BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Disadari atau tidak dalam setiap kehidupan, manusia tidak bisa terlepas dari keterlibatan dan pengaruh informasi. Hal ini terbukti dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan informasi mengenai apa saja yang terjadi di sekelilingnya terutama yang berhubungan dengan kepentingannya. Dengan demikian manusia senantiasa mencari berbagai macam informasi dengan berbagai macam cara dalam setiap kesempatan yang dimilikinya.

Dalam mencari informasi yang dibutuhkan, tentunya setiap manusia akan melakukan interaksi antara satu dengan yang lainnya melalui komunikasi. Dengan komunikasi tersebut manusia dapat mengeluarkan pendapat dan keinginannya serta dapat menerima pendapat orang lain baik dengan cara langsung (tatap muka) maupun tidak langsung (melalui media).

Onong Uchjana Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Filsafat Komunikasi mengatakan bahwa:

> Para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigma yang di kemukakan oleh Harold Lasswell dalam karyanya, *the Sitructure and Function of Communication in* Society. Lasswel mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who, Says What, In Which Channel, To Whom, Whit What Effect*? Paradigma Lasswel tersebut menunjukan

> bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni:
> - Komunikator (*communicator, source, sender*)
> - Pesan (*Massage*)
> - Media (*channel*)
> - Komunikan (*communicant, communicate, receiver, recipient*)
> - Efek (*effect, impact, influence*)
>
> Berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. (Effendy, 2003:10)

Komunikasi mempelajari pernyataan manusia yang meliputi bentuk proses media serta efek komunikasi tersebut. Menurut prosesnya komunikasi di bagi dalam tiga kategori, yaitu komunikasi antarpersona, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa. Ketiga bentuk komunikasi tersebut dapat dilakukan secara langsung maupun secara tidak langsung, bisa tatap muka langsung maupun menggunakan media. Effendy mengemukakan bahwa: Komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada persamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan. (Effendy, 2003:9)

Ketika kegiataan komunikasi tersebut dilakukan dengan publiknya yang bertujuaan untuk memberikan informasi, maka media adalah sarana yang dibutuhkan masyarakat agar pencapaian komunikasi dapat berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan. Kehadiran media massa di tengah kehidupan manusia dengan kapasitas yang dimilikinya, mampu menarik perhatian dan memenuhi segala kebutuhan informasinya. Manusia hampir tidak mampu melepaskan dirinya dari keterlibatan dan pengaruh media massa, karena media massa mampu menyajikan berbagai macam informasi yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari.

Secara etimologis, jurnalistik berasal dari kata *journ.* Dalam bahasa Perancis, *journ* berarti catatan atau laporan harian. Secara teknis, jurnalistik adalah "kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan menyebarkan berita melalui media berkala kepada khalayak seluas-luasnya dengan secepat-cepatnya" (Sumadiria, 2005:3).

Bahasa jurnalistik adalah bahasa yang digunakan dalam media masa untuk menyempurnakan kekurangan yang terdapat di media massa. Media Massa (*Mass Media*) merupakan *channel of mass communication*, yakni saluran, alat atau sarana yang dipergunakan dalam proses komunikasi massa. Komunikasi massa sendiri artinya penyampaian pesan, gagasan, atau informasi yang ditujukan kepada orang banyak (massa, publik). Adapun karakteristik media massa itu sendiri meliputi :

1. Publisitas, disebarluaskan kepada khalayak.
2. Universalitas, pesannya bersifat umum.
3. Perioditas, tetap atau berkala.
4. Kontinuitas, berkesinambungan.
5. Aktualitas, berisi hal-hal baru. (Romly, 2005 : 5)

Media massa merupakan sumber kekuatan, alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya. Media merupakan lokasi atau forum yang semakin berperan untuk menampilkan peristiwa-peristiwa masyarakat, baik yang bertaraf nasional maupun internasional.

Media seringkali berperan sebagai wahana pengembang kebudayaan, bukan saja dalam pengertian pengembangan bentuk seni dan simbol, tetapi

juga dalam pengertian pengembangan tata cara, mode, gaya hidup, dan norma-norma.

> "Media telah menjadi sumber dominan bukan saja bagi individu untuk memperoleh gambaran dan citra realitas sosial, tetapi juga bagi masyarakat dan kelompok secara kolektif: media menyuguhkan nilai-nilai dan penilaian normatif yang dibaurkan dengan berita dan hiburan" (Mc Quail, 1987:3)

Bahasa jurnalistik atau biasa disebut dengan bahasa pers, merupakan salah satu ragam bahasa kreatif bahasa Indonesia Bahasa jurnalistik atau biasa disebut dengan bahasa pers, merupakan salah satu ragam bahasa kreatif bahasa. Dengan demikian bahasa jurnalistik memiliki kaidah-kaidah tersendiri yang membedakannya dengan ragam bahasa yang lain.

"Bahasa jurnalistik merupakan bahasa yang digunakan oleh wartawan (jurnalis) dalam menulis karya-karya jurnalistik di media massa" (Anwar, 1991). Dengan demikian, bahasa Indonesia pada karya-karya jurnalistiklah yang bisa dikategorikan sebagai bahasa jurnalistik atau bahasa pers.

Bahasa jurnalistik itu sendiri juga memiliki karakter yang berbeda-beda berdasarkan jenis tulisan apa yang akan terberitakan. Bahasa jurnalistik yang digunakan untuk menuliskan reportase investigasi tentu lebih cermat bila dibandingkan dengan bahasa yang digunakan dalam penulisan features. Bahkan bahasa jurnalistik pun sekarang sudah memiliki kaidah-kaidah khas seperti dalam penulisan jurnalisme perdamaian. Bahasa jurnalistik yang digunakan untuk menulis berita, akan berbeda dengan bahasa jurnalistik yang digunakan untuk menulis tajuk dan features. Dalam menulis banyak faktor yang dapat mempengaruhi karakteristik bahasa jurnalistik karena penentuan

masalah, *angle* tulisan, pembagian tulisan, dan sumber (bahan tulisan). Namun demikian sesungguhnya bahasa jurnalistik tidak meninggalkan kaidah yang dimiliki oleh ragam bahasa Indonesia baku dalam hal pemakaian kosakata, struktur sintaksis dan wacana.

