



MEDIA PACKAGE

PENGGUNA MEDIA SOSIAL DALAM PROGRAM INDONESIA LAWAK CLUB

EPISODE ANTI SOSIAL KARENA MEDIA SOSIAL

(Analisis Model Gamson dan Modigliani)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1)

Komunikasi Bidang Studi Broadcasting

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Disusun Oleh
HENDRY CAHYADI
44111010258

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2015



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul : MEDIA PACKAGE PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
DALAM PROGRAM INDONESIA LAWAK KLUB
(EPISODE ANTI SOSIAL KARENA MEDIA SOSIAL)
(Analisis Model Gamson & Modigliani)

Nama : Hendry Cahyadi

NIM : 44111010258

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Broadcasting

UNIVERSITAS
Jakarta, Februari 2014
MERCU BUANA
Mengetahui

Pembimbing

(Sofia Aunul)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : MEDIA PACKAGE PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
DALAM PROGRAM INDONESIA LAWAK KLUB
(EPISODE ANTI SOSIAL KARENA MEDIA SOSIAL)
(Analisis Model Gamson & Modigliani)

Nama : Hendry Cahyadi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Broadcasting

Jakarta, Februari 2013

Mengetahui

1. Ketua Sidang
Feni Fasta, SE, M.Si

2. Penguji Ahli
Riswandi, M.Si

3. Pembimbing Skripsi
Sofia Aunul, M.Si



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul : MEDIA PACKAGE PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM PROGRAM INDONESIA LAWAK KLUB (EPISODE ANTI SOSIAL KARENA MEDIA SOSIAL) (Analisis Model Gamson & Modigliani)

Nama : Hendry Cahyadi

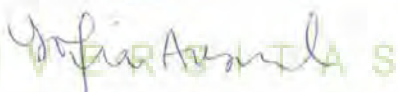
NIM : 44111010258

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Broadcasting

Jakarta, 23 Februari 2014

Disetujui dan diterima oleh
Pembimbing Skripsi


UNIVERSITAS
MERCU BUANA
(Sofia Aunul, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

an -



(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Kepala Bidang Studi Broadcasting



(Feni Fasta SE, M.Si)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : MEDIA PACKAGE PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
DALAM PROGRAM INDONESIA LAWAK KLUB
(EPISODE ANTI SOSIAL KARENA MEDIA SOSIAL)
(Analisis Model Gamson & Modigliani)

Nama : Hendry Cahyadi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Broadcasting

Jakarta, Februari 2013

Mengetahui

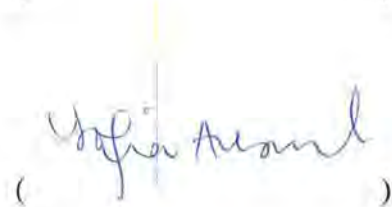
1. Ketua Sidang
Feni Fasta, SE, M.Si

()

2. Penguji Ahli
Riswandi, M.Si

()

3. Pembimbing Skripsi
Sofia Aunul, M.Si

()

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Yang Maha Esa yang telah memberikan banyak kesempatan, hidayah dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik. Skripsi ini disusun guna melengkapi salah satu prasyarat dalam menyelesaikan kuliah Strata satu (S1) bagi Mahasiswa/i Fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan Broadcasting, Universitas Mercu Buana Jakarta pada dunia kerja dalam meningkatkan kualitas dan peran serta Mahasiswa/i dalam pembangunan nasional.

Dalam penyusunan Skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih dan menyampaikan penghargaan sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah banyak membimbing serta membantu peneliti, baik yang bersifat moril maupun materil. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Sofia Aunul, M.Si, selaku dosen pembimbing Skripsi yang bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing saya.
2. Feni Fasta, SE, M.Si, selaku Ketua Bidang Studi Broadcasting Fakultas Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Agustina Zubair, M.Si, selaku Dekan Fakultas komunikasi Universitas Mercu Buana.

4. Seluruh Dosen, Sekretariat dan TU Fakultas Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah setia memberikan ilmu pengetahuan dan informasi semasa di perkuliahan.
5. Mama, nenek, adek, dan Keluarga yang senantiasa memberikan doa, semangat, pengertian dan dukungan serta selalu sabar di repotkan oleh peneliti.
6. Denny Darko dan Vina Candrawati yang selalu memberi semangat dan pengertian dan dukungan oleh peneliti.
7. Fakhur Razi sahabat yang sok ganteng ini setia selama membantu dalam penyusunan skripsi ini dan selalu menemani untuk ke berbagai perpustakaan serta toko buku untuk mencari referensi.
8. Rio Irmas, Citra Amelda, Agung Pino sebagai sahabat travelling peneliti yang selalu menyuruh peneliti untuk sesegera mungkin menyelesaikan skripsi ini.
9. Jane Latifany teman seperjuangan dalam penyusunan skripsi ini untuk bertukar pikiran.
10. Wastika Prilly, Ajeng Kartini Lubis, Febrian, Adisurya, Bobby teman seperjuangan yang selalu tiada henti menyemangati, menghibur. Terima Kasih untuk semua Kekompakan, Pertemanan, dan Kerjasama selama ini.
11. Dolly Indra, Muhajir, Arifin, Osally Asman, (Alm) Panji Siswanto, dan Teman-teman Broadcasting UMB 2011 selaku teman seperjuangan yang

sudah berteman serta kekompakannya dalam berbagai proses pembuatan tugas produksi selama kuliah.

Bagi pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu dan telah memberikan bantuan yang berarti dalam skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih. Penulis menyadari bahwa ketidak sempurnaan dalam penelitian ini msih butuh saran serta kritik yang membangun agar dimasa yang akan datang dapat lebih berguna untuk kemajuan dunia penyiaran, selain berguna untuk peneliti sendiri berguna untuk para peneliti berikutnya dalam melakukan penelitian yang lebih berkualitas lagi.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 18 Februari 2015

Hendry Cahyadi

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG	iii
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI	iv
LEMBAR PERBAIKAN PENGESAHAN SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Identifikasi Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.5.1 Manfaat Akademis.....	10
1.5.2 Manfaat Praktis	11
1.5.3 Manfaat Sosial	11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Massa.....	12
2.1.1 Pengertian Komunikasi Massa.....	12
2.1.2 Karakteristik Komunikasi Massa.....	13
2.1.3 Fungsi Komunikasi Massa.....	16
2.2 Televisi sebagai Media Massa.....	21
2.2.1 Pengertian Media Televisi	21
2.2.2 Perkembangan Televisi	21
2.2.3 Karakteristik Televisi	23
2.2.4 Kelebihan dan Kekurangan Televisi	24
2.2.5 Fungsi Televisi.....	25
2.3 Program Televisi	26
2.3.1 Pengertian Program Televisi	26
2.3.2 Karakteristik Program Televisi.....	27
2.3.3 Jenis Program Televisi	28
2.4 Program TalkShow	31
2.4.1 Pengertian Program Talk Show	31
2.4.2 Jenis-jenis Talk Show.....	32
2.5 Program Komedi	34
2.5.1 Pengertian Program Komedi.....	34
2.5.2 Jenis-jenis Program Komedi.....	34

2.6 Program Parodi	36
2.6.1 Pengertian Parodi.....	36
2.7 Sosial Media	37
2.7.1 Pengertian Sosial Media.....	37
2.7.2 Situs Jejaring Sosial.....	38
2.7.3 Jenis-Jenis jejaring Sosial	38
2.7.4 Keuntungan dan Kerugian Penggunaan Media Sosial	39
2.8 Konstruksi Realitas	39
2.8.1 Definisi Konstruksi Realitas	39
2.8.2 Konstruksi Media Sosial Massa.....	42
2.9 Media Package dan Analisis Framing	44
2.9.1 Media Package.....	44
2.9.2 Analisis Framing.....	46
2.10 Model Gamson dan Modigliani	49
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Paradigma	55
3.2 Metode Penelitian	58
3.3 Subyek Penelitian.....	60
3.4 Teknik Pengumpulan Data	60
3.4.1 Data Primer	60
3.4.2 Data Sekunder	60

3.5 Teknik Analisis Data.....	61
-------------------------------	----

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	63
--	----

4.1.1 Sejarah Berdirinya Trans 7	63
--	----

4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan Trans 7	66
--	----

4.1.2.1 Visi	66
--------------------	----

4.1.2.2 Misi.....	66
-------------------	----

4.1.3 Logo Perusahaan Trans 7	67
-------------------------------------	----

4.1.4 Program Indonesia Lawak Klub	68
--	----

4.2 Hasil Penelitian	70
----------------------------	----

4.2.1 Perangkat Framing Penggunaan Media sosial	71
---	----

4.3 Pembahasan	78
----------------------	----

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan.....	94
-------------------	----

5.2 Saran	95
-----------------	----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

NASKAH PROGRAM INDONESIA LAWAK KLUB

CURICULUM VITAE

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Konsep Framing atas Realitas	48
Tabel 2.2 Kerangka Framing Model Gamson dan Modigliani.....	51
Tabel 4.1 <i>Frame Central Idea 1</i>	71
Tabel 4.3 <i>Frame Central Idea 2</i>	74



DAFTAR LAMPIRAN

1. Naskah Indonesia Lawak KLab Episode Anti Sosial Karena Media Sosial
2. Curriculum Vitae





Universitas Mercubuana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Broadcasting
Hendry Cahyadi

Media Package penggunaan Media Sosial dalam Program Indonesia Lawak Klub
(Episode Anti Sosial Karena Media Sosial)

Jumlah Halaman: xv + 96 + 44

ABSTRAK

Talkshow adalah sebuah program televisi atau radio dimana seorang atau group berkumpul bersama untuk mendiskusikan beberapa hal topik dengan suasana santai yang dipandu oleh moderator atau presenter acara. Salah satunya konsep talkshow Indonesia Lawak Klub ini merupakan Talkshow Parodi Komedi. Setiap episodenya pun sangat beragam salah satunya “Anti Sosial Karena Media Sosial” merupakan sebuah fenomena yang terjadi akhir-akhir di Indonesia

Penelitian ini diteliti karena banyaknya pengguna media sosial yang kurang bijak dalam menggunakan, sehingga peneliti ingin mengetahui bagaimana media sosial ini dikonstruksikan oleh selebriti yang dirinya memparodikan sebagai pengguna media sosial. Serta ingin mengetahui bagaimana media package penggunaan media sosial dalam program ini.

Hasil penelitian ini membahas mengenai penggunaan media sosial yang terjadi dalam masyarakat namun diparodikan oleh komedia ataupun artis, seperti identifikasi masalah penggunaan media sosial saat ini untuk sarana komunikasi, namun mempunyai efek positif dan negative.

Penelitian ini menyimpulkan jika media sosial yang digunakan untuk media berkomunikasi dapat menimbulkan berbagai macam keuntungan serta kerugian, namun kembali kepada penggunaannya bagaimana pengguna media sosial tersebut menyikapi dan menggunakannya.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Media massa pers, televisi, radio, dan media lain, serta proses komunikasi massa lainnya merupakan institusi yang penting dalam masyarakat. Media juga merupakan industri yang berperan sebagai wahana pengembangan kebudayaan, tata cara, mode, gaya hidup dan norma-norma yang ada. Bukan saja bagi individu untuk memperoleh gambaran dan citra realitas sosial, tetapi juga bagi masyarakat dan sekelompok secara kolektif.¹

Melvin Defleur dan Sandra J. Ball-Rokeach, dalam bukunya *Theories of mass communication* (1989), mengemukakan bahwa perkembangan komunikasi massa melewati lima era dan/ zaman komunikasi massa : (1). Zaman penggunaan Tanda dan isyarat sebagai alat komunikasi, (*The age of signs and signals*); (2). Zaman di gunakan percakapan dan bahasa sebagai alat bantu (*The age of speech and language*); (3). Zaman digunakan tulisan sebagai alat komunikasi(*The age of Writing*); (4). Zaman digunakannya media massa sebagai alat komunikasi (*The age of print*); dan

¹ Denis McQuail, *Teori Komunikasi massa, suatu pengantar*, Jakarta: Penerbit Erlangga, 1991, hal 3

(5). Zaman digunakannya media massa sebagai alat komunikasi (*The age of mass Communication*)²

Televisi adalah salah satu diantara sekian banyak industry hiburan dan kesenangan. Televisi memiliki hubungan interaktif yang penting dengan istitusi hiburan lain, dimana katertarikan dn nilai-nilai masing-masing bagi publik menjadi produk jaringan saling mendukung dan menguntungkan.³

Sebagai suatu alat untuk menyampaikan berita, penilaian, atau gambaran umum tentang banyak hal, media khususnya televisi memiliki kemampuan untuk berperan sebagai alat institusi yang dapat membentuk opini publik, menjadi kelompok penekan atas suatu ide atau gagasan, dan bahkan suatu kepentingan atau citra yang ia representasikan untuk diletakan dalam konteks kehidupan yang lebih empiris.⁴

Informasi Publik dapat disajikan oleh media televisi lewat konsep acara yang menampilkan kejadian-kejadian yang berada disekitar kita, lewat informasi-informasi inilah kita dapat dengan jelas mendapatkan pengetahuan dan perkembangan serta kejadian atau peristiwa tersebut.

Berbagai jenis televisi dikelompokkan menjadi dua bagian besar berdasarkan jenisnya yaitu : 1) program informasi (berita), 2) Program Hiburan (Entertainment).

² Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: Rajawali Pers, 2007, hal 40

³ Graeme Burton, *Membincangkan televisi*, Yogyakarta: Jalasutra, 2007, hal 97.

⁴ Alex Sobur. *Analisis Teks Media Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006, hal 31

Program informasi kemudian terbagi lagi menjadi dua jenis, yaitu, berita keras (*Hard News*) yang merupakan berita yang harus segera disiarkan dan berita lunak (*soft News*) yang merupakan berita kombinasi dari fakta, gossip dan opini. Sementara program hiburan terbagi atas tiga kelompok besar yaitu music, games, dan pertunjukan.

Menurut Kamus Bahasa Indonesia terbitan Balai Pustaka, berita diartikan sebagai laporan mengenai kejadian-kejadian atau peristiwa yang hangat. Berita terdiri dari beberapa bagian. Bagian terkecil dari berita adalah data. Data berasal dari datum, sedangkan datum diambil dari semua kejadian atau peristiwa. Untuk bisa jadi berita, data harus dibuat diolah lebih dahulu. Jadi berita dapat dikaitkan dengan kejadian-kejadian atau peristiwa yang terjadi.⁵ Disini penulis akan membahas mengenai acara yang memparodikan program asli dari “Indonesia Lawyers Club” di TV One yaitu “Indonesiaa Lawak Klub” yang di tayangkan di Trans 7 (Episode Anti sosial karena Media Sosial).

Era sekarang ini sudah banyak orang yang kecanduan dengan sosial media, mereka terlalu asyik dengan adanya sosial media itu sendiri. Semakin hari kian menjadi gejala umum yang tidak hanya terjadi di kota-kota besar, namun juga sudah merambah ke kota-kota kecil bahkan ke perdesaan. Ini terjadi karena banyak sebab, namun media dipercayai memiliki peran penting, di samping minimnya peran keluarga, sekolah, dan lingkungan dalam memberikan pengetahuan yang baik

⁵ Totok Djuroto, *Managemen Penerbitan Pers*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya , 2000, Hal 47

kepada para pelaku. Akun jejaring sosial kini dipandang sebagai identitas seseorang dalam pergaulan. Fenomena sosial media memang sedang jadi tren di kalangan masyarakat. Tidak hanya anak muda, bahkan orang tua pun juga ikutan online. Menurut survei yang dilakukan oleh netdna-cdn.com, 24% orang kehilangan momen spesial mereka karena sibuk membagikan momen tersebut lewat jejaring sosial. Misalnya, Anda bertemu dengan sahabat lama di sebuah kafe. Tanpa sadar, Anda sibuk memainkan iPad atau ponsel Anda untuk membagikan momen penting tersebut ke situs sosial media tanpa memperdulikan lingkungan disekitar anda.

Media Sosial adalah sebuah media untuk bersosialisai satu sama lain dari dilakukan secara online yang memungkinkan manusai untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang waktu. Sosial media menghapus batasan-batasan manusia untuk bersosialisai, batasan ruang maupun waktu, dengan media sosial ini manusia memungkinkan untuk berkomunikasi satu sama lain dimanapun mereka berada dan kapanpun, tidak peduli seberapajauh jarak mereka dan tidak peduli siang atau pun malam.⁶

Media sosial ini mempunyai dampak yang besar, di Indonesia sendiri sudah banyak dampak dari pengguna media sosial seperti contoh orang yang terkenal mendadak karena media sosial. Sosial media saat ini merupakan situs yang paling banyak dikunjungi di beberapa negara. Karena sosial media layaknya mempunyai sihir yang membuat penggunanya betah untuk memainkannya. Salah satu pengguna

⁶ <http://www.unpas.ac.id/apa-itu-sosial-media/>

sosial media terbesar di dunia adalah Indonesia. Tercatat hingga ratusan kali kata-kata yang mengandung bahasa Indonesia menjadi trending topic.

Media sosial sekarang menjadi sumber komunikasi dan bertujuan untuk menemukan teman yang lama menghilang dan keluarga. Namun keuntungan dan kerugian media sosial ini tergantung kepada user sendiri bagaimana menyikapi. Media Sosial atau jaringan sosial adalah suatu struktur sosial yang dibentuk dari simpul-simpul (umumnya adalah individu atau organisasi) yang diikat dengan satu atau lebih tipe relasi spesifik seperti nilai, visi, ide, teman, keturunan, dan lain sebagainya. Jejaring sosial sebagai struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individual atau organisasi. Jejaring ini menunjukkan jalan dimana mereka berhubungan karena kesamaan sosialitas, mulai dari mereka yang dikenal sehari-hari sampai dengan keluarga.

Istilah ini diperkenalkan oleh profesor J.A. Barnes di tahun 1954. Akhir-akhir ini banyak dijumpai pemberitaan di media cetak dan elektronik yang memberitakan tentang penyalahgunaan situs jejaring sosial. Beberapa berita yang paling hangat adalah kasus seorang anak remaja laki-laki yang membawa kabur seorang anak remaja perempuan yang dikenal lewat situs jejaring sosial (facebook). Selain itu penyalahgunaan situs jejaring sosial (facebook) juga digunakan sebagai ajang prostitusi di kalangan remaja. Selain kedua hal tersebut, masih banyak lagi masalah-masalah yang ditimbulkan dari situs pertemanan sosial. Keadaan ini sungguh sangat ironis dengan tujuan utama situs jejaring sosial itu dibuat, yakni untuk memperluas

hubungan sosial, untuk kebutuhan konsumen atau pemakai, menekankan pada sisi sosial atau eksternal, serta lebih diutamakan sisi emosionalnya (dalam Pengaruh Jejaring Sosial Dalam Masyarakat).

Manfaat media sosial sendiri saat ini juga sangat banyak mulai dari berjualan, memperluas teman dan masih banyak lain. Namun biasanya karena media sosial ini dapat membuat orang yang tidak bisa lepas dari gadget atau sering di bilang autis. Namun apabila orang pintar media sosial digunakan untuk mempermudah belajar, mencari kerja, mengirim tugas dan tentunya di gunakan dengan benar. orang didunia maya itu belum tentu sama dengan di dunia nyata. Dengan seperti inilah pemanfaatan media sosial harus digunakan secara bijak.

Program Indonesia Lawak Klub merupakan salah satu acara Talkshow yang di pandu oleh pelawak senior Denny Chandra yang berdurasi 60 menit. Namun berjalannya waktu durasi penayangan berubah menjadi 120 menit. Acara ini berkonsepkan mempertemukan para pelawak di Indonesia dan bergabung dalam satu forum diskusi dan membahas topic. Kali ini penulis mengambil topic mengenai “Penggunaan Media Sosial dalam Episode Anti Sosial Karena Media Sosial”.

Episode ini terbagi menjadi 5 segmen. Di segmen pertama menceritakan tentang keuntungan penggunaan media sosial. Di segmen dua dan tiga menjelaskan kerugian dan keuntungan tentang penggunaan media sosial. Untuk segment empat dan lima tentang penggunaan media sosial di kalangan selebriti maupun pejabat.

Program Indonesia lawak klub sempat menjadi program andalan di Trans 7 karena program ini bersifat menghibur. Indonesia lawak klub ini belum ada 1 tahun sudah masuk menjadi nominasi Panasonic Gobel Award, dari sini peneliti memilih program tersebut. Episode di Indonesia Lawak Klub ini pun sangat banyak namun yang mengangkat media sosial hanyalah episode Anti sosial karena media sosial yang sesuai dengan focus pada penelitian ini.

Media sosial dapat membentuk dunia sendiri. Pengguna sosial yang asik dengan sosial medianya akan membuat dirinya kurang peduli dengan yang ada disekitarnya dan akan asik sendiri meskipun dalam kesepian.

Acara ini mempunyai jargon “Mengatasi Masalah Tanpa Solusi” dan “Akan Memberikan Solusi Tanpa Masalah”. Episode kali ini bintang tamunya adalah Sule, Jarwo Kuat (JK), Oki Lukman, Vega, Indra Bekti, Fitri Tropica, Akbar.

Program “Indonesia Lawak Klub” hadir dikarenakan banyaknya masalah-masalah namun di program ini dirancang dengan canda tawa oleh para pelawak di Indonesia. Warga di Indonesia ini tidak bisa lepas dari namanya internet serta media sosail. Tercatat Indonesia menempati no satu di Asia sebagai pengguna Twitter dan no lima di dunia. Selain itu Facebook juga menduduki peringkat no empat di dunia. Dari penjelasan di atas peneliti tertarik untuk meneliti program Indonesia Lawak Klub episode “anti sosial karena media sosial” peneliti mengangap bahwa mengenai media sosial yang banyak diminati oleh warga Indonesia. Karena permasalahan ini di

anggap melibatkan anak-anak yang seharusnya belum cukup umur atau masih dalam bimbingan orang tua untuk mengakses media sosial.

Penelitian ini menggunakan metode framing karena peneliti ingin mengetahui bagaimana cara memaknai, memahami, dan bingkai kasus atau suatu peristiwa. Sedangkan pemilihan model Gamson dan Modigliani karena penulis yakin formula ini bila di banding formula framing yang lain dapat melihat pengkonstruksian makna peristiwa yang berkaitan dengan objek penelitian. Berdasarkan teori yang berhubungan dengan visual media dapat di jelaskan dengan menggunakan analisis framing Gamson Modigliani yang akan menjelaskan dengan 8 elemen. Program Indonesia Lawak Klub yang membahas mengenai anti sosial karena media sosial tayang pada tanggal 5 januari 2014 di Trans 7.

1.2 Fokus Penelitian

Pada penelitian ini yang dijadikan sumber adalah unsur audio dan visual program Indonesia Lawak Klub di Trans 7 pada tanggal 15 Januari 2014. Bagaimana “media package” Pengguna Media Sosial dalam Program Indonesia Lawak Klub (Episode Anti Sosial Karena Media Sosial)?

1.3 Identifikasi Penelitian

Perkembangan teknologi saat ini berkembang pesat dan mempengaruhi segala aspek kehidupan. Salah satu bentuk pengaruh dari perkembangan teknologi yang terlihat jelas terhadap gaya hidup manusia. Manusia modern sangat menggantungkan diri pada teknologi, diantaranya dalam melakukan kebutuhan bersosialisasi atau biasa disebut dengan komunikasi.

Bentuk komunikasi manusia saat ini sangat liat ditinjau dari media komunikasi yang digunakan. Salah satu media komunikasi manusia modern adalah melalui media sosial internet yang biasa kita kenal dengan istilah jejaring sosial.

Manusia modern menggunakan media sosial internet sebagai pemenuh kebutuhan interaksi secara luas tanpa mengenal jarak, waktu dan ruang. Media sosial internet sangat fleksibel sehingga memudahkan siapa saja yang menggunakan. Fleksibilitas yang tinggi juga menambah fungsi media internet sosial yang tidak hanya sebagai pemenuh kebutuhan berkomunikasi yang biasa tetapi juga menggeser bentuk komunikasi kearah komersial atau yang bersifat menjual.

Kementrian Komunikasi dan Informatika mengungkapkan penggunaan internet di Indonesia saat ini mencapai 63 juta orang pengguna. Dari angka tersebut, 95 mengakses jejaring sosial.⁷ Pengguna media sosial di inonesia yang

⁷ Kominfo.go.id

banyak tadi. Sosial media layaknya mempunyai sihir yang membuat penggunanya betah untuk memainkan. Sosial media juga dapat menguntungkan seperti untuk berbisnis dll, namun penggunaan media sosial juga bisa merugikan, seperti ditipu atau penggunaan yang tidak sopan.

1.4 Tujuan Penelitian

Peneliti ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Media Package Pengguna Media Sosial dalam Program Indonesia Lawak Klub Episode Anti Sosial Karena Media Sosial

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini di harapkan dapat menjadi masukan dan wacana bagi para mahasiswa yang ingin melakukan penelitian dengan menggunakan analisis framing. Penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan gambaran mengenai konsep dan teori dalam mengamati televisi, khususnya dalam hal konstruksi realitas pada program acara berita televisi.

1.5.2 Manfaat Praktis

Hasil Penelitian ini untuk memberi masukan kepada pihak penyelenggara program acara mengenai bagaimana teori kedalam praktik sehingga dapat dihasilkan yang lebih efektif. Selain itu juga memberikan masukan sebagai bahan evaluasi tentang bagaimana publik dapat bermanfaat dan berguna bagi masyarakat.

1.5.3 Manfaat Sosial

Hasil Penelitian ini di harapkan dapat memberi masukan kepada masyarakat agar lebih detail lagi dalam memilih serta menonton program di televisi saat ini. Penelitian ini juga di harapkan dapat di aplikasikan kepada masyarakat agar tidak secara awam dalam mengikuti apa yang ada di televisi.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi Massa adalah komunikasi yang dilakukan melalui media massa. Pengertian media massa disini garis besar dapat di bagi kedalam dua kelompok yaitu: media massa cetak dan media massa elektronik. Media massa cetak antara lain meliputi surat kabar, majalah dan bulletin. Sedangkan, media massa elektronik mencakup media *audio* (suara) seperti radio, dan media *audio visual* (suara dan gambar) yaitu televisi dan film.¹

Menurut Bittner, komunikasi massa adalah pesan yang di komunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi sekali pun komunikasi itu di sampaikan kepada khalayak yang banyak.

Definisi komunikasi massa lainnya di kemukakan oleh Gerbner, yaitu komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi

¹ Sasa Djuarsa Sendjaja, ph.D.,DKK. *Pengantar Komunikasi*, Universitas Terbuka, Jakarta, 2001, hal 158-161

dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri.²

Dari definisi tersebut tergambar bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebarkan, di distribusikan kepada khalayak luas secara terus-menerus dalam jarak waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan, dwi mingguan atau bulanan. Proses memproduksi pesan tidak dapat dilakukan oleh perorangan, melainkan harus oleh lembaga, dan membutuhkan suatu teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri.

2.1.2 Karakteristik Komunikasi massa

Karakteristik komunikasi massa disini dibatasi pada lima jenis media massa dikenal sebagai *the big five of massa media*, yakni Koran, majalah, radio, televisi dan film. Berikut adalah penjelasan dari karakteristik komunikasi massa.

