



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teoritis

Teori Agenda *Setting*

Teori Agenda *Setting* telah memainkan peran penting dalam menentukan bagaimana media mempengaruhi khalayak. Dalam beberapa tahun terakhir, agenda setting telah memegang bahwa agenda-item media dianggap penting-identik dengan agenda publik, atau apa yang dianggap khalayak penting. Agenda *setting* memiliki fungsi bagi media massa yakni bagaimana media massa memilih dan menekankan pada isu-isu tertentu karena isu-isu itu akan dianggap penting oleh khalayak.

Asumsi dasar teori ini adalah bahwa media mempunyai kemampuan mentransfer isu untuk memengaruhi agenda publik. Khalayak akan menganggap isu itu penting karena media menganggap isu itu penting juga (Kriyantono, 2063: 224).

Jadi, disini media memiliki peran yang sangat penting untuk memberikan informasi serta memberikan efek mengenai informasi tersebut pada khalayak. Media massa disini memiliki kemampuan untuk mengarahkan perhatian khalayak pada informasi yang disajikan (Kriyantono, 2006: 224).

Stephen W. Littlejohn dan Karen Foss (2005: 280) mengutip Rogers & Dearing mengatakan bahwa fungsi agenda *setting* merupakan proses linear yang terdiri dari tiga bagian:

1. Agenda media itu sendiri harus disusun awak media.
2. Agenda media dalam beberapa hal mempengaruhi atau berinteraksi dengan agenda publik atau naruli publik terhadap kepentingan isu.

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



3. Agenda kebijakan adalah apa yang dipikirkan para pembuat kebijakan publik dan privat penting atau pembuatan kebijakan publik yang dianggap penting oleh publik.

Werner Severin dan James W. Tankard dalam buku *Communication Theories* (2005) menyampaikan dimensi-dimensi 3 agenda di atas, yaitu:

1. Agenda media
 - a. Visibilitas, yaitu jumlah dan tingkat menonjolnya berita.
 - b. Tinggal menonjol bagi khayalak (*audiance salience*), yakni relevansi isi berita dengan kebutuhan khayalak.
 - c. Valensi, yakni menyenangkan atau tidak menyenangkan cara pemberitaan bagi suatu peristiwa.
2. Agenda Publik
 - a. Keakraban, yakni derajat kesadaran khayalak akan topik tertentu.
 - b. Penonjolan pribadi, yakni relevansi kepentingan individu dengan ciri pribadi.
 - c. Kesenangan, yakni pertimbangan senang atau tidak senang akan topik kita.
3. Agenda kebijakan
 - a. Dukungan (*support*), yakni kegiatan menyenangkan bagi posisi suatu berita tertentu.
 - b. Kemungkinan kegiatan, yakni kemungkinan pemerintah melaksanakan apa yang diibaratkan.
 - c. Kebebsasan bertindak, yakni nilai kegiatan yang mungkin dilakukan pemerintah

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Gambar 2.1
Model Agenda Setting

Dalam penjelasan teori agenda *setting* yang diatas, peneliti mengaitkan teori dengan dimensi agenda media dan agenda publik dalam hasil tayangan kanal youtube USS Feed tahun 2019.

Komunikasi Interaktif dan *New Media* (Media Baru)

Komunikasi interaktif adalah proses penyampaian pesan yang dilakukan antara komunikator dengan komunikannya secara langsung dengan melibatkan suatu aksi dan tanggapan secara langsung baik melalui saluran media maupun secara tatap muka. Interaktif sendiri memiliki pengertian sebagai suatu jenis tindakan atau aksi yang terjadi ketika dua atau lebih memberikan efek atau memengaruhi satu sama lainnya.

Jenis komunikasi dua arah yang digunakan bersifat lebih interaktif (tidak pasif). Berbeda dengan komunikasi interpersonal, komunikasi interaktif dapat terjadi dari komunikator yang berjumlah lebih dari satu kepada komunikan yang jumlahnya banyak. Salah satu contohnya yaitu seperti membuka *chat room* di jejaring sosial yang melibatkan lebih dari satu orang di mana semuanya memungkinkan menjadi komunikatornya.

