari Indonesia terbesar adalah India (USD3,05 miliar) diikuti Cina (USD2,47 miliar) dan Pakistan (USD1,62 miliar). Indonesia berperan penting dalam pasar CPO baik sebagai produsen maupun eksportir. Sungguh ironi, dengan kontribusi lebih dari setengah produksi CPO dunia ($\pm 58\%$), Indonesia belum mampu berperan sebagai penentu harga (*price setter*) CPO dunia. Posisi penentu harga komoditas ini ada di tangan Malaysia yang menduduki posisi kedua eksportir CPO dunia terbesar, melalui Bursa Malaysia *Derivatives* (BMD) (Sari, 2021).

Ekspansi pasar ekspor minyak kelapa sawit yang dilakukan Pemerintah Indonesia ini dalam tujuan untuk memfokuskan pasar yang ada dengan mengalihkan stok volume ekspor Indonesia yang tidak terkirim akibat adanya embargo dari Eropa ini. Dengan melihat pasar-pasar yang sudah ada seperti Tiongkok misalnya yang mengalami kenaikan volume impor dan pangsa pasar minyak kelapa sawit dari Indonesia pada tahun 2019 (Gunawan, 2021).

METHODS

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis *framing* untuk membandingkan bagaimana kedua media *online* melakukan konstruksi isu tersebut. Analisis *framing* sangat berhubungan dengan suatu kalimat. Dalam hal ini *framing* dibagi menjadi 4 struktur besar yaitu sintaksis, skrip, tematik, dan retorik (Fadli, 2021: 5). Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana *online* CNN Indonesia dan Kompas.com mengemas dan membingkai berita mengenai larangan ekspor CPO (*Crude Palm Oil*), sehingga termasuk jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis *framing*. Sifat penelitian ini adalah deskriptif analisis yang bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik pemberitaan di media *online*. Penelitian merupakan aktivitas mencari jawaban kepada sesuatu kasus yang mempunyai

karakteristik analitis, terkendali, empiris, serta melandaskan pada filosofi serta anggapan dengan tujuan mendapatkan wawasan yang akurat mengenai sesuatu permasalahan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah teknik menyimak, observasi, dan dokumentasi. Sumber data dari *website*, buku-buku, jurnal, skripsi dari penulis lain untuk mendukung hasil temuan serta karya ilmiah atau jurnal yang telah dipublikasikan.

Analisa semiotika Roland Barthes digunakan untuk menganalisa makna pesan verbal non verbal Iklan Rokok Bijak La Light Bernuansa Politik Jangan Mau Diadu. Menurut Rolland Barthes¹⁸, kontruksi Semiotika terdiri bagian-bagian sistem bahasa.

Bahasa merupakan suatu sistem tanda yang memuat signifier (penanda) dan signified (petanda). Sistem tanda pertama disebut sebagai denotasi, sedangkan sistem tanda kedua disebut sebagai konotasi. Makna yang telah dikonstruksi oleh individu dalam waktu yang lama yang didasarkan pada aspek psikologis, aspek politik, aspek ekonomi, aspek emosi, aspek ideologi, sosiologis, budaya. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan teknik menyimak. Menurut

Iskandar wassid, kegiatan menyimak memiliki fungsi untuk : 1) mereview kembali hal-hal penting secara terinci, 2) mengingat urutan-urutan sederhana atau kata-kata dan gagasan, 3) Mengembangkan suatu urutan (a) pengembangan urutan peristiwa, (b) pengembangan karakter cerita (c) alasan penulis, 4) menangkap makna denotatif bahasa, 5) menangkap makna konotatif bahasa (Suryono et al., 2020).

Iklan Politik Media Luar Ruang Honda Hendarto tampil dengan ciri khusus menggunakan bahasa karikatur. Iklan ini biasanya menampilkan kandidat dengan gambar nyata yaitu : photo kandidat dengan gesture tertentu , logo partai politik, nama partai politik, tag line, nomor urut, background warna partai, dan nama caleg . Obyek penelitian ini adalah Karikatur Iklan Politik Media Luar Ruang Honda Hendarto. Penelitian Karikatur IPMLR “Jangan Membeli Kucing dalam Karung” ini menggunakan studi deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif berusaha untuk menggambarkan suatu fenomena atau peristiwa secara mendalam. Penelitian berusaha untuk memberikan makna denotative, makna konotatif dan makna konfiguratif terhadap kontruksi gambar, gambar dan pesan verbal peribahasa. menganalisis sebuah teks yang memiliki kandungan makna dengan mendeskripsikan unsur-unsur diksi, struktur kalimat dan menjelaskan dampak fungsional setiap unsur itu terhadap proses interpretasi makna teks (Suryono et al., 2019).

