

**OPINI PUBLIK TENTANG WACANA WISATA HALAL
DANAU TOBA DI MEDIA MASSA**

**(Studi Deskriptif pada Masyarakat di Kelurahan Tanah Enam Ratus
Kecamatan Medan Marelan Kota Medan)**

SKRIPSI

OLEH :

RANDY REZKY SIHOMBING

NPM : 16.853.0049



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2020**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 18/3/22

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)18/3/22

**OPINI PUBLIK TENTANG WACANA WISATA HALAL
DANAU TOBA DI MEDIA MASSA**

**(Studi Deskriptif pada Masyarakat di Kelurahan Tanah Enam Ratus
Kecamatan Medan Marelan Kota Medan)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area**

OLEH :

**RANDY REZKY SIHOMBING
NPM : 16.853.0049**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2020**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 18/3/22

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)18/3/22

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Penelitian : Opini Publik Tentang Wacana Wisata Halal Danau Toba
di Media Massa (Studi Deskriptif pada Masyarakat
Kelurahan Tanah Enam Ratus Kecamatan Medan Marelan
Kota Medan)

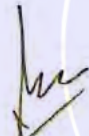
Nama Mahasiswa : Randy Rezky Sihombing

NPM : 168530049


Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Disetujui Oleh :
Komisi Pembimbing


Dr. Yan Hendra, M.Si


Pembimbing I


Taufik Wal Hidayat, S.Sos. M.AP

Pembimbing II



Kusmanto, MA
Dekan


Ilma Saakinah Tamsil, M.Comm

Ka. Prodi

Tanggal Lulus : 27 October 2020

 Ditandatangani dan Cetak Scanned

LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam skripsi ini yang dikutip dari hasil karya orang lain sudah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma dan aturan penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi-sanksi dengan peraturan yang berlaku apabila di kemudian hari ditemukan adanya hasil plagiat dalam skripsi ini.

Medan 2020

Hormat Penulis,



Randy Rezky Sihombing

CS Dipindai dengan CamScanner

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS

AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Randy Rezky Sihombing

NPM : 168530049

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jenis Karya : Tugas Akhir / Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free-Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul Opini Publik Tentang Wacana Wisata Halal Danau Toba di Media Massa (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasi tugas akhir / skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 2020

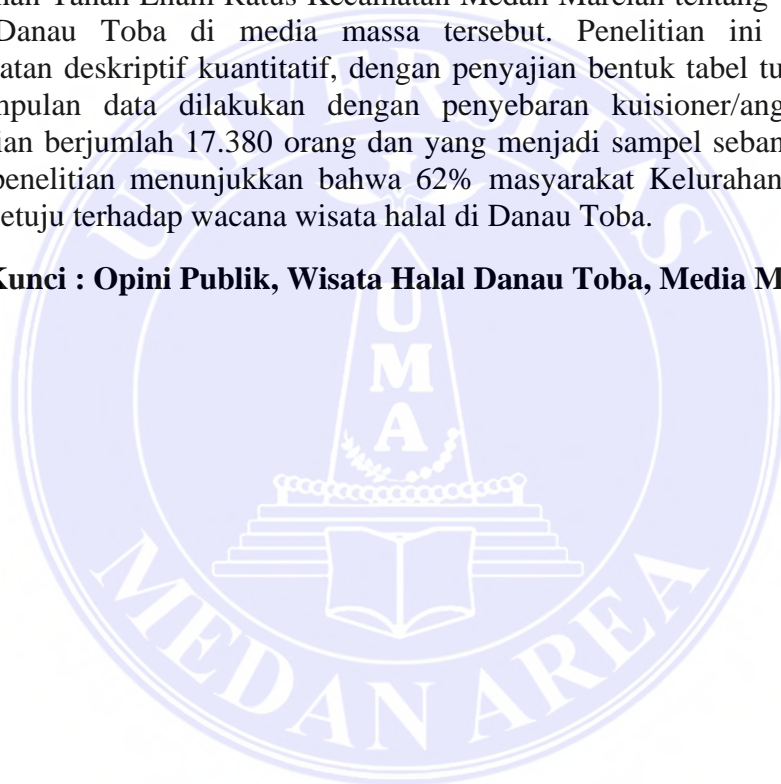
Menyatakan,

Randy Rezky Sihombing

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh isu penerapan wacana wisata halal di Danau Toba yang menimbulkan polemik di tengah-tengah masyarakat Kota Medan khususnya di Kecamatan Medan Marelan. Wacana wisata halal ini menjadi pemberitaan di berbagai media massa dan menjadi topik hangat. Pemberitaan wacana wisata halal ini juga sering dikaitkan dengan Gubernur Sumut saat ini yakni Purn Letnan Jendral H. Edy Rahmayadi periode 2018-2023 sebagai penggagas wacana tersebut. Hal ini tentu menjadi perhatian publik dan menarik perhatian masyarakat untuk memunculkan opini-opini. Wacana ini juga menimbulkan pro dan kontra di masyarakat, dimana ada yang berpendapat setuju dan tidak setuju tentang wacana wisata halal di Danau Toba. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana opini publik pada Masyarakat Kelurahan Tanah Enam Ratus Kecamatan Medan Marelan tentang wacana wisata halal Danau Toba di media massa tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, dengan penyajian bentuk tabel tunggal. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuisioner/angket. Populasi penelitian berjumlah 17.380 orang dan yang menjadi sampel sebanyak 99 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 62% masyarakat Kelurahan Tanah Enam Ratus setuju terhadap wacana wisata halal di Danau Toba.

