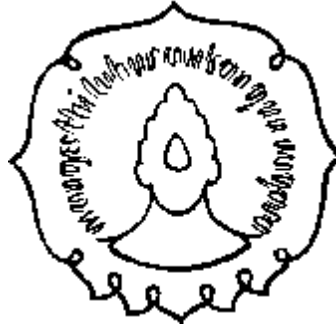


Pola Komunikasi dalam Media

(Studi Deskriptif Kualitatif Peran Komunikator sebagai Pembuat Pesan dan Komunikasikan sebagai Penerima Pesan dalam Akun Twitter @GNFI (Good News From Indonesia) terkait Pemberitaan Positif tentang Indonesia)



Disusun Oleh:

Yulia Noor Wibawati

D0210128

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Komunikasi

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2015**

PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul :

POLA KOMUNIKASI DALAM MEDIA

**(Studi Deskriptif Kualitatif Peran Komunikator sebagai Pembuat Pesan dan
Komunikasikan Sebagai Penerima Pesan dalam Akun Twitter @GNFI (Good News
From Indonesia) terkait Pemberitaan Positif tentang Indonesia)**

Karya:

Nama : Yulia Noor Wibawati

NIM : D0210128

Konsentrasi : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk dipertahankan di hadapan panitia penguji skripsi pada
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Mengetahui,

Pembimbing


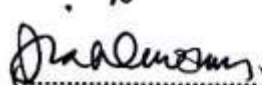



Dra. Prahastiwi Utari, M.Si, Ph.D

NIP. 19600813 198702 2 001

PENGESAHAN

Telah disetujui dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi,
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sebelas Maret Surakarta

Pada Hari : Selasa
Tanggal : 15 September 2015
Panitia Penguji :
Penguji 1 : Sri Hastjarjo S.Sos, Ph.D (.....) 
NIP. 1971021719998021001
Penguji 2 : Diah Kusumawati, S.Sos, M.Si (.....) 
NIP. 19760101 200812 2 002
Penguji 3 : Dra. Prahastiwi Utari, M.Si, Ph.D (.....) 
NIP. 196008131987022001

Mengetahui,

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sebelas Maret Surakarta

Dekan



SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yulia Noor Wibawati
NIM : D0210128
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah murni merupakan gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing.
2. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapat gelar sarjana, baik di Universitas Sebelas Maret Surakarta maupun di perguruan tinggi lain.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan mencantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka. Kutipan pendapat dan tulisan orang lain ditunjuk sesuai dengan cara-cara penulisan karya ilmiah yang berlaku.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa dalam skripsi ini terkandung ciri-ciri plagiat dan bentuk-bentuk peniruan lain yang dianggap melanggar peraturan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Surakarta, September 2015

Yang membuat pernyataan,

Yulia Noor Wibawati

MOTTO

“Maka, nikmat Tuhanmu yang manakah yang kamu dustakan?”
(Qur’an, 55:13)

“If you think you can or you think you can’t, you’re right.”
(Henry Ford)

“bekerja keras dalam hidup, suatu saat ada hasil yang setimpal dengan usahamu”
(Bapak)

PERSEMBAHAN

Saya persembahkan karya ini untuk:

Almarhum Bapak, Ibu, Mbak Iin, Mas Arif, Mas Oni dan Seluruh Keluarga Besar
Sahabat-Sahabat
Ilmu Komunikasi angkatan 2010

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji bagi Allah yang menjadikan semesta memiliki segala hal bagi kehidupan. Alhamdulillahirabbil'alamin, sujud syukur hanya bagi Allah atas kenikmatan dan keimanan hingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi dengan judul **Pola Komunikasi dalam Media (Studi Deskriptif Kualitatif Peran Komunikator sebagai Pembuat Pesan dan Komunikasikan sebagai Penerima Pesan dalam Akun Twitter @GNFI (Good News From Indonesia) terkait Pemberitaan Positif tentang Indonesia)**

Peneliti memilih topik penelitian ini karena tertarik untuk mengetahui dan memahami isi pesan, produksi pesan oleh komunikator, dan penerimaan pesan oleh komunikasikan di media twitter oleh akun @GNFI.