Sifat-sifat tersebut merupakan hal yang harus dipenuhi oleh ragam bahasa jurnalistik mengingat surat kabar dibaca oleh semua lapisan masyarakat yang tidak sama tingkat pengetahuannya. Dengan kata lain bahasa jurnalistik dapat dipahami dalam ukuran intelektual minimal. Hal ini dikarenakan tidak setiap orang memiliki cukup waktu untuk membaca surat kabar. Oleh karena itu bahasa jurnalistik sangat mengutamakan kemampuan untuk menyampaikan semua informasi yang dibawa kepada pembaca secepatnya dengan mengutamakan daya komunikasinya.

Setiap media massa menyampaikan suatu peristiwa pada khalayak pasti ada efek yang akan di timbulkan baik itu persepsi ataupun aksi setelah mengetahui informasi yang ada dalam media tersebut, maka pihak media harus benar-benar bersikap netral dan positif terhadap kejadian yang terjadi, karena masyarakat akan menganggap benar dan mengikuti apa yang telah disampaikan oleh pihak media.

Majalah Ninetyniners Magazine ini terbit setiap satu bulan sekali. Berita yang dimuat dalam Ninetyniners magazine ini masih terkait dengan fenomena yang sedang ramai dibicarakan. Dalam penelitian yang penulis lakukan ini, ternyata Ninetyniners magazine memiliki rubrik-rubrik yang diantaranya: rubrik *classroom, school star*, mading, *funky crime*, gita cinta,

hard to say, funkshion, love conection, agenda juni, *miss i like crazy, funky DJ, confession, rest & read,* cerpen, seputar orang beken, mozaik musik, lirik lagu, zodiak, *solving problem*.

Rubrik adalah alokasi halaman untuk memuat tulisan-tulisan tertentu yang setema. Nama halaman sebagai identitas bahwa halaman tersebut berisikan tulisan-tulisan bertema khusus. (Romli, 2005:113)

Dari hasil wawancara penulis dengan redaksi 99ers magazine, menjelaskan bahwa *funky dj* merupakan sebutan untuk para penyiar yang bertugas untuk siaran di radio Ninetyniners.

Pengertian penyiar dalam buku Radio Siaran: Teoti dan Praktek karya Onong Uchjana Effendy, mengatakan "Penyiar adalah orang yangmenyajikan materi siaran kepada para pendengar." (Effendy, 1990)

Rubrik *funky dj* di Ninetyniners magazine ini khusus dibuat untuk mengulas seputar penyiar radio Ninetyniners. Biasanya tema berisikan tentang pengalaman hidup, gaya hidup, hobi yang masih berhubungan dengan penyiar yang menjadi narasumber. Rubrik *funky dj* ini bisa mencapai tiga hingga empat halaman setiap kali terbit, yang dirancang dengan halaman penuh warna agar tidak membosankan.

Ninetyniners Magazine dengan rubrik Funky Dj setiap bulannya berinteraksi dengan masyarakat, menyampaikan informasi tentang penyiar – penyiar Radio Ninetyniners. Pesan dan informasi yang terdapat dalam rubrik Funky Dj Ninetyniners Magazine setiap bulannya akan sampai kepada para pembacanya, yang rata-rata berumur 13-19 tahun. Dengan umur pembacanya

yang masih belum bisa dibilang dewasa, Ninetyniners Magazine harus menjaga isi majalahnya agar tidak membawa pembacanya ke jalur yang salah.

Alasan penulis memilih Ninetyniners Magazine sebagai media tempat penelitian dikarenakan penulis melihat bahwa Ninetyniners Magazine merupakan salah satu media yang disebarkan secara gratis dan produksi perbulannya mencapai 7000 eksemplar. Setiap produksi perbulannya Ninetyniners Magazine selalu mendistribusikan majalahnya sampai habis. Ninetyniners Magazine dan Ninetyniners Radio kerap berkerja sama mengadakan acara interaktif dengan konsumernya Kehidupan para penyiar Radio Ninetyniners yang kehidupannya di ulas di Rubrik Funky Dj Ninetyniners Magazine menjadi panutan remaja remaja yang membaca majalah ini. Isi dari berita mereka merupakan trend baru ditengah masyarakat, dan apa jadinya jika dikarenakan penggunaan Bahasa jurnalistik yang tidak tepat membuat kesalahan pemaknaan bagi remaja Bandung dan membuat dampak negatif kepada para pembacanya.

Dari pemaparan latar belakang di atas, peneliti berharap penelitian ini dapat menjawab rumusan masalah tentang: **Sejauhmana Isi Rubrik Funky Dj Ninetyniners Magazine ditinjau dari Bahasa Jurnalistik?**

1.2 Identifikasi Masalah

Dari rumusan masalah di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah yang akan dibahas yaitu sebagai berikut :

1. Sejauhmana isi rubrik Funky Dj Ninetyniners Magazine Bandung ditinjau dari Kesingatannya?
2. Sejauhmana isi rubrik Funky Dj Ninetyniners Magazine Bandung ditinjau dari Kepadatannya?
3. Sejauhmana isi rubrik Funky Dj Ninetyniners Magazine Bandung ditinjau dari Kesederhanaannya?
4. Sejauhmana isi rubrik Funky Dj Ninetyniners Magazine Bandung ditinjau dari Kelugasannya?
5. Sejauhmana isi rubrik Funky Ninetyniners Magazine Bandung ditinjau dari Kemenarikannya?
6. Sejauhmana isi rubrik Funky Dj Ninetyniners Magazine Bandung ditinjau dari Kejelasannya?
7. Sejauhmana isi rubrik Funky Dj Ninetyniners Magazine Bandung ditinjau dari Bahasa Jurnalistik?