Teknologi *new media* (media baru) mempromosikan perubahan media dan karakteristik Internet sebagai teknologi jaringan konvergen digital media yang sekarang telah beragam bentuk media seperti ponsel atau *Smartphone*, *e-books* dan televisi digital. Media baru ini juga dianggap sebagai media digital.

Media digital terbentuk dari konten media yang menggabungkan dan mengintegrasikan data, teks, suara, dan media baru ini juga dianggap sebagai media digital. Media baru ini merupakan media yang terdiri dari teknologi berbasis

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



komputer, seperti Internet, *e-mail*, dan televisi kabel digital (West & Turner, 2008:41).

Menurut McLuhan dalam tulisan Okwor Nicholaas (2005:5) yang berjudul *New Media* and Marshal McLuhan, menjelaskan bahwa definisi dari media baru memiliki kesamaan dengan definisi dari penulis lain. Beberapa menggambarkan media baru sebagai kemampuan untuk menggabungkan teks, *audio*, *video digital*, media interaktif, *virtual reality*, *web*, *email*, *chatting*, ponsel, aplikasi komputer, dan setiap sumber informasi diakses oleh komputer pribadi.

Menurut pandangan Ronald Rice (1984), mengambil kesimpulan, bahwa *New Media* pada masa sekarang ini sudah sangat membantu kita sebagai Internet *user*, namun *New Media* bisa bermanfaat jika kita menggunakannya sesuai dengan norma-norma yang berlaku.

Youtube

YouTube adalah situs portal video yang sering diakses para pengguna internet, juga mempunyai fitur berbagi video (video sharing) sehingga dapat dilihat oleh siapapun yang mengklik video tersebut. Terdapat didalamnya berbagai macam video seperti tutorial, video musik, berita dan lain-lain.

Walaupun penonton tidak mendaftarkan akunnya, mereka tetap juga bisa melihat postingan video pada situs yang sangat sering diakses oleh masyarakat sekarang ini. Seiring perkembangannya, peran *YouTube* bertambah menjadi jalur distribusi bagi berbagai kalangan, mulai dari pembuat konten sampai pengiklan, sebagai ajang berbagi, menginformasikan dan menginspirasi para pengguna internet di berbagai belahan dunia.

Youtube adalah teknologi yang dihasilkan *New Media* komunikasi yang mengacu pada konten yang bisa diakses kapan saja, pada setiap perangkat digital, serta memiliki kemampuan untuk dilakukannya interaksi antara pemberi



informasi dan penerima informasi melalui kolom komentar, dan dimungkinkannya partisipasi kreatif dari berbagai pihak.

Hal tersebut tentu sangat berbeda dengan pengertian media massa yang berusaha menyebarkan informasi secara serentak ke berbagai kalangan, namun tidak dimungkinkannya partisipasi dari pihak lain selain sumber yang menyalurkan informasi.

Teknologi dari *new media* akan selalu memanfaatkan keunggulan dari digitalisasi, kemampuan untuk memanipulasi dan melalui jaringan yang padat serta kompresiber dan interaktif. Contoh-contoh dari *new media* adalah segala sesuatu yang terhubung dengan internet seperti situs dan video game. Televisi, koran, buku dan majalah bukanlah bagian dari *new media*, namun hal ini dapat kemungkinan bila kedua hal tersebut meleburkan diri ke dalam digital dan memberikan kemampuan kepada *audience* sebuah bentuk komunikasi interaktif. Sebagai contoh adalah koran digital dari Kompas.

Hal tersebut dapat dikategorikan menjadi *new media* ketika koran tersebut dapat di akses melalui internet. Koran tersebut juga harus menyediakan ruang interaksi antar pengguna dan pemilik konten agar ia dapat memenuhi syarat untuk memberikan partisipasi kreatif banyak pihak. Era media massa merupakan perubahan yang menggiring teknologi informasi ke era yang baru.