Peneliti menyadari bahwa dalam aktivitas skripsi, baik sebelum, selama, serta setelahnya, peneliti tidak bisa sendiri dan sangat memerlukan bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, peneliti ingin berterima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti Nurhaeni, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Sri Hastjarjo S.Sos, Ph.D selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi, serta segenap dosen dan civitas akademika di tingkat fakultas maupun universitas selama perkuliahan empat tahun ini, termasuk juga segala proses kuliah, pengerjaan skripsi, hingga kelulusan peneliti.

3. Dra. Prahastiwi Utari, M.Si, Ph.D, dosen pembimbing skripsi, dengan kesabaran dan keikhlasan dalam aktivitas konsultasi dan penyelesaian penelitian ini.
4. Bapak, Ibu, ketiga kakak, keenam keponakan dan seluruh keluarga besar yang selalu memberikan doa dan spirit dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Akhyari Hananto, selaku Founder akun twitter @GNFI (Good News From Indonesia) atas ijin yang diberikan untuk melakukan penelitian serta kesediaannya sebagai narasumber.
6. Bondan Satria, Sheilla Dhika R, dan Rais Ghofar yang selalu membantu, dan memberikan semangat tiada akhir hingga terselesaikannya skripsi ini.
7. Kiko, Nia, Eva, dan Yudi teman terbaik selama kuliah di Ilmu Komunikasi dalam berjuang sampai akhir perkuliahan
8. Seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2010
9. Seluruh Informan penelitian yang turut serta membantu dengan suka rela menjadi narasumber penelitian ini
10. Serta berbagai pihak yang tak bisa tersebut satu per satu, semua memiliki kontribusi yang nyata. Semoga penelitian ini bukan hanya menjadi tumpukan kertas evaluasi, namun juga bahan pembelajaran dan sumber pengetahuan baru bagi peneliti dan Anda sekalian.

Surakarta, Juli 2015

Yulia Noor Wibawati

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Tinjauan Pustaka.....	12
F. Definisi Konsep	20
G. Definisi Operasional.....	24
H. Kerangka Pemikiran.....	28

I. Metodologi Penelitian.....	29
BAB II DESKRIPSI LOKASI	
A. Sejarah dan Latar Belakang Berdirinya Akun Twitter @GNFI.....	44
B. Visi dan Misi akun twitter@GNFI.....	46
C. Tujuan akun twitter @GNFI.....	46
D. Akun Twitter.....	47
E. Logo Akun @GNFI.....	47
BAB III PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA	
A. Pesan.....	49
B. Komunikator	85
1. Komunikator dalam akun twitter @GNFI.....	86
2. Sumber Informasi Akun Twitter @GNFI.....	89
3. Cara Penyampaian Pesan.....	97
4. Produksi Pesan.....	101
C. Komunikan.....	120
1. Komunikan dalam akun twitter @GNFI.....	120
2. Penerimaan Pesan oleh Komunikan.....	126
3. Karakteristik Kategori Pesan yang Disukai Komunikan.....	131
4. Tweet yang disukai Komunikan dari Akun @GNFI.....	134
5. Proses komunikan dalam menyampaikan kembali	

pesan yang telah diterima.....	137
Benang Merah antara Pesan, Komunikator, dan Komunikan dalam akun @GNFI.....	143
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	149
B.Saran.....	151
DAFTAR PUSTAKA.....	153
LAMPIRAN.....	156

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Karakteristik logika desain ekspresif, konvensional, retorik.....	26
Tabel 1.2	Narasumber Penelitian.....	33
Tabel 3.1	Kategorisasi Isi Pesan dalam Akun @GNFI.....	51
Tabel 3.2	Isi pesan akun @GNFI & alasan komunikator dan Komunikas dalam produksi pesan dan penerima pesan.....	84
Tabel 3.3	Komunikator dalam akun @GNFI, Sumber Informasi akun twitter@GNFI, Cara penyampaian pesan, dan produksi pesan.....	119
Tabel 3.4	Contoh kategori pesan dengan jumlah retweet dan favorite	134
Tabel 3.5	Komunikas dlm akun @GNFI, Penerimaan pesan, Karakteristik pesan yang disukai, Tweet yang disukai, dan proses penyampaian kembali komunikas.....	134