- 1) Komunikasi melalui media massa pada dasarnya di tujukan ke khalayak yang luas, *heterogen*, anonim, tersebar, serta tidak mengenal batas geografis *cultural*.

Khalayak itu heterogen ,maksudnya adalah masyarakat luas yang bermacam-macam, tidak dibatasi oleh latar belakang pendidikan, penghasilan, ataupun status sosialnya. Khalayak yang bersifat anonim artinya diantara satu dengan yang lain adalah terpisah dan tidak saling

² Elvinaro Ardianto, Et.all.,*Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Simbioasa Rekatama Media, Bandung: 2007, hal 3-4

mengenal. Diantara pemirsa televisi satu dengan yang lain saling terpisah. Khalayak juga tersebar dan tidak mengenal batas usia, tempat tinggal, golongan, dan batasan-batasan yang lainnya.

- 2) Bentuk kegiatan komunikasi melalui media massa bersifat umum, bukan perorangan atau pribadi.

Isi pesan yang disampaikan menyangkut kepentingan orang banyak, tidak hanya untuk kepentingan perorangan atau pribadi. Pengertian dari ciri ini, bahwa kegiatan-kegiatan yang berkaitan operasi suatu media massa akan mencakup orang banyak yang terorganisasi didalam organisasi media. misalnya pada media televisi, di samping memiliki struktur organisasi sendiri, juga berkaitan dengan organisasi yang lain seperti Direktorat Jendral Televisi, *Produktion* house atau studio-studio kecil yang memproduksi (cerita-cerita sinetron, sandiwara, dan lain-lain) disamping itu isi pesan media adalah peristiwa-peristiwa atau hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan umum.

- 3) Pola Penyampaian media massa

Pola ini berjalan secara cepat dan mampu manjangkau khalayak luas, bahkan mungkin tidak terbatas baik secara geografis maupun *cultura*. Oleh karena itu, media massa disebut sebagai *messages multiplier* (memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan secara cepat dan menjangkau khalayak luas). Dalam hal ini di antara media cetak dan elektronik memiliki keunggulan tersendiri. Televisi memiliki

keunggulan menyampaikan pesan dalam bentuk gambar dan suara, sehingga khalayak dapat langsung melihat, membayangkan, dan menilai suatu kejadian tertentu.

- 4) Penyimpanan pesan melalui media massacenderung berjalan satu arah
Umpan balik atau tanggapan dari khalayak lazimnya berlangsung secara tertunda. Disini isi pesan diliput dan diolah oleh sumber yakni organisasi elektronik dan disebarakan secara luas kepada khalayak. Khalayak luas menerima pesan-pesan itu sebagaimana adanya. Sedangkan umpan balik adalah tanggapan atau reaksi yang diberikan oleh khalayak pada isi pesan suatu media massa dapat berupa tindakan-tindakan meneruskan atau berhenti menonton atau mendengar. Umpan balik yang ditunjukkan kepada media massa dapat berupa mempermasalahkan kebenaran suatu berita, kritik, atas syarat penyampaian pesan atau dukungan. Biasanya pada televisi menyediakan PO BOX khusus untuk surat-surat tanggapan dan komentar dari khalayak.

- 5) Kegiatan komunikasi melalui media massa dilakukan secara terencana, terjadwal, dan terorganisasi
Komunikator pada media massa bekerja melalui aturan organisasi dan pembagian kerja yang jelas. Identitas yang dibawakan adalah identitas organisasi atau kelompok. Dalam hal ini diambil contoh pada program “*Bosan Jadi Pegawai*” yang tayang setiap hariminggu, penayangan

program ini dilakukan secara terencana dan terorganisasi melalui struktur organisasi yang jelas fungsinya.

6) Penyampaian pesan melalui media massa

Penyampaian pesan ini dilakukan secara berkala, tidak bersifat temporer. Dalam televisi seperti TPI, RCTI, TRANS TV, ANTV, selalu menayangkan acaranya secara teratur.

7) Isi pesan yang disampaikan melalui media massa

Isi pesan yang disampaikan dapat mencakup berbagai aspek kehidupan manusia (sosial, ekonomi, budaya, dan lain-lain) baik yang bersifat informative dan edukatif maupun hiburan.³

2.1.3 Fungsi Komunikasi Massa

Komunikasi yang dilakukan melalui media massa secara garis besar memiliki dua fungsi pokok terhadap masyarakat (*societal function*) dan fungsi terhadap individu (*individual-function*). Kedua fungsi ini terkait dalam proses pengolahan, pengiriman, dan penerimaan pesan media massa.

Perbedaan yang nyata dari kedua fungsi tersebut adalah pada sifatnya. Fungsi terhadap masyarakat bersifat menyangkut orang banyak atau bersifat sosiologis. Dan fungsi terhadap individu bersifat psikologis. Berikut ini akan diuraikan masing-masing kedua fungsi komunikasi massa.

³ Elvinaro Ardianto, Et.al., *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Simbioasa Rekatama Media Bandung: 2007, hal 158-161

a. Fungsi terhadap masyarakat

Fungsi terhadap masyarakat memiliki pengertian yang luas, mencakup orang banyak kelompok-kelompok, dan system-sistem budaya termasuk norma-norma sosial. Menurut Lasswell dan wright (1975) terdapat empat fungsi atas komunikasi massa, yaitu :

1. Pengawasan Lingkungan

Fungsi pengawasan lingkungan menunjuk pada upaya pengumpulan dan penyebaran informasi mengenai berbagai peristiwa yang terjadi di dalam dan di luar lingkungan suatu masyarakat. Media massa seperti Koran, radio, televisi, dan film menyebarkan segala kejadian atau peristiwa yang ada sehingga menjadi informasi bagi khalayak luas. Kejadian-kejadian yang berkaitan dengan aspek-aspek sosial, politik, ekonomi dan budaya melalui media massa.

2. Korelasi antar bagian didalam masyarakat untuk menanggapi lingkungan

Fungsi korelasi meliputi interpretasi terhadap informasi dan preskripsi (memberi petunjuk atau hal untuk mencapai consensus dalam mencegah konsekuensi-konsekuensi yang tidak diinginkan akan terjadi, karena adanya informasi tentang lingkungan tersebut.

3. Sosialisasi atau pewarisan nilai-nilai

Fungsi sosialisasi menunjuk pada upaya transmisi dan pendidikan nilai-nilai serta norma-norma dari suatu generasi ke generasi berikutnya atau dari suatu kelompok masyarakat terhadap para anggota kelompoknya yang baru. Fungsi ini semacam fungsi yang telah dilakukan oleh para orang tua atau para guru di sekolah. Dalam fungsi ini media massa Koran, radio, televisi dan film yang telah memberikan kerangka berpikir umum yang sangat penting bagi masyarakat.

4. Hiburan

Fungsi hiburan menunjuk pada upaya-upaya komunikatif yang bertujuan memberikan hiburan pada khalayak luas. Bentuk-bentuk hiburan ini pada media massa cetak mencakup hal-hal seperti kehidupan “glamour” para artis seni dan film, keindahan tempat-tempat wisata, kota-kota bersejarah, musik, olahraga, atau permainan-permainan.

b. Terhadap individu

Jika ditanyakan, “mengapa kita membaca Koran?” sering kali kita menjawab, “Koran merupakan kebutuhan hidup”, jawaban tersebut terasa sangat sederhana untuk pertanyaan yang lebih jauh tentang fungsi-fungsi komunikasi massa terhadap individu, sehingga terdapat beberapa fungsi komunikasi terhadap individu, yaitu :

1. Pengawasan atau pencarian informasi

Segala informasi yang menyangkut kehidupan manusia selalu dilaporkan melalui media massa. Oleh karena itu, hal ini telah memberikan pengetahuan bagi setiap. Di samping itu, segala informasi yang dibutuhkan oleh masing-masing orang akan membantu memberikan pemahaman yang lebih jauh.

2. Mengembangkan konsep diri

Setiap individu akan selalu mencari (mengeksplorasi) segala informasi yang berhubungan dengan pekerjaannya atau profesi yang disandangnya. Hal-hal ini dapat diperoleh dari media massa yang ada. Dengan semakin berkembangnya berbagai media massa, baik media massa cetak maupun elektronik.

3. Fasilitas dalam hubungan sosial

Media massa juga membantu kita dalam pergaulan sosial. Karena media massa selalu menyediakan topik-topik yang dapat menjadi pembicaraan hangat dalam setiap pergaulan kita dengan orang-orang lain.

4. Substitusi dalam hubungan sosial

Dalam hubungan pergaulan kita dengan teman yang lain kita akan terlibat secara psikologis dengan hubungan akrab tersebut. Sering kali kita menyadari telah melakukan kesalahan dan merasa benar dalam hubungan tersebut. Aspek-aspek psikologis dalam hubungan sosial ini sering kita dapatkan atau

temui dalam isi pesan media massa. Misalnya kita terlibat secara serius ketika menonton film keluarga, sampai-sampai kita mengeluarkan air mata karena terharu. Sebaliknya, kita sering kali kita benci dan gemes kepada tokoh tertentu dalam suatu film di televisi atau tokoh cerita di radio.

5. Membantu melengkapi emosi

Dari berbagai jenis media massa yang ada seperti Koran, majalah, radio, televisi, dan film, umumnya telah membantu kita dalam mencapai suasana menyenangkan, memberi hiburan, melepaskan emosi, atau membuat kita tertawadan gembira.

6. Pelarian dari ketegangan dan keterasingan

Dalam menghadapi pekerjaan dan aktivitas sehari-hari sering kali kita stress (tegang). Bahkan kita merasa terasing dengan teman-teman atau lingkungan disekitar kita. Dalam kondisi ini kita akan mencari tempat pelarian dari tegang dan terasing.

7. Bagian dari kehidupan rutin atau ritualisasi.

Dalam kehidupan rutin kita sehari-hari media massa telah mengisi sebagian dari kebutuhan hidup. Setiap pagi kita tidak akan lupa untuk menyempatkan waktu dalam membaca Koran. Sore dan malam hari kita akan selalu menonton film-film atau cerita-cerita tertentu di televisi.⁴

⁴ Elvinaro Ardianto, Et.all., *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Simbioasa Rekatama Media Bandung: 2007, hal 172-175

2.2 Televisi Sebagai Media Massa

2.2.1 Pengertian Media Televisi

Televisi sebagai media massa elektronik yang ditemukan sekitar abad ke-18 memiliki banyak kelebihan yang tidak dimiliki oleh media massa yang lainnya. Dalam penelitian ini televisi diartikan sebagai televisi siaran (*television broadcast*) yang merupakan media dari jaringan komunikasi dengan ciri-ciri yang dimiliki komunikasi massa yaitu berlangsung satu arah komunikatornya terlembaga, pesannya bersifat umum, sasarannya menimbulkan keserempakan, dan komunikatornya heterogen (Effendy, 2006 : 21). Televisi berasal dari bahasa Yunani “tele” yang berarti jauh dan “vision” yang berarti penglihatan.⁵ Televisi merupakan media komunikasi jarak jauh dengan penayangan gambar dan pendengaran suara, baik melalui kawat maupun secara elektromagnetik tanpa kawat. Televisi adalah sistem penyiaran dengan disertai bunyi (suara) melalui kabel atau angkasa dengan menggunakan alat yang mengubah cahaya (gambar) dan bunyi (suara) menjadi gelombang listrik dan mengubahnya kembali menjadi berkas cahaya yang dapat didengar (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2001:1162).

2.2.2 Perkembangan Televisi

Dari semua media komunikasi yang ada, televisilah yang sangat berpengaruh dalam kehidupan manusia. Sebanyak 99% orang Amerika memiliki Televisi dirumahnya. Tayangan televisi mereka dijejali hiburan, berita dan iklan.

⁵ Onong Uchjana Effendy. *Ilmu Komunikasi*. Bandung Cv: Mandar Maju. 1989. hal 24

Mereka menghabiskan waktu menonton televisi sekitar tujuh jam dalam sehari (Agge, et. Al. 2001:279).⁶

Televisi mengalami perkembangan secara dramatis, terutama melalui pertumbuhan televisi kabel. Transmisi program televisi kabel menjangkau seluruh pelosok negeri dengan bantuan satelit dan diterima langsung pada layar televisi dirumah dengan menggunakan *wire* dan *microwave (wireless cable)* yang membuka tambahan saluran televisi bagi pemirsa. Televisitambah marak lagi setelah dikembangkannya Direct Broadcast Satelite (DBS).

Perkembangan dunia pertelevisian Indonesia mulai marak sejak pemerintah mengeluarkan izin kehadiran televisi swasta untuk mengudara pada tahun 1989. Stasiun televisi pertama adalah Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI). RCTI mulai mengudara secara nasional pada tanggal 24 Agustus 1989. Stasiun televisi swasta lainnya seperti Surya Citra Televisi (SCTV) mulai mengudara bulan Agustus 1989, Televisi Pendidikan Indonesia (TPI) mulai mengudara tanggal 23 Januari 1991, ANTV (1993), Indosiar (Januari 1995). Hingga kini telah mengudara sekitar 8 stasiun televisi swasta, dengan tambahan televisi swasta yang baru mengudara sejak tahun 2001 antara lain Metro TV, Trans TV, TV7 (Trans7), Global TV, Lativi, dan TVOne. Selain televisi swasta nasional di atas, juga mulai banyak bermunculan beberapa televisi daerah yang dikelola oleh daerah masing-masing seperti JTV di Jawa Timur, CTV di Banten, Bali TV di Bali, Cakra TV, Tvku, dan Borobudur TV di Semarang.

⁶ Elvinaro Ardianto, Lukiati Komala Erdiyana. *Komunikasi massa suatu pengantar*. Simbiosis Rekatama Media. Bandung. 2007. hal 125

Lahirnya televisi sebagai media untuk menyampaikan pesan tidak lepas dari perkembangan peradaban manusia. Sejarah peradaban manusia ini dibagi menjadi 3 gelombang. Gelombang pertama (8000 tahun sebelum masehi), Gelombang kedua (tahun 1700-1970) dan Gelombang ketiga (tahun 1970-2000).

2.2.3 Karakteristik Televisi

Untuk lebih memahami lebih jauh tentang media televisi, baik itu melalui karakteristik televisi sebagai media massa maupun karakteristik teknis dari televisi sebagai media visual gerak. Pemahaman tentang karakteristik ini dianggap penting, karena dalam karakteristik ini akan dibahas hal-hal yang harus diperhatikan oleh para pengembang program televisi, baik itu sebagai penulis naskah maupun pelaksana produksi. Bagi penulis naskah program televisi, ia akan dapat memilih materi yang cocok untuk ditelvisikan dan memaksimalkan potensi televisi sebagai media.

Sedangkan bagi pelaksana produksi ia dapat mengantisipasi hal-hal yang menjadi keterbatasan televisi sebagai media, khususnya keterbatasan dari segi teknis. Oleh karena itu sekali lagi, dengan mengenal secara baik karakteristik media televisi akan membantu dalam mewujudkan suatu program televisi yang bermutu. Untuk lebih jelasnya, berikut ini akan dijelaskan satu persatu.

Karakteristik televisi sebagai media massa berbeda dengan penonton film, penonton televisi mempunyai karakteristik yang agak unik, karena masing-masing mempunyai kebutuhan yang berbeda satu sama lain. Selain itu penonton televisi

(broadcast) tersebar dimana-mana. Penonton televisi boleh dikatakan bebas, artinya seseorang menonton televisi bukan karena paksaan tetapi karena tertarik dengan suatu program tayangan. Mungkin program yang ditayangkan sesuai dengan kebutuhannya, mungkin juga karena tidak ada hiburan lain. Namun sebagai seorang (calon) pengembang program televisi, anda harus menyadari sepenuhnya keaneka ragaman jenis dan sifat penonton ini, karena tidak mungkin kita dapat membuat program yang memenuhi kebutuhan khalayak.

2.2.4 Kelebihan dan Kekurangan Televisi

Seperti media massa pada umumnya, televisi juga memiliki kelebihan dan kekurangannya sendiri. Keunggulan televisi dapat dilihat dari sisi Programatis dan teknologis.⁷ Dalam penyampaian pesannya media televisi memiliki beberapa kelebihan dan kekurangan dalam proses penyampaian pesan.

1. Kelebihan Media Televisi :
 - a) Jangkauan sangat luas
 - b) Penayangan seketika
 - c) Gabungan gambar, suara dan warna
 - d) Ekef demonstrasi
 - e) Penentuan waktu penayangan mudah
 - f) Kontrol mudah

⁷ A.Alatas Fahmi. *Bersama Televisi Merenda Wajah Bangsa*. Yayasan Pengkajian Komunikasi Masa Depan. Jakarta. 1997. Hal. 22-30

2. Kekurangan Media Televisi

- a) Cepat lewat, frekuensi tinggi
- b) Relatif mahal
- c) Tidak ada segmentasi pirsawan
- d) Keterangan dan pesan harus pendek
- e) Produksi materi lama dan mahal

2.2.5 Fungsi Televisi

Televisi selain sebagai informasi dan hiburan juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana media pendidikan, karena televisi mempunyai suatu karakteristik sendiri yang tidak dimiliki media massa yang lainnya. Dalam segi karakteristik visual yang lebih sangat dirasakan peranannya dalam mempengaruhi khalayak, hingga dapat bermanfaat bagi negara dalam menyukseskan pembangunan di bidang pendidikan lewat beberapa program televisi sebagai salah satu sarana yang mendukung.

Menurut pendapat Effendi, televisi sebagai media komunikasi pandang dengar pada pokoknya mempunyai tiga fungsi yaitu :

1. Fungsi Informasi

Siara televisi pertama kali diperkenalkan pada masyarakat tahun 1946. Media televisi ini dapat menyebarkan informasi bagi pendengar atau pemirsa sesuai dengan kepentingannya.

2. Fungsi Pendidikan

Yaitu meningkatkan pengetahuan dan penalaran masyarakat dapat diperoleh melalui televisi yang menyiarkan acara-acara yang berkaitan dengan pendidikan.

3. Fungsi Hiburan

Fungsi hiburan yang melekat pada televisi tampaknya lebih dominan daripada fungsi-fungsi lainnya.⁸

Kehadiran tayangan acara di televisi begitu berarti bagi masyarakat. Televisi menjadi suatu kebutuhan dalam ruang publik. Tayangan program acara yang beranekaragaman, mendapat perhatian dari masyarakat. Tentunya televisi mampu menyampaikan pesan yang seolah-olah langsung antara komunikator dengan komunikan.

2.3 Program Televisi

2.3.1 Pengertian Program Televisi

Kata 'Progran' berasal dari bahasa Inggris *Programme atau Program* yang berartiacara atau rencana. Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya. Dengan demikian program memiliki pengertian yang sangat luas.

⁸ A.Alatas Fahmi. *Bersama Televisi Merenda Wajah Bangsa*. Yayasan Pengkajian Komunikasi Masa Depan. Jakarta. 1997. Hal 30

Program atau acara televisi yang disajikan adalah faktor yang membuat *audience* tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun televisi tersebut. Program dapat di samakan dengan produk atau barang atau pelayanan yang dijual kepada pihak lain. Dengan demikian program adalah produk yang dibutuhkan orang, sehingga mereka bersedia mengikutinya.⁹

2.3.2 Karakteristik Program Televisi

Suatu program televisi selalu mempertimbangkan agar program acara tersebut itu digemari atau dapat diterima oleh *audience*. Berikut ini empat hal yang terkait dalam karakteristik suatu program televisi :

1. *Product*, yaitu materi program yang dipilih haruslah yang bagus dan diharapkan akan disukai *audience* yang dituju.
2. *Price*, yaitu biaya yang harus dikeluarkan untuk memproduksi atau membeli program sekaligus menentukan tarif bagi pemasang iklan yang berminat memasang iklan pada program yang bersangkutan.
3. *Place*, yaitu kapan waktu siaran yang tepat program itu. Pemilihan waktu siaran yang bagi suatu program akan sangat membantu keberhasilan program bersangkutan.
4. *Promotion*, yaitu bagaimana memperkenalkan dan kemudian menjual acara itu sehingga dapat mendatangkan iklan dan sponsor.

⁹ Morissan, *Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta : Penerbit Ramdina Prakarsa. 2005 hal 266-268

2.3.3 Jenis Program Televisi

Pada stasiun televisi, jenis program yang ditayangkan ada dua yaitu :¹⁰

1. Program Informasi

Program informasi adalah segala jenis siaran yang tujuannya untuk memberikan tambahan pengetahuan atau (*informasi*) kepada khalayak audien. Program informasi dapat dibagi menjadi dua bagian besar yaitu berita keras (*hard news*) dan berita lunak (*soft news*).

- a. Berita Keras atau *hard news* adalah segala informasi penting dan atau menarik yang harus segera disiarkan oleh media penyiaran karena sifatnya yang harus segera ditayangkan agar dapat diketahui khalayak audien secepatnya. Berita keras dapat dibagi ke dalam beberapa bentuk berita yaitu :

- 1) *Straight news* berarti berita 'langsung' (*straight*), maksudnya suatu berita yang singkat (tidak detail) dengan hanya menyajikan informasi terpenting saja yang mencakup 5W+1H (*who, what, where, why dan how*) terhadap suatu peristiwa yang diberikan.

- 2) *Feature*, adalah berita ringan namun menarik. Pengertian menarik, disini adalah informasi yang lucu, unik, aneh, menimbulkan kekaguman dan sebagainya.

- 3) *Infotainment*, adalah salah satu berita keras karena memuat informasi yang harus segera ditayangkan.

¹⁰ Ibid Hal 67-70

b. Berita lunak atau soft news adalah segala informasi yang penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam (*indepth*) namun tidak bersifat harus segera ditayangkan. Program yang masuk ke dalam berita lunak ini adalah : *magazine*, *current affair*, *documenter* dan *talk show*.

- 1) *Current affair*, adalah program yang menyajikan informasi yang terkait dengan suatu berita penting yang muncul sebelumnya namun dibuat secara lengkap dan mendalam.
- 2) *Magazine*, adalah program yang menampilkan informasi ringan namun mendalam atau dengan kata lain *megezine* adalah *feature* dengan durasi yang lebih panjang.
- 3) *Documenter*, adalah program informasi yang bertujuan untuk pembelajaran dan pendidikan namun disajikan dengan menarik.
- 4) *Talk show*, adalah program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas suatu topic tertentu yang dipandu oleh seorang pembawa acara (*host*)

2. Program Hiburan (*entertainment*)

Adalah segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur *audience* dalam bentuk lagu, music, cerita dan permainan. Program yang termasuk dalam kategori hiburan adalah drama, music dan permainan atau games.

a) Drama adalah pertunjukan (*show*) yang menyajikan cerita mengenai kehidupan masyarakat setelah ditimpa bencana alam dahsyat, misalnya gempa bumi atau tsunami. Program televisi yang termasuk dalam program drama adalah sinema elektronik (sinetron) dan film.

1) Sinetron merupakan drama yang menyajikan cerita dari berbagai tokoh secara bersamaan.

2) Film, yang dimaksud film disini adalah film layar lebar yang dibuat oleh perusahaan-perusahaan film.

b) Musik, program musik dapat ditampilkan dalam dua format yaitu video klip konser. Program musik berupa konser dapat dilakukan di lapangan (*outdoor*) ataupun di dalam studio (*indoor*).

c) Permainan atau *game show* merupakan suatu bentuk program yang melibatkan sejumlah orang baik secara individu ataupun kelompok atau (tim) yang saling bersaing untuk mendapatkan sesuatu. Program permainan dapat dibagi menjadi tiga jenis yaitu :

1) *Quiz Show*, merupakan bentuk program permainan yang paling sederhana dimana sejumlah peserta saling bersaing untuk menjawab sejumlah pertanyaan.

2) Ketangkasan, peserta dalam permainan ini harus menunjukkan kemampuan fisik atau ketangkasannya untuk melewati suatu halangan atau rintangan atau melakukan suatu permainan yang membutuhkan perhitungan dan strategi.

- 3) *Reality Show*, sesuai dengan namanya maka program ini mencoba menyajikan suatu situasi seperti konflik, persainag atau hubungan berdasarkan realitas yang sebenarnya.

2.4 Program Talk Show

2.4.1 Pengertian Program Talk Show

Talkshow adalah sebuah program televisi atau radio dimana seorang group berkumpul bersama untuk mendiskusikan beberapa hal topik dengan suasana santai yang dipandu oleh moderator atau presenter acara.

Talkshow merupakan salah satu program yang bersifat informatif tujuannya untuk memberi tambahan pengetahuan (informasi) tidak hanya melalui program berita dimana presenter atau penyiaran membacakan berita tetapi segala bentuk penyajian informasi termasuk juga Talk Show (perbincangan) misalnya wawancara dengan artis, orang terkenal atau siapa saja.¹¹

Istilah Talkshow merupakan akses dari bahasa Inggris Amerika. Di Inggris sendiri istilah talk show ini biasa di sebut Chat Show. Program ini tampil dalam sajian yang menengahkan pembicaraan seseorang atau lebih mengenai sesuatu yang menarik, sedangkan hangat dibicarakan oleh masyarakat atau tanya jawab personal antara bintang tamu dengan moderator atau presenter.

Daya tarik program talk show terletak pada topik pembicaraan atau permasalahan yang dibicarakan. Tiga kategori untuk mengetahui sampai seberapa jauh permasalahan dikatakan menarik.

¹¹ Morissan, *Media Penyiaran Strategi Pengelohan Radio dan Televisi*, Jakarta, Ramdina Prakasa, 2005 hal 101

Pertama masalah itu merupakan masalahnya yang sedang hangat diperbincangkan masyarakat. Kedua masalah itu mengandung kontroversial dan konflik diantara masyarakat. Ketiga masalah itu menyangkut atau bersangkutan dengan kepentingan masyarakat banyak dan masyarakat membutuhkan informasi serta jawaban yang jelas mengenai permasalahan tersebut.¹²

2.4.2 Jenis-jenis Talk Show

Talkshow pada umumnya dikategorikan menjadi tiga bagian yaitu: *The Talk Programme* (program uraian pendek), *Programme Vox Populi* (suara masyarakat), dan *Programme Interview* (wawancara).

1. *The Talk Programme*

Ketika penonton menyaksikan acara televisi pada saat itu muncul seseorang presenter atau penyaji menceritakan sesuatu yang menarik. Presenter itu muncul acara sebagai pembukuan atau dalam suatu acara cerita menarik yang disajikan secara khusus. Uraian yang di sajikan presenter didalam acara televisi biasanya sangat pendek.

2. *Programme Vox Populi*

Vox Populi kependekan dari Vox Populais dalam istilah Indonesia “suara masyarakat”, artinya suatu program yang mengetengahkan pendapat umum tentang suatu masalah. Tujuan dari program ini dapat dibedakan menjadi dua yaitu vox populi sebagai program dan vox populi dalam rangka penelitian. Vox populi sebagai program mengetengahkan

¹² Warner J Severin-James W Tankard, Teori Komunikasi. Kencana, Jakarta, Hal 100

serangkaian pendapat umum mengenai suatu masalah yang sedang dibahas dalam program, kepada penonton dengan maksud agar penonton juga dapat mengetahui bermacam-macam pendapat dari berbagai orang atau group sehingga dapat dikonfrontir dengan pendapatnya sendiri. Penonton diajak berfikir dan mempertimbangkan atau memilih pendapat mana yang sesuai dengan pendapatnya.