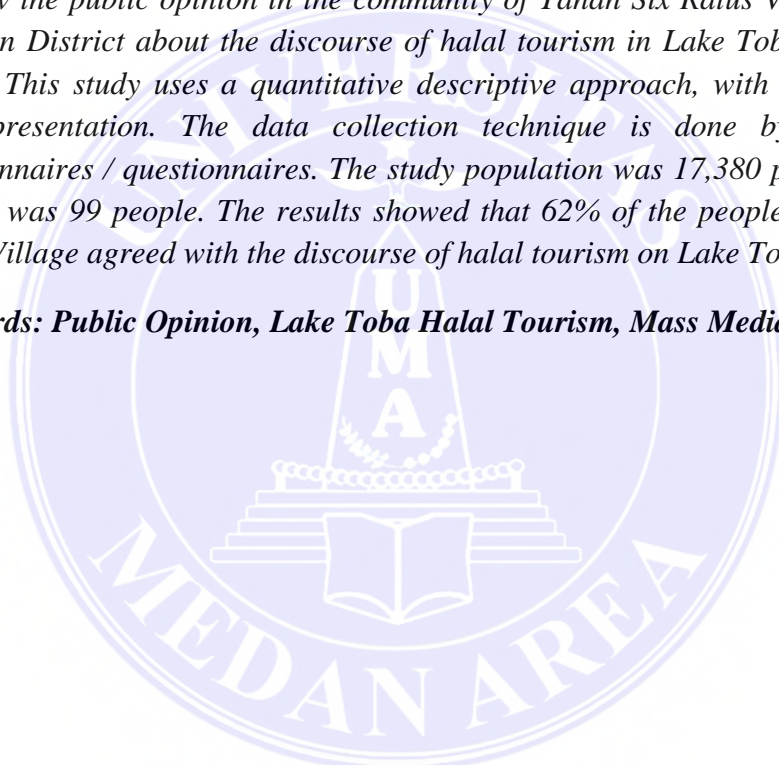
Kata Kunci : Opini Publik, Wisata Halal Danau Toba, Media Massa



ABSTRACT

This research was motivated by the issue of implementing the discourse on halal tourism in Lake Toba which caused a polemic in the midst of the people of Medan City, especially in Medan Marelan District. The discourse on halal tourism has become news in various mass media and has become a hot topic. The news about halal tourism is also often associated with the current Governor of North Sumatra, namely Purn Lieutenant General H. Edy Rahmayadi for the 2018-2023 period as the initiator of the discourse. This is of course a public concern and attracts public attention to raise opinions. This discourse also raises pros and cons in the community, where there are those who agree and disagree about the discourse on halal tourism on Lake Toba. The purpose of this research is to find out how the public opinion in the community of Tanah Six Ratus Village, Medan Marelan District about the discourse of halal tourism in Lake Toba in the mass media. This study uses a quantitative descriptive approach, with a single table form presentation. The data collection technique is done by distributing questionnaires / questionnaires. The study population was 17,380 people and the sample was 99 people. The results showed that 62% of the people of Tanah Six Ratus Village agreed with the discourse of halal tourism on Lake Toba.

Keywords: *Public Opinion, Lake Toba Halal Tourism, Mass Media*



RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Randy Rezky Sihombing lahir di Medan pada tanggal 29 Januari 1993, anak dari Bapak Lasman Sihombing dan Ibu Ledia Sianturi. Penulis merupakan anak sulung dari empat bersaudara.

Tahun 2011 penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) Swasta Methodist-8 kota Medan. Pada tahun 2016 penulis melanjutkan pendidikan Strata-1, terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area. Penulis mengikuti Kuliah Kerja Lapangan (KKL) pada tahun 2019 di Harian Waspada yang beralamat di Jalan Letjen Suprpto/Brigjen Katamso No 1 Kecamatan Medan Maimun, Kota Medan, Sumatera Utara 20151. Penulis melaksanakan penelitian skripsi pada Maret 2020 yang berjudul Opini Publik Tentang Wacana Wisata Halal Danau Toba di Media Massa (Studi Deskriptif pada Masyarakat di Kelurahan Tanah Enam Ratus Kecamatan Medan Marelan Kota Medan).

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kasih karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Opini Publik Tentang Wacana Wisata Halal Danau Toba di Media Massa (Studi Deskriptif Pada Masyarakat di Kelurahan Tanah Enam Ratus Kecamatan Medan Marelan Kota Medan)”.

Adapun tujuan dari penelitian ini untuk memenuhi persyaratan guna menyelesaikan Program Studi Ilmu Komunikasi Strata-I pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Heri Kusmanto, M.A, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
2. Beby Masitho Batu Bara, S.Sos, M.AP, selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
3. Ilma Saakinah Tamsil, M.Comm, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area.
4. Dr. Yan Hendra, M.Si, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan motivasi, saran dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi.
5. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, M.AP, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan motivasi, saran dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi.
6. Ria Wuri Andary, M.I.Comm selaku sekretaris.
7. Seluruh Dosen FISIP, terkhusus Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area.