Penelitian menggunakan metode Deskriptif Kualitatif. Dibutuhkan tanda-tanda politik dalam adegan tersebut Video iklan politik Curahan Hati - Harapan Warga Jakarta sebagai datanya. Lebih detailnya, sumber datanya terdiri dari 41 frame adegan iklan yang menampilkan

keseharian masyarakat Jakarta. Teknik purposive sampling dipertimbangkan untuk mengambil sumber data, karena dapat sepenuhnya merangkul fokus penelitian dalam mengeksplorasi tanda-tanda dalam iklan. Teknik Pengumpulan Data Analisis Isi digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk mencatat secara efektif sumber data. Menurut [7]–[9], Analisis Isi terdiri dari beberapa kegiatan, yang meliputi penelitian, penafsiran, dan transkripsi.

Teknik Analisis Data, analisisnya menggunakan model Kontekstual dalam mengeksplorasi hiper-semiotika tanda yang meliputi: 1) tanda diri, 2) tanda semu, 3) tanda palsu, 4) tanda daur ulang, 5) tanda buatan, dan 6) tanda superlatif[10] untuk menggambarkan fenomena yang dihadirkan dalam video iklan politik. Termasuk dalam model induktif yang terdiri dari observasi data; klasifikasi tanda hiper-semiotika melalui tabel; interpretasi simultan terhadap pola, teori, data sekunder, dan konteks; dan kesimpulan[9]. Analisis tahap pertama dilakukan dengan mengklasifikasikan adegan ke dalam dua kategori yaitu mencakup pesan verbal dan nonverbal. Sedangkan analisis tahap kedua bertujuan untuk menjelaskan kategori pesan verbal berdasarkan tipologi tanda hipersemiotika (Suryono et al., 2019).

RESULT AND DISCUSSION

A. Hasil

Perbandingan Framing Pemberitaan Larangan Ekspor CPO (Crude Palm Oil) Antara Media Kompas.com dan CNN Indonesia

No	Perangkat Framing	Kompas.com	CNN Indonesia
1.	<i>Sintaksis</i>	<i>Headline</i> dan <i>lead</i> ini difokuskan pada dampak-dampak yang ditimbulkan setelah adanya larangan ekspor CPO. Baik bagi masyarakat hingga sektor ekspor RI.	Berita ini menekankan kebijakam yang diberikan oleh Presiden Jokowi menjadi pusat utama pemberitaan mengenai larangan eksplor CPO. Lead cerita menunjukkan pengulangan dari judul.
2.	<i>Skrip</i>	Berita mengandung 6 unsur 5W + 1H. Hal yang paling ditonjolkan adalah (<i>what</i>) yang berkaitan dengan dampak-dampak yang	Unsur berita mengandung 5W + 1H. Hal yang paling ditonjolkan adalah (<i>who</i>) dan (<i>what</i>) yaitu berkaitan dengan kebijakan Presiden Jokowi pada larangan

No	Perangkat Framing	Kompas.com	CNN Indonesia
		dialami masyarakat mulai dari petani kelapa sawit hingga sektor ekspor RI.	ekspor CPO.
3.	<i>Tematik</i>	Berita online ini menekankan dampak yang muncul saat ditetapkannya larangan ekspor CPO. Koherensi yang digunakan adalah koherensi sebab akibat larangan ekspor CPO.	Membahas mengenai alasan membuka lagi keran ekspor CPO oleh Presiden Jokowi. Koherensi yang digunakan adalah koherensi sebab akibat dimana sebab adanya larangan ekspor yang berdampak pada masyarakat sehingga Presiden Jokowi memutuskan untuk membuka kembali ekspor CPO.
4.	<i>Retoris</i>	Gambar petani kelapa sawit saat mengumpulkan kelapa sawit untuk menyesuaikan berita yang berkaitan dengan kelapa sawit.	Foto yang berkaitan dengan minyak untuk menyesuaikan berita yang membahas mengenai minyak sawit.