Media massa menghadirkan televisi di mana informasi disajikan terus menerus melalui medium audio-visual lewat jalur frekuensi. Seluruh kalangan bisa menonton selama televisi tersedia di ruang keluarga mereka, namun televisi memiliki ukuran yang besar dan harus tersambung dengan sumber listrik.

Maka, sulit untuk mengonsumsi informasi melalui televisi dimana saja. Walaupun sudah ditemukan televisi mini dengan baterai, masyarakat kini rupanya lebih memilih mengonsumsi informasi dengan *smartphone* yang berhubungan

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



dengan internet.

Perbedaan yang paling ditekankan antara media massa dan *new media* adalah fitur cara komunikasi antara pemberi informasi dan penerima informasi. Sumber dari media massa adalah beberapa korporasi pemilik kanal di televisi yang menyebarkan informasi ke khalayak luas. *New media* bisa bersumber dari siapa saja. Siapa pun bisa menjadi sumber penyebaran informasi dari *new media*.

Youtube merupakan situs berbagi video yang juga menyediakan berbagai macam informasi diberbagai dunia dan juga dapat dimanfaatkan sebagai media komunikasi global. *Youtube* memungkinkan siapaun yang memiliki koneksi internet untuk menonton dan mengunggah video.

Menurut Boyd & Ellison (2007), “*Youtube* merupakan layanan *file sharing* berbasis *web*, *audio/ video* yang memungkinkan individu untuk dapat membangun profil publik atau semi-publik dalam sistem yang dibatasi, mengartikulasikan daftar pengguna lain dengan siapa mereka akan berbagi sambungan, dan melihat daftar koneksi yang dibuat oleh orang lain dalam sistem tersebut”.

4. *Fashion*

Fashion sudah menjadi bagian penting dari gaya, tren, dan penampilan keseharian kita. Menurut Soekanto, *fashion* memiliki arti suatu mode yang hidupnya tidak lama, yang mungkin menyangkut gaya bahasa, perilaku, hobi terhadap model pakaian tertentu.

Makna serupa juga diungkapkan oleh Lypovetsky, *fashion* merupakan sebentar perubahan yang dicirikan oleh rentan waktu yang singkat, sehingga *fashion* (mode) merupakan kekuatan dalam kebangkitan individualitas dengan mengizinkan seseorang untuk mengekspresikan diri dalam berpenampilan.



Sedangkan menurut Polhemus dan Procter istilah *fashion* kerap digunakan sebagai sinonim dari istilah dandanan, gaya dan busana dalam masyarakat kontemporer barat akhir-akhir ini. Menurut *The Contemporary English Indonesian Dictionary* oleh drs. Peter Salim, *fashion* berarti mode, gaya, cara, busana, pakaian, bentuk, jenis, macam, dan pembuatan.

Menurut *The American Heritage Dictionary of English language*, oleh *Houghton Mifflin Company* di Amerika pada tahun 2004, *fashion* didefinisikan sebagai Gaya atau kebiasaan umum seperti dalam berperilaku atau berpakaian. Sesuatu seperti pakaian yang merupakan gaya sekarang. Karakteristik dari golongan atas, gaya atau mode, jalan atau cara.

Sesuatu yang pribadi seringkali berkenaan dengan tabiat seseorang. Jenis atau variasi, macam, bentuk, wujud. Barnard memberikan perbedaan antara *fashion* dan gaya. Jika gaya menyangkut pengertian seseorang tentang kepribadian dirinya dan kemudian menggunakan busana yang cocok sesuai selera. Sedangkan *fashion* adalah perkembangan tren yang terus berubah mengikuti masa.

Seorang yang mengikuti *trend fashion* belum tentu mampu mengaplikasikan tren tersebut ke dirinya, sehingga gaya nya dapat menjadi kurang cocok. Namun orang yang mengerti gaya dirinya sendiri, dipastikan mampu menyesuaikan *fashion* sesuai kebutuhan dan kenyamanan dirinya.