8. Staf dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
9. Teristimewa penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Ayah dan Ibu yang senantiasa mendoakan, memberikan dukungan baik secara moril dan materi dalam menyelesaikan skripsi ini. Dan juga untuk saudara-saudari penulis yang selalu memberikan semangat dan juga doa tentunya.
10. Buat Lae Mangisi, Andri, Diki, Fazrul, Ayu, Erwini serta teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi angkatan 2016 yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu yang telah memberikan semangat, dukungan dan serta doanya kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Untuk itu, penulis meminta maaf dan mengharapkan kritik dan saran dari pembaca demi kesempurnaan di masa yang akan mendatang. Harapan penulis, semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca. Akhir kata penulis ucapkan terimakasih.

Medan, 2020

Randy Rezky Sihombing
NPM.168530049

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACK.....	ii
RIWAYAT HIDUP	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah	6
1.3 Perumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Pengertian Opini Publik.....	7
2.1.1 Karakteristik Opini Publik.....	8
2.1.2 Proses Pembentukan Opini Publik	9
2.1.3 Dimensi Opini Publik.....	11
2.1.4 Kekuatan Opini Publik	12
2.2 Pengertian Komunikasi Massa.....	13
2.2.1 Karakteristik Komunikasi Massa	14
2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa	14
2.3 Media Massa	15
2.3.1 Media Cetak	16
2.3.2 Media Elektronik.....	18
2.4 Pariwisata Danau Toba	19
2.5 Teori S-O-R	21
2.6 Kerangka Konsep.....	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Jenis Penelitian	24
3.2 Populasi dan Sampel	24
3.3 Tempat Penelitian	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.5 Analisis Data.....	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Gambaran Lokasi Penelitian	28
4.1.1 Letak Geografis dan Luas Daerah	28
4.1.2 Distribusi Penduduk Berdasarkan Umur	28
4.1.3 Distribusi Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin.....	29
4.1.4 Distribusi Penduduk Berdasarkan Agama	30

4.1.5 Distribusi Penduduk Berdasarkan Suku	30
4.1.6 Distribusi Penduduk Berdasarkan Pekerjaan	31
4.1.7 Distribusi Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan ..	32
4.1.8 Sarana Rumah Ibadah	32
4.1.9 Sarana Ekonomi	33
4.1.10 Sarana Olahraga	34
4.2 Penyajian Data Hasil Penelitian	34
4.2.1 Hasil Penelitian	34
4.2.2 Karakteristik Responden	35
4.2.3 Opini Publik Tentang Wisata Halal di Danau Toba	37
4.3 Pembahasan	50
4.3.1 Analisis <i>Crosstab</i>	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kerangka Konsep.....	23
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Usia	35
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan.....	36
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Agama	36
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan media Massa.....	37
Tabel 4.5 Konsep Wisata Halal Dapat Diterapkan di Danau Toba.....	38
Tabel 4.6 Program Konsep Wisata Halal di Danau Toba	39
Tabel 4.7 Konsep Wisata Halal Memberikan Kemudahan	40
Tabel 4.8 Konsep Wisata Halal di Danau Toba Menarik	41
Tabel 4.9 Konsep Wisata Halal Merupakan Strategi	42
Tabel 4.10 Konsep Wisata Halal Dapat Meningkatkan	43
Tabel 4.11 Konsep Wisata Halal Dapat Mengurangi Ciri Khas	44
Tabel 4.12 Konsep Wisata Halal Tidak Cocok.....	45
Tabel 4.13 Konsep Wisata Halal Akan Mengikis Rasa Persaudaraan.....	46
Tabel 4.14 Konsep Wisata Halal Akan Memperburuk	47
Tabel 4.15 Konsep Wisata Halal Berpotensi Menghilangkan Kearifan Lokal	48
Tabel 4.16 Diterapkan atau Tidak Konsep Wisata Halal di Danau Toba	49
Tabel 4.17 Crosstab Konsep Wisata Halal Dapat Diterapkan di Danau Toba.	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Berita Pro Kontra Wacana Wisata Halal Danau Toba.....	2
Gambar 1.2 Berita Warga Menentang Wacana Wisata Halal Danau Toba....	3
Gambar 1.3 Berita Klarifikasi Edy Rahmayadi.....	4
Gambar 2.1 Teori S-O-R.....	22



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Danau Toba merupakan danau terbesar di Indonesia, danau vulkanik yang terbentuk dari letusan gunung merapi yang kemudian hasil letusannya membentuk sebuah kawah yang kemudian dipenuhi oleh debit air yang sangat besar. Dengan keberadaannya pada ketinggian 900m diatas permukaan laut, Danau Toba dianggap sebagai pemersatu areal tanah yang didiami oleh individu-individu maupun kelompok masyarakat etnis Batak.