Vox Populi dengan tujuan dalam rangka penelitian dapat merupakan umpan balik dalam proses komunikasi mengenai suatu persoalan. Dalam hal ini “masalah” bukan saja dibahas sendirian oleh produser (broadcaster), melainkan produser juga memperhatikan pula pandangan-pandangan dari berbagai pihak. Dengan demikian proses komunikasi berjalan secara wajar (dari dua arah)

3. *Program Interview*

Program ini termasuk The Talk Show Program. Bentuk yang lain adalah diskusi panel. Dalam hal ini terdapat dua macam wawancara yaitu wawancara di luar studio dan wawancara didalam studio. Cara program wawancara di dalam studio memiliki beberapa persiapan dan cara memproduksi program yang berbeda.

Memproduksi program talkshow wawancara baik di televise merupakan suatu kerja keras, karena program ini memerlukan persiapan-persiapan yang cukup banyak, tanpa persiapan yang sungguh-sungguh program ini

hanya menjadi program yang membosankan dan ditinggalkan para penonton.¹³

2.5 Program Komedi

2.5.1 Pengertian Program Komedi

Program komedi merupakan salah satu program non faktual. Program non faktual adalah program acara yang berisi ekspresi, pengalaman situasi dan atau kondisi individual dan atau kelompok yang bersifat rekayasa atau imaginative dan bersifat menghibur.¹⁴

2.5.2 Jenis-Jenis Komedi

Komedi pada umumnya dikategorikan menjadi 5 yaitu :

1. Komedi Situasi

Komedi situasi adalah seni menciptakan humor yang cukup sulit. Situasilah yang berperan penting menentukan sebuah adegan humor yang respretative. Seluruh dialog secara diucapkan untuk menimbulkan kejutan humor, bukan wacana yang seolah dibuat lucu tapi situasi suasanalah yang membangun sebuah kelucuan.¹⁵

¹³ Fred Wibowo, Teknik Produksi Program Televisi, Yogyakarta, 2007, Hal 67

¹⁴ <http://www.kpi.go.id/>

¹⁵ Sony Set, *Menjadi Perancang Program Televisi Profesional*, 2008, Hal 115

2. Komedi Slapstick

Slapstick adalah jenis komedi yang melibatkan kekerasan fisik yang berlebihan dan kegiatan yang melebihi batas (akal sehat yang diperlukan). Gambar berlebihan sering ditemukan pada kartun anak-anak dan film komedi ringan yang ditujukan untuk khalayak yang lebih muda.

3. Komedi Satire

Satire sering di definisikan sebagai genre sastra atau bentuk, meskipun dalam prakteknya dapat ditemukan dalam seni grafis dan ditunjukkan. Dalam satire, kejahatan manusia, individu, kebodohan, pelanggaran, atau kekurangan yang dicela oleh ejekan, cemooh, olok-olok, ironi atau metode lain, idenya dengan tujuan perbaikan. Meskipun satire biasanya dimaksudkan untuk menjadi lucu, tujuannya seringkali tidak begitu banyak humor untuk kepentingan diri sendiri sebagai serangan terhadap suatu yang sangat ditolak.

4. Komedi Farce

Farce atau lelucon biasanya merupakan cerita pendek atau suasana perkataan yang bersifat lucu. Terdapat beberapa kategori lelucon, dari lelucon sederhana sehingga lelucon yang menggunakan sarkasme (suatu majas yang dimaksudkan untuk menyindir, atau menyinggung seseorang atau sesuatu). Lelucon biasanya menyenangkan untuk sebagian orang tapi menyakitkan bagi pihak lain.

5. *Stand Up Comedy*

Stand up Comedy merupakan bentuk dari seni komedi atau melawak yang disampaikan secara monolog kepada penonton. Biasanya ini dilakukan secara live dan comedian melakukan one man show. Meskipun disebut dengan *Stand Up Comedy*, comedian tidaklah selalu berdiri dalam menyampaikan komedinya. Ada beberapa comedian yang melakukannya dengan duduk dikursi persis seperti orang yang sedang bercerita.

Dalam masalah penampilan, pertunjukan ini dapat dikatakan tidaklah terlalu ribet mengaturnya. Begitu sederhana bentuk pertunjukan ini, seseorang comedian bias tampil meski hanya dengan menggunakan *T-shirt* dan celana pendek. Meski demikian tetaplah tidak mudah untuk menjadi pelaku *Stand Up Comedy*, selain faktor. “harus bias melucu”, tekanan mental juga pasti hadir selama penampilan. Jika lelucon yang diberikan tidak dimengerti atau bahkan di anggap tidak lucu, para audiens tentu tidak akan tertawa dan lebih parah lagi malah mencibir comedian yang tampil.¹⁶

2.6 Parodi

2.6.1 Pengertian Parodi

Parodi merupakan salah satu bahasa visual yang sering digunakan untuk menghasilkan efek-efek visual tersebut. Di dalam bukunya berjudul *A Theory Of Parodi*, Linda Hutcheon(1985:144) mendefinisikan parodi sebagai tiruan atau imitasi (visual) yang didalamnya mengandung unsur-unsur ironi. Parodi

¹⁶ <http://hiburan.kompasiana.com/humor>

merupakan sebuah teks baru di hasilkan dalam kaitan politisnya dengan teks rujukan yang bersifat serius.

Parodi dalam posmodernisme merupakan sebuah wacana yang berupaya mempertanyakan kembali subjek pencipta sebagai sumber makna. Ia menyiratkan satu upaya berdialog dengan masa lalu dan dengan sejarah. Ia membangun masa kini dengan merujuk pada seperangkat kode-kode sebagai satu upaya ideologis.

Didalam parodi terdapat sebuah ruang kritik, untuk mengungkapkan suatu ketidakpuasan atau juga bisa sekedar ungkapan rasa humor belaka. Untuk itu, kritik, sindiran, kecaman, plesetan, olok-olok, main-main, sering kali dijadikan sebagai titik awal dari sebuah parodi.

Karena itulah, sebagai salah satu strategi visual, parodi yang merupakan relasi visual dan makna diantara dua atau lebih teks atau gambar yang menghasilkan sebuah komposisi dan makna baru.

2.7 Sosial Media

2.7.1 Pengertian Sosial Media

Sosial media adalah sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu.¹⁷

¹⁷ <http://www.unpas.ac.id/>

2.7.2 Situs Jejaring Sosial

Jejaring sosial atau sanekane adalah struktur sosial yang dibentuk dari simpul-simpul (yang umumnya adalah individu atau organisasi) yang diikat dengan satu atau lebih tipe relasi spesifik seperti nilai, visi, ide, teman, keturunan dll.

2.7.3 Jenis-Jenis Situs Jejaring Sosial

Situs jejaring sosial adalah sebuah website berbasis pelayanan yang memungkinkan kita sebagai pengguna dapat membuat profil didalamnya, kita dapat berteman dengan orang lain dalam situs jejaring sosial tersebut.

1. Facebook

Facebook adalah sebuah sosial networking yang dirintis oleh Mark Zuckerberg pada february 2004 lalu. Zuckerberg adalah seorang mahasiswa universitas Harvard di Amerika Serikat. Awalnya, facebook hanya digunakan oleh mahasiswa Harvard, namun kini facebook sudah mendunia dan dinikmati oleh banyak orang mulai dari remaja hingga orang tua dari berbagai profesi

2. Twitter

Twitter adalah situs web yang dimiliki dan dioperasikan oleh twitter Inc; yang menawarkan jejaring sosial berupa mikro blok sehingga memungkinkan penggunaannya untuk mengirim dan membaca pesan yang disebut kicauan (tweets). Kicauan adalah teks tulisan hingga 140 karakter yang ditampilkan pada halaman profil pengguna. Kicauan dapat dilihat secara luar, namun pengirim dapat membatasi pengiriman pesan ke daftar

teman-teman mereka saja. Pengguna dapat melihat kicauan penulis lain yang dikenal dengan sebutan pengikut atau followers.

2.7.4 Keuntungan dan Kerugian Penggunaan media Sosial

a) Keuntungan penggunaan media sosial

1. Tempat Promosi yang baik dan murah
2. Dampak memperluas jaringan pertemanan
3. Media komunikasi yang mudah
4. Tempat mencari informasi yang bermanfaat
5. Tempat berbagi foto, informasi dan lain-lain

b) Kerugian penggunaan media sosial

1. Mengganggu kegiatan belajar remaja
2. Bahaya kejahatan
3. Bahaya penipuan
4. Tidak semua pengguna media sosial bersifat sopan
5. Mengganggu kehidupan dan Komunikasi Keluarga¹⁸

2.8 Konstruksi Realitas

2.8.1 Definisi Konstruksi Realitas

Konstruksi realitas tentang proses konstruksi realitas, prinsipnya yaitu setiap upaya “menceritakan” (konseptualitas) sebuah peristiwa, keadaan, atau benda tak terkecuali mengenai hal-hal yang berkaitan dengan politik usaha

¹⁸ Ritzer George dan J. Gooman, Douglas, Teori Sosaologi dari Teori Sosiologi Klasik sampai perkembangan mutakhir Teori Sosial Postmodem, Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2008, Hlm 617

mengkonstruksi realitas. Laporan tentang kegiatan orang berkumpul di sebuah lapangan terbuka guna mendengarkan pidato politik pada musim pemilu, misalnya adalah hasil konstruksi realitas mengenai peristiwa yang lazimnya disebut kampanye pemilu itu.

Begitulah setiap hasil laporan adalah hasil konstruksi atas kejadian yang dilaporkan. Karena sifat dan faktanya bahwa pekerjaan media massa adalah mengkonstruksi peristiwa-peristiwa, maka kesibukan utama media massa adalah mengkonstruksi berbagai realitas yang disiarkan. Media menyusun realitas dari berbagai peristiwa yang terjadi hingga menjadi cerita atau wacana yang bermakna. Dengan demikian seluruh isi media tiada lain adalah realitas yang telah dikonstruksikan (*Constructed Reality*) dalam bentuk wacana yang bermakna. Dalam proses konstruksi realitas, bahasa adalah unsur utama. Ia merupakan instrument pokok untuk menceritakan realitas. Bahasa adalah alat konseptualisasi dan alat narasi.¹⁹

Dalam konteks media massa, keberadaan bahasa ini tidak lagi sebagai alat semata untuk menggambarkan sebuah realitas melainkan bisa menentukan gambaran (makna citra) mengenai suatu realitas realitas media yang akan muncul di benak khalayak. Oleh karena persoalan makna itulah, maka penggunaan bahasa berpengaruh terhadap konstruksi realitas, terlebih atas hasilnya (makna atau citra). Penggunaan bahasa tertentu dengan demikian berimplikasi pada bentuk konstruksi

¹⁹ Hamad Ibnu, *Konstruksi Realitas dalam Media Massa :Sebuah Studi Critikal Discourse Analysis Terhadap berita-berita Politik, Pengantar*: Prof. Dr. Harsono Suwandi, MA, Jakarta, Granit, 2004 hal 11 - 13

realitas dan makna yang dikandungnya. Pilihan kata cara penyajian suatu realitas ikut menentukan struktur konstruksi dan makna yang muncul dirinya.

Maka media telah menjadi sumber informasi yang dominan tidak saja bagi individu tetapi juga bagi masyarakat dalam memperoleh gambaran realitas mengenai suatu peristiwa. Ada dua konsep dalam melihat realitas yang direfleksikan media.

Pertama, konsep media secara aktif yang memandang media sebagai partisipan yang turut mengkonstruksi pesan sehingga muncul pandangan bahwa tidak ada realitas sesungguhnya dalam media.

Kedua, konsep media secara pasif yang memandang media hanya sebagai saluran yang menyalurkan pesan-pesan sesungguhnya, dalam hal ini media berfungsi sebagai sarana yang netral, media menampilkan suatu realitas apa adanya.²⁰

Maka konsep media secara aktif menjadi relevan dalam kaitannya dengan permasalahan yang akan diteliti. Hal ini juga sesuai dengan paradigma konstruksionis yang digunakan, yang memandang media dilihat bukan sebagai saluran yang bebas atau netral melainkan sebagai subyek yang mengkonstruksi realitas, dimana para pekerja yang terlibat dalam memproduksi pesan juga menyertakan pandangan, biasa dan pemihaknya. Karenanya, sangat potensial terjadi peristiwa yang sama dikonstruksi secara berbeda. Wartawan bisa

²⁰ Hamad Ibnu, *Konstruksi Realitas dalam Media Massa :Sebuah Studi Critikal Discourse Analysis Terhadap berita-berita Politik, Pengantar*: Prof. Dr. Harsono Suwandi, MA, Jakarta, Granit, 2004 hal 7 - 8

mempunyai pandangan dan konsepsi yang berbeda ketika melihat suatu peristiwa itu, yang diwujudkan dalam teks berita. Berita dalam pandangan konstruksi sosial, bukan merupakan peristiwa atau fakta dalam arti yang riil.

Disini realitas bukan dioper begitu saja sebagai berita. Ia adalah produk interaksi antara wartawan dengan fakta. Dalam proses internalisasi, wartawan menceburkan dirinya untuk memaknai realitas. Konsepsi tentang fakta diekspresikan untuk melihat realitas. Cara membentuk wacana dimedia massa adalah dengan mengemas (packaging) realitas kedalam sebuah struktur sehingga sebuah issue itu mengandung makna. Didalamnya terhimpun sejumlah fakta pilihan yang diperlukan sedemikian rupa, sehingga ada fakta yang mesti ditonjolkan agar menjadi satu urutan cerita yang mempunyai.²¹

2.8.2 Konstruksi Media Sosial Massa

Konsep mengenai konstruksionisme diperkenalkan oleh sosilog interpretative, Peter L Berger bersama Thomas Luckman, ia banyak menulis karya dan menghasilkan tesis mengenai konstruksi sosial atau realitas. Menurut Berger, realitas tidak dibentuk secara ilmiah, tidak juga suatu yang diturunkan oleh Tuhan, tetapi sebaliknya ia dibentuk dan dikonstruksi. Dengan pemahaman semacam ini, realitas berwajah ganda atau plural. Setiap orang mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas suatu realitas. Setiap orang mempunyai pengalaman, preferensi,

²¹ Eriyanto, *Analisis Framing, Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*, Lkis, hal 28

pendidikan tertentu kan menafsirkan realitas sosial itu dengan konstruksinya masing-masing.²²

Realitas Sosial terdiri terdiri dari realitas objektif, realitas simbolis dan realitas subjektif. Realitas objektif adalah realitas yang terbentuk dari pengalaman di dunia objektif yang berada di luar diri individu, dan realitas ini dianggap sebagai kenyataan. Realitas simbiolis merupakan ekspresi simbiolis dari realitas objektif dalam berbagai bentuk. Sedangkan realitas subjektif adalah realitas yang terbentuk sebagai proses penyerapan kembali realitas objektif dan simbolis kedalam individu melalui proses *interealitas*.²³

Media adalah agen konstruksi, pandangan konstruksionis mempunyai posisi yang berbeda disbanding positifif dala menilai media. Dalam pandangan positive, media dilihat sebagai saluran. Media adalah sarana bagaimana pesan di sebarakan dari komunikator ke khalayak. Media bukan sebagaiiagen, melainkan hanya sebagai saluraan. Media dilihat sebagai sarana yang netral. Sedangkan dalam pandangan konstruksionis, media dilihat sebaliknya,. Media realitas, lengkap dengan pandangan, biasa dan pemihakkannya. Disini media dipandang sebagai agen konstruksi sosial yang mendefinisikan realitas. Apa yang tersaji

²² Eriyanto, *Analisis Framing*, Yogyakarta, LKiS, 2002, hal 15

²³ Burhan Bungin, *Konstruksi Sosial Media Massa, :Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi, dan Keputusan Konsumen Serta Kritik terhadap Peter L, Berger & Thomas Luckman*, Jakarta, Kencana, 2008, Hal 24

dalam media, adalah produk dari pembentukan realitas oleh media. Media adalah agen yang secara aktif menafsirkan realita untuk disajikan kepada khalayak.²⁴

2.9 Media Package dan Analisis Framing

2.9.1 Media Package

Gamson Modigliani menyebutkan cara pandang media sebagai kemasan (package) yang mengandung konstruksi makna atas peristiwa yang akan di beritakan. Kemasan (Package) media di bayangkan sebagai wadah atau struktur data yang mengorganisir sejumlah informasi yang menunjukkan posisi atau kecenderungan politik, dan membantu komunikator untuk menunjukkan posisi atau kecenderungan politik, dan yang membantu komunikator untuk menjelaskan muatan-muatan di balik suatu isu atau peristiwa.²⁵ Gamson Modigliani menyebutkan perspektif wartawan dalam menentukan fakta yang akan diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan dan kehendak dibawa kemana berita itu sebagai kemasan (package).

Wacana Media dipahami sebagai seperangkat kemasan penafsiran (interpretative package) yang memberikan makna terhadap suatu isu atau peristiwa. Gamson Modigliani mendefinisikan kemasan media (media package) sebagai organisasi gagasan sentral atau frame yang mengarahkan makna

²⁴ Burhan Bungin, *Konstruksi Sosial Media Massa, :Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi, dan Keputusan Konsumen Serta Kritik terhadap Peter L, Berger & Thomas Luckman*, Jakarta, Kencana, 2008, Hal 31

²⁵ Eriyanto, “*Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*”. Yogyakarta : LKIS,2002, hal 224-225

peristiwa-peristiwa yang dihubungkan dengan suatu isu. Package adalah rangkaian ide-ide yang menunjukkan isu apa yang dibicarakan dan peristiwa mana yang relevan.

Keberadaan dari suatu package terlihat dari adanya gagasan sentral yang kemudian didukung oleh perangkat-perangkat wacana, seperti kata, kalimat, pemakaian gambar atau grafik tertentu, proposisi dan sebagainya.²⁶ Media Package program Indonesia Lawak Club di Trans 7 episode “anti sosial karena media sssial” yang telah dikemas sedemikian rupa yang tentunya ditujukan untuk mendefinisikan dan memberikan makna tertentu terhadap anti sosial karena media sosial terhadap khalayak. Kemasan media dalam suatu isu atau peristiwa memiliki elemen dastruktur wacana yang mengarahkan pada ide tertentu dan mendukung ide sentral dari suatu berita.

Media Package adalah “tokoh sentral” yang menentukan framing atau pembingkaiian media terhadap suatu isu atau peristiwa. Istilah framing cenderung banyak dipakai untuk menunjukan gejala-gejala yang kendatipun sama atau mirip, namun dilihat dari sudut pandnag yang berbeda-beda. Media framing pada dasarnya adalah framing berita yang mencerminkan produk media sekaaligus produk dari wartawan ketika harus mengidentifikasi dan mengklarifikasi serta kemudia menyampaikan informasi dan opini kepada khalayak. Dengan kata lain, media framing pada hakikatnya merupakan konstruksi atau pendefinisian oleh

²⁶ Eriyanto, “*Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*”. Yogyakarta : LKIS,2002, hal 224-225

media mengenai realitas atau peristiwa-peristiwa yang ada atau terjadi di dalam masyarakat.²⁷

2.9.2 Analisis Framing

Framing adalah metode untuk melihat cara bercerita (*story telling*) media atas peristiwa. Analisis Framing adalah analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas. Ada dua esensi utama dari framing yaitu pertama, bagaimana peristiwa dimaknai. Ini berhubungan dengan bagaimana yang di liput dan mana yang tidak diliput. Kedua, bagaimana fakta di tulis. Aspek ini berhubungan dengan pemakaian kata, kalimat, dan gambar untuk mendukung gagasan.²⁸

Frame adalah sebuah prinsip dimana pengalaman dan realitas yang kompleks tersebut diorganisir secara subjektif. Apa yang kita ketahui tentang realitas sosial pada dasarnya tergantung pada bagaimana kita melakukan frame atas peristiwa itu yang memberikan pemahaman dan pemaknaan tertentu atas suatu peristiwa yang sama. Apa yang dilaporkan media merupakan hasil pandangan mereka (predisposisi perseptual) wartawan ketika meliput peristiwa. Analisis framing membantu kita untuk mengetahui bagaimana realitas peristiwa yang sama itu dikemas secara berbeda oleh wartawan sehingga menghasilkan berita yang secara radikal berbeda.

²⁷ Pawito, "penelitian Komunikasi Kualitatif", Yogyakarta : LkIS 2007, hal 16

²⁸ Eriyanto, "Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media". Yogyakarta : LKIS, 2002, hal 10

Analisis framing mencermati strategi seleksi, penonjolan dan pertautan fakta kedalam berita agar lebih bermakna, lebih berarti atau lebih diingat, untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai perspektif yang digunakan wartawan ketika menyekleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil. Bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, serta hendak dibawa kemana berita.

Pada dasarnya, analisis framing merupakan versi terbaru dari pendekatan analisis wacana, khususnya untuk menganalisis teks media. Gagasan mengenai framing, pertama kali dilontarkan oleh Beterson tahun 1995. Mualanya, frame dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan dan wacana, serta yang menyediakan kategori- kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Akhir-akhir ini, konsep framing telah digunakan secara luas dalam literature ilmu komunikasi untuk menggambarkan proses penseleksian dan penyorotan aspek-aspek khusus sebuah realitas oleh media.²⁹

²⁹ Eriyanto, “*Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*”. Yogyakarta : LKIS,2002, hal 82-83

Tabel 2.1

Konsep Framing atas Realitas

Pemberitaan peristiwa tertentu	Kenapa peristiwa itu diberitakan? Kenapa Peristiwa lain tidak diberikan? Kenapa Peristiwa yang sama ditempat/pihak yang berbeda tidak diberikan?
Pendefinisian realitas tertentu	Kenapa realitas di definisikan seperti ?
Penyajian sisi tertentu	Kenapa sisi tertentu yang ditonjolkan? Kenapa bukan sisi yang lain?
Pemilihan fakta tertentu	Kenapa fakta itu yang ditonjolkan? Kenapa ./bukan fakta yang lain?
Pemilihan Narasumber tertentu	Kenapa narasumber itu yang diwawancarai? Kenapa bukan yang lain?

Sumber : Eriyanto, "Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media". Yogyakarta :

LKIS,2002, hal 83

Analisis Framing mencermati strategi seleksi, penonjolan dan pertautan fakta kedalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti atau lebih diingat, untuk mengiring interpretasi khalayak sesuai perspektifnya. Dengan kata lain, framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif yang digunakan wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau

perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, serta hendak dibawa kemana berita.³⁰

2.10 Model Gamson dan Modigliani

William Gamson adalah sosiolog dan salah satu ahli yang paling banyak menulis tentang Framing. Gamson memandang, wacana media adalah elemen yang penting untuk memahami dan mengerti pendapat umum yang berkembang atas isu dan peristiwa. Bagaimana media menyajikan suatu isu menentukan bagaimana khalayak memahami dan mengerti suatu isu. Wacana media adalah saluran individu mengkonstruksi makna, pendapat umum adalah bagian dari proses melalui mana wartawan & pekerja media membangun & mengkonstruksi realitas yang akan disajikan kedalam berita.³¹

Dalam suatu peristiwa, frame berperan dalam mengorganisir pengalaman dan petunjuk tindakan, baik secara individu maupun kolektif. Dalam pemahaman ini, frame tentu saja berperan dan menjadikan aspek yang menentukan dalam partisipasi gerakan sosial. Elit membingkai peristiwa sedemikian rupa sehingga khalayak mempunyai perasaan yang sama.

Menurut Gamson, dalam gerakan sosial paling tidak membutuhkan tiga frame. Pertama aggregate frame atas peristiwa tersebut sadar bahwa isu tersebut adalah masalah bersama yang berpengaruh bagi setiap individu. Kedua, consensus

³⁰ Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2009, hal 162

³¹ Eriyanto, "*Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*". Yogyakarta : LKIS, 2002, hal 217-218

frame yaitu, proses pendefinisian yang berkaitan dengan masalah sosial hanya dapat diselesaikan oleh tindakan kolektif. Frame konsesus ini mengkonstruksikan perasaan dan identifikasi dari individu untuk bertindak secara kolektif. Ketiga, *collective action* frame yaitu, proses pendefinisian yang berkaitan dengan kenapa dibutuhkan tindakan kolektif, dan tindakan kolektif apa yang harus dilakukan. *Collective action* frame dikonstruksikan melalui tiga elemen yaitu :³²

- A. *Injustice Frame*. Ini umumnya ditandai dengan konstruksi peristiwa : adanya ketidakadilan, ketimpangan, dan kecurangan yang bisa menyentuh emosi khalayak. Ketimpangan dan ketidakadilan tersebut bukanlah keputusan intelektual, melainkan dibentuk harus bertindak sesegera mungkin,
- B. *Agency Frame* ini berhubungan dengan pembentukan konstruksi siapa kawan siapa lawan, siapa lawan, siapa pihak kita dan siapa pihak mereka. Frame ini secara umum bertujuan untuk membuat pengubahan bahwa kita bisa melakukan sesuatu, kalo bukan kita siapa lagi.
- C. *Identity Frame*, dalam frame ini bukan hanya siapa kita dan siapa mereka, melainkan juga mengidentifikasi bahwa kita berbeda dengan mereka.

Seluruh proses tersebut jika kita lihat kesemuanya membentuk suatu proses dan kelahiran sampai pematangan dan tumbuhnya kesadaran kolektif. Mereka yang terlibat dan terikat dalam proses sosial, karenanya , mempunyai perasaan yang

³² Eriyanto, Ibid, hal 221-222

sama, masalah sama, identifikasi penyelesaian masalah yang sama, dan pada akhirnya kawan dan lawan yang sama pula.

Gamson dan Modigliani melihat cara pandang media terhadap suatu peristiwa sebagai kemasan (package). Kemasan atau (package) adalah rangkaian ide-ide menunjukkan isu apa yang dibicarakan dan peristiwa mana yang relevan.

Keberadaan suatu package terlihat dari adanya gagasan sentraal yang kemudian didukung oleh perangkat-perangkat wacana, seperti kata, kalimat, pemakaian gambar atau grafik tertentu, proposisi dan sebagainya. Semaunya elemen dan struktur wacana tersebut mengarah pada ide tertentu dan mendukung ide sentral dari sebuah model frame Gamson dan Modigliani dapat di gambarkan sebagai berikut :

Tabel 2.2

Kerangka Framing Media Model Gamson dan Modigliani

CONDENSING SYMBOL	
Framing Devices (Perangkat Framing)	Reasoning Devices (Perangkat Penalaran)
1. Methapors	1. Roots
2. Exemplars	2. Appeals To Principle
3. Catchphrases	3. Consequences
4. Depictions	
5. Visual Image	

Sebuah package memiliki struktur internal. Pada inti struktur terdapat gagasan sentral (*core frame*) yang berisi elemen-elemen inti untuk memberikan pengertian yang relevan terhadap peristiwa dan mengarahkan makna isu yang dibangun melalui *condensing symbol*.