Fashion merupakan isu penting yang mencirikan pengalaman hidup sosial. Oleh karena itu, *fashion* memiliki beberapa fungsi. Pertama, sebagai sarana komunikasi, *fashion* bisa menyampaikan pesan artifaktual yang bersifat non-verbal. *Fashion* bisa merefleksikan, meneguhkan, mengekspresikan suasana hati seseorang.

Fashion memiliki suatu fungsi kesopanan (*modesty function*) dan daya

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



tarik. Sebagai fenomena budaya, *fashion* sesungguhnya bisa berucap banyak tentang identitas pemakainya. *Fashion* juga dapat digunakan untuk menunjukkan nilai sosial dan status, karena orang bisa membuat kesimpulan tentang siapa anda, kelompok sosial mana anda, melalui medium *fashion*.



Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis	Judul	Subyek/objek penelitian	Perbedaan penelitian	Persamaan penelitian
1	Nopi Kosuma Wijaya	Kekerasan dalam program anak (Analisis Isi Kuantitatif Adegan Kekerasan Dalam Film Kartun Spongebob Squarepants), 2013.	Sikap Mahasiswa	Teori yang digunakan komunikasi massa berbeda dengan teori agenda <i>setting</i> yang digunakan peneliti	Subjek/objek penelitian kurang lebih sama.
2	Riza Ahmad Zaini	Analisis isi pesan dakwah dalam web series pulang-pulang ganteng episode 3-5 di youtube, 2018.	<i>Fanbase Gitasfreunde</i>	Analisis isi yang diteliti dalam bentuk teks dalam novel sedangkan dalam penelitian yang teliti adalah bentuk pesan dan visual dalam tayangan <i>youtube</i> .	Penelitian sama-sama menggunakan Analisis Isi

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan kritis dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



<p>3.</p>	<p>Kharis Maulana Akbar</p> <p>Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi</p>	<p>Semangat nasionalisme dalam film (analisis isi kuantitatif dalam film merah putih), 2017.</p>	<p>Sikap mahasiswa</p>	<p>Analisis isi yang diteliti dalam bentuk <i>scene</i> dalam tayangan film sedangkan dalam penelitian yang teliti adalah bentuk pesan dan visual dalam tayangan <i>youtube</i>.</p>	<p>Penelitian sama-sama menggunakan Analisis Isi.</p>
<p>4.</p>	<p>Vikran Fathi</p> <p>Hak Cipta Dilindungi</p>	<p>Film history dalam prinsip nasionalisme (Analisis Isi Deskriptif Pada Film “Sang Kiai”), 2015.</p>	<p>Sikap Mahasiswa</p>	<p>Analisis isi yang diteliti dalam bentuk <i>scene</i> dalam tayangan film sedangkan dalam penelitian yang teliti adalah bentuk pesan dan visual dalam tayangan <i>youtube</i>.</p>	<p>Penelitian sama-sama menggunakan Analisis Isi kuantitatif.</p>
<p>5.</p>	<p>Ayu Erivah Rossy dan Umaimah Wahid</p> <p>Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</p>	<p>Analisis Isi Kekerasan Seksual Dalam Pemberitaan Media Online Detik.Com, 2015.</p>	<p>Sikap Mahaiswa</p>	<p>Analisis isi yang diteliti dalam bentuk teks dalam pemberitaan sedangkan dalam penelitian yang teliti adalah bentuk pesan dan visual dalam tayangan <i>youtube</i>.</p>	<p>Penelitian sama-sama menggunakan Analisis Isi kuantitatif.</p>

Penelitian terdahulu pertama adalah Nopri kosuma wijaya, dengan judul penelitian “kekerasan dalam program anak (Analisis Isi Kuantitatif Adegan Kekerasan Dalam Film Kartun Spongebob Squarepants)” dari Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2013.



SpongeBob Squarepant adalah program animasi favorit dikalangan anak-anak. hal ini dibuktikan dengan karena acara ini memenangkan nominasi sebagai kartun terfavorit di ajang Kids Choice Awards 2013, dari nominasi film kartun yang lainnya seperti Doraemon, Naruto, dan Upin dan Ipin. Dengan meraih dan memenangkan nominasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa program animasi ini banyak disaksikan oleh anak-anak dan merupakan program yang disenangi oleh mereka.