1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud dari penelitian adalah untuk menganalisa dan menjelaskan bagaimana isi rubrik Funky Dj Ninetyniners Magazine Bandung ditinjau dari Bahasa Jurnalistik.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk Menegtahui isi rubrik Funky Dj Ninetyniners Magazine Bandung ditinjau dari Kesingatannya.
2. Untuk Menegtahui isi rubrik Funky Dj Ninetyniners Magazine Bandung ditinjau dari Kepadatannya.
3. Untuk Menegtahui isi rubrik Funky Dj Ninetyniners Magazine Bandung ditinjau dari Kesederhanaannya.
4. Untuk Menegtahui isi rubrik Funky Dj Ninetyniners Magazine Bandung ditinjau dari Kelugasannya.
5. Untuk Menegtahui isi rubrik Funky Ninetyniners Magazine Bandung ditinjau dari Kemenarikannya.
6. Untuk Menegtahui isi rubrik Funky Dj Ninetyniners Magazine Bandung ditinjau dari Kejelasannya.
7. Untuk Menegtahui isi rubrik Funky Dj Ninetyniners Magazine Bandung ditinjau dari Bahasa Jurnalistik.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

1. Untuk Universitas penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi ilmiah untuk mengembangkan keilmuan khususnya Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik, yang dapat dimanfaatkan oleh pihak lain untuk penelitian lebih lanjut yang bersangkutan dengan analisis isi rubrik funky dj yang ditinjau dari bahasa jurnalistik.

2. Untuk rekan-rekan mahasiswa lainnya diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan bagi peneliti-peneliti selanjutnya, sehingga dapat menunjang perkembangan dibidang Ilmu Komunikasi, serta kepada semua pihak yang tertarik untuk meneliti analisis rubrik funky dj ditinjau dari bahasa jurnalistik.
3. Untuk perusahaan hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan dan evaluasi bagi perusahaan tentang rubrik funky dj yang dianalisis melalui bahasa jurnalistik.

1.4.2 Kegunaan Praktis

a. Peneliti

Kegunaan penelitian bagi peneliti untuk mendapatkan pengalaman dalam mengaplikasikan ilmu yang telah peneliti dapatkan selama masa perkuliahan dan diharapkan berguna untuk meningkatkan wawasan dan ilmu pengetahuan di bidang jurnalistik khususnya mengenai Bahasa Jurnalistik yang terkandung dalam sebuah majalah.

b. Universitas dan Program Studi

Kegunaan penelitian ini adalah sebagai bahan *literature* maupun referensi bagi mahasiswa Unikom pada umumnya dan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, yang melakukan penelitian pada kajian yang serupa yang berkaitan dengan bidang jurnalistik, khususnya mengenai Bahasa Jurnalistik.

c. Lembaga

Kegunaan penelitian ini sebagai bahan evaluasi bagi Ninetyniners Magazine dalam memperhatikan Bahasa Jurnalistik yang dipakai dalam membuat sebuah rubrik.

1.5 Kerangka Pemikiran

1.5.1 Kerangka Teoritis

Dalam Kamus Bahasa Indonesia yang disusun oleh Poerwadarminta (1985) dijelaskan, "Rubrik adalah kepala (ruangan) karangan dalam surat kabar, majalah, dan lain sebagainya" (Peorwadarminta, 1985: 83).

Onong Uchjana Effendy dalam Kamus Komunikasi mengatakan bahwa: Istilah Rubrik dalam bahasa Belanda berarti ruangan pada halaman surat kabar, majalah, atau media cetak lainnya, mengenai suatu aspek atau kegiatan dalam kehidupan masyarakat. (Effendy, 1989:316)

Pers menjadi sebuah proses mediasi antara masyarakat dengan "dunia". Pers diproses oleh jurnalisme untuk memiliki daya persuasi. Jurnalisme memrosesnya melalui tata cara mencari dan menyebarkan informasi. Jurnalisme selalu mengembangkan teknik prliputan dan pendistribusian pesan yang sesuai dengan kultur masyarakat. Pada proses pengembangannya, perancangan informasi mendorong kelahiran fenomena bahasa pers.

Bahasa pers menjadi satu alat. Bahasa, di dalam kehidupan jurnalistik, tidak lagi sekadar sarana penghantar pesan melainkan menjadi daya dorong lain. Dalam perkembangannya, memengaruhi kegiatan pers sampai ke tingkat pengepingan realitas peristiwa berita. Tata nilai dan norma

bahasa jurnalistik menjadi kelembagaan bahasa yang unik, dan bila dipolakan, menginduksi wacana masyarakat ketika menempatkan perspektif atas realitas.

Rosihan Anwar, wartawan senior terkemuka, menyatakan bahwa bahasa yang digunakan oleh wartawan dinamakan bahasa pers atau bahasa jumalistik. Bahasa Pers ialah salah satu ragam bahasa yang memiliki sifat-sifat khas yaitu: singkat, padat, sederhana, lancar, jelas, lugas, dan menarik. Bahasa jurnalistik harus didasarkan pada bahasa baku. Dia tidak dapat menganggap sepi kaidah-kaidah tata bahasa. Dia juga harus memperhatikan ejaan yang benar. Dalam kosa kota, bahasa jurnalistik mengikuti perkembangan dalam masyarakat (Anwar, 1991:1).

Menurut Eni Setiati dalam bukunya "Ragam jurnalistik baru dalam pemberitaan" menyebutkan tentang ciri-ciri bahsa jurnalisik.

> Ciri-ciri yang harus dimiliki bahasa jurnalistik antara lain:
> 1. **Singkat**, artinya bahasa jurnalistik harus menghindari penjelasan yang panjang dan bertele-tele.
> 2. **Padat**, artinya bahasa jurnalistik yang singkat itu sudah mampu menyampaikan informasi yang lengkap. Semua yang diperlukan pembaca sudah tertampung didalamnya. Menerapkan prinsip 5W+1H, pembuangan kata-kata adalah mubazir dan lebih baik menerapkan ekonomi kata.
> 3. **Sederhana**, artinya bahasa pers sedapat-dapatnya memilih kalimat tunggal dan sederhana, bukan kalimat majemuk yang panjang, rumit, dan kompleks. Kalimat yang digunakan juga harus efektif, praktis, dan pengungkapannya tidak berlebihan
> 4. **Lugas,** artinya bahasa jurnalistik mampu menyampaikan pengertian atau makna informasi secara langsung, dengan menghindari bahasa yang berbunga-bunga.
> 5. **Menarik**, artinya menggunakan pilihan kata yang masih hidup, tumbuh, dan berkembang. Hindari kata-kata yang sudah mati(tak pernah lagi digunakan dalam masyarakat.