Menurut Gamson dan Modigliani, *condensing symbol* terdiri dari *framing device* (yang mengarahkan bagaimana cara melihat isu), dan *reasoning devices* (yang memberikan alasan pembeda apa yang seharusnya dilakukan terhadap isu tersebut)

Framing devices yang mencakup *metaphors*, *exemplars*, *catchphrases*, *descriptions* dan *visual images* menekankan aspek bagaimana “melihat” suatu isu struktur *reasoning devices* menekankan aspek pembedaan terhadap cara “melihat” isu, yakni dan *appeals to principle*. Berikut penjelasan singkat elemen-elemen *framing* secara singkat :³³

A. *Metaphors*. Adalah cara memindahkan makna sesuatu dengan merealisasikan dalam bentuk analogi, sering berupa kiasan menggunakan kata: seperti bak, bagaikan, laksana, dan sebagainya. Henry Guntur Tarigan menilai metafora sebagai sejenis gaya bahasa perbandingan yang paling singkat, padat, tersusun rapi. Di dalamnya terdapat dua gagasan : yang satu adalah kenyataan, sesuatu

³³ Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2009, hal 178-180

yang dipikirkan, yang menjadi objek ; dan yang satu lagi merupakan pembanding terhadap kenyataan tadi (Tarigan, 1993:3)

- B. *Exemplars*. Adalah menguraikan atau mengemas fakta tertentu secara mendalam agar memiliki bobot makna lebih pada satu sisi untuk di jadikan rujukan atau pelajaran. Posisinya sebagai pelengkap dalam kesatuan warna. Tujuan memperoleh pembenaran operasionalnya kekuasaan.
- C. *Cathphrases*. Merupakan istilah, bentukan kata atau frase khas cerminan fakta yang merujuk pada pemikiran atau semangat sosial tertentu guna mendukung praktik kekuasaan. Dalam wacana berita biasanya berwujud jargon, slogan atau sebenarnya.
- D. *Depictions*. Adalah penggambaran fakta memakai kata, kalimat bermakna konotatif, dan bertendensi khusus agar pemahaman khalayak terarah ke citra tertentu, misalnya mencuat, gairah, harapan, ketakutan, posisi moral, serta perubahan.
- E. *Visual Images*. Adalah pemakaian foto, diagram, grafik, table, kartun, dan sejenisnya untuk mengekspresikan kesan, misalnya, perhatian (penegasan) atau penolakan (kontras), menggunakan huruf yang dibesar-kecilkan, ditebalkan, dimiringkan atau digaris bawah, serta memakai bermacam warna. Tata letak halaman juga merupakan bagian dari dimensi visual wacana, seperti kolom, penempatan halaman, dan perpanjaang berita,
- F. *Roots*. Merupakan analisis kausal dengan mengedepankan hubungan yang melibatkan suatu objek atau lebih yang dianggap sebaagai sebab terjadinya hal

yang lain. Penggunaan roots adalah untuk memberikan alasan pembenaran penyampaian.

- G. *Appeals to Principle*. Adalah upaya memberikan alasan pembenaran dengan menggunakan logika dan prinsip moral untuk mengklaim sebuah kebenaran saat membangun wacana.
- H. *Consequences*, adalah konsekuensi atau hasil yang didapatkan berupa berita pemahaman tertentu yang timbul sebagai akibat dari teks berita.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma

Teori konstruktivisme adalah pendekatan secara teoritis untuk komunikasi yang dikembangkan tahun 1970-an oleh Jesse Delo dan rekan-rekan sejawatnya. Teori konstruktivisme menyatakan bahwa individu melakukan interpretasi dan bertindak menurut berbagai kategori konseptual yang ada dalam pikirannya. Menurut teori ini, realitas tidak menunjukkan dirinya dalam bentuknya yang kasar, tetapi harus disaring terlebih dahulu melalui bagaimana cara seseorang melihat sesuatu.¹

Konstruktivisme menolak pandangan positivisme yang memisahkan subjek dan objek komunikasi. Dalam pandangan konstruktivisme, bahasa tidak lagi hanya dilihat sebagai alat untuk memahami realitas objektif belaka dan dipisahkan dari subjek sebagai penyampai pesan. Konstruktivisme justru menganggap subjek sebagai faktor sentral dalam kegiatan komunikasi serta hubungan-hubungan sosialnya. Subjek memiliki kemampuan melakukan kontrol terhadap maksud-maksud tertentu dalam setiap wacana.

¹Morissan, *Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, Jakarta: Penerbit Ramdina Prakarsa, 2005 hal 107

Teori konstruktivisme menyatakan bahwa individu menginterpretasikan dan beraksi menurut kategori konseptual dari pikiran. Realitas tidak menggambarkan diri individu namun harus disaring melalui cara pandang orang terhadap realitas tersebut. Teori konstruktivisme dibangun berdasarkan teori yang ada sebelumnya, yaitu konstruksi pribadi atau konstruksi personal (*personal construct*) oleh George Kelly. Ia menyatakan bahwa orang memahami pengalamannya dengan cara mengelompokkan berbagai peristiwa menurut kesamaannya dan membedakan berbagai hal melalui perbedaannya.

Paradigma konstruktivisme ialah paradigma dimana kebenaran suatu realitas sosial dilihat sebagai hasil konstruksi sosial, dan kebenaran suatu realitas sosial bersifat relatif. Paradigma konstruktivisme ini berada dalam perspektif interpretivisme (penafsiran) yang terbagi dalam tiga jenis, yaitu interaksi simbolik, fenomenologis dan hermeneutik. Paradigma konstruktivisme dalam ilmu sosial merupakan kritik terhadap paradigma positivis. Menurut paradigma konstruktivisme realitas sosial yang diamati oleh seseorang tidak dapat digeneralisasikan pada semua orang, seperti yang biasa dilakukan oleh kaum positivis. Konsep mengenai konstruksionis diperkenalkan oleh sosiolog *interpretative*, Peter L. Berger bersama Thomas Luckman. Dalam konsep kajian komunikasi, teori konstruksi sosial bisa disebut berada diantara teori fakta sosial dan defenisi sosial.²

² Eriyanto, *Analisis Framing, Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*, Lkis, hal 13

Paradigma konstruktivisme yang ditelusuri dari pemikiran Weber, menilai perilaku manusia secara fundamental berbeda dengan perilaku alam, karena manusia bertindak sebagai agen yang mengkonstruksi dalam realitas sosial mereka, baik itu melalui pemberian makna maupun pemahaman perilaku menurut Weber, menerangkan bahwa substansi bentuk kehidupan di masyarakat tidak hanya dilihat dari penilaian objektif saja, melainkan dilihat dari tindakan perorang yang timbul dari alasan-alasan subjektif. Weber juga melihat bahwa tiap individu akan memberikan pengaruh dalam masyarakatnya.

Paradigma konstruktivis dipengaruhi oleh perspektif interaksi simbolis dan perspektif strukturan fungsional. Perspektif interaksi simbolis ini mengatakan bahwa manusia secara aktif dan kreatif mengembangkan respons terhadap stimulus dalam dunia kognitifnya. Dalam proses sosial, individu manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas di dalam dunia sosialnya. Realitas sosial itu memiliki makna manakala realitas sosial tersebut dikonstruksikan dan dimaknakan secara subjektif oleh individu lain, sehingga memantapkan realitas itu secara objektif.³

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang “bertujuan untuk mengemukakan gambaran dan pemahaman mengenai bagaimana dan mengapa suatu

³ <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/38405/3/Chapter%20II.pdf>

gejala atau realitas komunikasi terjadi”.⁴ Sehingga dapat dikatakan bahwa dalam penelitian kualitatif, peneliti adalah alat.

Penelitian ini bersifat deskriptif, “penelitian ini tidak berusaha menjelaskan hubungan, membuat hipotesis atau membuat prediksi namun peneliti hanya memaparkan situasi atau peristiwa”.⁵ Penelitian deskriptif pada umumnya dilakukan dengan tujuan utama, yaitu menggambarkan secara sistematis fakta dan karakteristik objek dan sub objek yang diteliti secara tepat. Penelitian deskriptif juga bertujuan untuk menampilkan gambaran mengenai setiap detail situasi, setting sosial atau hubungan. Penelitian yang bersifat deskriptif memfokuskan diri pada pertanyaan tentang “bagaimana”. Dengan demikian, peneliti tidak akan memandang bahwa sesuatu itu adalah memang demikian adanya.

Penerapannya dalam penelitian adalah menganalisa tentang bagaimana media package penggunaan media sosial dalam program Indonesia Lawak Klub episode anti sosial karena media sosial pada 15 Januari 2014.

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan adalah analisis framing, dengan menggunakan model Gamson dan Modigliani. Analisis framing digunakan karena analisis ini dapat diperlihatkan bagaimana media mengkonstruksi realitas.

⁴ Pawito, “*Penelitian Komunikasi Kualitatif*”, Yogyakarta : LkIS 2007, hal 35

⁵ Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*. Remaja Rosda Karya . Bandung 2005, hal 24

Analisis dengan model Gamson dan Modigliani akan lebih dalam dan tajam karena terdapat 8 elemen yang terbagi dalam 2 perangkat. Model lain tidak memiliki elemen-elemen yang sedetail model ini. Bagi Gamson dan Modigliani, *“Frame tidak sama dengan setuju atau tidak setuju naamun framing berhubungan dengan orientasi pemberitaan dimana titik perhatian dari framing adalah bagaimana suatu peristiwa tersebut dibingkai daan disajikan kepada khlayak”*.⁶ Hal ini sebagai pengingat bagi peneliti bahwa dengan menggunakan metode analisis framing, maka peneliti mencari bagaimana suatu peristiwa dibingkai dan di sajikan kepada khalayak.

Model yang dibuat oleh Gamson dan Modigliani juga memasukkan unsur gambar sebagai salah satu alat yang penting dalam melakukan analisis framing, karenanya model ini cocok untuk penelitian yang menggunakan data bersifat audio visual.

Analisis Framing merupakan analisis yang berparadigma konstruksionis, sehingga peneliti mencoba memahami bagaimana media memberikan dengan suatu peristiwa dengan cara tertentu. Dalam penelitian ini, bukan sebagai subjek yang berada diluar yang diamati namun peneliti menjadi bagian dari objek yang diamati.

⁶ Eriyanto, *“Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media”*. Yogyakarta : LKIS,2002, hal 223

3.3 Unit Analisa

Pada penelitian ini yang dijadikan Unit Analisa adalah unsur audio dan visual program Indonesia Lawak Klub di Trans 7 pada tanggal 15 Januari 2014.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan menurut sumber data adalah sebagai berikut

3.4.1 Data Primer

Data Primer diperoleh dari pengamatan Program acara Indonesia Lawak Klub Episode Anti Sosial Karena Media Sosial di TRANS 7 yaitu program yang disiarkan pada tanggal 15 Januari 2014 dengan menganalisis transkrip serta jalan cerita yang disampaikan dalam program tersebut. Data ini dapat dari website resmi Trans 7 di My Trans. (<http://www.mytrans.com/>) dan Youtube.

3.4.2 Data Sekunder

Data Sekunder dalam penelitian ini adalah data penelitian yang diperoleh dari berbagai bentuk cetakan baik buku, majalah, karya tulis ilmiah, internet dan bentuk lainnya yang memungkinkan penulis mendapat informasi tambahan untuk melengkapi penulisan karya ilmiah ini.

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah dengan mengamati dan menganalisis data primer yang sudah di transkripkan menggunakan model dari Gamson dan Modigliani. Peneliti mengkategorikan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh pewawancara kedalam elemen-elemen framing Gamson dan Modigliani. Pada dasarnya setiap wawancara mempunyai tujuan-tujuan tertentu dan salah satunya untuk mendapatkan informasi. Sehingga peneliti mengambil kategori dari pertanyaan-pertanyaan wawancara yang mengarahkan para narasumber untuk memberikan jawaban sesuai draft pertanyaan yang sudah dibentuk olehnya.

Untuk mengetahui perangkat Framing, maka peneliti meneliti 5 elemen framing yang ditentukan oleh Gamson dan Modigliani yang terdiri dari

1. *Metaphors* : Peneliti akan melihat didalam transkrip, beberapa kalimat yang menggunakan metafora
2. *Cathphrases* : Peneliti akan melihat frase yang menonjol dan menarik, biasanya berupa jargon atau slogan
3. *Exemplars* : Peneliti akan melihat contoh yang dapat berupa uraian teori dan perbandingan yang memperjelas bingkai
4. *Deciptions* : Peneliti akan melihat penggunaan kata-kata yang mengarahkan pada citra atau label tertentu.

5. *Visual Images* : Peneliti juga akan melihat gambar, grafik, citra yang mendukung bingkai secara keseluruhan, yang mendukung pesan yang ingin disampaikan

Setelah meneliti ke lima elemen tersebut, maka peneliti akan mencari tahu perangkat penalaran dari wawancara. Untuk mengetahui perangkat penalaran maka peneliti akan meneliti 3 elemen di bawah ini :

1. *Roots* : Analisis kausal sebab akibat
2. *Appeals to principle* : Premis dasar, klaim-klaim moral
3. *Consequences* : Efek atau konsekuensi yang didapat dari bingkai

Data-data tersebut kemudian diinterpretasikan menggunakan analisis framing dan dibandingkan dengan teori-teori yang sesuai. Hasil interpretasi di ambil untuk menyusun kesimpulan yang menjawab rumusan masalah penelitian.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

4.1.1 Sejarah Berdirinya TRANS 7

PT. Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh pertama kali dengan nama TV7 yang berdiri dengan izin dari department perdagangan dan perindustrian Jakarta Pusat dengan nomor 809/BH.09.05/III/2000. TV7 melalui siaran percobaan pada tanggal 25 November 2001 melalui siaran 29 UHF. Saat itu TV7 mengudara selama 5 jam seharinya dan baru menjangkau kawasan Jabodetabek. Sejak 25 November 2002, secara bertahap TV7 menambah jangkauan siarnya menjadi 6 stasiun relay yang menjangkau lebih dari 65 kota. Seiring dengan pertambahan jam siar menjadi 10 jam, kala itu TV7 telah menumpai pemirsa selama 24 jam sehari dan 7 hari seminggu.

Namun sejak tanggal 4 Agustus 2006, terjadi stategi antara Para Group dan Kelompok Kompas Gramedia, yang menyebabkan TV7 berubah menjadi Trans 7. Pada tanggal 15 Desember 2006 TV7 melakukan *re-launch* (peluncuran ulang) dengan nama Trans 7, yang mengakhirinya tanggal tersebut ditetapkan sebagai hari lahirnya Trans 7.

Trans 7 memiliki *statement positioning* “stasiun milik kita bersama” yang mengandung harapan untuk dapat lebih dekat dan terbuka dengan pemirsa melalui program-program berkualitas.

Akhir tahun 2012 bersama dengan TRANS TV dan Detikcom dalam media CT Corp di bawah naungan payung TRANSMEDIA, TRANS7 diharapkan dapat menjadi televisi yang maju, dengan program-program in-house productions yang bersifat informatif, kreatif dan inovatif serta komitmen menyajikan yang terbaik bagi pemirsa keluarga Indonesia dengan berbagai pilihan program berupa hiburan, informasi, olah raga dan program anak disajikan secara lengkap.

Sebagai hiburan setiap harinya di layar kaca, TRANS7 menghadirkan satu program komedi berbeda yang sanggup mengocok perut dengan candaan cerdas khas masa kini. Bersama dengan Denny Chandra, Cak Lontong, Fitri Tropica, Komeng dan sederat komedian papan atas Indonesia dalam INDONESIA LAWAK KLUB (ILK). Tetap setia menghibur pemirsa TRANS7 selama hampir satu dekade, BUKAN EMPAT MATA bersama Tukul Arwana, yang merupakan transformasi dari Empat Mata, program talkshow komedi paling fenomenal di Indonesia. Melengkapi sajian program talkshow di TRANS7, hadir juga di layar kaca, program HITAM PUTIH, talkshow inspiratif yang sudah banyak mengisahkan perjalanan hidup manusia yang menginspirasi dan dipandu oleh Deddy Corbuzier. Dijajaran program informasi,

TRANS7 menghadirkan sederet program berita dan dokumenter unggulan. REDAKSI, hadir setiap pagi, siang, sore, dan malam yang dikemas secara apik dan dinamis, update dan informatif. Program dokumenter unggulan lainnya yaitu JEJAK PETUALANG, RAGAM INDONESIA, MANCING MANIA, INDONESIAKU, ORANG PINGGIRAN, memberikan wawasan unik tentang Indonesia dan diharapkan mampu membuka cakrawala dan pandangan berbeda bagi pemirsa.

Tidak kalah informatif, program hiburan seperti SELEBRITA PAGI, SELEBRITA SIANG, SELEB EXPOSE semakin lengkap menambah cakrawala di ruang keluarga dari sisi yang berbeda, serta program variety show trensetter seperti ON THE SPOT dan SPOTLITE yang kehadirannya selalu dinantikan oleh pemirsa. TRANS7 juga menghadirkan beragam program olahraga guna memenuhi hasrat pencinta olahraga akan program olahraga bermutu dan informasi terkini. Para pecinta otomotif dan MotoGP diajak untuk memacu adrenalin di lintasan balap kelas dunia. TRANS7 juga menyajikan tayangan informasi olahraga setiap hari di layar pemirsa, di antaranya SPORT7, ONE STOP FOOTBALL, GALERI SEPAKBOLA INDONESIA, dan HIGHLIGHTS MOTOGP.

TRANS7 juga tidak melupakan pemirsa cilik dan remaja dengan memberikan pengetahuan dan hiburan bagi mereka. BOCAH PETUALANG, menghadirkan keunikan kehidupan anak-anak di seluruh penjuru Indonesia. LAPTOP SI UNYIL dan UNYIL KELILING DUNIA memberikan ilmu pengetahuan yang mendasar bagi para pemirsa cilik. TAU GAK SIH, yang dikemas dalam bentuk tanya jawab untuk

menambah wawasan bagi para pemirsa remaja.. Tidak ketinggalan program edukasi anak yang sarat informasi, DUNIA BINATANG, yang mengandalkan kekuatan karakter animasi Dolphino dan Otan sebagai maskot program tersebut.

4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

4.1.2.1 VISI

- Dalam jangka panjang, TRANS7 menjadi stasiun televisi terbaik di Indonesia dan di ASEAN
- TRANS7 juga berkomitmen selalu memberikan yang terbaik bagi stakeholders dengan menayangkan program berkualitas dan mempertahankan moral serta budaya kerja yang dapat diterima stakeholders

4.1.2.2 MISI

- TRANS7 menjadi wadah ide dan aspirasi guna mengedukasi dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat
- TRANS7 berkomitmen untuk menjaga keutuhan bangsa serta nilai-nilai demokrasi dengan memperbaharui kualitas tayangan bermoral yang dapat diterima masyarakat dan mitra kerja

4.1.3 Logo Perusahaan Trans 7



Logo dengan simbol "Diamond A" ditengah kata TRANS yang dimiliki TRANSMEDIA termasuk TRANS TV dan TRANS7 merefleksikan kekuatan dan semangat baru yang memberikan inspirasi bagi semua orang di dalamnya untuk menghasilkan karya yang gemilang, diversifikasi konten atau keunikan tersendiri serta kepemimpinan yang kuat. Masing-masing warna dalam logo ini memiliki makna dan filosofi. Warna kuning sebagai cerminan warna keemasan pasir pantai yang berbinar dan hasil alam Nusantara sekaligus melambangkan optimis masyarakat Indonesia. Sedangkan rangkaian warna hijau menggambarkan kekayaan alam Indonesia yang hijau dan subur, serta memiliki ketangguhan sejarah bangsa. Warna biru melambangkan luasnya cakrawala dan laut biru sekaligus menggambarkan kekuatan generasi muda bangsa Indonesia yang handal dan memiliki harapan tinggi. Yang terakhir adalah rangkaian warna ungu, menggambarkan keagungan dan

kecantikan budaya dan seni bangsa Indonesia yang selalu dipuja dan dihargai sepanjang masa.

Semua rangkaian warna yang mengandung makna cerita di dalamnya, menyatu dengan serasi dan membentuk simbol yang utuh, kuat dan bercahaya di dalam Berlian berbentuk A ini. Sehingga bisa dipahami makna dari logo baru TRANSMEDIA ini menjadi tanda yang menyuarakan sebuah semangat dan perjuangan untuk mencapai keunggulan yang tiada banding mulai dari sekarang hingga masa mendatang.

4.1.4 Program Indonesia Lawak Klub

Indonesia Lawak Klub (disingkat ILK) adalah sebuah program lawak yang disiarkan oleh Trans7. Konsep acara ini adalah mempertemukan para pelawak di Indonesia dan bergabung dalam satu forum diskusi dan membahas sebuah topik yang tengah menjadi isu terkini. Orang-orang yang biasanya melawak itu berkolaborasi membicarakan suatu masalah dan berusaha untuk memberikan solusi dengan versi yang menghibur. Acara ini merupakan parodi dari program diskusi *Indonesia Lawyers Club* yang disiarkan di TvOne. Dalam durasi 60 menit (kini 120 menit termasuk pariwisata), Denny Chandra yang menjadi moderator akan mengundang 8-10 orang pelawak atau *entertainer* yang dikenal di Indonesia untuk menjadi panelis. Selain mendengarkan komentar dari para tamu, masyarakat pun diajak terlibat dengan

menyampaikan pendapat mereka melalui *video tape* (atau *VT*) yang ditayangkan, lalu di akhir acara disampaikan melalui rangkuman kesimpulan oleh seorang notulen yang diperankan oleh Maman Suherman dari hasil pembahasan dari para tamu.

Bintang utama ILK adalah pembawa acara Denny Chandra, Komeng sebagai Komen-taator(plesetan dari komentator). Cak Lontong sebagai penyampai data hasil survai absurd. Ketiga orang itu diibaratkan sebagai “segitiga jitu andalan” dalam acara ini.

Acara ini pertama kali dimulai pada 27 Oktober 2013, kini acara ini hadir 5 kali dalam seminggu, Senin-Jumat pada pukul 21.50 WIB. Sejak awal kemunculannya, ILK hadir setiap hari Minggu malam pada pukul 19.00 WIB. Per 8 Desember 2013, tetap setiap hari Minggu, acara ini hadir 1 jam lebih awal dari jam tayang semula, yaitu pada pukul 18.00 WIB. Empat minggu kemudian, per 4 Januari 2014, acara ini hadir 2 kali dalam seminggu, Sabtu dan Minggu, tetap di jam yang sama. Mulai tanggal 3 Februari 2014, hari tayang acara ini ditambah, yaitu setiap Senin-Jumat pukul 21.15 WIB.

Pada tanggal 8 April 2014, jam tayangnya menjadi 20.45 WIB dengan durasi acara yang ditambah dari 1 jam menjadi 1,5 jam. Baru berjalan seminggu dengan durasi 1,5 jam, mulai Senin, 14 April 2014, jam tayang ILK dimajukan menjadi 20.45 WIB dengan durasi yang ditambah lagi menjadi 2 jam. Mulai Jumat, 22 Agustus 2014, ILK berubah format dari siaran tunda menjadi siaran langsung, tetapi hingga sekarang siarannya tidak selalu menentu, kadang langsung kadang tunda. Hari tayang

ILK juga ditambah hingga Sabtu mulai tanggal 4 Oktober 2014, dengan nama *ILK Weekend*. Sejak Sabtu, 15 November 2014, *ILK Weekend* dihentikan penayangannya. Saat ini program Indonesia Lawak Klub tayang setiap hari senin hingga jumat pukul 20.30 WIB.

4.2 Hasil Penelitian

Trans7 dalam program Indonesia Lawak Klub pada tanggal 05 Januari 2014 menayangkan tentang bagaimana anti sosial media sosial, dengan cara penyampaian dengan parodi di reka kejadian.

Talkshow ini terdiri dari 5 segment, setiap segmentnya terdapat focus-fokus pembahasan di antaranya keuntungan dalam menggunakan media sosial serta kerugian karena media sosial.

Peneliti akan menganalisis dan menjabarkan menggunakan analisis framing model William A. Gamson dan Modigliani untuk mengetahui pembingkaiian yang di gambarkan pada talkshow parodi mengenai dampak penggunaan media sosial.

Talkshow ini merupakan sebuah parodi sehingga semua yang terlibat dalam acara ini adalah suatu settingan atau drama yang sudah ada scenario sesuai tema serta mengundang selebriti sebagai seorang yang memerankan pada tema tersebut. Bintang tamu dalam episode anti sosial karena media sosial ini sebagai berikut, Sule sebagai Ketua POOHPSI (Persatuan orang-orang hidung pesek seleruh Indonesia), Jarwo

Kwat sebagai Perwakilan ORGANET (Orang gagap internet), Okky Luman Sebagai Dewan Keamanan Anti Twitwar, Vega sebagai Bendaraha POOHPSI (Persatuan orang-orang hidung pesek seluruh Indonesia), Indra Bekti sebagai anggota Twittyar(Twitter Berbayar), Fitri Tropica Sebagai Korbam Media Sosial, Akbar sebagai PRATIKNO (Pertigaan Manusia Antik dan Kuno), maka dari sini saya memilih program ini karena ingin melihat konstruksi dalam parodi penggunaan media sosial dalam program Indonesia Lawak Klub episode anti sosial karena media sosial.

Ide sentral yang terdapat di tayangan Indonesia Lawak Klub ini adalah penggunaan suatu media sosial yang di gunakan oleh berbagai kalangan di masyarakat Indonesia namun di sajikan dalam bentuk parodi atau di perankan oleh selebriti.