B. Pembahasan

1. Struktur *Sintaksis* Larangan Ekspor CPO (*Crude Palm Oil*) Pada Kompas.com dan CNN Indonesia

Struktur *sintaksis* pemberitaan larangan ekspor CPO (*Crude Palm Oil*) pada Kompas.com dan CNN Indonesia keduanya memiliki fokus penggunaan judul serta *headline* yang berbeda. Kompas.com cenderung menggunakan *headline* atau judul sebagai penegas dampak-dampak yang ditimbulkan setekah adanya larangan ekspor CPO. Sedangkan CNN Indonesia menggunakan struktur *sintaksis* pada *headline* dan judul mengenai kebijakan yang diberikan oleh Presiden Jokowi menjadi pusat utama pemberitaan mengenai larangan ekspor CPO.

Hal ini didukung dengan penelitian dari Mullah Oges Cabucca, Putri Maulina (2020) dengan judul “Analisis *Framing* Pemberitaan Kebakaran Hutan Dan Lahan PT Agro Sinergi Nusantara Pada Media *Online* Lokal Dan Nasional” hal ini berkaitan dengan cara media menyampaikan suatu berita dapat dilihat dari caranya menciptakan sebuah realitas menjadi

sebuah produk jurnalistik. Perbedaan dalam penelitian ini adalah berkaitan dengan topik yang diangkat, yaitu berkaitan dengan topik Larangan Eskpor CPO (*Crude Palm Oil*).

Perbandingan dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa susunan bentuk seperti peristiwa, pernyataan, pendapat, kutipan, dan observasi peristiwa dalam susunan berita yang sangat erat kaitannya dengan struktur sintaksis. Struktur ini dapat di bagian berita, yaitu tajuk utama yang dipilih, petunjuk yang digunakan informasi latar belakang yang mendasarinya, sumber yang dikutip. Sedangkan temuan yang ada pada penelitian ini adalah tentang susunan berita larangan ekspor CPO, khususnya urutan peristiwa dan bagian akhir yang memuat sumber berita. Selain itu, ditemukan bahwa berita mengenai larangan ekspor CPO umumnya lebih memakai penyusunan piramida terbalik yang digunakan untuk membuat naskah kabar yang berisi data yang aktual serta isi kabar yang disajikan dimulai dari data berarti hingga data yang kurang berarti. Penyusunan piramida terbalik mempunyai 3 bagian yaitu, bagian sangat berarti (*lead*), bagian penting (*body*), serta bagian kurang berarti (*leg*)

Pengkajian latar belakang dan penonjolan isu-isu yang ada dalam media massa tidak lepas dengan adanya *agenda setting* yang ada didalam pemberitaan media tersebut. Sebab, peran *gate keeper* dalam media tidak dapat dilepaskan bahwa topik yang berhasil tayang merupakan hasil pemilihan dan revisi yang dilakukan oleh redaksi disesuaikan dengan isu-isu yang dianggap penting oleh media massa. Sebab pemilihan isu dan topik yang ada dalam pemberitaan sudah dirancang oleh perusahaan media dan bukan hasil dari keputusan perseorangan atau dari wartawan jurnalisnya saja. Hasil dari kolektif suatu struktur yang tidak lepas dari unsur-unsur *desicion maker* yang saling berkaitan antara nilai berita dengan kesesuaian visi misi serta pandangan dari perusahaan.

2. Struktur Skrip Larangan Ekspor CPO (*Crude Palm Oil*) Pada Kompas.com dan CNN Indonesia

Susunan *skrip* pada Kompas.com dari berita 1 sampai dengan 4 menunjukkan hal yang paling *ditonjolkan* adalah *what* (apa) berkaitan dengan dampak-dampak yang dialami masyarakat mulai dari petani kelapa sawit hingga sektor ekspor RI. Selanjutnya pada struktur *skrip* CNN Indonesia yang berusaha untuk ditonjolkan adalah *who* dan *what* yaitu berkaitan dengan Presiden Jokowi pada larangan ekspor CPO.