Keberadaan Danau Toba adalah suatu kebanggaan tersendiri bagi masyarakat yang didominasi oleh etnis Batak tersebut, karena Danau Toba sangat memberikan manfaat yang besar untuk sumber kehidupan dari hasil yang ada di danau, seperti sumber air bersih, ikan-ikan dan sebagai aset pariwisata yang kini menjadi perhatian untuk dijadikan destinasi wisata terbesar kedua selain Bali. Sehingga ada wacana Danau Toba sebagai Bali baru.

Danau Toba merupakan ciptaan Tuhan yang paling eksotis karena memberikan pemandangan dan kesejukan bagi para pengunjung nya. Di samping itu kondisi masyarakat yang berada di kawasan Danau Toba yang kental dengan kultur dan budaya yang masih dirawat dengan baik oleh karena diwarisi secara turun temurun oleh para leluhur masyarakat Batak. Juga tidak dapat ditepikan bahwa dominasi masyarakat Batak yang mendiami kawasan Danau Toba memiliki rasa sosial dan persaudaraan yang tinggi serta berjiwa toleran.

Tetapi yang terjadi dalam mengembangkan dan meningkatkan destinasi pariwisata Danau Toba, muncul sebuah wacana yang menimbulkan polemik di

tengah-tengah masyarakat. Salah satu wacana yang dimaksud adalah dengan menerapkan konsep wisata halal yang digagas oleh Gubernur Sumatera Utara dengan dalil untuk meningkatkan jumlah wisatawan dari dalam negeri maupun luar negeri. Bahasa yang dikemas sedemikian indah dalam konsep wisata halal tersebut menuai pro dan kontra di masyarakat.

Beragam persoalan muncul terkait wisata halal Danau Toba dimana menjadi fokus perhatian masyarakat khususnya masyarakat Kota Medan. Hal ini dikarenakan banyaknya media massa yang memberitakan baik di media cetak maupun media elektronik. Seperti di Kompas TV, CNN Indonesia, Harian Rakyat Merdeka dan Harian Andalas.

Gambar 1.1 Berita Pro Kontra Wacana Wisata Halal Danau Toba



Sumber : Kompas TV 2019

Timbul perdebatan yang hebat akan wacana tersebut ada yang berpendapat setuju dan yang tidak setuju. Mereka yang setuju beranggapan konsep tersebut sangat baik karena menunjang kebutuhan wisatawan khususnya wisatawan muslim disana, kebutuhan yang dimaksud adalah menyediakan tempat makan

halal dan tempat beribadah. Muchlis selaku Kepala Bina Pemasaran Pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sumut mengatakan wisata halal dan kearifan lokal bisa berjalan berdampingan tanpa saling menghilangkan atau bersaing. Tidak kita larang itu (babi). Wisata halal hanya sekadar memberi kebutuhan bagi wisatawan, wisata halal bukan berarti meniadakan, makanya kearifan lokal tidak terganggu. Sumber <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20190902183811-269-426911/wisata-halal-di-danau-toba-tak-batasi-kuliner-babi>

Gambar 1.2 Berita Warga Menentang Konsep Wisata Halal Danau Toba



Sumber : Harian Rakyat Merdeka 2019

Mereka yang kontra juga memiliki pendapat berbeda, Togu Simorangkir yang merupakan aktivis lingkungan Danau Toba berpendapat, tanpa adanya wacana wisata halal di Danau Toba kondisi pariwisata Danau Toba sudah berjalan baik.. Bahkan mereka yang tidak setuju melakukan aksi demo terkait wacana tersebut. Seperti yang dilakukan oleh Aliansi Mahasiswa Peduli Danau Toba yang

mendatangi Kantor Balai Pelaksana Otorita Danau Toba (BPODT) di Jalan Pattimura, Medan, Senin (2/9/2019). Amri Simbolon selaku Pimpinan aksi tersebut mengatakan secara agama sudah lama berdampingan. Bahkan di pelosok Samosir, sejak lama sudah ada musala dan masjid lalu yang dihalalkan apanya lagi? Sumber <https://medanbisnisdaily.com/news/online/read/2019/09/02/85325/aliasi-mahasiswa-peduli-danau-toba-demo-di-kantor-gubsu-tolak-wisata-halal>

Munculnya polemik tersebut direspon Gubsu secara langsung di depan awak media dengan mengatakan informasi yang beredar di masyarakat tentang wisata halal di Danau Toba adalah berita bohong. Edy mengatakan meminta penjual atau rumah makan yang menjajakan makanan halal memasang tulisan halal untuk memudahkan wisatawan muslim di Danau Toba.

Gambar 1.3 Berita Klarifikasi Edy Rahmayadi



Sumber : Harian Andalas 2019

Konsep wisata halal yang dimaksudkan oleh Gubsu tersebut lebih mengarah kepada makanan dan ternak khas masyarakat di kawasan Danau Toba, yaitu

"babi" agar ditata kembali dengan baik. Persoalan wisata halal semakin mengemuka di tengah-tengah masyarakat sebagaimana yang sudah terpublikasi di media massa. Dengan persoalan yang muncul baik pro dan kontra terkait wisata halal ini menjadi suatu hal yang menarik untuk dikaji sebab konsep wisata halal di Danau Toba menjadi polemik.