6. **Jelas**, artinya informasi yang disampaikan jurnalis dengan mudah dapat dipahami oleh khalayak umum(pembaca). (Setiati, 2005)

Bahasa jurnalistik sebagai salah satu variasi Bahasa Indonesia tampak jelas kegunaanya bagi masyarakat yang mendengarkan informasi dari radio setiap hari, membaca berita koran, tabloid dan majalah setiap jam, menyaksikan tayangan televisi yang melaporkan berbagai peristiwa yang terjadi di berbagai belahan bumi. Semua berita dan laporan itu disajikan dalam bahasa yang mudah dipahami oleh khalayak, mereka seolah-olah diajak untuk menyaksikan berbagai peristiwa secara langsung. Dengan demikian bahasa jurnalistik itu menjadi bagian tak terpisahkan dalam karya jurnalistik.

Dalam penulisan berita bahasa jurnalistik harus mudah dipahami oleh setiap orang yang membacanya karena tidak semua orang mempunyai cukup waktu untuk memahami isi tulisan yang ditulis oleh wartawan. Jadi, bahasa jurnalistik bahkan harus bisa dipahami oleh tingkat masyarakat berintelektual rendah. Bahasa jurnalistik merupakan bahasa komunikasi massa yang berfungsi sebagai penyambung lidah masyarakat dan bahasa komunikasi pengantar pemberitaan yang biasa digunakan media cetak dan elektronik.

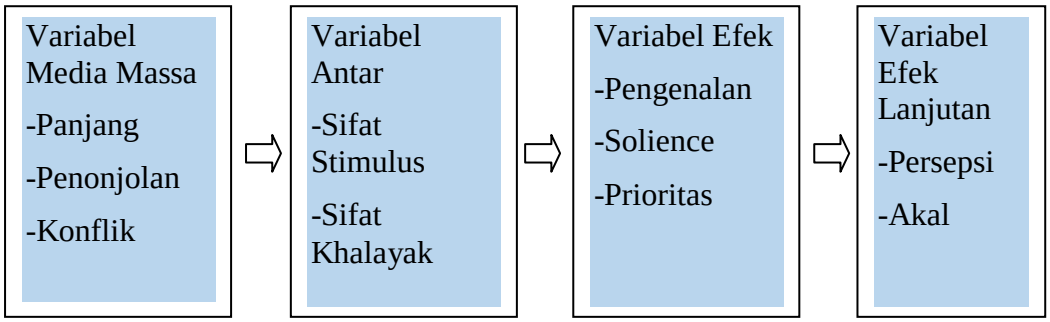
Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Teori Komunikasi Massa, yaitu: Agenda Setting model yang dirumuskan oleh Backer dan dikutip kembali oleh jalaludin Rakhmat dalam buku “Metode Penelitian Komunikasi”, mengatakan :

> “Model Agenda Setting merupakan salah satu model teori komunikasi yang merupakan pengembangan dari teori jarum

hipodermik, asumsi dasar model ini membentuk persepsi khalayak tentang apa yang dianggap penting. Karena model ini mengansumsikan adanya hubungan positif antara penilaian yang diberikan oleh media pada suatu persoalan. Singkatnya apa yang dianggap penting oleh media, akan dianggap penting juga bagi masyarakat"(Rakhmat, 2000 : 68-69)

Gambar 1.1

Model Agenda Setting



Sumber : Rakhmat, 2000:71

Gambar diatas menjelaskan efek media massa diukur dengan membandingkan dua pengukuran. Pertama peneliti mengukur agenda media dengan analisis isi yang kuantitatif, atau peneliti menentukan batas waktu tertentu, meng-koding berbagai isi media, dan menyusun (meranking) isi itu berdasarkan panjang (waktu dan ruang), penonjolan (ukuran *headline*, lokasi dalam media, frekuensi pemunculan, posisi dalam surat kabar), dan konflik (cara penyajian bahan). Selanjutnya peneliti mengukur agenda masyarakat dengan menganalisis *self-report* khalayak. Ia menghitung topik-topik yang penting menurut khalayak, merankingnya, dan mengorelasikannya dengan ranking isi media. Ia juga menganalisis kondisi-kondisi antara (*contingent conditions*) yang mempengaruhi proses agenda setting dengan meneliti sifat-

sifat stimulus dan karakteristik khalayak. Selanjutnya peneliti menganalisa efek yang terdiri dari efek langsung dan efek lanjutan (*subsequent effects*). Efek langsung berkaitan dengan *issues* : Apakah *issues* itu ada atau tidak ada dalam agenda khalayak (pengenalan); dari semua *issues,*mana yang dianggap paling penting menurut khalayak (*salience*); bagaimana *issues* itu diranking oleh responden dan apakah rankingnya itu sesuai dengan ranking media (*prioritas*). Efek lanjutan berupa persepsi (pengetahuan tentang peristiwa tertentu) atau tindakan (seperti memilih kontestan pemilu atau melakukan aksi protes.

Dalam buku "Ilmu, Teori, Filsafat Komunikasi" karya Onong Uchjana Effendy disebutkan bahwa teori Agenda setting model untuk pertama kali ditampilkan oleh M.E Mc. Combs dan D.L. Shaw dalam "*Public Opinion Quarterly*" terbitan tahun 1972, berjudul "*The Agenda-Setting Function of Mass Media*". Kedua pakar tersebut mengatakan bahwa : "Jika media memberikan tekanan pada suatu peristiwa, maka media itu akan mempengaruhi khalayak untuk menganggapnya penting." (Effendy, 2003:287)

Adapun fungsi dari Agenda setting model seperti yang diungkapkan M.E Mc. Combs dan D.L. Shaw dan di kutip kembali oleh Tommy Suprapto dalam bukunya yang berjudul "Pengantar Teori Komunikasi adalah sebagai berikut:

> "Ide tentang fungsi Agenda Setting dari media massa berhubungan dengan konsep spesifik mengenai hubungan kuat yang positif antara perhatian komunikasi massa dan penonjolan terhadap topic-topik

> penting itu untuk individu khalayak. Konsep ini sinyatakan dalam istilah kausal : meningkatnya penonjolan topic atau issue dalam media massa (penyebab) yang mempengaruhi topic atau issue yang terdapat diantara para khalayak"(Suprapto, 2006 : 46).