Perbedaan pada kedua media *online* ini juga nampak pada *who* yang diangkat oleh masing-masing media online. Pada kompas.com, wartawan memberikan kutipan langsung dari narasumber utama yang berbeda-beda tergantung pada sektor yang sedang

dibahas. Sedangkan CNN Indonesia berfokus pada informasi dari kutipan Presiden Jokowi secara langsung maupun wartawan. Hal ini didukung dengan penelitian terdahulu dari Chelsea Andriany, Novelia Wijayanti, Miletresia, dan Kho Gerson Ralph Manue Dua Mata Memandang Karhutla (2020) dengan judul “Analisis *Framing* Pemberitaan Karhutla Di The Star Dan Kompas.Com yang menunjukkan adanya upaya media untuk membentuk persepsi realitas negara Indonesia dan Malaysia yang saling “tuding-tudingan” perihat tanggung jawab bencana KARHUTLA. Sedangkan teuan yang ada pada penelitian ini adalah bahwa pemiliha topik berita yang mengandung sifat pro dan kontra dari masyarkat dan pemerinta menjadi tidak lepas dari tujuan Komoas.com dan CNN Indonesia untuk mengatasi masalah adanya larangan ekspor CPO. Sehingga media baik Kompas.com maupun CNN Indonesia sebaik mungkin menempatkan *framing* mereka di dasarkan pada topik-topik penting yang positif dan berpengaruh terhadap realitas masyarakat. *Skrip* yang di keluarkan CNN Indonesia wartawan menjelaskan secara rinci bagaimana Presiden Jokowi dalam menyelesaikan masalah terkait dengan larangan CPO yang beerdampak terhadap petani sawit.

Seperti yang McCombs sampaikan bahwa *agenda setting* media memberikan pengaruh besar terhadap topik yang dianggap penting oleh masyarakat. Pandangan ini menunjukkan bahwa media tidak semata-merta memproduksi berita, sebuah media massa memiliki tujuan dalam mengolah berita sesuai dengan ketentuan pers. Terdapat dua macam model berita yaitu, berita ringan dan berita berat. Berita berat membahas informasi penting yang dilakukan oleh seseorang terkemuka. Sedangkan berita ringan membahas aktivitas manusia sehari-hari. Produksi media yang dikeluarkan sudah di *setting* menggunakan agenda rutin yang digunakan sebagai pedoman. Karena itu, hasil dari produksi berita yang ada merupakan hasil rutinitas media yang diterapkan.

3. Struktur Tematik Larangan Ekspor CPO (*Crude Palm Oil*) Pada Kompas.com dan CNN Indonesia

Dari struktur tematik pada Kompas.com dan CNN Indonesia terdapat sedikit perbedaan dimana Kompas.com menekankan dampak yang muncul saat di tetapkannya larangan ekspor CPO. Salah satunya dengan adanya kutipan pada salah satu berita “Tentu saja ini karena ekspor dilarang kalau enggak dicabut (akan) berdampak pada kinerja ekspor kita. Tapi bagaimana (kinerja) neraca perdagangan dan berapa turunnya

kita lihat (rilis) di bulan depan”, kata Margo dalam konferensi pers di Jakarta, Selasa (17/05/2022) dimana larangan ekspor berdampak hingga ekspor RI.

Sedangkan pada media *online* CNN Indonesia Jokowi membahas mengenai alasan membuka lagi keran ekspor CPO oleh Presiden Jokowi. Koherensi yang digunakan adalah koherensi sebab akibat dimana sebab adanya larangan ekspor yang berdampak pada masyarakat sehingga Presiden Jokowi memutuskan untuk membuka kembali ekspor CPO.

4. Struktur Retoris Larangan Ekspor CPO (*Crude Palm Oil*) Pada Kompas.com dan CNN Indonesia

Struktur retorik berkaitan dengan bagaimana wartawan menggunakan pilihan kata, grafik dan gambar tidak hanya untuk mendukung tulisan tetapi juga untuk menekankan makna tertentu kepada pembaca. Struktur retorik, dalam berita Kompas.com, menekankan fakta yang terlihat dalam kata-kata idiomatis, menampilkan gambar dan foto yang semakin menguatkan bingkai yang ingin dibentuk seperti berfokus pada kelapa sawit yang menjadi fokus utama pada berita.

Sementara itu, CNN Indonesia sangat relevan dan tepat untuk menekankan fakta dengan menggunakan foto-foto yang digunakan, seperti foto menuangkan minyak dan berita kenaikan harga minyak, untuk memberitakan pernyataan berdasarkan isi berita tersebut, demikian memperkuat bentuk *framing* yang anda inginkan.