Namun, dalam program animasi Spongebob Squarepants ini, terdapat unsur-unsur kekerasan yang seharusnya tidak menjadi konsumsi bagi anak-anak. Dalam tayangan program animasi ini, terdapat penayangan kekerasan yang digambarkan dengan jelas dan dikhawatirkan nantinya kekerasan tersebut berpengaruh pada perkembangan anak.

Analisis isi digunakan sebagai jenis penelitian karena dapat menghasilkan data secara kuantitatif, yaitu mendeskripsikan hasil penelusuran informasi fakta dan diolah menjadi suatu data serta menghasilkan perhitungan obyektif, terstruktur, teruji, atas isi pesan yang nyata dan bersifat denotatif atas adegan kekerasan dalam film animasi Spongebob Squarepants ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penayangan progam animasi kartun anak Spongebob Squarepants pada periode tanggal 01 - 08 Mei 2013 terdapat 27 episode, terdapat unsur kekerasan fisik dan kekerasan psikologis. Dari data yang digambarkan oleh peneliti, kekerasan psikologis memiliki persentase yang lebih tinggi dibandingkan dengan persentase kekerasan fisik.

Penelitian terdahulu kedua adalah Riza Ahmad Zaini, “analisis isi pesan dakwah dalam web series pulang-pulang ganteng episode 3-5 di youtube” dari Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Dakwah merupakan proses mengubah seseorang maupun masyarakat (pemikiran, perasaan, perilaku) dari kondisi yang buruk ke kondisi yang lebih baik. Dakwah sebagai aktivitas yang sudah dilaksanakan semenjak adanya kenabian dan seruan risalah bagi manusia.

Semua Nabi memang mengemban tugas memanggil, menyeru, dan mengajak manusia kepada agama Allah SWT. Dalam penyampaian dakwah itu sendiri harus sesuai dengan perkembangan zaman agar pesan dakwah yang kita sampaikan mampu diterima dengan baik oleh audience atau penerima pesan dakwah tersebut. Contohnya seperti web series. Web series atau bisa disebut film pendek juga merupakan salah satu media komunikasi massa.

Dikatakan media komunikasi massa karena merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal, dalam arti berjumlah banyak, tersebar dimana-mana dan menimbulkan efek tertentu.

Melihat dari pengaruh film yang sangat besar pada jiwa manusia, penulis menyimpulkan bila film merupakan suatu media dakwah yang sangat bisa dipakai untuk kegiatan berdakwah di zaman yang modern ini. Jika film digunakan sebagai media dakwah maka hal pertama harus diisi misi dakwah adalah naskahnya, kemudian diikuti scenario, shooting, dan aktingnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Web Series Pulang-Pulang Ganteng Episode 3-5 di YouTube edisi 2016 yakni diperoleh frekuensi keseluruhan sebanyak 9 kali pesan, dengan 3 kategori pesan dakwah. Yakni pesan aqidah, pesan akhlak, dan pesan syariah.

Penelitian terdahulu ketiga adalah Kharis Maulana Akbar, “Semangat nasionalisme dalam film (analisis isi kuantitatif dalam film merah putih)” dari Fakultas Komunikasi Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin, 2017.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana isi pesan Nasionalisme dalam film Merah Putih dengan menggunakan enam Indikator Nasionalisme dari Iskandar (2010) yang meliputi, Rasa Kebanggaan, Rasa Bhineka Tunggal Ika, Rasa Semangat Perjuangan, Rasa Semangat Persatuan, Diplomasi, Rasa Cinta Tanah Air.

Penelitian ini menggunakan analisis isi dengan pendekatan kuantitatif tipe deskriptif. Objek penelitian adalah film Merah Putih dengan populasi 84 scene. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi non partisipan, dokumentasi, wawancara dan pengkodean. Pengukuran menggunakan Uji reabilitas dengan menggunakan dua orang pengkode dengan sampel yang sudah ditentukan sebanyak 33 scene.