Sementara itu Manhein dalam pemikiran tentang konseptualisasi agenda yang potensial untuk memahami proses agenda setting menyatakan bahwa agenda setting meliputi tiga agenda, yaitu agenda media, agenda khalayak dan agenda kebijaksanaan. Masing-masing agenda itu mencakup dimensi-dimensi sebagai berikut:

1. **Untuk agenda media dimensi-dimensi:**
   a. Visibility (visibilitas) jumlah dan tingkat menonjolnya berita.
   b. Audience salience, tingkat menonjol bagi khalayak relevansi isi berita dengan kebutuhan khalayak.
   c. Valance (valensi) menyenangkan atau tidak menyenangkan cara pemberitaan bagi suatu peristiwa.
2. **Untuk agenda khalayak, dimensi-dimensi:**
   a. *Familiarty*, keakraban (derajat kesadaran khalayak akan topik tertentu).
   b. *Personal salience*, penonjolan pribadi (relevansi kepentingan dengan ciri pribadi).
   c. *Favorability*, kesenangan (pertimbangan senang atau tidak senang akan topik berita).
3. **Untuk agenda kebijaksanaan, dimensi-dimensi:**
   a. *Support* (dukungan) kegiatan menyenangkan bagi posisi suatu berita tertentu.
   b. *Likelihood of action* (kemungkinan kegiatan) kemungkinan pemerintah melaksanakan apa yang diibaratkan.
   c. *Fredom of action* (kebebasan bertindak) nilai kegiatan yang mungkin dilakukan oleh pemerintah.
   Konseptual Manheim tersebut mendukung perkembanngan teori Agenda Setting secara menyeluruh. (Effendy, 2003:288-289)

1.5.2 Kerangka Konseptual

Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam kerangka teoritis, dalam kerangka konseptual akan dijelaskan mengenai ciri-ciri bahasa jurnalistik secara konseptual dan berikut ciri-ciri bahasa jurnalistik:

1. **Singkat**

   Singkat berarti langsung kepada pokok masalah (*to the point*), tidak bertele-tele, tidak berputar-putar, tidak memboroskan waktu pembaca yang sangat berharga. Ruangan atau kapling yang tersedia pada kolom- majalah sangat terbatas, sementara isinya banyak dan beraneka ragam. Dengan hal inilah kita bias melihat kesingkatan rubrik Funky Dj Ninetyniners Magazine.

2. **Padat**

   Bahasa jurnalistik juga harus padat, artinya bahasa jurnalistik yang singkat itu harus sudah mampu menyampaikan informasi yang selengkap-lengkapnya dan sepadat-padatnya. Inilah yang akan menjadi bahan penilaian kepadatan rubrik Funky Dj Ninetyniners Magazine. Semua informasi yang diperlukan pembaca harus sudah tertampung di dalamnya. Dalam istilah jurnalistik, artinya ia harus memenuhi syarat 5 W+ 1 H – sudah mampu menjawab pertanyaan apa (*what*), siapa (*who*), di mana (*where*), kapan (*when*), mengapa/apa sebabnya (*why*), dan bagaimana/apa akibatnya (*how*).

   Bahasa jurnalistik yang padat, juga harus menghindari keterangan-keterangan yang tidak perlu, membuang kata-kata yang dipandang mubazir, dan memegang teguh prinsip ekonomi kata.

3. **Sederhana**

   Bahasa jurnalistik yang sederhana, artinya bahasa jurnalistik harus sedapat-dapatnya memilih kalimat tunggal yang sederhana. Kalimat yang digunakan dalam rubrik Funky Dj Ninetyniners Magazine bukan kalimat majemuk yang panjang-panjang, rumit, dan kompleks, apalagi sampai beranak cucu. Kalimat yang efektif, yang praktis, yang jurnalistis ialah kalimat yang sederhana dengan pemakaian/pemilihan kata yang secukupnya saja, tidak berlebihan.

4. **Lugas**

   Kelugasan dari rubrik Funky Dj Ninetyniners dapat dilihat dari mampunya rubrik ini menyampaikan pengertian atau makna informasi secara langsung, dengan menghindarkan bahasa yang berbunga-bunga.

5. **Menarik**

   Bahasa jurnalistik harus menarik, artinya bahasa jurnalistik selalu memakai kata-kata yang masih hidup, tumbuh, dan berkembang, menghindari kata-kata dan ungkapan-ungkapan klise yang sudah mati. Inilah hal yang akan berpengaruh dalam keberhasilan sebuah rubrik. Tuntutan menarik inilah yang membuat bahasa jurnalistik harus selalu mengikuti perkembangan bahsa yang hidup di tengah-tengah masyarakat, termasuk istilah-istilah menarik yang baru muncul. Dengan demikian, dalam hal kosakata, bahasa jurnalistik memang harus lebih longgar dan bahkan dituntut untuk bisa menjadi pelopor pemasyarakatan dan pembakuan kata dan istilah baru yang dapat memperkaya kosakata dan istilah bahasa Indonesia.

6. **Jelas**

Jelas berarti mudah ditangkap maksudnya, tidak baur dan kabur. Begitu juga kejelasan kalimat yang harus dipakai di sebuah rubrik. Jelas di sini mengandung tiga arti: jelas artinya, jelas susunan kata atau kalimatnya sesuai dengan kaidah subjek-objek-predikat- keterangan (SPOK), jelas sasaran atau maksudnya.