CONCLUSION

Mengacu pada tujuan dan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa, 1) dalam susunan skrip pada Kompas.com menunjukkan hal yang paling ditonjolkan adalah *what* (apa) berkaitan dengan dampak-dampak yang dialami masyarakat mulai dari petani kelapa sawit hingga sektor ekspor RI, sedangkan pada struktur skrip CNN Indonesia yang berusaha untuk ditonjolkan adalah *who* (siapa) dan *what* (apa) yaitu berkaitan dengan Presiden Jokowi pada larangan ekspor CPO. 2) dalam struktur tematik pada Kompas.com dan CNN Indonesia terdapat sedikit perbedaan dimana Kompas.com menekankan dampak yang muncul saat di tetapkannya larangan ekspor CPO. 3) pada Kompas.com dan CNN Indonesia struktur retorik berkaitan dengan bagaimana wartawan menggunakan pilihan kata, grafik dan gambar tidak hanya untuk mendukung tulisan tetapi juga untuk menekankan makna tertentu kepada pembaca. 4) struktur retorik dalam berita Kompas.com, menekankan fakta yang terlihat dalam kata-kata idiomatis,

menampilkan gambar dan foto yang semakim menguatkan bingkai yang ingin dibentuk seperti berfokus pada kelapa sawit yang menjadi fokus utama pada berita.

REFERENCES

- Andriany, C., Novelia Wijayanti, Miletresia, & Manuel, K. G. R. (2019). *Dua Mata Memandang Karhutla (Analisis Framing Pemberitaan Karhutla Di The Star. 13(2), 153–165.*
- Andy. (2021). *Peran Public Relations Dalam Penggunaan Media Sosial Untuk Mempertahankan Citra The Best Learning Place For Children Pada Sekolah Yehonala Batam (Vol. 1, Nomor 2).*
- Ardiarini, N., & Prasetyo, A. (2018). *Konstruksi Realitas Informasi Hoax Pada Film Contagion Construction Of Hoax News Reality In Contagion Film.*
- Astuti, I. P., Ayuningtyas, F. J., Ring, J., Utara, R., & Catur, C. (2018). *Pengaruh Ekspor Dan Impor Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. 19(April).* <https://doi.org/10.18196/Jesp.19.1.3836>
- Baihaqi, F. R., & Setiawan, H. (2021). *Pemberitaan Peresmian Sirkuit Mandalika Kompas . Com Dan Detik . Com : Analisis Framing Dalam Media. 3(2), 8–17.*
- Bianca, B. (2021). *Analisis Framing Berita Mengenai Covid-19 April 2020 Di Kompas.Com Dan Detik.Com. Nuevos Sistemas De Comunicación E Información, April 2020, 2013–2015.*
- Cabucci, M. O., & Maulina, P. (2021). *Analisis Framing Pemberitaan Kebakaran Hutan Dan Lahan Pt. Argo Sinergi Nusantara Pada Media Online Lokal Dan Nusantara. Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media, 5(2), 205–216.*
- Fadli, K., Haryati, H., Novita, P., & Setiawan. (2021). *Analisis Framing Media Online Tentang Pandemi Covid-19 Analisis Framing Media Online Tentang Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Covid-19 Pada Media Online Tribun News.Com Dan Kepri.Co.Id Edisi Bulan Maret S/D Juni 2020). 2(465), 106–111.*
- Fahmi. (2016). *Analisis Framing Pemberitaan Media Online Rakyat Merdeka Dan Cnn Indonesia Dalam Isu Penetapan 19 Pondok Pesantren Penyebar Paham Radikalisme Oleh Bnpt (Nomor August).*
- Gunawan, M. D. R. (2021). *Ekspansi Pasar Ekspor Kelapa Sawit Indonesia Dan Respons Terhadap Embargo Ekonomi Uni Eropa Tahun 2018-2020. 6.*
- Habibi, M., Muksin, N. N., & Rivaldi. (2020). *Analisis Framing Pemberitaan Media Televisi Pada Peristiwa Penembakan Di Kilometer 50 Tol Jakarta- Cikampek.*