Polemik konsep wisata halal Danau Toba tersebut menarik perhatian masyarakat luas yang ada di Indonesia khususnya masyarakat Kota Medan. Menurut Comte dalam Syani (2012:31) masyarakat merupakan kelompok-kelompok makhluk hidup dengan realitas-realitas baru yang berkembang menurut hukum-hukumnya sendiri dengan berkembang menurut pola perkembangannya tersendiri.

Penulis percaya Masyarakat Kelurahan Tanah Enam Ratus Kecamatan Medan Marelan menaruh perhatian, ikut membahas dan mengetahui tentang wisata halal Danau Toba. Baik mereka yang mendengar berita melalui siaran radio, menonton berita di televisi dan membaca berita di koran maupun portal berita online yang berkaitan tentang wacana wisata halal Danau Toba. Tentunya hal tersebut menarik untuk dibahas dan diteliti.

Berdasarkan uraian diatas penulis mengambil judul Opini Publik Tentang Wacana Wisata Halal Danau Toba di Media Massa. (Studi Deskriptif pada Masyarakat di Kelurahan Tanah Enam Ratus Kecamatan Medan Marelan Kota Medan).

1.2 Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus dan mendalam maka penulis membatasi diri hanya berkaitan dengan opini publik masyarakat Kelurahan Tanah Enam Ratus tentang wacana wisata halal Danau Toba di media massa.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana opini publik masyarakat Kelurahan Tanah Enam Ratus tentang wacana wisata halal Danau Toba di media massa?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui opini publik masyarakat Kelurahan Tanah Enam Ratus tentang wacana wisata halal Danau Toba di media massa.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini, penulis berharap agar penelitian ini dapat menjadi bahan informasi dan masukan yang bermanfaat antara lain :

- a. Secara akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya penelitian tentang komunikasi, khususnya opini publik.
- b. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah dan perbendaharaan teori-teori dibidang ilmu komunikasi, khususnya teori opini publik.
- c. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada berbagai pihak, khususnya Pemprovsu dalam mempertimbangkan realisasi wacana wisata halal Danau Toba.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Opini Publik

Opini publik terdiri atas dua kata, opini dan publik. Kata opini diambil dari bahasa Inggris *opinion* yaitu berarti pendapat. Demikian pula dengan kata publik, kata ini juga diadopsi dari bahasa Inggris *public* yang berarti masyarakat umum. Opini atau pendapat telah dipahami sebagai jawaban atas pertanyaan atau permasalahan yang dihadapi dalam satu situasi tertentu. Walaupun validitasnya lebih tipis dibanding dengan pengetahuan positif, namun opini atau pendapat lebih akurat jika dibandingkan dengan dugaan. Opini merupakan *expressed statment* yang bisa diucapkan dengan kata-kata yang mengandung arti dan segera dapat dipahami maksudnya.

William Albig dalam Sunarjo (1984) memberikan perumpamaan, bahwa sesuatu yang sudah jelas atau sudah nyata, tidak dapat dipertentangkan untuk melahirkan opini. Misalnya jika ada seorang anak yang mengatakan bahwa $3 \times 3 = 6$, maka hal ini bukanlah sebuah opini, melainkan sebuah jawaban yang salah. Berdasarkan rumusan di atas, opini dapat dipahami sebagai pernyataan yang dikomunikasikan sebagai jawaban atas pertanyaan atau permasalahan yang kontroversial. Pendapat itu harus dinyatakan, sehingga dapat dinilai atau ditanggapi publik. Tanggapan publik semacam ini akan memunculkan proses komunikasi di masyarakat.

Kemudian publik dapat diartikan sebagai khalayak media massa (*audience*). Publik juga dapat dipahami sebagai sekelompok orang yang menaruh perhatian terhadap masalah yang dilontarkan melalui mas media atau media massa dan ikut

serta dalam proses diskusi yang intensif untuk mencari cara memecahkan masalah yang dihadapi untuk kepentingan umum atau orang banyak.

Menurut Clyde dalam Sumarno (1990:19) Pengertian opini publik adalah penilaian sosial mengenai suatu masalah yang penting dan berarti, berdasarkan proses pertukaran-pertukaran yang sadar dan rasional oleh khalayaknya. Menurut Leonardo W. Dood dalam Soemirat (2004) Pengertian opini publik adalah sikap orang-orang mengenai sesuatu persoalan dimana mereka merupakan anggota dari sebuah masyarakat yang sama. D. Irish dan James W. Prothro dalam Effendy (2002:65) memberikan defenisi tentang opini publik adalah ekspresi mengenai sikap persoalan masyarakat. Pengertian tersebut meliputi tiga aspek yaitu ekspresi, persoalan/isu dan kemasyarakatan.

Dari beberapa uraian dan teori diatas dapat diartikan bahwa opini atau pendapat publik adalah pendapat, sikap, perasaan, ramalan, pendirian dan harapan rata-rata individu kelompok dalam masyarakat, tentang suatu hal yang berhubungan dengan kepentingan umum atau persoalan-persoalan sosial. Isu atau masalah yang didiskusikan itu adalah hasil dari apa yang dioperkan oleh media massa, baik media cetak, media elektronik, maupun media online. Opini publik hanya dapat berkembang pada negara-negara yang menganut paham demokratis. Dalam negara tersebut akan memberikan kebebasan kepada warganya untuk menyatakan pendapat dan sikapnya baik secara lisan maupun secara tertulis.