Sedangkan, peneliti juga akan menjelaskan gambaran teori yang digunakan dalam penelitian ini secara konseptual sesuai dengan Teori Agenda Setting. Dimana sumber pesan berasal dari rubrik Funky DJ Ninetyniners Magazine , yang meliputi:

- Variabel Media Massa

  Variabel media massa atau efek media massa dapat diukur dengan membandingkan dua pengukuran. Peneliti menentukan batas waktu tertentu, mengklasifikasikan sesuai dengan jumlah waktu dan ruangan (panjang) yang digunakan dan menyusun bahasa jurnalistikdalam rubrik Funky Dj di Ninetyniners Magazine berdasarkan:

  - ✓ Panjang : berisi panjang dari bahasa jurnalistik yang digunakan dalam rubrik Funky Dj di Ninetyniners Magazine yang dibacakan.
  - ✓ Penonjolan : bentuk bahasa jurnalistik dalam rubrik Funky Dj di Ninetyniners Magazine.

- ✓ Konflik : Cara Ninetyniners Magazine dalam menyajikan bahasa jurnalistik dalam rubrik Funky Dj di Ninetyniners Magazine.

- Variabel Antara

  Agenda media mempengaruhi agenda khalayak dan agenda khalayak dapat mempengaruhi agenda media. Sebab di antaranya terdapat stimulus yang saling berhubungan, seperti penjelasan berikut ini:

  - ✓ Sifat stimulus : Menunjukan karakteristik bahasa jurnalistik dalam rubrik Funky Dj di Ninetyniners Magazine, termasuk jarak bahasa jurnalistik dalam rubrik Funky Dj di Ninetyniners Magazine apakah berita yang di tulis di rubrik tersebut itu dialami langsung atau tidak langsung oleh khalayak, letak geografis apakah bahasa jurnalistik dalam rubrik Funky Dj di Ninetyniners Magazine itu bertingkat lokal atau nasional, dan apakah sumber bahasa jurnalistikdalam program rubrik Funky Dj di Ninetyniners Magazine itu disajikan dalam media yang kredibel atau media yang tidak kredibel.
  - ✓ Sifat khalayak : Menunjukan variabel-variabel psikososial, termasuk data demografis, keanggotaan dalam sistem sosial, kebutuhan, sikap, diskusi interpersonal, dan terpaan media.

- Variabel Efek

  Hasil akhir dari agenda adalah efek. Dalam agenda setting terdapat dua efek yaitu efek langsung dan efek lanjutan. Efek langsung berkaitan

dengan bahasa jurnalistikdalam program rubrik Funky Dj di Ninetyniners Magazine seperti:

- ✓ Pengenalan : Apakah rubrik Funky Dj di Ninetyniners Magazine ada atau tidak dalam agenda khalayak.
- ✓ Salience : Apa semua rubrik Funky Dj di yang ada dalam Ninetyniners Magazine yang dianggap penting oleh khalayak.
- ✓ Prioritas : Bagaimana bahasa jurnalistikdalam rubrik Funky Dj di Ninetyniners Magazine itu diranking oleh responden dan apakah ranking itu sesuai dengan ranking media.

- Variabel Efek lanjutan

Efek lanjutan berupa persepsi atau tindakan dari seseorang mengenai bahasa jurnalistikdalam rubrik Funky Dj di Ninetyniners Magazine yang sedang dihadapi, seperti:

- ✓ Persepsi : Persepsi atau pengetahuan tentang peristiwa tertentu dan juga tindakan tertentu.
- ✓ Aksi : berupa tindakan lanjutan yang dilakukan individu setelah mendapat persepsi.

1.6 Konstruksi Kategori

Setiap penelitian dibutuhkan adanya penjabaran mengenai kategori dan sub-sub kategori yang akan diteliti, dalam hal ini penjabaran tersebut

disebut konstruksi kategori. Adapun unit analisis dari Bahasa Jurnalistik adalah sebagai berikut.

Tabel 1.1

Konstruksi Kategori

Kategori	Sub Kategori	Alat Ukur
Isi Rubrik Funky Dj Ninetyniners Magazine di tinjau dari Bahasa Jurnalistik	**Singkat**	• Tidak bertele-tele • Penjelasan tidak terlalu panjang
	Padat	• Informasinya lengkap • Kelengkapan 5W+1H
	Sederhana	• Menggunakan kalimat tunggal. • Tidak rumit
	Lugas	• Menyampaikan makna informasi secara langsung • Menghindari bahasa yang berbunga-bunga
	Menarik	• Menggunakan pilihan kata yang masih hidup dan berkembang • Dapat memicu selera membaca
	Jelas	• Mudah dimengerti pembaca • Tidak menggunakan kalimat yang kabur dan baur

Sumber: Setiati, 2005

Berikut adalah satuan analisis yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 1.2

Satuan Analisis

No	Sub Kategori	Alat Ukur	Satuan Analisis
1	**Singkat**	• Tidak bertele-tele • Penjelasan tidak terlalu panjang	Paragraf Satu
2	**Padat**	• Informasinya lengkap • Kelengkapan 5W+1H	Paragraf Tiga
3	**Sederhana**	• Menggunakan kalimat tunggal • Tidak rumit	Paragraf Satu
4	**Lugas**	• Menyampaikan makna informasi secara langsung • Menghindari bahasa yang berbunga-bunga	Paragraf Dua
5	**Menarik**	• Menggunakan pilihan kata yang masih hidup dan berkembang • Dapat memicu selera membaca	Paragraf Dua
6	**Jelas**	• Mudah dimengerti pembaca • Tidak menggunakan kalimat yang kabur dan baur	Paragraf Satu

1.7 Metode Penelitian

Dalam penelitian analisis isi pada dasarnya merupakan suatu cara koding pernyataan atau tulisan agar diperoleh ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu

melalui operasionalisasi variabel. Pengkoding dilakukan untuk memperoleh kesepakatan terhadap alat ukur yang diterapkan dalam konstruksi kategori.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Metode deskriptif adalah "metode penelitian yang berusaha melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat" (Rakhmat, 2000:22).