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Skema Kerangka Pemikiran Pemberitaan Positif tentang Indonesia oleh Akun @GNFI.....	28
Gambar 1.2	Model Analisis Interaktif.....	39
Gambar 2.1	Tampilan akun twitter @GNFI.....	47
Gambar 2.2	Logo @GNFI.....	47
Gambar 3.1.1	<i>Screen Capture</i> data isi pesan tentang perdagangan.....	52
Gambar 3.1.2	<i>Screen Capture</i> data isi pesan tentang GDP.....	52
Gambar 3.1.3	<i>Screen Capture</i> data isi pesan tentang investasi.....	54
Gambar 3.1.4	<i>Screen Capture</i> data isi pesan tentang kesuksesan Berinvestasi.....	55
Gambar 3.1.5	<i>Screen Capture</i> data isi pesan tentang ekspor dan impor.....	56
Gambar 3.1.6	<i>Screen Capture</i> data isi pesan tentang produksi dalam Negeri.....	57
Gambar 3.1.7	<i>Screen Capture</i> data isi pesan tentang prestasi seni dan Budaya Indonesia.....	63
Gambar 3.1.8	<i>Screen Capture</i> data isi pesan tentang prestasi seni dan budaya yang terkenal atau di apresiasi oleh Negara Lain.....	63
Gambar 3.1.9	<i>Screen Capture</i> data isi pesan tentang ilmu dan teknologi....	70
Gambar 3.1.10	<i>Screen Capture</i> data isi pesan tentang pariwisata.....	75
Gambar 3.2.1	<i>Screen Capture</i> Pesan yang bersumber dari portal akun @mongabayID.....	91
Gambar 3.2.2	<i>Screen Capture</i> pesan yang bersumber dari portal berita.....	92

Gambar 3.2.3 <i>Screen Capture</i> pesan yang bersumber dari portal berita langsung.....	92
Gambar 3.2.4 <i>Screen Capture</i> pesan yang bersumber dari pengamatan Langsung oleh admin akun @GNFI.....	93
Gambar 3.2.5 <i>Screen Capture</i> pesan yang disampaikan berdasarkan Pengamatan oleh admin.....	94
Gambar 3.2.6 <i>Screen Capture</i> artikel dari follower yang disampaikan Kembali oleh admin.....	95
Gambar 3.2.7 <i>Screen Capture</i> sumber informasi dari mention akun lain yang memberikan sebuah informasi	96
Gambar 3.2.8 <i>Screen Capture</i> judul pesan dari berita diberikan link	98
Gambar 3.2.9 <i>Screen Capture</i> isi berita dari link judul berita.....	98
Gambar 3.2.10 Isi pesan dengan link sumber terkait dari lembaga lain.....	100
Gambar 3.2.11 <i>Screen Capture</i> penggunaan huruf capital pada akun @GNFI...	103
Gambar 3.2.12 <i>Screen Capture</i> tweet @GNFI terlihat unsur ajakan	105
Gambar 3.2.13 <i>Screen Capture</i> @GNFI terlihat unsur ajakan.....	105
Gambar 3.2.14 <i>Screen Capture</i> tweet @GNFI terlihat unsur penegasan.....	106
Gambar 3.2.15 <i>Screen Capture</i> tweet @GNFI terlihat unsur penegasan.....	107
Gambar 3.2.16 <i>Screen Capture</i> tweet @GNFI terlihat emotikon.....	108
Gambar 3.2.17 <i>Screen Capture</i> tweet @GNFI terlihat emotikon.....	108
Gambar 3.2.18 <i>Screen Capture</i> tweet @GNFI ekonomi.....	111

Gambar 3.2.19 <i>Screen Capture</i> tweet @GNFI ekonomi.....	112
Gambar 3.2.20 <i>Screen Capture</i> tweet berupa ajakan.....	114
Gambar 3.2.21 <i>Screen Capture</i> tweet berupa ajakan.....	115
Gambar 3.3.1 <i>Screen Capture</i> komunikan/ follower @GNFI.....	121
Gambar 3.3.2 <i>Screen Capture</i> komunikan tidak langsung.....	124
Gambar 3.3.3 <i>Screen Capture</i> komunikan yang menerima pesan apa adanya	127
Gambar 3.3.4 komunikan bernegoisasi terhadap pesan yang diterima.....	129
Gambar 3.3.5 <i>Screen Capture</i> komunikan yang menolak isi pesan.....	131
Gambar 3.3.6 Tanggapan tweet tentang pariwisata.....	136