- Kementerian Perindustrian Ri. (2021). *Tantangan Dan Prospek Hilirisasi Sawit Nasional*.
- Launa, L. (2020). Robert Entman Framing Analysis Of Prabowo Subianto's Image In Republika.Co.Id March – April 2019 Edition. *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi*, 3(1),50–64. <https://doi.org/10.17933/Diakom.V3i1.57>
- Marcelina, C. (2018). *Konstruksi Pemberitaan Media Online Dalam Polemik Pengakuan Antasari Azhar (Analisis Framing Situs Berita Sindonews.Com Pemberitaan Antasari Azhar Edisi 14 Februari-16 Februari 2017)*.
- Naqqiyah, M. S. (2020). Analisis Framing Pemberitaan Media Online Cnn Indonesia.Com Dan Tirto.Id Mengenai Kasus Pandemi Covid-19. *Jurnal Kopis: Kajian Penelitian Dan Pemikiran Komunikasi Penyiaran Islam*, 3(01), 18–27. <https://doi.org/10.33367/Kpi.V3i01.1483>
- Oec - The Observatory Of Economic Complexity. (2020). *Palm Oil , Crude*.
- Pramelani. (2018). Efek Kognitif, Afektif Dan Behavioral Pada Kampanye Registrasi Prabayar Seluler. *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 1–7. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/issue/download/255/229>
- Rahayu, A. P. (2021). *Strategi Pemerintah Indonesia Dalam Merespon Hambatan Perdagangan Minyak Kelapa Sawit (Cpo) Oleh Uni Eropa*.
- Sari, R. (2021). Dampak Kebijakan Larangan Ekspor Cpo Dan Produk Turunan. In *Metrosulawesi.Id(Nomor22)*. <https://metrosulawesi.id/2021/04/21/dampak-kebijakan-larangan-mudik/>
- Simanjuntak, S., & Setiawan, H. (2022). *Analisis Framing Pemberitaan Media Online Cnnindonesia . Com Dan Tvonenews . Com Mengenai Kasus Driver Ojol Membawa Kabur*. 6, 3.
- Sinta. (2021). *Konstruksi Pemberitaan Rancangan Undang- Undang Penghapusan Kekerasan Seksual (Ruu- Pks) Di Media Online (Analisis Framing Di Kompas.Com Dan Tirto.Id)*. 2021.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif* (Nomor June).
- Suryono, J, Astuti, P., Rahayu, N., Widayati, M., & Hariyanto, H. (2019). Superlative Sign Typology of Curahan Hati – Harapan Warga Jakarta Political Advertising Video. <https://doi.org/10.4108/eai.21-12-2018.2282712>
- Suryono, Joko, Astuti, P. I., Rahayu, N. T., Hariyanto, H., & Widayati, M. (2019). Karikatur Iklan Politik Media Luar Ruang Jangan Membeli Kucing Dalam Karung. *Profetik: Jurnal*

- Komunikasi, 12(1), 46. <https://doi.org/10.14421/pjk.v12i1.1539>
- Suryono, Joko, Setyo, B., Astuti, P. I., & Rahayu, N. T. (2020). Iklan Rokok Bijak Bernuansa Politik Jangan Mau Diadu. *Jurnalisa*, 06(02), 177–199.
- Syarbaini, S., Nur, S. M., & Anom, E. (2021). *Teori, Media Dan Strategi Komunikasi Politik*. 127–135.
- Ubaisilfa, S. F. (2019). *Analisis Framing Tentang Pemberitaan Kasus Ujaran Kebencian Dan Pencemaran Nama Baik Oleh I Gede Ary Astina Pada Media Online Kompas.Com*.
- Wicaksono, B. D. (2018). *Analisis Perdagangan Minyak Kelapa Sawit (Cpo) Indonesia Di Pasar Internasional*.
- Yuliani, A. (2021). *Penetapan Kegentingan Yang Memaksa Dari Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Menjadi Undang-Undang*. 1(3).
- Yulianti, C. R., & Setiawan, H. (2022). Analisis Framing Dan Diksi Berita Pada Media Online Detik Travel Dan Cnn Indonesia Sebagai Bahan Ajar Teks Berita. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 4(1), 803–814. <https://doi.org/10.31004/Edukatif.V4i1.1895>
- Sobur, A. 2012. *Analisis Teks Media : Suatu Pengantar Analisa Wacana, Analisa Semiotika, Dan Analisa Framing*. Bandung : *Remaja Rosdakarya*.