Jalaludin Rakhmat juga mengatakan, "penelitian deskritif timbul karena suatu peristiwa yang menarik perhatian peneliti tetapi belum ada kerangka teoritis yang menjelaskannya" (Rakhmat, 2000:25).

Penelitian deskriptif yang peneliti buat tidak mencari atau menjelaskan hubungan serta tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Tujuan dari metode deskriptif yaitu mengumpulkan informasi aktual secara rinci dan melukiskan gejala yang ada serta mengidentifikasi masalah dan memeriksa kondisi dan praktek yang berlaku. (Rakhmat, 2000:24).

Metode deskriftif kuantitatif yang peneliti lakukan yaitu penelitian yang bertujuan untuk menganalisa rubrik funky dj Ninetyniners magazine di tinjau dari Bahasa Jurnalistik.

1.8 Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data, peneliti menggunakan beberapa teknik-teknik pengumpulan data, yaitu :

1. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian, dengan cara tanya-jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai dengan atau tanpa pedoman wawancara (Bungin, 2001:131). Adapun narasumber yang akan penulis wawancara adalah pihak redaksi Ninetyniners Magazine Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara untuk mendapatkan informasi dan data seputar rubrik funky dj, wawancara dilakukan kepada redaksi rubrik funky dj berkenan dengan berita yang dimuat.

1. Dokumentasi

Metode atau teknik pengumpulan data melalui dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian sosial. Dokumen merupakan catatan yang didalamnya terdapat sebuah peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen tersebut bisa dalam bentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental seseorang.

Dokumen yang peneliti kumpulkan untuk melakukan penelitian ini adalah dokumentasi rubrik Funky Dj Ninetyniners Magazine.

2. Studi Kepustakaan

Teknik kepustakaan yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan menelaah teori, opini, membaca buku yang relevan dengan masalah yang diteliti dalam penelitian. Peneliti juga melakukan studi kepustakaan dengan cara mempelajari dan mengumpulkan data berupa informasi yang

terdapat pada buku-buku teks, catatan kuliah, ataupun skripsi dengan tema yang berkaitan dengan judul penelitian ini.

3. Penelusuran data online

Burhan Bungin, dalam bukunya yang berjudul Metodelogi Penelitian Kuantitatif; Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya mengatakan:

> "Metode penelusuran data online adalah tata cara melakukan penelusuran data melalui media online seperti internet atau media jaringan lainnya yang menyediakan fasilitas online, sehingga memungkinkan peneliti dapat memanfaatkan data-informasi yang berupa data maupun informasi teori, secepat atau semudah mungkin dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademis" (Bungin, 2005: 148).

4.Memberikan kode (*coding*)

Dalam hubungan dengan pengolahan data, memberikan kode pada semua variabel, kemudian mencoba menentukan tempatnya dalam coding sheet (*coding form*),dalam kolom keberapa, baris keberapa. (Arikunto, 1996 : 235-237)

1.9 Teknik Analisis Data

Untuk melakukan analisis isi dapat menggunakan empat metodelogis sebagaimana yang telah di kemukakan oleh Guido H. Stempel dan dikutip kembali oleh Jalaludin Rakhmat, yaitu:

> Pemilihan satuan analisis, yaitu satuan penelitian yang dapat berupa kata pernyataan, kalimat, paragraph atau seluruh artikel, dan jawabannya harus berkaitan dengan tujuan penelitian.

1. Konstruksi kategori, yaitu mengidentifikasikan lambang-lambang yang relevan dengan memperhatikan:
    a. Kategori harus berkaitan dengan tujuan penelitian
    b. Kategori harus bersifat fungsional
    c. Sistem kategori harus dapat dipakai
2. Penarikan sampel adalah memastikan bahwa sampel mewakili populasi yang dimaksudkan.
3. Reliabilitas koding, yaitu reliabilitas berarti konsistensi klasifikasi sehingga dapat diartikan bahwa reliabilitas koding yaitu bagaimana mencari kesepakatan antara koding terhadap kategori yang ditentukan terlebih dahulu agar tidak terjadi kekeliruan pada penelitian. (Rakhmat, 2000 :11)

Setelah data terkumpul selanjutnya dilakukan pengolahan data (*data processing*). Pengolahan data mencakup kegiatan mengedit (*editing*) data dan mengkode (*coding*) data. Mengedit data adalah kegiatan memeriksa data yang terkumpul, apakah sudah terisi secara sempurna atau tidak, lengkap atau tidak, cara pengisiannya benar atau tidak, belum lengkap atau belum benar cara pengisiannya.

Analisis isi pada dasarnya merupakan suatu cara koding pernyataan atau tulisan agar diperoleh ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu melalui operasionalisasi variabel. Pengkoding dilakukan untuk memperoleh kesepakatan terhadap alat ukur yang diterapkan dalam konstruksi kategori.

1.10 Reliabilitas Koding

Reliabilitas koding merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengukur tingkat kesepakatan pelaku koding, yaitu dengan uji statistik Uji statistik *Koefisien Korelasi Pearson's (C).*

- Koefisien korelasi pearson's (C) yang digunakan untuk mengukur tingkat kesepakatan koding atau relibilitas koding

  Pearson's $C = \sqrt{\frac{\chi^2}{n + \chi^2}}$

  Keterangan :

  χ^2 = Nilai Chi Kuadrat menghitung setiap variable

  n = Ukuran sampel dalam table

  (1 – C) x 100% = Mengukur tingkat kesepakatan koding

- Untuk Chi-kuadrat (χ^2) dihitung dengan rumus:

$$\chi^2 = \sum \frac{(fo - fh)^2}{fh}$$

Untuk mengetahui tinggi rendahnya kesepakatan yang terjadi diantara pengkoding, maka penelitian ini menggunakan penafsiran koefisien yaitu:

0 % - 20 %	Korelasi yang rendah sekali
20 % - 40 %	Korelasi yang rendah tapi ada
40 % - 70 %	Korelasi yang sedang
70 % - 90 %	Korelasi yang tinggi
90 % - 100 %	Korelasi yang tinggi sekali (Surakhmad, 2004:302)

Pengkoding dilakukan oleh tiga orang, masing-masing dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu. Ketiga pengkoding yang dipilih

yaitu: Ramadhianto Ari (pegawai Metro News), dengan pertimbangan Rama memiliki pengalaman yang cukup dibidang jurnalistik, baik teori maupun praktek. Penkoding kedua yaitu Mira Anggraeni (jurnalis dan mantan wartawan Neraca), dengan pertimbangan Anggi memiliki pengalam baik teori maupun praktek dalam bidang kajian jurnalistik. Sedangkan pengkoding ketiga adalah peneliti sendiri, Ronaldo Simanjuntak, dengan pertimbangan peneliti lebih mengetahui tentang apa yang akan diteliti. Pengkodingan dilakukan untuk memperoleh kesepakatan terhadap alat ukur yang telah diterapkan dalam konstruksi kategori.