ABSTRAK

Yulia Noor Wibawati, D0210128, Pola Komunikasi dalam Media (Studi Deskriptif Kualitatif Peran Komunikator sebagai Pembuat Pesan dan Komunikator sebagai Penerima Pesan dalam Akun Twitter @GNFI (Good News From Indonesia) terkait Pemberitaan Positif tentang Indonesia)

New media memberikan ruang lebih bagi penggunanya. Melalui *new media* sebuah komunikasi dapat diciptakan, baik antara individu dengan individu maupun komunitas yang satu dengan yang lainnya. Dari hasil komunikasi ini terbentuklah satu hubungan yang disebut *social networking*. Twitter adalah salah satu bentuk *new media* yang memungkinkan penggunanya untuk menyusun, mengirim, menerima dan memberikan umpan balik dalam bentuk pesan singkat. Sebagai komunikator, akun @GNFI (Good News From Indonesia) adalah salah satu akun yang menggunakan twitter sebagai media berkomunikasi dengan khalayak yang menyampaikan berita positif tentang Indonesia. Akun ini menarik karena menggunakan twitter sebagai media informasi terkait berita positif tentang Indonesia ditengah banyaknya akun lain yang hanya menggunakan twitter sebagai sarana ekspresi diri.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan metode analisis isi dan deskriptif kualitatif. Teknik pengambilan data digunakan adalah analisis teks dan wawancara. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*. Validitas data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi data, dan tahap analisis data meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Kesimpulan penelitian ini adalah (1) Dalam level teks, isi pesan dalam akun *twitter* @GNFI (Good News From Indonesia) yang berisi pemberitaan positif tentang Indonesia dibagi menjadi 4 Kategori, yaitu: Ekonomi dan bisnis; Seni dan Budaya; Ilmu dan Teknologi; dan Pariwisata. (2) Komunikator dalam akun *twitter* @GNFI menyusun pesan kepada followernya bersumber dari logika desain pesan oleh Barbara o'kefe, penulisan pesan dibagi menjadi 3, yaitu logika desain ekspresif, konvensional, dan retorik. (3) Komunikator dalam akun *twitter* @GNFI menerima pesan dari komunikator ada 3 proses dalam penerimaan pesan, yaitu: komunikator yang menerima pesan. Komunikator percaya langsung terhadap pesan yang diterima, komunikator bernegosiasi terhadap pesan yang diterima, dan komunikator menolak isi pesan tersebut.

Kata Kunci: New Media, Twitter, Pesan, Produksi Pesan, Penerimaan Pesan.

ABSTRACT

Yulia Noor Wibawati, D0210128, Self Navigation in Media (Analysis Study of Message Content and Qualitative Descriptive of The Role of Communicator as Message Creator and Communican as Message Recipient on Twitter Account @GNFI (Good News From Indonesia) Relate To Positive News about Indonesia).

New media gives more space for its users. Via new media, a communication process may be created, either person-to-person or community. This communication process results a relationship called social networking. Twitter is one of new media platforms which allows its users to arrange, send, receive and give feedbacks in the form of short messages. As communicator, the account @GNFI (Good News From Indonesia) is one of so many accounts using Twitter as communication media to society spreading positive news about Indonesia. This account is interesting because @GNFI accesses Twitter as information platforms relates to positive news about Indonesia among so many private accounts used as self actualization platform.

This research is a qualitative research using method of content analysis and qualitative descriptive. Data collection techniques used in this research are literature and interview. Sampling method in this research is random sampling. Data validity uses triangulation technique. Data analysis uses data collection, data reduction, data display and conclusion drawing.

The conclusions of this research are: (1) In literature level, message content of @GNFI consists of 4 categories namely economic and business; art and culture; knowledge and technology; and tourism. (2) Communicator of @GNFI arranges messages for its followers with the source of logic message design by Barbara O'Keefe, message writing is divided into 3 namely expressive, conventional and rhetoric logic design. (3) Communicant of @GNFI receives messages from communicator in 3 steps namely communicant message recipients. The communicants who trust the messages they receive, the communicants who negotiate with those messages and the communicants who reject message content.

Keywords: New Media, Twitter, Message, Message Production, Message Reception.