Hasil penelitian yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebanyak 21 scene dari hasil pengkodean menunjukkan Indikator yang paling banyak muncul adalah Rasa Semangat Perjuangan sebanyak 8 kali (38%) dengan rata-rata 0,38 dan nilai tengah (median) 94,5, Rasa Semangat Persatuan sebanyak 7 kali (33,4%) dengan rata-rata 0,33 dan nilai tengah (median) 84, Rasa Bhineka Tunggal Ika sebanyak 3 kali (14,3%) dengan rata-rata 0,14 dan nilai tengah (median) 42, Rasa Cinta Tanah Air sebanyak 2 kali (9,5%) dengan rata-rata 0,09 dan nilai tengah (median) 26,25, Rasa Kebanggaan sebanyak 1 kali (4,8%) dengan rata-rata 0,04 dan nilai tengah (median) 21, sementara Diplomasi tidak muncul sama sekali.

Film ini didominasi oleh Indikator Semangat Perjuangan sebanyak 8 scene. Hal ini berkaitan dengan teori Kultivasi dimana Media menentukan persepsi bagi penontonnya.

Penelitian terdahulu keempat adalah Vikran Vikran Fathi, film history dalam prinsip nasionalisme (Analisis Isi Deskriptif Pada Film “Sang Kiai”) dari Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Yogyakarta, 2015.



Film Sang Kiai merupakan film kolosal produksi Film Rapi, ciptaan Rako Prijanto dengan tema nasionalisme, dengan durasi 136 menit film ini mengangkat kisah perjuangan pondok pesantren ulama karismatik Tebu Ireng, Jombang, Jawa Timur yaitu KH. Hasyim Asy'ari (kakek dari KH Wahid / Gus Dur) mengesahkan resolusi Jihadnya, serta masyarakat sekitar dalam merebut dan mempertahankan kemerdekaan NKRI pada tahun 1942-1947.

Latar belakang film Sang Kiai adalah kecenderungan generasi muda yang melupakan proses dan rasa perjuangan para pahlawan di Tanah Air dalam masa kemerdekaan bangsa Indonesia.

Kajian yang berjudul “Film Sejarah dalam Asas Nasionalisme (Analisis Deskriptif Isi Film Sang Kiai)” dengan metode analisis isi kuantitatif, untuk mengetahui apakah dalam film Sang Kiai mengandung asas nasionalisme dan asas nasionalisme yang paling banyak di dunia. Film Sang Kiai. Adapun asas kebangsaan yang terkandung dalam buku "Pembangunan Bangsa" karya Kartodirdjo adalah persatuan, kebebasan, persamaan, kepribadian, dan prestasi.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah dalam film Sang Kiai mengandung prinsip nasionalisme, sebagai persentase pendapatan dengan karya seni Kartodirdjo Persatuan 30% 62 adegan, Kepribadian 30% 61 adegan, Liberty 16% 33 adegan, Pencapaian 14% 29 adegan, Kesetaraan 10% 20 adegan.

Penelitian terdahulu kelima adalah Ayu Erivah Rossy dan Umaimah Wahid, (Analisis Isi Kekerasan Seksual Dalam Pemberitaan Media Online Detik.Com) dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur Jakarta, 2015.

Penelitian ini mengimplementasikan analisis isi kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan fokus pada isi pemberitaan perkosaan di media online Detik.com. Kasus kekerasan seksual khususnya kasus pemerkosaan selalu menjadi pemberitaan yang menarik di media. Dalam konteks itu, pembaca

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



disuguhkan kabar buruk dengan cara penulisan yang cenderung vulgar dan mengasingkan korban pemerkosaan. Kecenderungan pemberitaan menjadi alasan fokus penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan pada konten laporan pemerkosaan yang muncul sesuai dengan prinsip analisis isi Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah pertanyaan bagaimanakah kecenderungan konten pemberitaan pemerkosaan dimuat di media online dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kecenderungan konten laporan pemerkosaan yang dimuat di media online Detik.com.