1.11 Populasi dan Sampel

1.11.1 Populasi

Populasi adalah kumpulan dari objek yang diteliti dan menjadi sasaran umum. Menurut Burhan bungin dalam bukunya metologi penelitian kuantitatif terbitan 2005 mengatakan "populasi penelitian merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian."

Populasi yang diteliti oleh penulis adalah rubrik Funky Dj Ninetyniners Magazine yang terbit dari bulan Agustus 2009 sampai Mei 2010. Data lengkapnya terdapat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 1.3

Populasi Rubrik Funky Edisi 29 – 38

Tahun 2009-2010

No	Tanggal Terbit	Judul Berita	Jumlah
1	Edisi 29	Funky Dj Adi	1
2	Edisi 30	Funky Dj Farhan	1
3	Edisi 31	Funky Dj Vinca	1
4	Edisi 32	Funky Dj Abe	1
5	Edisi 33	Funky Dj Indra	1
6	Edisi 34	Funky Dj Ricky	1
7	Edisi 35	Funky Dj Terry	1
8	Edisi 36	Funky Dj Manda	1
9	Edisi 37	Funky Dj Ijal	1
10	Edisi 38	Funky Dj Evita	1
Total berita			10

Sumber: 99ers Magazine 2009- 2010

1.11.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang memiliki karakteristik tertentu, jelas, dan lengkap yang diangggap bisa mewakili populasi (Hasan, 2002:58).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Total Sampling*, karena jumlah objek yang relatif kecil, maka **n** = 10 berita. Hal ini sesuai dengan pendapat Dr. Suharsini Arikunto, yaitu “bila

subjek kurang dari 100 orang, lebih baik diambil dari semua. Sehingga metode penelitian menggunakan metode *Total Sampling*. Pengambilan sampel yang dimaksud dengan *Total Sampling* adalah mengambil semua jumlah berita untuk dijadikan sampel" (Arikunto, 1996 : 122).

1.12 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.12.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini bertempat di Redaksi Ninetyniners Magazine, BRI Tower Lt. 14. Jl. Asia Afrika No. 57-59 – Bandung.

1.12.2 Waktu Penelitian

Penelitian yang akan penulis laksanakan dimulai pada bulan Maret 2010 dan diperkirakan hingga bulan Juli 2010. Mulai dari persiapan, pelaksanaan hingga ke penyelesaian dengan perincian waktu pada table 1.5 berikut :

Tabel 1.4

Waktu dan Jadwal Penelitian

No	Uraian	Bulan																			
		Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	ACC Judul																				
	Mendapat Pembimbing																				
	Bertemu Pembimbing																				
	Pengajuan surat ke Perusahaan																				
	Penulisan dan Bimbingan BAB I																				
	Bimbingan																				

	Revisi BAB I																			
	Bimbingan																			
	Revisi BAB I																			
	Seminar UP																			
	Penulisan dan Bimbingan BAB II																			
	Penulisan dan Bimbingan BAB III																			
2.	Wawancara																			
	Pengumpulan Data																			
3.	Pengolahan Data																			
	Penulisan dan Bimbingan BAB IV																			
4.	Penulisan dan Bimbingan BAB V																			
5.	Penyusunan Skripsi																			
	Bimbingan Terakhir																			

Sumber: Arsip Peneliti 2010

1.13 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini terbagi atas lima bab dan disusun secara sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Maksud dan Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian (meliputi; Kegunaan Teoritis dan Kegunaan Praktis), Kerangka Pemikiran (meliputi: Kerangka Teoritis dan Kerangka Konseptual), Konstruksi Kategori, Populasi dan Sampel, Reliabilitas Koding, Teknik Pengumpulan Data, Lokasi dan Waktu Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mencakup tentang tinjauan tentang Komunikasi (meliputi: Pengertian Komunikasi, Proses Komunikasi dan Tujuan Komunikasi), tinjauan tentang Komunikasi Massa (meliputi: Pengertian Komunikasi Massa, dan Karakteristik Komunikasi Massa), tinjauan tentang Media Massa, tinjauan tentang Majalah (meliputi: sejarah Majalah, Definisi Majalah, Kategori Majalah, dan Karakteristik Majalah), tinjauan tentang Rubrik, tinjauan tentang Penyiar, tinjauan tentang Berita, tinjauan tentang Bahasa Jurnalistik, dan tinjauan tentang Analisis Isi.

BAB III OBJEK PENELITIAN

Bab ini mencakup gambaran umum tentang perusahaan *Ninetyniners Magazine* (Sejarah Perusahaan Majalah Ninetyniners, Visi Misi dan tujuan Perusahaan, Moto Perusahaan, Logo Perusahaan, Struktur Organisasi Perusahaan, *Job Description* Perusahaan, Sarana dan Prasarana Perusahaan).

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan uraian dari hasil penelitian berdasarkan data lapangan yang terkumpul, mencakup tentang analisis deskripsi, analisis deskriptif hasil penelitian (meliputi: tabel distribusi frekuensi), dan pembahasan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Mencakup tentang kesimpulan dari hasil pembahasan yang ada pada identifikasi masalah, saran untuk Instansi tempat dilakukannya penelitian, dan saran bagi para peneliti selanjutnya.