2.1.1 Karakteristik Opini Publik

Opini publik mewakili kesepakatan yang dimulai dengan sikap orang-orang terhadap isu yang masih tanda tanya, Seitel “dalam Soemirat dan Ardianto, 2004” menyebutkan bahwa sikap didasarkan pada jumlah karakteristik yaitu :

- a. Personal secara fisik unsur emosional suatu individu termasuk kondisi, usia dan status sosial.
- b. *Culture*, lingkungan dan gaya hidup dalam area geografis tertentu.
- c. Pendidikan tingkat dan kualitas pendidikan seseorang.
- d. Keluarga "*people's roof*" semacam akar rumput seseorang.
- e. Religi suatu system kepercayaan tentang Tuhan dan keyakinan setempat.
- f. Tingkat sosial posisi dalam masyarakat, perubahan status sosial yang dimiliki seseorang.
- g. Ras, asal etnik/suku.

Adapun ciri-ciri opini publik yaitu:

- a. Terdapat isi, arah, dan intensitas tentang opini publik, ciri tersebut berkaitan dengan opini publik terhadap tokoh politik partai dan pemimpin yang menduduki jabatan publik
- b. Kontroversi menandai opini publik, artinya sesuatu yang tidak disetujui semua rakyat
- c. Opini publik mempunyai volume berdasarkan kenyataan bahwa kontroversi tersebut menyentuh semua orang yang merasakan konsekuensi langsung dan tidak langsung.
- d. Opini publik tidak diketahui seberapa lama, akan tetapi opini publik yang menghasilkan kontroversi sering bertahan lebih lama.

2.1.2 Proses Pembentukan Opini Publik

George Carslake Thompson dalam "*The Nature of Public Opinion*" (Sastropetro, 1990:106) mengemukakan bahwa dalam suatu publik yang menghadapi *issue* dapat timbul berbagai kondisi yang berbeda-beda, yaitu :

- a. Mereka dapat setuju terhadap fakta-fakta yang ada atau mereka pun boleh tidak setuju.
- b. Mereka dapat berbeda dalam perkiraan atau estimasi, tetapi juga boleh tidak berbeda pandangan.
- c. Perbedaan yang lain ialah bahwa mungkin mereka mempunyai sumber data yang berbeda-beda.

Hal-hal yang diutarakan itu merupakan sebab timbulnya kontroversi terhadap *issue-issue* tertentu. Selanjutnya dikemukakannya bahwa orang-orang yang mempunyai opini yang tegas, berpatokan kepada *rational grounds* atau alasan-alasan rasional yang berarti “dasar-dasar atau pola pikir yang masuk akal dan dapat diterima orang lain”. Dasar-dasar rasional yang berhubungan dengan ketiga hal tersebut, maka timbulah kehati-hatian dalam mengeluarkan pandangan agar mencapai keserasian bagi terbentuknya pendapat yang menguntungkan. Kemudian dalam hubungannya dengan penelitian terhadap suatu opini publik, perlu diperhatikan empat pokok, yaitu :

- a. Difusi, yaitu apakah pendapat yang timbul merupakan suara terbanyak, akibat adanya kepentingan golongan.
- b. *Persistence*, yaitu kepastian atau ketetapan tentang masa berlangsungnya *issue* karena disamping itu, sebuah pendapat perlu diperhitungkan.
- c. *Intencity*, yaitu ketajaman terhadap *issue*.
- d. *Reasonableness* atau suatu pertimbangan-pertimbangan yang tepat dan beralasan.

2.1.3 Dimensi Opini Publik

Dimensi-dimensi yang sangat berpengaruh terhadap terbentuknya opini publik.

- a. *Time* (waktu): lama waktu yang dibutuhkan untuk membentuk opini sangat tergantung pada unsur emosi, persepsi, kepercayaan atas isu, pengalaman, tekanan dari luar dan tindakan-tindakan yang dilakukan oleh sumber berita. Semakin sensitif isu (sara mis) akan semakin cepat waktu yang dibutuhkan
- b. *Coverage* (cakupan): besar kecilnya *issue* sangat berpengaruh pada cakupan opini yang terjadi. Misal : isu agama dan ras
- c. *Past experiences* (pengalaman masa lalu): makin intensif hubungan antara objek (sumber isu) dengan publik, maka akan semakin banyak pengalaman tentang objek tersebut. Hubungan yang ada adalah munculnya “penilaian” terhadap objek dan biasanya diperkuat oleh informasi di media massa. Makin sama pengalaman diantara publik, makin besar kemungkinan terjadinya *opinion public*.
- d. *Mass media*: opini publik (konsensus) akan berkembang lebih cepat apabila issue diekspos melalui media massa baik verbal/visual (kata-kata/foto/gambar). Kekuatan isu melalui media sangat dipengaruhi oleh faktor isi (content) dari isu tersebut.
- e. *Public figure* (tokoh): opini yang muncul (konsensus) sangat tergantung pada tokoh yang menangani atau ikut terlibat dalam isu yang beredar. Semakin banyak dan semakin kredibel tokoh, maka akan semakin besar

kemungkinan terbentuknya opini publik. Contoh : wacana wisata halal Danau Toba, kasus Ambon, Aceh, Poso, dsb.