4.2.1 Perangkat Framing Penggunaan Media Sosial

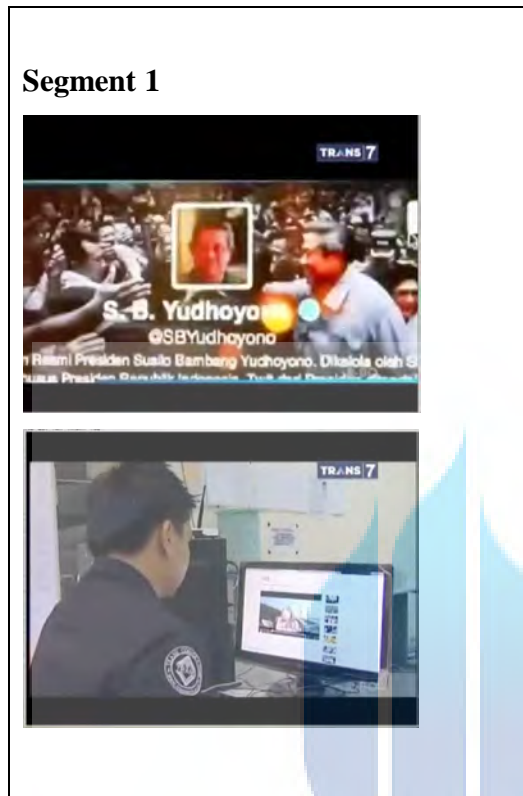
Tabel 4.1

Frame central idea 1 : Keuntungan dari pengguna sebuah media sosial

Framing Devices (Perangkat Framing)	Reasoning Devices (Perangkat Penalaran)
Methapors	Roots
Segment 1 KEUNTUNGAN SAYA, SAYA ITU	Segment 2 KALAU SAYA LIHAT DARI

<p>DIBAYAR OLEH BANYAK PRODUK-PRODUK UNTUK YANG NAMANYA ITU TWITTER BERBAYAR ATAU TWITYAR</p>	<p>SEGI EKONOMI YANG NAMANYA SOSIAL MEDIA MENINGKATKAN PENGHASILAN/ MENINGKATKAN POPULARITAS/ DAPAT MENINGKATKAN NILAI SOSIAL KITA DI MASYARAKAT</p>
<p>Cathphrases</p> <p>Segment 1 JADI BETAPA SAYA MERASA BAHWA NGETWEET DAN SAYA JUGA PUNYA FANSPAGE YANG SUDAH DI LIKE OLEH TIGA RATUS RIBUAN ORANG/ SAYA PUNYA YOUTUBE/ SAYA PUNYA WEBSITE/ YA ADA WEBSITE JUGA/ JAADINYA HAL-HAL TERSEBUT SOSIAL MEDIA SANGAT BERGUNA BUAT SAYA</p>	<p>Appeals to principle</p> <p>Segment 1 DARI TWITTER ITU SAYA MEMPROMOSIKAN DIRI SAYA UNTUK SAYA BISA MENDAPATKAN MOBIL UNTUK MEREKA MELIHAT FACEBOOK UNTUK VIEW DARI MOBIL TERSEBUT</p>
<p>Exemplar</p> <p>Segment 1 MENURUT SAYA BANYAK SEKALI KEUNTUNGANNYA</p>	<p>Consequences</p> <p>Segment 3 YA DARI SOSIAL MEDIA BANYAK ORANG NGETAG</p>

<p>GITU/ KARENA DARI SOSIAL MEDIA KALAU DULU INDRA BEKTI MEMPUNYAI FOLLOWER TIGA JUTA FOLLOWER/ SOMBONG SEKALI ANDA SAYA PUNYA 1 JUTA FOLLOWERS SAJA TIDAK SOMBONG KAN BAYAR DUA JUTANYA// KEUNTUNGANNYA BAANYAAK SEKALI KEBETULAN PAPA MAMA SEORANG PENGUSAHA JADI MUNGKIN AKU SEBAGAI ANAK KATA PAPA MENGHABISKAN UANG SAJA/ JADI AKU BANTUIN PAPA BIASANYA LEWAT MENTION TWITTER</p>	<p>BAHWA FANS SAYA ITU SULEKERS PADAHAL SAYA TIDAK MEMBUAT ITU// DARI SOSIAL MEDIA MELALUI TWITTER INI SAYA BISA MENCIPTAKAN SEBUAH RADIO BERNAMA PRIKITIW RADIO ONLINE/ JADI SANGAT MENGUNTUNGAN</p>
<p>Depictions</p> <p>Segment 2</p> <p>BAHWA TWITTER ITU ATAU SOSIAL MEDIA ITU TIDAK MENGUNTUNGAN/ KALAU MENURUT SAYA/ SOSIAL MEDIA ITU ADALAH UNTUK AJANG SILAHTUHRAMI</p>	
<p>Visual Image</p>	



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

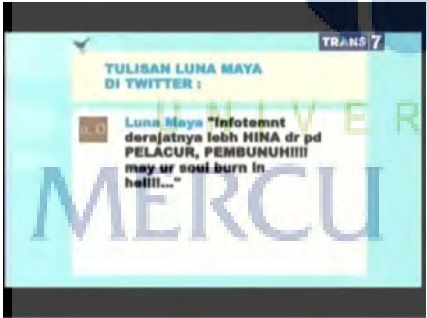

Tabel 4.2

Frame central idea 2: Kerugian dari pengguna media sosial

Framing Devices (Perangkat Framing)	Reasoning Devices (Perangkat Penalaran)
Methaphors	Roots
Segment 2 SOSIAL MEDIA ITU BANYAK	Segment 3 JUSTRU SAYA DIRUGIKAN

<p>TIDAK MENGUNTINGKANNYA BUAT KITA/ APALAGI ANAK SEKARANG/ YA SAYA PUNYA SOSIAL MEDIA TAPI BUAT JANGAN DI SANGKUT PAUTKAN DENGAN KEHIDUPAN/ NAMANYA SOSIAL MEDIA APALAGI INI BUKAN DALAM KEHIDUPAN ARTIS SAJA KEHIDUPAN MASYARAKAT KITA ANAK-ANAK REMAJA SEKARANG SEDIKIT-SEDIKIT LAPORAN KE SOSIAL MEDIA/ SEDIKIT SEDIKIT NULIS</p>	<p>DENGAN ADANYA SOSIAL MEDIA/ ANAK SAYA/ BANGUN TIDUR BELUM BUKA MATA SUDAH BUKA PATH/ YA MAKANYA DARI SITU/ MANDI PAK MEREPO TIN DIA BUKA PATH BELUM BUKA BAJU/ ANAK GAK KENAL ORANG TUA/ ANAK SAYA UMUR ENAM TAHUN UDAH MULAI MAIN TWITTER SOSIAL MEDIA NUNDUK TERUS/ JADI BEGITU MELIHAT SIAPA KAMU/ SAYA BAPAKMU/ GAK KELIHATAN SELAMA INI KARENA NUNDUK</p>
<p>Catchphrases</p> <p>Segment 3</p> <p>JADI PENENTANG PENGUNAAAAN SOSIAL MEDIA KITA WAJIBKAN TIDAK PUNYA TWITTER FACEBOOK PATH</p> <p>Segment 5</p> <p>DAN SEKARANG ADA SATU BUKAN TRADISI, BUKAN</p>	<p>Appeals to principle</p> <p>Segment 2</p> <p>HARI PERTAMA AKU KERJA/ AKU MINTA DIBANGUNIN MAMA TETAPI MAMA CUMA NGEPOK DI FACEBOOK/ AKU SEDH AKU MINTA DUKUNGAN DAN SUPPORT DARI PAPA/ PAPA CUMA KASIH SMILE DI BBM// AKU BILANG AKU</p>

<p>KEBIASAAN, TETAPI SUATU TREN DI INDONESIA, ITU YANG NAMANYA TWEET WAR. JADI PERANG TWEET DI TWITTER ITU SAMPAI ADA YANG MEMBAWANYA KEPIHAK YANG BERWAJIB, SEPERTI KASUS FARHAT ABBAS DENGAN KELUARGA AHMAD DHANI</p>	<p>KANGEN ADIK/ AKU TANYA GIMANA KABAR ADIK/ AKU TANYA GIMANA KABAR ADIK/ CEK INSTAGRAM KITA KAKAK// DAN SAAT AKU ANGKAT TOPIC INI DITENGAH KELUARGA/ MAMA PAPA ADIK AKU KANGEN KITA NGUMPUL KITA KETAA-KETAWA LAGI KAYAK DULU MEREKA/ CUMA NGAJAKIN AKU MAIN CANDY CRUSH DI FACEBOOK</p>
<p>Exemplars</p> <p>Segment 2</p> <p>JADI MENURUT SAYA TIDAK MENGUNTUNGKN/ TAPI SAYA PUNYA TWITTER, FACEBOOK, KALAU MASIH KONTEKSNYA WAJAR TIDAK APA-APA/ TAPI INI SEDIKIT SEDIKIT LAPORAN NULIS KE TWITTER DAN INSTAGRAM/ KITA ITU MENGADU HANYA KE ALLAH SWT</p>	<p>Consequences</p> <p>Segment 2</p> <p>KALAU SAYA LIHAT DARI SEGI EKONOMI YANG NAMANYA SOSIAL MEDIA MENINGKATKAN PENGHASILAN/ MENINGKATKAN POPULARITAS/ DAPAT MENINGKATKAN NILAI SOSIAL KITA DI MASYARAKAT/ TAPI ITU DULU PAK SEBELUM SOSIAL MEDIA MENGHANCURKAN</p>

	KELUARGA SAYA.
<p>Deceptions</p> <p>Segement 2</p> <p>DENGAN ADANYA SOSIAL MEDIA INI MENGAKIBATKAN BANYAK SEKALI TIMBUL KECURIGAAN/ KITA SERING MENGETAHUI ANAK ANAK REMAJA ITU STALKING INGIN TAHU MANTANNYA SEDANG APA</p>	
<p>Visuaal Images</p>  	



4.3 Pembahasan

Komunikasi Massa adalah komunikasi yang dilakukan melalui media massa. Pengertian media massa disini garis besar dapat di bagi kedalam dua kelompok yaitu: media massa cetak dan media massa elektronik. Media massa cetak antara lain

meliputi surat kabar, majalah dan bulletin. Sedangkan, media massa elektronik mencakup media *audio* (suara) seperti radio, dan media *audio visual* (suara dan gambar) yaitu televisi dan film.¹

Televisi selain sebagai informasi dan hiburan juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana media pendidikan, karena televisi mempunyai suatu karakteristik sendiri yang tidak dimiliki media massa yang lainnya.

Demikian merupakan transkrip dari talkshow di program Indonesia Lawak Klub yang mengangkat tema Anti sosial karena media sosia. Didalamnya di pertontonkan mengenai keuntungan dan kerugian media massa di dalamnya adanya beberapa tokoh lucu atau pelawak yang hadir sebagai contoh dalam penggunaan media sosial.

Kehadiran program Indonesia Lawak Klub yang di tayangkan pada hari senin-jumat pukul 20.30 WIB, merupakan terobosan dilakukan Trans 7 untuk mempaarodikan program Indonesia Lawyers Klub di TvOne, untuk memenuhi kebutuhan masyarkat terhadap tayangan yang beragam. Sehingga tayangan ini menjadi alternative untuk masyarakat yang ingin mencari hiburan.

Pertentangan mengenai keuntungan daan kerugian media sosial. Pengaruh serta manfaat apa yang bisa didapatkan melalui sebuah media sosial tersebut. Indonesia Lawak Klub jelas menjelaskan mengenai keuntungan berupa popularitas

¹ Sasa Djuarsa Sendjaja, ph.D.,DKK. *Pengantar Komunikasi*, Universitas Terbuka, Jakarta, 2001, hal 158-161

dan penghasilan dan kerugian yang ada adalah keluarga berubah karena media sosial, anak yang sering main gadget.

Dari pembahasan yang membahas mengenai keuntungan dan kerugian oleh media sosial akan lengkap jika adanya salah satu korban bukan hanya parodi program saja ataupun pengguna media sosial yang sesuai dengan tema di atas, jika tidak hanya sebuah bercandaan belaka serta cuplikan-cuplikan dari media sosial namun adanya orangnya langsung di tayangkan.

Bintang tamu dalam episode anti sosial karena media sosial ini sebagai berikut, Sule sebagai Ketua POOHPSI (Persatuan orang-orang hidung pesek seluruh Indonesia), Jarwo Kwat sebagai Perwakilan ORGANET (Orang gagap internet), Okky Luman Sebagai Dewan Keamanan Anti Twitwar, Vega sebagai Bendaraha POOHPSI (Persatuan orang-orang hidung pesek seluruh Indonesia), Indra Bekti sebagai anggota Twittayar (Twitter Berbayar), Fitri Tropica Sebagai Korban Media Sosial, Akbar sebagai PRATIKNO (Pertigaan Manusia Antik dan Kuno). Dalam penelitian ini peneliti akan melihat bagaimana Seseorang mengkonstruksikan sebuah media sosial yang terjadi dalam masyarakat namun di perankan oleh selebriti atau di sebut parodi selebriti.

Dari hasil penelitian peneliti, dari beberapa bentuk pernyataan yang dilontarkan oleh narasumber beberapa di antaranya mendiskripsikan mengenai dampak penggunaan media sosial, seperti dalam uraian pernyataan berikut:

a. Keuntungan dari pengguna sebuah media sosial (Table 4.1)

Hasil frame bahwa pengguna media sosial mempunyai keuntungan bagi penggunanya. Bagaimana menggunakan media sosial dapat mendapatkan penghasilan dengan media sosial seperti dengan berjualan online melalui berbagai media sosial.

Hasil pertama yang didapatkan dalam program talkshow Parodi Indonesia Lawak Klub terdapat pada segment 1. Narasumber Indra Herlambang mengungkapkan jika dirinya sebagai pengguna media sosial yang memanfaatkan media sosial dengan positif. Sehingga tersirat ide central frame 1, yaitu : Keuntungan penggunaan media sosial

Methaphors yang ditemukan dalam scene ini yaitu,

“Keuntungan saya, saya itu dibayar oleh banyak produk-produk untuk yang namanya itu twitter berbayar atau twityar”

Ini merupakan kalimat yang diungkapkan oleh Indra Bekti untuk menjawab pertanyaan dari host. Dalam pernyataan tersebut Indra Bekti menggambarkan bagaimana betapa menguntungkannya media sosial apabila digunakan dengan benar, salah satunya adalah seorang selebriti Indra Bekti yang mendapatkan sebuah mobil dari media sosial tersebut.

Cathpharases adalah frase khas cerminan yang menarik ataupun menonjol dalam suatu wacana. Dari central idea 1 ini, frase yang menarik adalah ucapan Indra Bekti seperti berikut “jadi betapa saya merasa bahwa negtweet dan saya juga punya

fanspage yang sudah dilike oleh ratus ribuan orang saya punya youtube saya punya website ya ada website juga jadi hal-hal tersebut sosial media sangat berguna buat saya” dalam pernyataan tersebut melihtkan kondisi jika seorang indra bekti sebagai selebriti mempunyai banyak fans serta pengikut sehingga dirinya mengahrusnya mempunyai sosial media dan ternyata setelah diilihat dari followers Indra Bekti yang mencapai tiga juta orang sehingga begitu terkenalnya dirinya.

Exemplar adalah bagian teks yang dianggap mengaitkan bingkai dengan contoh atau uraian. Bagian ini memperkenalkan peneliti memasukan teori atau perbandingan yang mampu menjelaskan bingkai. Dalam temuan idea central frame 1 yang diidentifikasi sebagai exemplar adalah ucapan Vega

“Menurut saya banyak sekali keuntungannya gitu, Karena dari sosial media kalau dulu Indra Bekti mempunyai follower tiga juta follower, sombong sekali anda saya punya 1 juta followers saja tidak sombong kan bayar dua jutanya. Keuntungannya bannyak sekali kebetulan papa mama seorang pengusaha jadi mungkin aku sebagai anak kata papa menghabiskan uang saja, jadi aku bantuin papa biasanya lewat mention twitter.”

Kalimat tersebut dipilih sebagai exemplar karena mampu mengaitkan terhadap bingkai yang dicontohkan. Contohnya adalah seorang anak pengusaha yang berusaha membantu orang tuanya lewat media sosial. Ini sejalan dengan bingkai yang dikonstruksikan oleh program indonesa laakk klub yang ingin menyampaikan mengenai keuntungan media sosial. Indonesia lawak klub menggambarkan ini melalui sebuah wawancara antara host dengan vega seorang pengguna media sosial.

Depiction adalah penggambara atau pelukisan suatu isu yang bersifat konotatif. *Depiction* ini umumnya berupa kosa kata, leksikon untuk melabeli sesuatu. Seperti terlihat dalam kalimat

“Bahwa twitter itu atau sosial media itu menguntungkan, kalau menurut saya, sosial media itu adalah untuk ajang silaturahmi”

Kalimat tersebut diucapkan oleh Sule dimana dia mengklaim pernyataan Okky, jika media sosial itu merupakan untuk ajang silaturahmi. Kata silaturahmi menurut KBBI merupakan menjalin atau mempererat hubungan antar sesama. Jadi media sosial dapat digunakan untuk menjalin hubungan di era modern seperti saat ini.

Visual Images yaitu gambar, grafik, citra yang mendukung bingkai secara keseluruhan. Bisa berupa foto, kartun ataupun grafik untuk mendukung pesan yang ingin disampaikan.



Visual images ini didukung oleh *Video Tape* dari program Indonesia Lawak Klub dengan audio dari sebuah lagi yang berjudul online dari saykoji, yang menggambarkan orang yang sedang beraktivitas dengan media online. Visual image yang pertama merupakan grafik dari akun Presiden RI ke 6 yaitu bapak Susilo Bambang Yudhoyono dikala menjabat ia aktif dalam menggunakan media sosial tersebut untuk bersosialisasi ataupun mendekatkan diri kepada masyarakat yang menggunakan media sosial twitter ini dan juga media sosial tersebut dimanfaatkan untuk lebih terbuka mengenai pemerintahannya.

Selanjutnya *visual images* yang kedua merupakan grafik dari seorang ppekerja televise yang sedang aktif menggunakan media sosial untuk mencari informasi ataupun referensi yang bermanfaat untuk ditayangkan kepada masyarakat.

Roots yaitu analisis kausal atau sebab akibat. Hal ini teridentifikasi dari kalimat

“kalau saya lihat dari segi ekonomi yang namanya sosial media meningkatkan penghasilan, meningkatkan popularitas, dapat meningkatkan nilai sosial kita di masyarakat”

Kalimat ini secara tersurat menjelaskan jika Fitri Tropica menjelaskan mengenai keuntungan yang didapat melalui media sosial. Sehingga bagaimana penggunaan media sosial itu dapat digunakan dengan baik maka keuntungan akan didapatkan.

Appeals to Principle yaitu premis dasar, klaim-klaim moral. Hal ini terlihat dari kalimat pernyataan dari Indra Bekti, yaitu

“Dari twitter itu saya mempromosikan diri saya untuk saya bisa mendapatkan mobil untuuk mereka melihat facebook untuk view dari mobil tersebut”

Hal ini menunjukkan seorang Indra Bekti yang mempunyai followers banyak atau menggunakan media sosial dengan cara yang positive sehingga ia mendapatkan mobil karena dirinya mempromosikan mobil terbaru.

Consequences yaitu efek atau konsekuensi yang didapat dari bingkai.

Konsekuensi ini terlihat dari pernytaan Sule berikut ini

“ya dari sosial media banyak orang ngetag bahwa fans saya itu sulekers padahal saya tidak membuat itu. Dari sosial media melalui twitter ini saya bisa menciptakan sebuah radio bernama Prikitiw Radio Online, jadi sangat menguntungkan”

Hal ini menggambarkan jika Sule mempunyai banyak fans dan mereka membuat nama sebuah fans klub bernama sulekers tanpa ada campur tangan Sule, dan berkatbanyaknya fans, sule bisa menciptakan sebuah radio.

b. Kerugian dalam pengguna sebuah media sosial (Table 4.2)

Penggunaan media sosial yang tidak baik akan mengakibatkan suatu masalah. Hal ini juga menyebabkan terjadinya fenomena-fenomena yang terjadi di media sosial. Ide pembingkaiian utama dalam segment ini host dan narasumber akan memaparkan mengenai kerugian dalam menggunakan media sosial. Kondisi ini terungkap dari pembingkaiian yang dikonstruksikan oleh host dan narasumber tentunya disetiap segment alur cerita yang dibuatnya.

Methapors yaitu perumpamaan atau pengandaian. Contohnya yaitu terdapat pada pernyataan Okky Lukman di segment 2 yang berbunyi

“sosial media itu banyak tidak menguntungkannya buat kita, apalagi anak-anak sekarang. Ya saya punya sosial media tapi buat jangan disangkut pautkan

dengan kehidupan, namanya sosial media apalagi ini bukan dalam kehidupan artis saja, kehidupan masyarakat kita anak-anak remaja sekarang sedikit-sedikit laporan ke sosial media, sedikit-sedikit nulis”

Dalam kalimat ini Okky Lukman memberikan perumpamaan bahwa kehidupan selebriti ataupun artis dengan masyarakat tidak ada bedanya. Karena penggunaan media sosial yang tidak baik seperti menulis status yang menimbulkan efek yang berbau negative terhadap orang lain. Disini secara tidak langsung Okky Lukman menghimbau agar masyarakat menggunakan sosial media dengan baik.

Catchphrases yaitu frase yang menarik, kontras, menonjol dalam suatu wacana ini. Umumnya berupa jargon atau slogan. Hal ini bisa dilihat dalam

“Jadi penentang penggunaan media kita wajibkan tidak punya twitter facebook path”

Dalam petikan pernyataan ini Akbar mengungkapkan bagaimana dirinya sebagai penentang dengan adanya media sosial. Hal ini dibuktikan dengan dirinya tidak mempunyai twitter facebook path.

“dan sekarang ada satu bukan tradisi, bukan kebiasaan, tetapi suatu tren di Indonesia, itu yang namanya tweet war. Jadi perang tweet di twitter itu sampai ada yang membawanya kepihak yang berwajib, seperti kasus Farhat Abbas dengan keluarga Ahmad Dhani”

Ini merupakan suatu pernyataan yang disampaikan oleh Denny Chandra sebagai host yang menggambarkan bagaimana di Indonesia ini terdapat fenomena perang twitter atau tweet war akhir-akhir ini. Hal ini dibuktikan dengan adanya perang twitter sampai ada yang membawanya ke pihak yang berwajib, salah satunya kasus seorang pengacara fenomenal Farhat Abbas dan keluarga Ahmad Dhani. Sebagai orang terkenal yang menggunakan media sosial tidak baik dan akan di lihat oleh banyak orang.

Exemplar berarti mengaitkan bingkai dengan contoh, uraian (bisa teori, perbandingan) yang memperjelas bingkai, salah satunya terlihat dalam pernyataan Okky Lukman

“jadi menurut saya tidak menguntungkan, tapi saya punya twitter, facebook, kalau masih konteksnya wajar tidak apa-apa, tapi ini sedikit sedikit laporan nulis ke twitter dan instagram kita itu mengadu hanya ke Allah SWT”

Dalam pernyataan ini Okky Lukman menggambarkan harusnya pengguna media sosial tidak sedikit-sedikit membuat curhatan, ataupun laporan ke media sosial karena penggunaan media yang tidak wajar mengakibatkan sebuah keresahan bagi pengguna lainnya, harusnya lebih baik curhat ke tuhan masing-masing sehingga tidak akan membuat keresahan bagi yang lain.

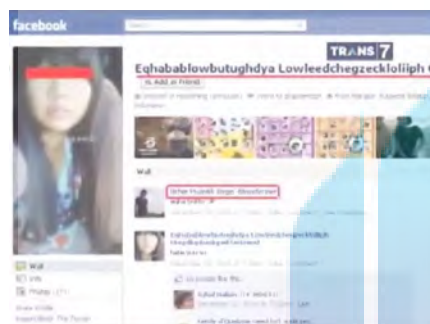
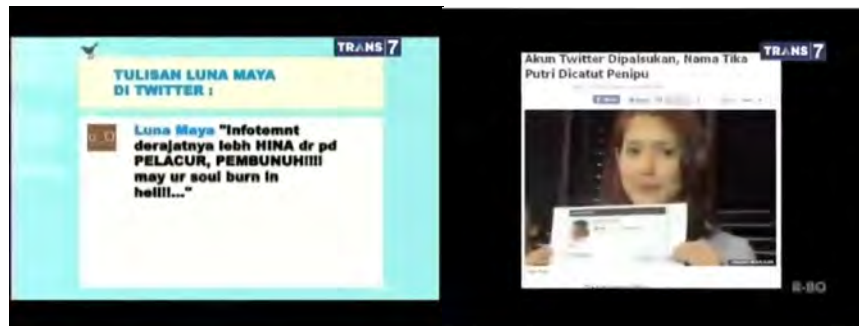
Depiction yaitu penggambaran atau pelukisan suatu isu yang bersifat konotatif. *Depiction* ini umumnya berupa kosa kata, leksikon untuk melabeli sesuatu. *Depiction* disini bisa di temukan di segment 2 yaitu:

“dengan adanya sosial media ini mengakibatkan banyak sekali timbul kecurigaan, kita sering mengetahui anak-anak remaja itu stalking ingin tahu mantannya sedang apa”

Kalimat di atas menunjukkan bahwa fenomena di kalangan remaja saat ini adalah ssebuah keingintahuan. Kata mantan disini sebagai bekas pacar buat kalangan remaja. Sehingga fenomena keingintahuan terhadap mantan membuat kalangan remaja tersebut galau sehingga membuat keresahan di media sosial.

Visual Images berarti gambar, grafik, citra, yang mendukung bingkai secara keseluruhan. Bisa foto, kartun, ataupun grafik untuk menekankan dan mendukung pesan yang ingin disampaikan.





Disini *visual images* didukung dengan grafik pada gambar pertama, akun milik pejabat DPR yang alay dalam menggunakan media sosial. Disini memaparkan jika seorang pejabat dan sangat berpengaruh terhadap masyarakat juga terkontaminasi jiwa alay. Pada grafik gambar kedua dua orang anak yang sedang bermain internet sebenarnya ini sangat baik jika digunakan untuk media belajar tetapi harus diwaspadai karena di grafik tersebut dua orang anak sedang menggunakan facebook, karena banyaknya pencurian anak ataupun kekerasan yang menggunakan modus sosial media ini. Pada grafik ketiga akun artis yang sempat menjadi kontroversi ini menggunakan kata-kata yang kurang baik di akunnya, sebagai seorang selebriti

seharusnya ia harus lebih teliti sebelum memposting atau upload sebuah ungkapan padahal di kala tersebut ia sedang di sorot media. Grafik ke empat sebuah pemalsuan akun milik artis mengakibatkan seorang artis kena dampak sosial akibat orang yang tidak bertanggung jawab. Grafik ke lima ini merupakan fenomena yang sempat ngetrend dikalangan remaja, tulisan alay sempat menjadi bahasa gaul dalam akun media sosial beberapa tahun lalu.

Roots adalah suatu sebab akibat, yakni yang menjadi salah satu penyebab terbentuknya bingkai. Diidentifikasi, dalam temuan ini didapatkan

“justru saya dirugikan dengan adanya media sosial, anak sayaa bangun tidur belum buka mata sudah buka path, ya makanya dari situ, mandi pak merepotin dia buka path lupa buka baju, anak ga kenal orang tua, anak saya umur enam tahun udah mulai main twitter sosial media nunduk terus, jadi begitu melihat, siapa kamu, saya bapakmu, ga kelihatan selama ini karena nunduk”

Hal ini menunjukkan betapa anak-anak saat ini banyak menggunakan media sosial diusia mereka yang begitu belia. Begitulah fenomena yang terjadi di Indonesia saat ini, kurangnya pengawasan orang tu sehingga membuat anak terjebut menjadi anti sosial terhadap keluarganya sendiri. Tersirat sebuah kesalahan Akbar sebagai orang tua yang membebaskan anknya untuk bermain sosial media.