Instrumen analisis data menggunakan teknik analisis isi Holsti dengan unit analisis referensial. Hasil penelitian yang diperoleh antar pengkode menunjukkan kecenderungan isi laporan pemerkosaan sebagai berikut: penulisan berita dengan tema kronologis adalah 51,5%; jenis pemerkosaan yang dilaporkan sebagai tindakan perkosaan dalam hubungan seksual sebanyak 80%; laki-laki sebagai tersangka 93,3%; perempuan korban pemerkosaan 93,2%; pemerkosaan yang dilakukan oleh orang asing adalah 46,7%; agen pemerkosaan kurang dari 5 orang adalah 53,3%; Korban perkosaan kurang dari 5 orang adalah 93,3%.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

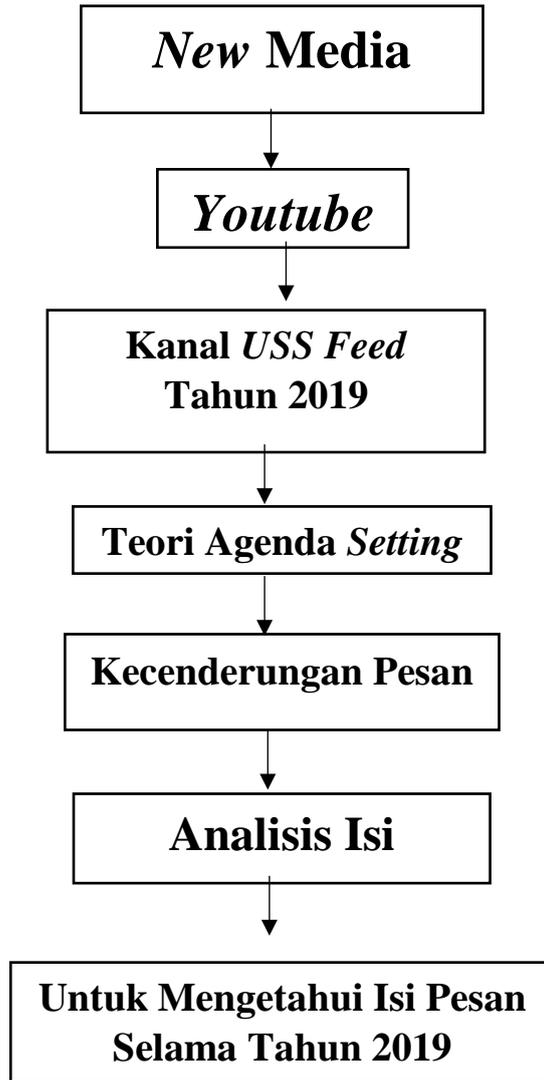
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



C. Kerangka Pemikiran

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Gambar 2.3

Gambar Kerangka Pemikiran

Dari bagan diatas, Youtube sabagai new media. Dalam media youtube memiliki kanal yaitu YouTube USS Feed sebagai objek penelitian. Selanjutnya dasar penelitian ini menggunakan teori agenda setting dengan dimensi agenda media dan agenda public dan kanal Youtube USS Feed yaitu peneliti menjabarkan bahwa akan meneliti kecenderungan pesan dengan menggunakan metode penelitian analisis isi dengan dasar menggunakan teori agenda setting. Dari pengujian menggunakan analisis isi akan menghasilkan temuan tentang analisis isi kanal youtube USS Feed tahun 2019 oleh peneliti.

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



D. Hipotesis

© Hak Cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Dalam penelitian tentang “Analisis Isi Kanal *Youtube USS Feed* tahun 2019” mempunyai hipotesis. Hipotesis merupakan pendapat atau pernyataan belum tentu kebenarannya dan harus diuji lebih dahulu, (sugiono, 2004:7). Maka hipotesis kerja penelitiannya adalah tidak ada perbedaan hubungan antar pesan dengan menggunakan unit analisis isi sintaksis dengan unit analisis isi referensial, sedangkan hipotesis akhir pada penelitian adalah adanya perbedaan hubungan antar pesan dengan menggunakan unit analisis isi sintaksis dengan unit analisis isi referensial.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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