Dari tahapan-tahapan pembentukan pendapat tersebut dapat dibayangkan bahwa dalam proses itu timbul pro dan kontra terhadap sebuah isu atau masalah. Semua itu disebabkan oleh kerangka pengetahuan dan pengalaman masing-masing orang yang berada di dalam publik itu berbeda-beda, belum lagi kemampuan yang menyangkut pengutaraan pendapat atau isi hatinya.

2.1.4 Kekuatan Opini Publik

Telah dikemukakan bahwa opini publik atau pendapat publik sebagai suatu kesatuan pernyataan tentang suatu hal yang bersifat kontroversial, merupakan suatu penilaian sosial atau *social judgment*. Oleh karena itu, maka pendapat publik melekat beberapa kekuatan yang perlu diperhatikan :

- a. Opini publik dapat menjadi suatu hukuman sosial terhadap orang atau sekelompok orang yang terkait sebuah isu yang dibuatnya. Hukuman sosial menimpa seseorang atau kelompok orang dalam bentuk rasa malu, dikucilkan, dijauh dan merasa tak berarti lagi didalam masyarakat yang menimbulkan efek frustrasi sehingga putus asa dan bahkan ada yang karena hal itu lalu bunuh diri atau mengundurkan diri dari jabatannya.
- b. Opini publik dapat mempertahankan eksistensi suatu lembaga dan bahkan juga bisa menghancurkan lembaga.
- c. Opini publik dapat mempertahankan atau menghancurkan suatu kebudayaan.
- d. Opini publik dapat pula melestarikan norma sosial.

2.2 Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata dari kata *communis* yang berarti sama. Komunikasi merupakan suatu penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan suatu efek tertentu. Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan. Pikiran bisa berupa gagasan, informasi, opini dan lainnya. Sedangkan perasaan dapat berupa keyakinan, kepastian, keberanian dan lainnya sebagaimana yang timbul dari lubuk hati seseorang. Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik), antara lain surat kabar, majalah, televisi dan radio. Dengan demikian media massa adalah alat komunikasi dalam menyampaikan pesan atau informasi secara luas, cepat dan serentak kepada audiens yang heterogen.

Defenisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bitner, yaitu komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*). Dari defenisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa (Ardianto, 2007:3). Menurut Rakhmat (2004:65), komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar melalui media cetak, surat kabar, majalah, elektronik, radio dan televisi, sehingga pesan dapat diterima secara serentak dan sesaat. Pesan yang disampaikan melalui media massa merupakan produk dan komoditi yang mempunyai nilai tukar, serta acuan simbolik yang mempunyai nilai guna.

2.2.1 Karakteristik Komunikasi Massa

Karakteristik komunikasi massa dibatasi pada lima jenis media massa yang dikenal sebagai *The Big Five of Mass Media*. Media massa ini terdiri dari koran, majalah, radio, televisi dan film. Karakteristik komunikasi massa secara konseptual adalah :

- a. Komunikasi media massa diperuntukkan bagi khalayak luas, heterogen dan tersebar, serta tidak mengenal batas geografis kultural.
- b. Bentuk kegiatan komunikasi melalui media massa bersifat umum.
- c. Penyampaian pesan melalui media massa cenderung berjalan satu arah.
- d. Kegiatan komunikasi melalui media massa dilakukan secara terencana, terjadwal dan terorganisasi.
- e. Penyampaian pesan melalui media massa dilakukan secara berkala dan tidak bersifat temporer.
- f. Isi pesan yang disampaikan melalui media massa mencakup berbagai aspek kehidupan manusia seperti sosial, ekonomi, politik, budaya dan lainnya yang berpengaruh disekitar lingkungan manusia.

2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa

Komunikasi massa yang merupakan suatu proses berkomunikasi media massa mempunyai dua fungsi yaitu fungsi komunikasi massa secara umum dan komunikasi massa secara khusus. Fungsi pertama adalah fungsi umum, menurut Siti Karlina dan rekan (2007:18), fungsi komunikasi massa atau fungsi dari media massa dilihat dari perspektif secara umum yang meliputi fungsi memberi informasi, hiburan, pendidikan dan mempengaruhi. Fungsi kedua yaitu fungsi komunikasi secara khusus, mempunyai fungsi yang berbeda antara yang satu

dengan yang yang lainnya. Fungsi komunikasi massa secara khusus adalah sebagai berikut :

- a. Fungsi untuk meyakinkan melalui pengukuhan atau memperkuat sikap atau nilai seseorang, mengubah sikap, dan menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu serta memperkenalkan etika atau menawarkan sistem nilai tertentu.
- b. Fungsi menganugerahkan status, yaitu fungsi yang dapat menganugerahkan status publik terhadap orang-orang tertentu.
- c. Fungsi membius merupakan fungsi yang sangat menarik khalayak seolah-olah tidak berdaya dalam menerima pesan/informasi yang disampaikan.
- d. Fungsi sebagai alat untuk menciptakan rasa kebersamaan, yaitu kemampuan media massa membuat khalayak menjadi anggota suatu kelompok.
- e. Fungsi privatisasi yaitu sebagai suatu kecenderungan bagi seseorang untuk menarik diri dari kelompok sosial dan mengucilkan diri ke dalam dunia sendiri.