Appeals to Principle yaitu premis dasar, klaim-klaim moral. Klaim moral ini terdapat pada pernyataan di segment 2 yaitu

“hari pertama aku kerja, aku minta dibangunin mama tetapi mama cuma ngepok di facebook, aku sedih aku minta dukungan dan support dari papa, papa cuma ngasih smile di BBM. Aku bilang aku kangen adik, aku tanya gimana kabar adik, adik bilang cek Instagram kita kakak. Dan saat aku angkat topic ini ditengah keluarga, mama papa adik aku kangen kita ngumpul, kita ketawaa-ketawa lagi kayak dulu. Mereka cuma ngajakin aku main Candy Crush di Facebook”

Disini Fitri Tropica menyatakan bahwa media sosial membuat keluarga menjadi anti sosial. Mereka lebih asik dengan media sosial dibanding dengan dunia sekitarnya. Fitri Tropica sebagai anak yang merasa jika lingkungan keluarganya tidak peduli dengan sosial, tetapi mereka lebih asik ketika saat menggunakan media sosial. Karena semuanya lebih mementing media sosial dan ketika kumpul keluarga masing-masing asik dengan gadget serta media sosialnya. Media sosial dianggap merubah pemikiran suatu keluarga tentang sosial. Media sosial sebagai hilangnya sosial dikarenakan asik dengan media sosialnya. Keluarga sudah tidak sesuai dengan harapan ketika harusnya keluarga menjadi kesatuan yang hangat jika berkumpul, namun disisi lain mereka tidak dapat menggunakan sebuah media sosial yang benar. Media sosialnya ini harusnya di buat ajang silahtuhrami tetapi menjadikan sebuah hubungan yang anti sosial sekitarnya.

Consequences yaitu efek atau konsekuensi yang didapat dari bingkai. Konsekuensi ini terlihat dari pernyataan yang di ucapkan oleh Fitri Tropica

“kalau saya lihat dari segi ekonomi yang namanya sosial media meningkatkan penghasilan, meningkatkan popularitas, dapat meningkatkan nilai sosial kita di masyarakat, tapi itu dulu pak sebelum sosial media menghancurkan keluarga saya”

Disini Fitri Tropica menggambarkan bagaimana sebuah kerugian yang didapat karna media sosial meskipun media sosial tersebut terkadang dapat menguntungkan bagi penggunanya.

Dari hasil pengamatan dan analisis, peneliti menemukan ide pokok yang terdapat dalam program Indonesia Lawak Klub di Trans 7 pada tanggal 15 Januari 2014, temuan tersebut didapatkan setelah peneliti menyimpulkan isi dari perangkat framing dan perangkat penalaran model Gimson dan Modigliani yang mengarah kepada satu gagasan pokok yaitu, kerugian mengenai Anti sosial Karena media sosial.

Anti sosial merupakan dampak dari pengguna media yang negative ini ditekankan Trans 7 melalui korban-korban dari pengguna media sosial yang telah mengungkapkan statement-statementnya ketika ditanya oleh host mengenai kerugian penggunaan.

Penelitian ditemukan bahwa bentuk kemasan atau *package* dalam talkshow parody komedi tidak hanya di tenttukan oleh bagaimana bentuk pernyataan dan pertanyaan pihak host namun juga telah disiapkan beberapa cuplikan untuk melengkapi pernyataan host serta juga dari bagaimana bentuk jawaban pernyataan oleh bintang tamu.

Selain menggunakan perangkat framing seperti diatas, dalam transkrip di program Indonesia Lawak Klub (Anti Sosial Karena Media Sosial) juga terdapat perangkat penalaran yang digunakan untuk menekankan penggunaan anti sosial yang merugikan sehingga mengakitkannya anti sosial itu benar adanya.

Peneliti memperoleh gambaran bagaimana program Indoensia Lawak Klub mengemas teman Anti sosial karena media sosial. Secara kemas tersebut memperlihatkan ide pokok dalam pembahasan adalah Anti sosial karena media sosial.

Bintang tamu juga menekankan jika Indonesia memang sebagai pengguna media sosial yang cukup banyak, tetapi dengn banyaknya itu juga media sosial membuat seseorang anti sosial.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Setelah penulis menyelesaikan penelitian ini dan sesuai dari hasil penelitian dapat disimpulkan bagaimana penggunaan media sosial dikonstruksikan dalam program Indonesia lawak klub episode anti sosial karena media sosial. Selebriti atau pelawak Indonesia dalam parodi mengkontruksikan kondisi inonesia dalam peggunaan media sosial. Berikut adalah temuan dalam penelitian dengan menggunakan perangkat framing model Gamson dan Modigliani:

1. Dari aspek *frame central idea*, didapatkan 2 aspek penggambaran kondisi pgunaan media sosial di Indonesia ini yang di parodikan oleh selebriti dan pelawak. Yaitu Keuntungan penggunaan media sosial dan Kerugian penguunaan media sosial.
2. Dari aspek *reasoning devices* salah satu penyebab kondisi keuntungan dan kerugian penggunaan media sosial sendiri adalah bagaimana orang tersebut menyikapi dan mengggunakan media sosial tersebut serta kondisi kehidupannya. Keuntungan disini adalah seorang selebriti yang menggunakan sosial media bisa dapat mobil karena media sosial. Jadi untuk siapapun yang menggunakan media sosial dengan baik serta mempunyai banyak followers

dapat mendapatkan banyak keuntungan serta dapat digunakan untuk bisnis. Kerugian disini adalah belum tentu seorang *public figure* dapat menggunakan media sosial dengan bahasa yang sopan seperti Luna Maya dalam media sosialnya, maka dari situlah seorang selebriti yang harusnya mencontohkan dengan baik disini tidak mampu mencontohkannya dengan baik serta kondisi kerugian dalam penggunaan sosial media ini dilihat dari penggunaanya kembali.

3. Dari aspek consequences dengan kondisi seperti ini akhirnya yang menyebabkan bagaimana pengguna media sosial tersebut mendapat keuntungan serta kerugian. Seperti keuntungan dapat membuka lapangan pekerjaan baru dan kerugian kehilangan moment keluarga karena media sosial.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian terhadap media package program Indoensia Lawak Klub episode Anti Sosial karena Media Sosial,peneliti berharap dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan dunia akademis dan praktis. Maka dari itu, penelitimencantumkan saran sebagai berikut,

1. Secara akademis, penelitian terhadap media package program Indonesia lawak klub episode anti sosial karena media sosial harus dikembangkan lagi dalam

pemilihan pembahasan serta lebih dibanyakan mengenai temanya disbanding yang lain, serta bintang tamunya cari yang lebih variatif sehingga selain memberi informasi tetapi juga memberi hiburan.

2. Secara praktis, pesan yang ingin disampaikan melalui talkshow komedi harusnya dibuat lebih dekat kepada khalayak, serta dimunculkan atau diangkat mengenai fenomena-fenomena yang terjadi dimasyarakat serta di tunjang dengan tema yang seirama.
3. Televisi adalah salah satu media komunikasi massa yang cukup kuat karena didukung tiga faktor utama : cerita, visual, dan audio. Cerita didalam suatu fenomena di Indonesia penggunaan media sosial yang dipadukan dalam program talk show.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan, *Konstruksi Sosial Media Massa, Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi, dan Keputusan Konsumen Serta Kritik terhadap Peter L. Berger & Thomas Luckman*, Jakarta: Kencana Prenada, 2008
- Burton, Graeme, *Membincangkan televisi*, Yogyakarta: Jalasutra, 2007
- Djuroto, Totok, *Managemen Penerbitan Pers*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya 2000
- Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi*, Bandung : Cv Mandar Maju, 1989
- Eriyanto, “*Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*”. Yogyakarta : LKIS, 2002
- Fahmi, A. Alatas, *Bersama Televisi Merenda Wajah Bangsa*, Jakarta: Yayasan Pengkajian Komunikasi Masa Depan, 1997
- Ibnu, Hamad, *Konstruksi Realitas dalam Media Massa : Sebuah Studi Critikal Discourse Analysis Terhadap berita-berita Politik*, Jakarta: Granit, 2004
- McQuail, Denis, *Teori Komunikasi massa, suatu pengantar*, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2011
- Morissan, *Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, Jakarta: Penerbit Ramdina Prakarsa, 2005
- Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: Rajawali Pers, 2007
- Pawito, “*Penelitian Komunikasi Kualitatif*”, Yogyakarta : LkIS, 2007
- Rakhmat, Jalaluddin, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2005

Sendjaja, Sasa Djuarsa, ph.D.,DKK, *Pengantar Komunikasi*, Jakarta: Universitas Terbuka, 2001

Set, Sony, *Menjadi Perancang Program Televisi Profesional*, Yogyakarta: Andi Publisher, 2008

Severin, J, Werner & James W. Tankard JR, *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode & Terapan di dalam Media Massa, Edisi ke-5*, Jakarta: Kencana Prenada, 2007

Sobur, Alex, *Analisis Teks Media*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2009

Wibowo, Fred, *Teknik Produksi Program Televisi*, Yogyakarta, Pinus Book Publisher, 2007

Sumber Lain Media Online

<https://www.youtube.com/watch?v=GcNULqs5AjA>

<http://hiburan.kompasiana.com/humor>

<http://www.kpi.go.id/>

<http://www.unpas.ac.id/>

<http://www.unpas.ac.id/apa-itu-sosial-media/>

<http://kbbi.web.id/>

[http://www.academia.edu/8609043/Perilaku Menyimpang dan Anti Sosial](http://www.academia.edu/8609043/Perilaku_Menyimpang_dan_Anti_Sosial)

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/38405/3/Chapter%20II.pdf>

NASKAH INDONESIA LAWAK KLUB
 “ANTI SOSIAL KARENA MEDIA SOSIAL”

HOST : DENNY CHANDRA

BINTANG TAMU : SULE, OKKY LUKMAN, VEGA, JARWO KWAT, FITRI TROPIKA, INDRA BEKTI, AKBAR

VIDEO	AUDIO
<u>SEGMENT 1</u>	
<p>OPENING SEGMENT</p> <p>Denny Chandra membuka awal segment dengan memperkenalkan dirinya serta mengucapkan jargo-jargon di depan set gala dinner</p> <p>Host memperkenalkan satu persatu bintang tamu</p> <p>Sule sebagai bintang tamu berdiri serta mengangkat tangannya kepada semua yang ada di gala dinner</p> <p>JK sebagai bintang tamu berdiri serta mengangkat</p>	<p>DENNY:HALO PEMIRSA DIMANAPUN ANDA BERADA/ SENANG</p> <p>SEKALI SAYA DENNY IKHLAS BERSAMA-SAMA DENGAN ANDA DI ILK INDONESIA LAWAK KLUB// ILK MEYELESAIKAN MASALAH TANPA SOLUSI DAN AKAN MEMBERIKAN SOLUSI TANPA HARUS ADA MASALAH///</p> <p>HARI INI KITA AKAN MEMBAHAS SEPERTI BIASA TENTU SAJA SATU HAL YANG TIDAK PENTING DALAM KEHIDUPAN KITA TETAPI KITA AKAN BUAT MENJADI PENTING///</p> <p>SEBELUMNYA SAYA AKAN MEMPERKENALKAN ADA SULE</p> <p>SULE : MAKASIH MAKASIH MAKASIH MAKASIH</p> <p>DENNY: ADA JARWO KWAT</p> <p>JK: YA MAKASIH MAKASIH MAKASIH</p> <p>DENNY: TERIMA KASIH PAK JK SUDAH</p>

<p>tangannya kepada semua yang ada di gala dinner</p>	<p>HADIR DISINI PAK JK TOLONG MAAF OKKY: JK ITU ADA SINGKATANNYA PAK, JARANG KERAMAS NIH KEPALANYA SAMPAI SEPI PAK HEHEHE JK: JANGAN BAWA-BAWA PALA GW LU DENNY: TOLONG SEBENTAR AGAK SEDIKIT DIKASIH JARAK, KARNA YANG KEMAREN-KEMAREN UDAH BEBERAPA KALI SHOOTING ROBOK-ROBEK KASIAN JK: EMANG GW SERIGALA DENNY: MAKANYA AGAK DIKASIH JARAK</p>
<p>Okky lukman berdiri serta menggandeng seorang pria yang disamping meja gala dinnernya.</p>	<p>DAN DISEBELAH PAK JK ADA OKKY LUKMAN OH IYA OKKY INI PASANGANNYA ATAU APA KI? OKKY : KETEMU DI TWITTER HAHHAHA DENNY : INI NAMANYA INI YA PA, KOPI DARAT KALAU DALAM BAHASA DULU KOPI DARAT DIBELAKANGNYA ADA VEGA VEGA : AKU BOLEH SAPA DULU UNTUK SEMUA YANG ADA DISINI DENNY : OH BOLEH SILAHKAN VEGA : HELLOOOOWW SULE : EH BUNDA ELFI</p>
<p>Vega berdiri dan menyapa kesemua yang ada di gala dinner</p>	<p>VEGA : UMI SENNANG SEKALI UMI BISA DIUNDANG DISINI ALHAMDULILLAH DENNY: TERIMA KASIH</p>

<p>Vega joget lagu kereta malam yang sempat hits di program YKS</p>	<p>OKKY: JUG GIJAK GIJUK GIJAK GIJUK HEHEHE VEGA : YA YA TERIMA TERIMA KASIH, EH UMI GAK BOLEH JOGET KAYA GITU LAGI, UMI MALU DENNY: MALU TAPI GAYA DAN DISEBELAH VEGA ADA BEKTI</p>
<p>Indra Bekti membenarkan nama yang sempat salah pengucapan dan memasang kain makan/celemek</p>	<p>INBEK : BEKTIIII BEKTIIII, AH BEKTI BEKTI BEKTI DENNY: INDRA BEKTII, OK BEKTI DIBEELAKANGNYA INDRA ADA FITRI TROPIC, FITROP</p>
<p>Fitri Tropika berdiri dengan khas gayanya</p>	<p>FITROP: ASSALAMUALAIKUM FITRI TROPICA SEVENTEEN YEARS OLD CIMAH AUDIEN: HAHAHAA DENNY: DAN SEBELAH KANANYA ADA AKBAR</p>
<p>Seorang wanita di samping akbar yang berdiri karena dirinya menganggap sebagai sekretarisnya</p>	<p>LAH AKBAR, KENAPA DIA YANG BERDIRI AKBAR: ORANG PENTING PAK, JADI YANG BERDIRI SEKRETAARISNYA AJA PAKK INBEK: WUAHAHAHA AKBAR: SEKRETARISNYA AJA YANG CUKUP MEWAKILI SEKRETARISNYA PAK DENNY: OH INI SEKRETARIS SULE : ORANG PENTING TAPI MUKA LU GA</p>
<p>Okky yang heran dengan penampilan Denny Chandra</p>	<p>PENTING HAHAHA OKKY : SEBENTAR-SEBENTAR DENNY: KOK JADI TERBANG</p>

<p>Semua bintang tamu dengan aneh melihat penampilan host.</p>	<p>OKKY: ANDA TADI SUDAH MEMPERKENALKAN KITA, TAPI HARI INI DANDANAN ANDA HARI INI SANGAT BERBEDA SEKALI</p> <p>SULE : KAYAK PENGGEMAR CHERRYBEL INI YA</p> <p>OKKY: IYA</p> <p>INBEK: SAYA SEJUJURNYA SAYA PERNAH PAKAI BAJU JAS ANDA</p> <p>OKKY: IYA IYA, INI NAMA GAYANYA APA KALAU BOLEH SAYA TAU</p> <p>DENNY: INI SEBENARNYA GAYANYA DISEBUTNYA AS</p> <p>OKKY & INBEK : APA ITU?</p> <p>VEGA : APA?</p>
<p>Semua yang berada di gala dinner tertawa</p> <p>Indra Bekti yang tiba-tiba menyerobot omogan dengan gayanya. Lalu Indra bekti berdiri lalu lembaikan tangannya seperti waria. Nyanyi bersama dengan vega</p>	<p>DENNY: AKTIVIS SEKONG HAHHAHA</p> <p>INBEK: AHAHAHAHA</p> <p>DENNY: SUDAH KITA TIDAK MEMBAHAS MASALAH</p> <p>INBEK: SAYA MERASA, SAYA MERASA</p> <p>VEGA : DIA MERASA DIA MERASA</p> <p>INBEK : SAYA MERASA</p> <p>VEGA : BARUSAN DIA BERNYANYI</p> <p>TERNYATA KITA SAMA, TERNYATAA KITA SAMA</p>
<p>VT pengguna media sosial dan gadget</p>	<p>DENNY : YANG AKAN MENJADI BAHASAN KITA ADALAH INI DIA TAYANGANNYA</p>

<p>Host menjelaskan mengenai anti sosial karena media sosial.</p>	<p>JADI YANG AKAN KITA BAHAS BERSAMA ADALAH BAGAIMANA YANG NAMANYA ANTI SOSIAL KARNA SOSIAL MEDIA, APAKAH ANDA ORANG YANG ANTI SOSIAL, TIDAK SEPERTI ITU, KARENA KITA LIHAT DISINI INDONESIA TERNYATA SALAH SATU YANG LUAR BIASA, MENYUMBANG 15 TWEET PER DETIK, MENJADI PERINGKAT 1 PENGGUNA TWITTER TERBAANYAK DI ASIA DAN NOMOR 5 DI DUNIA TERUS JUGA PENGGUNA FACEBOOK TERBESAR KE 4 DI DUNIA</p>
<p>Tepuk tangan dari audien</p>	<p>JADI BANYAK SEKALI PENGGUNA YANG NAMANYA SOSIAL MEDIA TERSEBUT SEKARANG SAYA INGGIN BERTANYA PERTAMA KEPADA INDRA BEKTI INBEK : YA DENNY : APAKAH ANDA PENGGUNA</p>
<p>Indra bekti tiba-tiba nanyi Indra belepotan ngomongnya</p>	<p>INBEK : (SONG) AKU BAHAGIA HIDUP SEJAHTERA DENNY : SUDAH MULAI, KAYAK INI SAIPUL JAMILYA, DITANYA MALAH NYANYI INBEK : JADI SAMA-SAMA DENNY : PADAHAL DIUNDANG BUKAN BUAAT NYAMYI DIA MAH NYANYI INBEK: IYA BENER DENNY: OKE INDRA BEKTI INBEK: IYA</p>

<p>Vega menyeobot omongan</p>	<p>DENNY: ANDA PENGGUNA SOSIAL MEDIA INBEK: SAYA ME ME..... (BELEPOTAN) HAHAHA KARNA SAYA BIASA NGETIK JADI NGOOMONG SUSAH DENNY: NGOMONG SUSAH TAPI NGETWEET LANCAR OKKY: MENDINGAN ANDA NYANYI AJA DARI PADA NGOMONNG INBEK: IYA SAYA MEMAANG ADALAH SEORANG PENGGUNA MEDIA SOSIAL YANG PALING GETOL VEGA: MAAF ANDA JANGAN BERBICARA KOTOR SEPERTI ITU YA DENNY: EH COBA SEBENTAR, DIA BERBICARA KARNA DIA LELAKI DIA GETOL, KALAU KAMU GETIL (SENSOR) INBEK: IYAA</p>
<p>Suasana yang penuh tertawa di set gala dinner</p>	<p>DENNY: SILAHKAN OKKY: EH EH HAI HAI INTERUPSI GETIL ITU TIDAK JOROK, GETIL ITU SEBUAH MAKANAN YANG DARI DAUN PEPAYA DAN DIDALAMNYA ITU ADA KELAPA INBEK&VEGA: BUTIL BUTILLL</p>
<p>Indra bekti sambil mengetuk- ngetuk meja. Lalu kembali menjelaskan</p>	<p>INBEK: BOLEH SAYA LANJUTKAN, BOLEH SAYA LANJUTKAN YAA JADI SAYA MEMANG PENGGUNA SOSIAL MEDIA YANG PALING SERING, SAYA</p>

<p>Tepuk tangan dari audiens</p>	<p>SEBAGAI SELEBRITI DENGAN FOLLOWERSS SAYA 3 JUTA 300 RIBU ORANGAN DENNY: WIIHH GILA INBEK: TEPUK TANGAN BOLEH, DAN SAYA OKKY : LUAR BIASA TIDAK MENAKJUBKAN INBEK: LOH LUAR BIASA MENAKJUBKAN DONG IBU JADI BETAPA SAYA MERAASA BAHWA NGETWEET TERUS SAYA PUNYA FANPAGE YANG SUDAH DI LIKE KURANG LEBIH SEKITAAR 3 RATUS RIBU ORANG, TERUS KEMUDIAN SAYA PUNYA YOUTUBE, SAYA PUNYA APA ITU NAMANYA WEBSITE, ITU YA DENNY: PUNYA WEBSITE JUGA YAA? INBEK: IYA ADA WEBSITE JUGA, SAYA JUGA ITU JADINYA HAL-HAL TERSEBUT SOSMED SANGAT BERGUNA BUAT SAYA</p>
<p>Denny yang menghampiri sule dengan membenarkan kata.</p>	<p>SULLE: SANUSI SANUSI, INBEK: ASTOFIRULLAH DENNY: YE, BUKA SANUSI INTRUPSI INTRUPSI/ SANUSI SANUSI</p>
<p>Sule yang duduk didepan Indra memutar badannya dengan memotong omongan Indra dengan lantang.</p>	<p>SULE: ITU SAUDARA BEKTI HARUSNYA MENJELASKAN KEUNTUNGAN SOSIAL MEDIA BUKAN PROMO INBEK: TAPI SAYA</p>
<p>Sule dan indra bekti sempat cekcok dan akhirnya sule berdiri di atas kursi lalu indra</p>	<p>SULE: DISINI JANGAN PROMO KALAU FOLLOWERS ANDA INBEK: ANDA BISA DIAM DULU</p>

<p>bekti menunding-nuding sambil maju menghampiri sule. Host melerai Fitri berdiri berusaha melerai dengan gayanya Dan Jarwo Kwat berdiri dibelakang Sule dan Indra</p> <p>Suasana yang ricuh kebingungan sambil tertawa</p> <p>Indra Bekti dan Vega kembali goyang oplosan</p>	<p>SULE: TIDAK BISA</p> <p>DENNY: HEH HEH AK USAH BERANTEM SEPERTI IT</p> <p>FITROP: RUDI ANTO/ RUDI ANTO/ RUDI ANTO/ GAK ENAK SAMA KEPALA SEKOLAH</p> <p>JK: DIAM!!!</p> <p>INBEK & VEGA: HEH HEH/ ANDA SIAPA?</p> <p>DENNY: DIA PEMAIN STRIPPING SINETRON</p> <p>JANGAN DI KETAWAIN</p> <p>SULE: JANGAN RIBUT</p> <p>JK: SEBENTAR RIBUT SEBENTAR RIBU KELUARGA MACAM APA INI?</p> <p>VEGA: SUDAH-SUDAH UMI PALING TIDAK SUKA</p> <p>INBEK & VEGA : MENDING UMI GOYANG LAGI</p> <p>AKBAR: INTRUPSI PAK BOLEH SAYA NGOMONG SEBENTAR/SEBANTAR</p> <p>DENNY : UDAH NGOMONG SEBENTAR DIA</p> <p>INDRA BEKTI: OOOHH BEGITU CERITANYA</p> <p>OKKY LUKMAN: BAPAK INTRUPSI</p> <p>INBEK: INI BRUNTAL SEKALI ACARANYA</p> <p>OKKY: BISA SAYA GAK DEKET-DEKET SAMA KAKEK INI/ SAYA GAK SUKA BAU MINYAK ANGIN</p> <p>DEENY CHANDRA: SEBENTAR HADUHINI BELUM SATU SEGMENT JANGAN DI PAKAI PPO NYA/ PUNYA PPOO BELUM DIKASIH</p>
<p>Suasana yang ricuh di tengah-tengah percakapan</p>	<p>DEENY CHANDRA: SEBENTAR HADUHINI BELUM SATU SEGMENT JANGAN DI PAKAI PPO NYA/ PUNYA PPOO BELUM DIKASIH</p>

	<p>UDAH MUNTAH</p> <p>AKBAR: IYAKAN MASUK ANGIN/ KARENA MASUK TENTARA GAK KETERIMA PAK</p> <p>JK: SEBENTAR-SEBENTAR ANDA BOLEH KELUAR GAK DARI SINI</p> <p>DENNY: SAYA INGIN TANYA KE INDRA BEKTI/ INDRA BEKTI INI ANDA KEUNTUNGANNYA APA DENGAN SOSIAL MEDIA INI</p>
<p>Indra Bekti kembali menjelaskan mengenai keuntungan media sosial</p>	<p>INBEK: YA SAYA TADI MAU NGOMONG KEUNTUNGAN TIBA-TIBA DI POTONG SAMA BAPAK INI</p>
<p>Sule yang berdiri dan berjalan menuding kerah Indra namun malah ke samping Akbar</p>	<p>SULE: ANDA JANGAN NYOLOOT 3X</p> <p>AKBAR: EH BAPAK MAAF PAK BURO DIDEPAN PAK</p> <p>INBEK: SAYA DISISNI BUKAN DISANA</p> <p>SULE: LU SIH UDAH DEKET KAYAK CEWEK</p>
<p>Akbar yang menghampiri JK</p>	<p>INBEK: LOHHH</p> <p>AKBAR: PAK MAAF PAK SEBENTAR SEBENTAR INI ADA YANG MERASA KEHILANGAN KAKEK</p>
<p>Fitri Tropica yang tiba-tiba lari kearah keluar set</p>	<p>FITROP: SUDAH AKU MUAK DENGAN INI SEMUA/ UDAH AKU PERGI AJA</p> <p>DENNY: HEHEH JANGAN KEMBALI</p> <p>INBEK: HARUSNYA KEMBALI PAK</p> <p>DENNY: OK</p> <p>INBEK: JADI KEUNTUNGANNYA</p> <p>DENNY: INI BARU SEGMENT 1 UDAH</p>

<p>Sule yang kembali duduk</p>	<p>BANYAK TWITWAR SULE: PAK BAPAK DUDUK/ ORANG LAGI NGOMONG DUDUK DONG/ ORANG LAGI NGOMONG PLOGAK PLONGOK AJA JK: SAYA PULANG AJA OKKY: EMANG KARAKTERNYA GITU PAK OKKY+VEGA+ DENNY: SINI SINI PAK OKKY: SINI PAK INI HP NYA KETINNGALAN, BARUSAN BININYA SMS VEGA: APA KATANYA? OKKY: HIDUP ANDA TINGGAL 5 4..... HAHAHAHAHA INBEK: SAYA LANJUTKAN YA PAK DENNY: SILAHKAN DUDUK DULU/ KEUNTUNGANNYA APA?</p>
<p>Indra kembali menjelaskan yang dari tadi kepotong terus</p>	<p>INBEK: KEUNTUNGAN SAYA, SAYA ITU DIBAYAR OLEH BANYAK PRODUK-PRODUK UNTUK APA YANG NAMANYA ITU TWITTER BERBAYAR DENNY: NAMANYA ITU APA? INBEK: TWITYAR DENNY: TWITTER BERBAYAR</p>
<p>Suasana percakapan sambil sedikit komedi yang membuat tertawa</p>	<p>OKKY: INTERUPSI, ADA TIGA PRODUK YANG TERTARIK DENGAN DIA 10 PRODUK MEMBATALAKAM VEGA: LOH KENAPA BANYAK YANG MEBATALKAN YA BU? 3 PRODUK 10 YANG BATALIN/ ANDA RUGI KAYAKNYA</p>

<p>Okky lukman berdiri sambil berusaha menjelaskan</p> <p>Denny menjelaskan dan memberi aba-aba Comebreak. Lalu okky kesal lari mengejar sambil menuding-nuding Denny</p>	<p>DENNY: TAPI ANDA PERNAH MENDAPATKAN SEBUAH MOBIL</p> <p>INBEK: YA BENAR SEKALI// DARI TWITTER ITU SAYA UNTUK BISA MENDAPATKAN MOBIL UNTUK MEREKA MELIHAT FACEBOOK UNTUK NGEVIEW DARI SI MOBIL TERSEBUT/ TERUS ALHAMMDULILLAH</p> <p>DENNY: ANDA MAIN FACEBOOK JUGA YA?/ DIA UDAH BANYAK MENDAPATKAN KEUNTUNGAN DARI SOSIAL MEDIA// KALAU OKKY SENDIRI?</p> <p>OKKY: OOH BAIKLAH/ SEBENTAR DULU SAYANG YA</p> <p>INBEK: SIAPA ITU NAMANYA?</p> <p>OKKY: OOO NURDIN NURDIN/ KALAU MENURUT SAYA DALAM SOSIAL MEDIA ITU MALAH BANYAK SEKALI TIDAK MENGUNTUNGKANNYA SAMA SEKALI UNTUK KITA/ BANYAK SEKALI KEKURANGANNYA</p> <p>DENNY: NAH BERARTI KALAU SOSIAL MEDIA TIDAK MENGUNTUNGKAN, INI JUGA TIDAK MENGUNTUNGKAN KARNA KITA AKAN BREAK DULU SEBENTAR/ NANTI KITA AKAN KEMBALI LAGI</p>
---	--

<p><u>SEGMENT 2</u></p> <p>Denny membuka segment 2 dan bertanya kembali ke okky menjelaskan</p> <p>Suasana percakapan dan penjelasan okky</p> <p>Okky yang terlihat menjelaskan yang sedikit lebay</p>	<p>DENNY: KEMBALI LAGI DI ILK INDONESIA LAWAK KLUB/ KITA AKAN LANJUTKAN TERNYATA BANYAK SEKALI PROTES DARI OKKY/ YA APA AJA KY?</p> <p>OKKY: SOSIAL MEDIA ITU BANYAK TIDAK MENGUNTUNGKANNYA BUAT KITA/ APALAGI ANAK SEKARANG///</p> <p>INBEK: MUNGKIN BEGINI KARENA ANDA FOLLEWERSNYA CUMA SATU YAKAN?</p> <p>OKKY:: IYA ITUPUN CUMA BAPAK SAYA. YA SAYA PUNYA SOSIAL MEDIA TAPI BUAT JANGAN DI SANGKUT PAUTKAN DENGAN KEHIDUPAN/ NAMANYA SOSIAL MEDIA APALAGI INI BUKAN DALAM KEHIDUPAN ARTIS SAJA KEHIDUPAN MASYARAKAT KITA ANAK-ANAK REMAJA SEKARANG SEDIKIT-SEDIKIT LAPORAN KE SOSIAL MEDIA/ SEDIKIT SEDIKIT NULIS// YAKAN PADAHAL</p> <p>DENNY: EXIST EXIST</p> <p>OKKY: NAH APALAGI BANYAAK BANGET YANG JOMBLO NULIS KEGALAUANNYA BETUL GAK? SAYA BERI TAHU YA/ PERCUMA SERING-SERING UPDATE KALAU JARANG NGEDATE/ KARENA DENGAN ADANYA SOSIAL MEDIA INI MENGAKIBATKAN BANYAK SEKALI KECURIGAAN/ KITA SERING MENGETAHUI</p>
--	---

<p>Indra yang menceletuk omongan okky</p> <p>(ketawa di set gala dinner)</p> <p>Suasana bercanda</p>	<p>ANAK ITU/ ANAK REMAJA SUKA SEKALI STALKING/ INGIN TAHU MANTANNYA SEDANG APA?</p> <p>INBEK: MUNGKIN-MUNGKIN ITU UNTUK MENUTUPI BULU KAKINYA.</p> <p>DENNY: ITU STOKING</p> <p>OKKY: BEDA INI ADA PERIBAHASA TENTANG STALKING INI. KARENA STALKING SETITIK MAKA GAGAL MOVE ON SEBELANGA</p> <p>INBEK: BAGUS SEKALI</p> <p>OKKY: AKHIRNYA KEHIDUPAN KITA TIDAK PERNAH MOVE ON DARI SITU/ APA ANDA LIHAT-LIHAT</p> <p>JK: SALAH ITU PEPATAHNYA</p> <p>DENNY: TERUS APA YANG BENER DIBETULAKAN COBA PAK?</p> <p>JLK: GARA-GARA NILA SETITIK RUSAK SUSU SEBELAHNYA</p> <p>VEGA: SEBELANGA</p> <p>AKBAR: MAAF PAK SAYA TERSINGGUNG</p> <p>DENNY: HAH KENAPA?</p> <p>INBEK: KOK DIA TERSINGGUNG</p> <p>AKBAR: INI MASALH SOSIAL MEDIA ATAU SUSUAL MEDIA</p> <p>OKKY: SOSIAL MEDIA/ SAYA LANJUTKAN YA/ JADI BANYAK SEKALI TIMBUL KEGALAUAN-KEGALAUAN TERSENDIRI</p>
--	---

<p>Susana tegang komedi indra bekti yang teriak-teriak</p>	<p>SEPERTI ADAA JUGA BAHWA DISINI JUGA MENGATAKAN</p> <p>INBEK: MAAF SEBENTAR IBU OKKY/ ITU SEBELAH ANDA KURANG AJAR BANGET PELUK-PELUK ANDA</p> <p>OKKY: BEKTI ITU SAYA BAYAR/ PELUK SEMENTIT ITU 20RB</p> <p>DENNY: MOHON MAAF INI SETTINGAN 2X</p> <p>INBEK: OH INI SETTINGAN</p> <p>OKKY: IYA DISINI AKUR DIDEPAN RIBUT/ OKE SAYA KEMBALIKAN/ SAMPAI MANA SAYA TADI PAK/ BALIK LAGI MASALAH GALAU TADI/ KAN AKHIRNYA DIA INGIN MENGETAHUI KEHIDUPAN ORANG LAIN/ KEHIDUPAN MANTANNYA DLL YAKAN/ PADAHAL SEKNCENG-KENCENG ANGIN TOPAN LEBIH KENCENG ITU ADALAH ANGIN GODAAN MENAHAN KETEMU DENGAN MANTAN</p> <p>INBEK+ JK: SALAH LAGI ITU</p>
<p>Sule yang tiba-tiba memotong omongan Okky</p>	<p>SULE: INTRUPSI 2X, OKE INTRUPSI SAYA TIDAK SETUJU DENGAN PERKATAAN YANG ANDA KATAKAN TADI</p> <p>OKKY: KENAPA PAK?</p> <p>SULE: BAHWA TTWITTER ITU ATAU SOSIAL MEDIA ITU TIDAK MENGUNTUNGGKAN/ KALAU MENURUT SAYA/ SOSIAL MEDIA ITU ADALAH AJANG UNTUK SILAHTUHRAMI</p>

<p>JK teriak (kesal)</p>	<p>OKKY: KALAU DALAM KONTEKS YANG WAJAR JK: DIAMM!!! OKKY: AH!!! SULE: BAPAK NGAPAIN TERIAK? YANG BERANTEM SAYA DENGAN IBU OKKY? KENAPA BAPAK YANG TERIAK? DENNY: SEBENTAR YA UNTUK KELANCARAN DARI ACARA INI/ TOLONG MUSIKNYA DONG NONG NENG NONG NENG NONG NENG NONG NENG/ KELUARGA CEMARA</p>
<p>Fitri sedikit tersinggung lalu menjelaskan</p>	<p>FITROP: INTRUPSI LAGUNYA TIDAK SEPERTI ITU PAK? SELAMAT PAGI EMAK SELAMAT PAAGI ABAH, BAPAK JANGAN MAIN MAIN ITU KELUARGA SAY PAK DENNY: OHH YA YA NG TADI ITU RUMAH MASA DEPAN OKKY: JADI MENURUT SAYA BANYAK TIDAK MENGUNTUNGKANNYA DENNY: ANDA PUNYA TWITTER? OKKY : SAY PUNYA TWITTER/ KARENA ANAK-ANAK DENNY: FACEBOOK? OKKY: FACEBBOK SAYA PUNYA</p>
<p>Indra Bekti yang tegang lalu berdiri menuding-nuding Okky Lukman</p>	<p>INBEK: LOH ANDA PUNYA SEMUANYA// TAPI ANDA TIDAK SETUJU// MUNAFIK ANDA! ANDA MUNAFIK!!</p>

<p>Vega yang tiba-tiba mendadak aneh</p>	<p>JK: DIAM!!</p> <p>FITROP: PAH JANTUNG MU PAH</p> <p>DENNY: TOLONG-TOLONG SAYA PUSING INI</p> <p>JK: KELUARGA MACEM APA INI?</p> <p>OKKY: SAYA BEGINI KALAU MASIH DALAM KONTEKSNYA ITU WAJAR TIDAK APA-APA/ INI SEDIKIT-SEDIKIT LAPORAN KE TWITTER/ SEDIKIT-SEDIKIT MENULIS DI TWITTER ATAU INSTAGRAM DLL/ KITA ITU MENGADU HANYA KEPADA ALLAH SWT BUKAN TWITTER ATAU FACEBOOK</p> <p>VEGA: DIAM! DIAM! KENAPA KAMU BEGITU DENGAN SAYA</p> <p>INBEK: DIA GAK NGOMONG APA-APA!</p> <p>VEGA: DIA NYOLOT BANGET</p> <p>DENNY: DIA GAK NGEPA-NGEPAIAN</p> <p>INBEK: DIAM</p> <p>JK: DIAM!!!</p>
<p>Fitri Tropika menjawab pertanyaan dari Denny Chandra dengan alaynya</p>	<p>DENNY: SEKARANG SAYA MAU TANYA SAMA FITROP SEBAGAI ANAK JAMAN SEKARANG/ KAMU PASTI PENGGUNAKAN?</p> <p>FITROP: APA? NARKOBA/</p> <p>DENNY: PENGGUNA SOSIAL MEDIA/</p> <p>FITROP: SEBELUMYA SIH, SAYA AKHIRNYA SENANG JUGA DIKASIH KESEMPATAN/ SAYA MEWAKILI TEMAN-TEMAN DARI LP3I DARI HIMA LP3I</p> <p>OKKY: AHH ANDA SONGONG BARU DARI</p>

<p>Susana sedih dan haru ketika mendengarkan Fitri Tropika menjawab dan memamparkan kondisi keluarga</p>	<p>LP3I GUE DARI LP CIPINANG BIASA AJA INBEK: ITU PENJARA BUU, PENJARA FITROP: KALAU SAYA LIHAT DARI SEGI EKONOMI YANG NAMANYA SOSIAL MEDIA MENINGKATKAN PENGHASILAN/ MENINGKATKAN POPULARITAS/ DAPAT MENINGKATKAN NILAI SOSIAL KITA DI MASYARAKAT/ TAPI ITU DULU PAK SEBELUM SOSIAL MEDIA MENGHANCURKAN KELUARGA SAYA. DENNY: OHH KELUARGA ANDA HANCUR KARENA SOSIAL MEDIA? APA YANG TERJADI? FITROP: MAMA SAMA PAPA SAMA ADIK GAK SAMA SEPERTI YANG DULU KU KENAL/ SEMMUA KARENA SOSIAL MEDIA// HARI PERTAMA AKU KERJA/ AKU MINTA DIBANGUNIN MAMA TETAPI MAMA CUMA NGEPOK DI FACEBOOK/ AKU SEDH AKU MINTA DUKUNGAN DAN SUPPORT DARI PAPA/ PAPA CUMA KASIH SMILE DI BBM// AKU BILANG AKU KANGEN ADIK/ AKU TANYA GIMANA KABAR ADIK/ AKU TANYA GIMANA KABAR ADIK/ CEK INSTAGRAM KITA KAKAK// DAN SAAT AKU ANGKAT TOPIC INI DITENGAH KELUARGA/ MAMA PAPA ADIK AKU KANGEN KITA NGUMPUL KITA KETAA-KETAWA LAGI KAYAK DULU</p>
--	---

<p>Suasana kembali cair menjadi lucu</p> <p>Susana menjadi lucu dan banyak ketawa</p>	<p>MEREKA/ CUMA NGAJAKIN AKU MAIN CANDY CRUSH DI FACEBOOK</p> <p>AKBAR: MAAF BUU/ LAMA-LAMA IBU MUNDUR MUNDUR KESINI BU</p> <p>FITROP: TAPI INTINYA SIH SAYA/ SAYA MEWAKILI ANAK-ANAK HIMA LP3I SAYA CUMA MAU MENYAMPAIKAN 2 PESAN 1 BUAT PENONTON ILK SEMUANYA KETIKA ARTI DARI SEBUAH KELUARGA ITU GK LAGI BERASA KAYA DULU/ APALAH ARTI POPULARITAS/ UANG DAN FOLLOWERS DI TWITTER KITA/ SAMA SATU LAGI TOLONG BUAT MAMA PAPA SAMA ADIK ANNABELE KANGEN SAMA MAMA SAMA PAPA SAMA ADEK</p> <p>INBEK: HADUH ANNABELE</p> <p>DENNY: ANNABELE/ MUKA KAYA GINI NGAKU ANNABELE</p> <p>FITROP: ABEL KANGEN DI PELUK PAPA SAMA MAMA</p> <p>DENNY: SAYA SEKARANG INGIN BERTANYA KEPADA VEGA?</p> <p>VEGA: YA BAGAIMANA TADI NANYA KE RAISA</p> <p>INBEK: YAILAH RAISA?/ RAISO</p> <p>FITROP: RAISA/ RAISA HETAPI</p> <p>DENNY: APA PENGARUHNYA SOSIAL MEDIA BUAT KAMU SENDIRI/ BANYAK GK</p>
---	--

<p>Suasana ricuh di gala dinner</p>	<p>KEUNTUNGAN YANG ANDA DAPAT// VEGA: SEBELUMNYA TERIMAKASIH ATAS KESEMPATAN YANG DIBERIKAN OLEH BAPAK/ SEBETULNYA SAYA JUGA TERIMAKASIH KARENA KEBETULAN SAYA MENJABAT SEBAGAI BENDARAHA DARI POOHP DENNY: OOO POOHP? VEGA: PAKAI SI LAGI DENNY: POOHPSI, PANJANG BANGET ITU SINGKATANNYA APA?</p>
<p>Vega berdiri meme</p>	<p>VEGA: PERSATUAN ORANG-ORANG HIDUNG PESEK SELURUH INDONESIA DENNY: OOO KETUANYA SIAPA YA? VEGA:KEBETULAN SUDAH HADIR DITENGAH KITA DISINI INI ADA BAPAK SULE SUTISNA DAN SAYA MENJABAT SEBBAGAI BENDAHARA DISINI DENNY: INI KETUANYA VEGA: BETUL SEKALI</p>
<p>Suasana ejek mengejek</p>	<p>OKKY: INTRUPSI INTRUPSI/ OHH ITU HIDUNG SAYA PIKIR JERAWAT SULE: JERAWAT MAH KEKECILAN/ INI KUTIL VEGA: MENURUT SAYA BANYAK SEKALI KEUNTUNGANNYA DARI SOSIAL MEDIA KALAU DULU INBEK CERITA DIA PUNYA TIGA JUTA FOLLOWERS INBEK: YESS</p>

<p>Vega menjelaskan dengan nada sombong</p>	<p>VEGA: SOMBONG SEKALI ANDA SAYA SATU JUTA SAYA TIDAK SOMBONG/// ANDA TIGA JUTA SAYA JUTA TIDAK SOMBONG/ KARENA SAYA BAYAR DUA JUTANYA DAN KEUNTUNGANNYA BANYAAK SEKALI KEBETULAN PAPA MAMA SEORANG PENGUSAHA JADI MUNGKIN AKU SEBAGAI ANAK KATA PAPA MENGHABISKAN UANG SAJA/ JADI AKU BANTUIN PAPA BIASANYA LEWAT MENTION TWITTER</p> <p>DENNY: OOH JUALAN</p> <p>VEGA: JUALAN ES BATU KALAU MAU BELI DM GITU</p> <p>DENNY: ADA YANG PERNAH PUNYA FRIENDSTER</p> <p>OKKY+VEGA: BETUL YA, YA</p> <p>DENNY: ITU YANG PERTAMA SEBELUM FACEBOOK, FRIENDSTER TRUS ADA FLICKART, YOUTUBE, MY SPACE, FACEBOOK 2006, TWITTER 2009, DAN SEKARANG YANG LAGI NGETERND ITU ADALAH PATH</p>
<p>Diskusi di set gala dinner</p>	<p>INBEK: IYA</p> <p>DENNY: KAMU SUKA NGEPEP?</p> <p>OKKY: NGEPEP PATH TULISANNYA BEDA</p> <p>DENNY: PUNYA PATH JUGA YA INDRA BEKTI YA</p> <p>INBEK: PUNYA SAYA PUNYA</p> <p>DENNY: WALAUPUN HANYA TERBATAS</p>

	TETAPI MULAI MENYENANGKAN YA/ HANYA 150 IYA// NANTI KITA AKAN LANJUTKAN MAKANYA SEKARANG NIKMATI TERLEBIH DAHULU YANG SATU INI
<u>SEGMENT 3</u> Denny membuka segment 3	DENNY: KEMBALI LAGI DI ILK/ MENYELESAIKAN MASALAH TANPA SOLUSI/ SEKARANG SAYA INGIN TANYA SAMA SULE/ INI PUNYA SULEKERS JUGA EMANG KARENA SOSIAL MEDIA ATAU APA NIH?/ SULEKERS ITU PERKUPULAN/ GA USAH NGIKUT SUDAH SITU AJA
Suasana dialog diskusi	SULE: GIMANA GIMANA PAK? DENNY: PUNYA INI ITU DARI SOSIAL MEDIA GA?/ SULEKERSNYA TERKUMPULNYA DARI SOSIAL MEDIA ATAU BUKAN
Suasana ketawa	SULE: OOO BUKAN..... DARI TWITTER DENNY: EEHH TWITTER ITU SOSIAL MEDIA LE
Suasana percakapan	SULE: OIYA/ YA DARI SOSIAL MEDIA/ BANYAK SEKALI ORANG YANG NGETAG BAHWA FANS SAYA ITU SULEKERS PADAHAL SAYA TIDAK PERNAH MEMBBUAT ITU DENNY: TAPI ITU KAN DIBUAT KARNA RASA CINTANYA KEPADA SULE SULE: NAAHHH SEPERTI ITU DENNY: SEKARANG AKUNNYA SULE

<p>Indra yang memotong omongan dengan nada santai</p>	<p>SENDIRI APA? SULE: @NEWSULEPRIKITIW INBEK: MAAF SAYANGNYA SAYA FOLLOW ANDA AKBAR: IYA BENER SAYA JUGA FOLLOW SULE PAK TAPI ALASAN SAYA FOLLOW BIAR BISA UNFOLLOW PAK SULE: HAHHA LU UDAH GUE BLOCK DULUAN DENNY: ALASANNYA GITU YA AKBAR: IYAA</p>
<p>Kembali dialog</p>	<p>SULE: MENGUNTINGKAN BANGET SIH KALAU MENURUT SAYA, KITA BISA TAHU ANAK JAMAN SEKARANG/ SAYA JADI TAHU KALAU ANAK SAYA NOMOR 3 ITU BOROKAN GARA-GARA TWITTTER INBEK: AAA.....??? DENNY: SEBABNYA DARI MANA ITU? SULE: KAREN DI FOTOIN BOROKNYA DIDENGKUL TERUS DIA BIKIN STATUS “AYAH AKU BOROK” JADI SAYA TAHU GITU KALAU MISALNYA GAK ADA TWITTER SOSIAL MEDIA SEPERTI INI GAK MUNGKIN SAYA TAHU ITU KARENA SAYAKAN JAUH/ SAYA KERJA DIJAKARTA ANAK SAYA SEMUA DI NEW ZEALAND</p>
<p>Suasana ketawa</p>	<p>INBEK: WISS DI NEW ZEALAND DENNY: ANAK DIMANA?</p>

<p>Suasana ketawa yang terbahak-bahak</p>	<p>SULE: NEW ZEALAND VEGA: BOHONG CIMAHI-CIMAHI DENNY: EHH DI NEW ZEALAND TAPI BOROKAN GIMA SIH/ SULE: NAH ITU DIA/ KARENA CUACA YANG BERBEDA DENNY: OHH MUNGKIN KARENA BERBEDAAN CUACANYA/ KAGET YA SULE: YA DISANAKAN SAMPAI 7 SKALRICHTER INBEK: HAAAAA ITU GEMPA GEMPA SULE: HHAHAHAHA, OHH DERAJAT CELCIUS/ DARI SOSIAL MEDIA MELUI TWITTER INI SAYA BISA MENCIPTAKAN SEBUAH RADIO BERNAMA PRIKITIW RADIO ONLINE DENNY: OHH PRIKITIW RADIO ONLINE YA? SULE: YA, JADI SANGAT MENGUNTUNGGAN</p>
<p>Kembali ke suasana kaget</p>	<p>AKBAR: BANTAR 3X, SAYA TIDAK SETUJU DENGAN APA YANG DIKATAKAN PAK JARWO PAK/ INBEK+DENNY+VEGA: LOHH DIA GAK NGOMONG APA-APA DENNY: PAK JARWO BELUM NGOMONG APA-APA/ INI BARU SULE YANG NGOMONG/ YANG NGOMONG SULE KENAPA JADI</p>
<p>JK teriak sambil menuding Vega yang tiba-tiba berdiri</p>	<p>JK: DIAM!!! VEGA: KALIAN SEBAGAI ARTIS BICARANYA YANG SOPAN</p>

<p>Denny yang berjalan mengarah ke vega sambil tertawa</p> <p>Close up kepada dua audien yang mirip Andi Mallarangeng dan Syeh Puji</p> <p>Suasana garing</p>	<p>OKKY: SORRY-SORRY ARTIS SIAPA?</p> <p>SULE: EH TOLONGNYA SORRY KITA BUKAN ARTIS/ KITA INI ADALAH PEKERJA SENI/ HATI-HATI</p> <p>DENNY: HEH TADI NGOMONGIN PEKERJA SENI/ KAMU MAU DI KELUARIN GAK?</p> <p>INBEK: AHHAHAHA ITU AIR SENI</p> <p>VEGA: ITU AIR SENI BEDA SEKALI/ KITA HARUS SOPAN DISINI BANYAK SEKALI PEJABAT YANG SUDAH HADI/ ADA PAK ANDI MALARANGENG DAN SYEH PUJI/ TERIMAKASIH SYEH PUJI DAN ANDI MALARANGENG TERIMA KASIH BOELH BERDIRI AGAR DILIHAT OLEH SEMUA PEMIRSA DISINI</p> <p>INBEK: PAK ANDI BUKANNYA ADA DI KPK</p> <p>VEGA: YA BELIAU MENYEMPATKAN UNTUK HADIR DISINI</p> <p>AKBAR: JADI BAPAK PAHAM DENGAN YANG SAYA SAMPAIKAN TADI</p> <p>INBEK: ANDA NGOMONG APA?</p> <p>DENNY: LUH TUH BELUM NGOMONG APPA-APA!!</p> <p>AKBAR: TAPI SUDAH RAME KAYAK GITU PAK</p> <p>DENNY: SEKARANG CUMA ANDA SETUJU GAK?</p> <p>AKBAR: GAK SETUJU PAK/ BAPAK KAN</p>
---	---

<p>Suasana mendengarkan perkenalan akbar</p>	<p>BELUM TAHU SAYA DARI MANA KAN PAK? DENNY: ANDA MEWAKILI APA? AKBAR: SAYA DARI PRETIKNO PERTIGAAN REMAJA ANTIK KLASIK DAN KUNO</p>
<p>Suasana ketawa</p>	<p>DENNY: EH DIMANA-MANA KALAU PERKUMPULAN ITU PERSATUAN AKBAR: INI ANGGOTANYA CUMA TIGA PAK JADI PERTIGAAN PAK/ BESOK MINGGU DEPAN RENCANANYA MAU NAMBAH SATU JADI PEREMPATAN PAK/ LAMBANGNYA LAMPU MERAH DENNY: MASA ANGGOTA CUMA BEREMPAT AKBAR: IYA GAK PAPA/ JADI PERTIGAAN REMAJA ANTIK KLASIK DAN KUNO PAK/ JADI MENENTANG YANG NAMANYA SOSIAL MEDIA PAK/ JADI SEMUA ANGGOTA KITA PAK/ KITA WAJIBKAN GAK USAH PUNYA TWITTER/ GAK USAH PUNYA FACEBOOK/ GAK USAH PUNYA PATH/ GAK USAH PUNYA MALU SEKALIAN/ DENNY: KALAU MALU HARUS PUNYA DONG AKBAR: JADI GINI PAK KALAU SULE MENGATAKAN BANYAK EFEK DAMPAK POSITIF BUAT ANAK JUSTRU SAYA DIRUGIKAN PAK DENGAN ADANYA SOSIAL MEDIA DENNY: KENAPA? DIRUGIKAN KENAPA? AKBAR: ANAK SAYA/ BANGUN TIDUR</p>

<p>Susana bercanda dan ketawa</p>	<p>BELUM BUKA MATA SUDAH BUKA PATH// DENNY: BELUM BUKA MATA NGAPAIN DIA BUKA PATH? AKBAR: YA MAKANYA DARI SITU/ MANDI PAK MEREPO TIN DIA BUKA PATH BELUM BUKA BAJU/ ANAK GAK KENAL ORANG TUA/ ANAK SAYA UMUR ENAM TAHUN UDAH MULAI MAIN TWITTER SOSIAL MEDIA NUNDUK TERUS/ JADI BEGITU MELIHAT SIAPA KAMU/ SAYA BAPAKMU/ GAK KELIHATAN SELAMA INI KARENA NUNDUK/ JADI GAK KENAL ORANG TUA POKOKNYA INTINYA SAYA GAK SETUJU DEH PAK/ KALAU BAPAK MAU SETUJU TERSERAH DENNY: YA BENER/ TAPI PADA PRINSIPNYA ANDA TIDAK SETUJU DENGAN ADANYA SOSIAL MEDIA KARENA MEMBERIKAN/ YA ITU TERGANTUNG</p>
<p>Suasana ketawa</p>	<p>OKKY: INTRUPSI-INTRUPSI LEHER BAPAK SAYA PEGEL/ HADAP BELAKANG MULU/ BAPAK DIDEPAN DONG DENNY: PALING ENAK ITU DUDUK DIDEPAN JK: INTRUPSI 3X // SAYA KAPAN DITANYA DENNY: SAYA MAU ADA TANTANGAN UNTUK ANDA/ APAKAH ANDA MASIH BISA MEMBACA DENGAN JELAS/ KITA KAN LIHAT GAMBARANNYA KIRA-KIRA INI BACANNYA NIH YA KALAU DI FACEBOK // NAH NIH NIH</p>

JK yang melotot melihat dari kejauhan	<p>ADA TULISAN KAYAK BEGINI NIH/ BISA GK BACA KAYAK GINI</p> <p>AKBAR: GAK KELIHATAN PAK</p> <p>DENNY: MAJU KEDEPAN AJA</p>
JK berdiri menghampiri Plasama TV	<p>JK: ANDA INI HOST ATAU DOKETR MATA SIH</p> <p>DENNY: SAYA HOST DISINI/ TAPI TOLONG DIBACA NIH BACANYA</p>
Indra berdiri lalu Menghampiri JK dan menggandeng kedepan	<p>INBEK: BOLEH SAYA KEDEPAN YA INTRUPSI BOLEH SAYA KEDEPAN//</p> <p>DENNY: BOLEH-BOLEH</p> <p>INBEK: BARENG KAKEK SAYA MUNGKIN</p>
Suasana ketawa	<p>DENNY: GAK USAH SEMUA 3X</p> <p>SULE: KITA RAME RAME KEDEPAN</p> <p>DENNY: INI BACA</p>
Semua bintang tamu kedepan Untuk membaca nama akun facebook alay	<p>INBEK: YANG MANA SIH?</p> <p>DENNY: NIH YANG DIATAS</p> <p>FITROP: PAK SAYA GAK BISA BACA PAK</p> <p>DENNY: HEH KEJAUHAN</p>
Semua bintang tamu mendekati plasama tv dan berusaha membaca	<p>OKKY: SAYA MINUM DUA</p> <p>INBEK: NIH LIHAT COBA SAYA YA/ EGBABLOBUTUUH DIA</p> <p>FITROP: SAYA TAHU SAYA TAHU/ EGA BAB KALAU LAGI BUTUH DIA/ JADI KALAU LAGI KANGEN SAMA PACARNYA DIA BUANG AIR BESAR</p>
Suasana bingung dan ketawa	<p>VEGA+INBEK: LOLICIHCIH LOLI</p> <p>VEGA: DONGO</p> <p>INBEK: ONGOL-ONGOL BLUB AS LEPEKETUP</p>

<p>Suasana masih kebingungan untuk mengeja nama akun facebook</p> <p>Suasana ketawa</p> <p>Denny menutup segment 3</p>	<p>ALAH..... AAA.....</p> <p>FITROP: ITU NAMANYA ADA PANGGILAN SINGKATANNYA YA PPAK</p> <p>DENNY: APA?</p> <p>FITROP: EGA BAB</p> <p>DENNY: EGA BAB/ COBA PAK JARWO MUNGKIN YANG TIDAK MENGIKUTI TAPI HANYA ORANG-ORANG YANG HATINYA BERSIH</p> <p>OKKY: PAK INI DIA TIDAK BERUSAHA MEMBACA/ BARU LIHAT TV MODEL BEGINI PAK</p> <p>HAHAHAHAHAHAHA</p> <p>DENNY: YA KITA AKAN KEMBALI SETELAH YANG SATU INI</p>
<p>SEGMENT 4</p> <p>Dengan suasana semangat Denny Chandra membuka segment 4</p>	<p>DENNY: BALIK LAGI DI ILK INDONESIA LAWAK KLUB/ SAYA YAKIN MASIH SEMANGAT DAN KITA SEKARANG MEMPERMASALAHKAN SOSIAL MEDIA BUKAN HANYA DIPERGUNAKAN OLEH ANAK-ANAK MUDA SAJA/ TAPI SSEKARANG INI ITU PARA PEJABAT/ PESOHOR ITU SEMUA JUGA MEMPERGUNAKAN SOSIAL MEDIA/ SAYA PENGEN TANYA SEKARANG KE PAK JK INI</p> <p>JK: ALHAMDULILLAH</p> <p>DENNY: AKHIRNYA DATANG JUGA YA/</p>

<p>JK memperkenalkan dirinya</p> <p>Susana percakapan</p>	<p>SAMPAI SEJAUH INI MENURUT PAK JK/ SOSIAL MEDIA ITU POSITIF ATAU NEGATIF</p> <p>JK: SAYA INI KAN DARI ORGANET</p> <p>DENNY: OOOHHH DARI ORGANET</p> <p>JK: ORANG GAGAP INTERNET</p> <p>DENNY: JADI BERARTI JARANG MAIN INTERNET</p> <p>JK: LEBIH BERMAIN DENGAN ISTRI SAYA</p>
<p>Suasana ketawa</p>	<p>DENNY: IYA HAHAHA</p> <p>JK: MEMAINKAN INTERNET MAKSUDNYA BERSAMA ISTRI</p> <p>DENNY: MEMAINKAN INTERNET BERSAMA DENAGN ISTRI</p> <p>JK: JADI BEGINI/ SAYA MEMANG KURANG</p> <p>DENNY: JADI ANDA BEGITUAN TETAP MAIN INTERNET</p>
<p>Suasana bercanda</p>	<p>JK: INI SAYA MAU NGOMONG</p> <p>DENNY: SAYA CUMA HERAN/ MEMANG ANDA MULTITASKING BISA MELAKUKAN KEGIATAN TERU-TERUSAN</p> <p>JK: YA JADI KALAU SAY MEMILIH ANTARA</p> <p>OKKY: INTERUPSI/ SOALNYA BAPAK SAYA KALAU DIPOTONG SUKA LUPA</p> <p>DENNY: IYA IYA MAKANYA</p> <p>OKKY: AYO LANJUT</p> <p>JK: SAYA NGOMONG PA YA</p> <p>DENNY: TERUS-TERUS PAK</p> <p>JK: DEKET DIA TAMBAH LUPA LAGI/ BISA-</p>

<p>Suasana percakapan</p>	<p>BISA LUPA KELUARHGA INNI/ JADI SAY PILIH DUNIA NYATA KARENA DUNIA NYATA BERGANTUNG PADA TUHAN/ DIDUNIA MAYA BERGANTUNG HANYA PADA LISTRIK DAN POWER BANK</p> <p>DENNY: IYA IYA/ SAYA INGIN TANYA JUSTRU PENDAPAT PAK JK MENGENNAI BANYAK SEKALI YANG NAMANYA PARA PEJABAT/ ANGGOTA DPR/ POLITISI/ POLITIKUS MEMPERGUNAKAN MEDIA SOSIAL</p>
<p>Suasana sedikit tegang</p>	<p>OKKY: PANTESAN TIDAK PUNYA KERJAAN NGETWEET-NGETWEET SEPERTI ITU</p> <p>JK: ANDA SAJA YANG NGOMONG SANA/ SAYA DITANYA KOK KAMU YANG JAWAB/ JADI BEGINI PAK BERBICARA TENTANF MASALAH NAFSU</p> <p>OKKY: HEEE HEEE</p> <p>JK: EH SALAH KAN TUH/ PEJABAT NARSIS ITU BIASA/ MEREKA JUGA MANUSIAKAN/ KALAU PENJAHAT NARSIS BARU BERBAHAYA</p> <p>DENNY: IYA IYA JADI SELAMA POLITISI</p> <p>JK: CONTOHNYA</p> <p>DENNY: CONTOHNYA APA?</p>
<p>Suasana ketawa</p>	<p>JK; KALAU PENJAHAT NARSIS AKAN BERBAHAYA/ MISALNYA DIA LAGI DI ATM MAU BONGKAR ATM/ TERUS BIKIN STATUS</p>

<p>Tepuk tangan dan ketawa</p>	<p>DULU @BONGKAR ATM/ BISA KETANGKKAP PAK</p> <p>DENNY: IYA BENER</p> <p>JK: LUCU GAK? LUCU GAK? TEPUNG TANGAN DONG</p> <p>DENNY: MAKANYA KALAU PENJAHAT GAK BOLEH YA</p> <p>JK: GAK BOLEH</p> <p>DENNY: KALAU PEJABAT BOLEH</p>
<p>Menunjuk okky</p> <p>Audiens ketawa</p>	<p>JK: KAMU GAK BOLEH YA</p> <p>DENNY: DIA BUKAN PENJAHAT</p> <p>JK: APA DIA?</p> <p>DENNY: PENJAHIT/ ADA BEBERAPA TWEET DARI PEJABAT NEGARA/ ADA PAK SBY PRESIDEN KITA SUDAH PUNYA TWITTER/ TERUS PAK TIFATUL/ NAH DISINI IBU ANI JUGA "ITU KELUARGA PADA PAKAI BATIK DI PANTAI" INI MUNGKIN KARENA PAKAI BATIK BERFOTO DIPANTAI MUNGKIN YA KARENA GAK TAU SITUASI SEPERTI APA/ LALU DIJAWAB OLEH IBU ANI/ SUBHANALLAH KOMENTAR ANDA YANG SANGAT BODOH/ KOK ANDA TIDAK BERFIKIR BAHWA KAMI SEDANG MELAKUKAN KUNJUNGAN DAN MAMPIR SEBENTAR KE PANTAI ITU SEKALIAN LEWAT? COME ONE/ HAH YANG SAYA MAU TANYA ARTINYA ITU COME ON ITU APA YA?</p>

<p>Suasana membaca sambil di buat bercanda</p>	<p>JK: APA? DENNY: COME ON</p>
<p>Suasana sedikit tegang</p>	<p>OKKY: INI SEBENTAR/ INI MUNGKIN HANYA TANDA BACA KITA SAJA YANG SALAH/ COBA KALAU KITA BISA MEMBACANYA DENGAN NADA YANG LEBIH BAIK DAN LEMBUT MUNGKIN INI ARTINYA AKAN JADI POSITIVE</p>
<p>Suasana ketawa</p>	<p>DENNY: DAN INI JUGA SAYA LIHAT BUKAN SUATU HAL YANG MEMPERLIHATKAN KEMARAHAN SEBENARNYA JUSTRU YA SEPERTI BIASA NAMANYA JUGA MANUSIA// YA MANUSIAKAN SEPERTI ITU// YANG LAINNYA MUNGKIN BSA DIPERLIHATKAN LAGI HAL INI TENYATA PAK TIFATUL SENDIRI JUGA MEMPUNYAI JIWA ALAY. HAHAHA SAMPAI DIA NGETWET SEPERTI INI BISA DIBACA OLEH OKKY LUKMAN MUNGKIN KALAU PENASARAN FITROP: NANTI DIBLOK LOH NANTI DIBLOK LOH DENNY: SIAPA DIBLOK? FITROP: NANTI DIBLOK TWITTERNYA SAMA BAPAK SEMERIWING OKKY: BAPAK TIFATUL SEMBIRING DENNY: SEMERIWING HEHHE OBAT BATUK NENG SEMERIWING AKBAR: SUDAH PAK, SUDAH HASILNYA</p>

<p>Suasana berusaha membaca dan ketawa-ketawa</p>	<p>LIMA SETNGAH SUDAH SAYA HITUNG DENNY: APANYA? AKBAR: ITU TULISANNYA INBEK: ITU DIBACA DENNY: ITU BUKAN RUMUS AKBAR: KEBANYAKAN ANGKANYA PAK DENNY: INI JANGAN ADA DUSTA DI ANTARA KITA KALAU BENCI YANG BILANG BENCI KALAU CINTA YA BILANG CINTA JANGAN BIARKAN HATIMU TERTUSUK SEMILU OKKY: INI MAH KAYA LAGU YA, INBEK: KALAU CINTA YA BILANG CINTA KALAU BENCI YAA BILANG BENCI KALAU CINTA YA BILANG CINTA KALAU BENCI YA BILANG BENCI OKKY: BEKTI KAMU SUDAH JADI PENYANYI MASIH FALS/ PAK BUKAN LAGU ITU PAK/ JANGAN BENCI BILANG CINTA/ JANGAN MARAH/ GAK ADA MARAHNYA YA PAK INBEK: GAK ADA!!! FITROP: SALAH PAK INSTRUPSI DENNY: YA FITROP: JANGAN-JANGAN BENCI BILANG CINTA JANGAN-JANGAN CINTA BILANG</p>
---	--

<p>Suasana percakapan lucu</p>	<p>BENCI ITU/ SULE : BUAK BEGITU LAGUNYA DENNY: LAGUNYA GIMANA? SULE: JANGAN BENCI BILANG CINTA/ TINGGI-TINGGI SEKALI INBEK: SALAH OKKY: JANGAN BILANG CINTAAA SULE: ITU SUSIS TUH/ AHHH KAMU DENNY: KALAU TIDAK SALAH BEKTI I NI JUGA DI FOLLOW OLEH PAK SBY? INBEK: BETUL SEKALI DENNY: BOLEH DI CERITAKAN? INBEK: JADI WAKTU ITU/</p>
<p>Suasana ketawa</p>	<p>DENNY: GAK LEWAT SMS AJA/ GAK SEKARANG NANTI AJA NANTI/ OKE IYA IYA BOLEH BEKTI JANGAN MARAH INBEK: KITA BARENG-BARENG DISANA, ADA INDRA HERLAMANG ADA BEBERAPA PRESENTER DISANA/ WAKTU ITU DIHUTAN APALAAH ITU? DENNY: OOO ADA SOSIALISASI YA? INBEK: IYA/ MAU SUPAYA LEBIH DEKAT DENGAN OKKY: PERTUKARAN BINATANG YA?</p>
<p>Ketawa terbahak-bahak</p>	<p>SULE: LU IKUT DONG? INBEK: TERIMAKASIH SULE/ TERUS SUDAH ITU KITA LESEHAN BARENG-BARENG/ TERUS SAYA NGOBROL</p>

<p>Susana percakapan lucu (ketawa)</p>	<p>PAK SAYA FOLLOWERS TWITTER BAPAK/ TOLONG DI FOLLOW BALIK/ OKE SAYA JANJI KAMU SAYA FOLLOW/ DAN TERNYATA SAYA CEK BESOKNYA TERNYATA BENAR SAYA DI FOLLOW</p> <p>OKKY & INBEK: AKI-AKI MAU KEMANA? DENNY: TENGGUKNYA GAK ENAK INBEK: TERNYATA SAYA CEK BESOKNYA SAYA DI FOLLOW SULE: TAPI YANG MEMFOLLOW ITU? PAK PRESIDEN/ ATAU STAFF ATAU AJUDANNYA? YANG SAYA TAU TAU ITU KANG NDUT// SEKERTARISNYA DENNY: SIAPA LAGI LE?? LE SIAPA LAGI KANG NDUT? INBEK: SAYA BANGGA SEKALI DI FOLLOW OLEH BAPAK//</p>
<p>Suasana ricuh ketawa</p>	<p>FITROP: INTRUPSI INTRUPSI// JANGAN BANGGA DULU INDRA BEKTI//</p> <p>DENNY: NAAAH FITROP: KARNA SIAPA TAU TERNYATA MOTIFASI BAPAK SBY MEMFOLLOW ANDA TIDAK JAUH BERBEDA SEPERTI DIA// BAPAK MEMFOLLOW ANDA UNTUK SUATU SAAT BISA MENGUNFOLLOW ANDA// INBEK: APAAA...??? TOLONG DONG ITU</p>

<p>Semua yang distudio set gala dinner ketawa</p> <p>Denny menutup segment 4</p>	<p>KAMERA/ MANA KAMERA ZOOM IN// ZOOM IN/ APAA....???</p> <p>FITROP: KAMERA TOLONG ZOOM IN SEBELAH SINI HEHEE BAPAK ADD FITROP YA PAK YA//</p> <p>DENNY: TERNYATA PENGEN DI FOLLOW JUGA//</p> <p>JK: TOLONG KAMERA KE SAYA/</p> <p>DENNY: APA LAGI INI?</p> <p>JK: DIAM.....!!!</p> <p>DENNY: HAHHA GAK USAH GAK USAH</p> <p>VEGA: COBA SEBENTAR TOLONG ZOOM KITA BERDUA/ TUHANKAN BERIKAN <u>SEMUA DI STUDIO KETAWA</u></p> <p>SULE: ITU LAGUNYA ORANG PINGGIRAN</p> <p>DENNY: KITA AKAN KEMBALI LAGI SETELAH SATU INI//</p>
<p><u>SEGMENT 5</u></p> <p>Denny membuka segment 5 dan segment terakhir sekalian memberikan kembali sedikit mengenai fenomena di Indonesia (tepuk tangan)</p>	<p>DENNY: KEMBALI LAGI DI ILK INDONESIA LAWAK KLUB DAN SEKARANG ADA SATU BUKAN TRADISI/ BUKAN JUGA KEBIASAAN/ TETAPI SATU TREN DI INDONESIA ITU ADA YANG NAMANYA TWEETWAR/ JADI PERANG DI TWITTER/ SAMPAI ADA YANG MEMBEAWANYA KE PIHAK YANG BERRWAJIB SEPERTI KASUSNYA FARHAAT ABBAS DAN KELUARGA DHANI AHMAD ITU// DAN SAYA INGIN TANYA PENDAPATNYA</p>

<p>Okky memberi pesan dan menjelaskan jawaban</p>	<p>KEPADA OKKY DULU/ MENURUT OKKY GIMANA? TWEET WAR ITU MASIH DIPERBOLEHKAN ATAU GAK?</p> <p>OKKY: JANGAN SAMPAI DENGAN ADANYA MEDIA SOSIAL INI/ KITA GAAMPANG MENYAKITI HATI ORANG LAIN/ YAKAN? DENGAN ADANYA HAL SEPERTI INI SANGAT TERBUKA SEKALI ORANG UNTUK MENJUDGE SATU SAMA LAIN// INGAT BAHWA YANG MENGEJUDGE KITA ITU YANG BERHAK MENGEJUDGE KITA HANYALAH TUHAN/ APA YANG KITA LAKUKAN DIDALAM DUNIA INI</p> <p>DENNY: OKEE</p>
<p>Akbar yang langsung intrupsi serta menjelaskan. Serta memperagakan jika berantem melalui twitter.</p>	<p>AKBAR: SAYA PAK</p> <p>DENNY: IYA APA?</p> <p>AKBAR: SAYA BOLEH NGOMONG SEBENTAR PAK?</p> <p>DENNY: BOLEH</p> <p>AKBAR: IYA PAK JADI MENURUT SAYA/ TERSERAH ORANG MAU NURUT ATAU GAK/</p> <p>DENNY: IYA</p> <p>AKBAR: IYAKAN NAMANYA JUGA MENURUT SAYA/ YAKAN MENURUT SAYA ITU ADA BAIKNYA ADA GAKNYA PAK/ JADI TWEET WAR BOLEH AJA TAPIKAN INI DI DUNIA MAYA NIH PAK/ GAK USAH DI BAWA-BAWA KEDUNIA NYATA//</p>

<p>Akbaar masih menjelaskan</p>	<p>SULE: SAYA SETUJU//</p> <p>AKBAR: SAYA GAK SETUJU DENGAN ANDA</p> <p>SULE: HAHAH BAGAIMANA INI??</p> <p>AKBAR: TERUS GINI PAK/ JADI GINI KALAU MEMANG BERTENGGAR DIDUNIA MAYA/ BERTENGGAR DI DUNIA MAYA//</p> <p>DENNY: SELESIAKAN DI DUNIA MAYA</p> <p>AKBAR: MISALNYA BEGINI, SAYA PUKUL KAU/ DIBALES WEII GAK KENA/ NAHKAN JADINYA ENAK</p> <p>DENNY: BETUL-BETUL YA/ JADI GAK USAH</p> <p>AKBAR: JANGAN DI BAWA KE DUNIA NYATA</p> <p>DENNY: IYA</p> <p>AKBAR: BACOK, SILAHKAN WEII TAK KENA ATAS/ BALES LAGI/ TERUS DI TWEET GITU PAK//</p> <p>AKBAR: SETUJU/ JDAI BISA// BACOK, BACOK KEMUDIAN DI MENTION BALIK/ WADUH BERDARAH/ BALES BACOK/ WADUH KENA JUGA// JADI ENAK GAK USAH BAWA KE RUMAH SAKIT///</p> <p>DENNY: IYAA</p> <p>AKBAR: YAKAN SETUJUKAN PAK?</p> <p>GAK USAH DI BAWA KE DUNIA</p> <p>DENNY: DUNIA NYATA</p> <p>AKBAR: MISALKAN INI BISA//</p> <p>DENNY: LU BACOK NIH// WAH BERDARAH/ GUE BACOK</p>
---------------------------------	--

<p>Masih Suasana percakapan</p> <p>(ketawa & tepuk tangan)</p> <p>Fitri Tropika yang berbicara</p>	<p>LAGI// WEE GAK ADA GW LAGI DI RUMAH SAKIT CE</p> <p>AKBAR: JADI MISALNYA FARHAT ABAS SAMA AL// AL ITU MAU TINJU// JANGAN TINJU DI RING PAK/ DI TWITTER BISA PAK//</p> <p>DENNY: DI TWITTER BISA YA?</p> <p>AKBAR: JAB KANAK/ HOOK KIRI/ JAB KANAN/ JADI KAYA ORANG GILA.///</p> <p>DENNY: HAHAAH..OOO JADI EMANG KAYA ORANG GILA EMANG</p> <p>AKBAR: IYA MAKSUDNYA ITU PAK/ BAPAK NGERTI?</p> <p>DENNY: ENNGA/ SAYA GAK NGERTI KAMU NGOMONG APA DARI TADI//</p> <p>AKBAR: SAYA AJA GAK NGERTI APA YA SAYA OMONGIN</p> <p>DENNY: MAKANYA DARI TADI KAMU NGOMONG APA SIH?</p> <p>TAPI SAYA HARUS MENANGGAPI KAMU</p> <p>AKBAR: IYA PAAK SEMUA ORANG BOLEH NGOMONG / WALAAUPUN TIDAK SEMUA ORANG MAU MENDENGARKAN</p> <p>DENNY: IYA BETUL/ SAYA SETUJU DENGAN ITU TADI</p> <p>AKBAR: IYA TERIMA KASIH</p> <p>DENNY: IYA SAMA-SAMA// HAHAH KALAU MENURUT FITROP GIMANA?</p> <p>FITROP: JADI PRINSIPNYA SEBENARNYA</p>
--	--

<p>bijak</p>	<p>SALAH SATU MUNGKIN KALAU PRINSIP INI BISA DIPAKAI OLEH SEMUA PENGGUNA MEDIA SOSIAL MEDIA// HARUSNYA TWEETWAR GAK USAH KEJADIAN YANG NAMNYA MAIN SOSIAL MEDIA ITU CUKUP SEBATAS JARI GAK USAH MASUK KE HATI ITU AJA//</p> <p>DENNY: CIEE YAAA/ DALAM SEKALI YA/ KADANG-KADANG YA KITA KALAU DI ILK INI MUNGKIN KATA-KATA DARI AWAL</p> <p>OKKY: PAK INTRUPSI/ BISA DI PERCEPAT GAK? GELUDUK PAK</p> <p>DENNY: HAHHAHA YEE....BAHASA GELUDUK</p> <p>INBEK: GELDEK-GELDEK</p> <p>SULE: UDAH KEJEDOK AJA GELUDUK//</p> <p>DENNY: KARENA KALAU DIA JALAN BUKAN JALAN</p> <p>INBEK: APA?</p> <p>DENNY: GELINDINGAN DIA ITU NAMAANYA</p> <p>INBEK: MENURUT SAYA</p> <p>DENNY: BELUM DITANYA</p> <p>INBEK: OOOO</p> <p>OKKY: INTRUPSI/ SAYA MENERUSKAN LAGI YAA BAHWA BENER SIH KURANG SETUJU KALAU ORANG TADI UNTUK APA? UNTUK BICARA DI DALAM TWITTER ITU TAADI/ APALAGI TWITTER DAN MEDIA SOSIAL MEDIA LAINNYA/ TWITTER KHUUSUNYA/ DI</p>
--------------	---

<p>Suasana percakapan yang membuat ketawa</p>	<p>TWITTER ITU BANYAK SEKALI ORANG SEUDZAN/ MISALNYA GINI ADAA YANG MENULIS NGETWEET/ WADUH SIAPA NIH YANG NYOLONG SANDAL GW/ TRUS DI JAWAB RT///</p> <p>INBEK: ITU RETWEET ITU RETWEER INTRUPSI//</p> <p>DENNY: RT ITU ARTINYA TOLONG DI TERUSKAN</p> <p>INBEK: RETWEET</p> <p>DEENNY: RETWEET</p> <p>OKKY: YA SAYA GAK TAU</p>
<p>Percakapan yang tegang namun suasana komedi</p>	<p>FITROP: ADA APA BAWA-BAWA NAMA SAYA?</p> <p>DENNY: KAMU FITRI BUKAN RETWEET/ KENAPA JADI RETWEET/ KADANG-KADANG KALAU DISINI TUH TADI NGACO SIH FITRI NGOMONGNYA/ TAPI TERAKHIR DIA BIJAKSANA// EEH GILA LAGI HAHHAHA// KAYAK TWITTER YA MAKANYA HARUS DISANRIG DENGAN BAHASA DAN KALBU KITA// TEPUK TANGAN DULU DONG/ JADI KALAU KITA LIHAT SEMUANYA KEMBALI KEPADA KITA/ TWITTER MEDIA SOSIAL ITUU SEMUANYA SEPERTI PISAU/ JADI DIPERGUNAKAN UNTUK HAL YANG NEGATIF JUGA BISA/ YANG POSITIF JUGA</p>
<p>Denny memeri kesimpulan</p>	<p>BISA/ JADI TERGNTUNG KEPADA DIRI</p>

<p>serta menutup program.</p> <p>Susana ketawa</p> <p>(Tepuk tangan)</p>	<p>KITANYA/ TETAPI UNTUK ORANG TUA SEBAIKNYA ANDA MEMPERHATIKAN PERKEMBANGAN SI ANAK ITU DALAM MEMPERGUNAKAN SOSIAL MEDIA HARUSLAH BIJAKSANA YA// MUNGKIN RASANYA PERBINCANGAN KITA INNI SEPERTINYA TIDAK PENTING TETAPI KALAU KITA TELAAH LAGI LEBIH DALAM RASANYA MEMANG TIDAK ADA YANG PENTINGNNYA// PALING GAK KEINGINAN KITA HANYA INGIN MENGHIBUR/ POKOKNYA MOGA-MOGA MINNGGU DEPAN KITA MASIH BISA MENGHIBUR ANDA SEMUANYA/ JADI TETAPLAH SELALU DI ILK</p> <p>SEMUA AUDIENCE: INDONESIA LAWAK KLUB</p> <p>DENNY: MENYELESAIKAN MASALAH TANPA SOLUSI/ SAMPAI JUMPA//</p>
--	---

MERCU BUANA

BIODATA

PERSONAL



Nama : Hendry Cahyadi
Nama Panggilan : Hendry
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Tempat Tanggal Lahir : Banyuwangi, 28 Mei 1994
Alamat : Jl. Masjid Darul Fallah No 15 Rt 005/Rw 003 Petukangan Utara a
Pesanggrahan Jakarta Selatan
Agama : Islam
Tinggi Badan : 170 Cm
Berat Badan : 55 Kg
Golongan Darah : O
HP : 081294768885
E-mail : hendrycahyadi14@yahoo.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

- SMA Puspa Bangsa, Depok II
- Broadcasting, Universitas MercuBuana (2011- Sekarang)

RIWAYAT PENDIDIKAN NON FORMAL

- LBPP LIA Mercubuan (2012)
- Marvelous America Style, Pare Kediri (2014)

RIWAYAT ORGANISASI

- Orange Media Mercubuana “Koordinator Liputan” 2011 – 2012
- Transmania “Human Capital” 2012-2013

RIWAYAT KERJA

- TRANS TV “Magang Kreatif” November 2012 - April 2013
- Denny Darko Enterprise “Road Manager” Juli 2013 – Juli 2014
- TRANS TV “Magang Kreatif” Agustus 2014 – Desember 2014