2.3 Media Massa

Menurut Cangara (2003:134), media massa adalah suatu alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber ke khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio dan televisi. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa media massa merupakan media yang

digunakan dalam penyampaian pesan dari komunikator kepada khalayak yang berjumlah besar secara serempak.

Media massa digunakan dalam komunikasi apabila komunikasi berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh. Media massa yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya adalah surat kabar, radio, televisi dan film yang terkait dengan bidang informasi, edukasi dan hiburan. Keuntungan komunikasi dengan media massa adalah bahwa media massa menimbulkan keserempakan informasi dalam artian suatu pesan dapat diterima oleh komunikan dalam jumlah relatif banyak. Jadi untuk menyebarkan informasi, media massa sangat efektif yang dapat mengubah sikap, pendapat dan perilaku komunikasi (Effendy,2000:78).

Media massa sangat berperan dalam perkembangan atau bahkan perubahan pola tingkah laku dari suatu masyarakat, oleh karena itu kedudukan media massa dalam masyarakat sangatlah penting. Dengan adanya media massa masyarakat yang tadinya dapat dikatakan tidak beradab dapat menjadi masyarakat yang beradab. Hal itu disebabkan oleh karena media massa mempunyai jaringan yang luas dan bersifat massal sehingga masyarakat yang menerima pesan tidak hanya orang-perorangan tapi sudah mencakup jumlah ratusan bahkan ribuan orang, sehingga pengaruh media massa akan sangat terlihat di permukaan masyarakat.

2.3.1 Media Cetak

Media cetak adalah media massa yang menggunakan gambar dan tulisan di atas kertas dalam penyampaian informasinya. Adapun jenis-jenis media massa beserta contohnya dalam media cetak adalah :

a. Koran

Merupakan media massa yang pertama kali ditemukan. Koran menjadi sumber informasi baik berita maupun hiburan juga dapat digunakan untuk memberikan kritik terhadap tulisan lain dan memberikan banyak manfaat dalam kehidupan sehari-hari.

Ukuran koran yang lebar dapat memuat banyak berita hanya dalam satu halaman. Biasanya koran dicetak di kertas daur ulang sehingga ramah lingkungan.

b. Majalah

Merupakan salah satu media massa yang paling banyak berisi tentang hiburan-hiburan bagi penikmatnya. Majalah juga didesain lebih menarik dibandingkan koran.

Dibuat dari kertas licin dengan tampilan lebih berwarna. Majalah juga berfungsi sebagai penyampaian informasi, media promosi dan sumber mode kekinian.

c. Tabloid

Merupakan media cetak dengan ukuran yang sama seperti koran tetapi dengan tampilan yang menarik seperti halnya majalah. Tabloid memiliki harga di atas koran namun di bawah harga majalah.

Tabloid juga memiliki fungsi sebagai penyampaian informasi seputar kehidupan, media pembelajaran dan hiburan.

d. Buletin

Merupakan selebaran yang dicetak pada waktu tertentu saja, bersifat lokal dan biasanya hanya disebar di kalangan tertentu.

2.3.2 Media Elektronik

Berbeda dengan media cetak yang menggunakan kertas sebagai medianya. Media elektronik memakai berbagai macam peralatan elektronik dalam penyampaian informasi. Berikut ini adalah jenis-jenis media elektronik :

a. Televisi

Media elektronik yang paling populer sejak kemunculannya pertama kali di dunia sampai saat ini. Informasi yang disampaikan berupa gambar dan suara ini terus bisa dinikmati dari usia kanak-kanak hingga lanjut usia.

Televisi menjadi salah satu media massa yang memiliki pengaruh besar dalam kehidupan manusia. Televisi dapat memberikan informasi penting dan terbaru, sumber hiburan dan edukasi melalui beberapa program tertentu.

b. Radio

Merupakan media massa yang menyampaikan informasi melalui gelombang radio. Radio membutuhkan pemancar sinyal dan perangkat radio agar komunikasi dapat terjalin dengan baik.

Radio juga berfungsi sebagai sumber informasi, hiburan dan media promosi yang masih tetap eksis sampai saat ini dengan biaya yang relatif lebih murah dibandingkan dengan televisi.

c. Ponsel

Merupakan perangkat elektronik yang canggih dan berkembang paling pesat yang hampir dimiliki seluruh masyarakat. Ponsel yang saat ini lebih dikenal *smartphone* memiliki fitur yang sangat lengkap,

bukan hanya sekedar alat untuk menelepon tapi juga menjadi sumber informasi, hiburan, bisnis dan media edukasi yang paling banyak digunakan saat ini.

d. Internet

Merupakan teknologi informasi yang paling pesat perkembangannya dan akan terus berkembang sesuai dengan kebutuhan manusia di masa yang akan datang.

Internet mampu menyampaikan informasi secara *real time* melalui perangkat elektronik yang terhubung dalam jaringan internet. Kemampuan internet dalam menyampaikan informasi secara cepat, sumber hiburan yang berlimpah, media promosi yang murah dan banyak hal lainnya membuat internet sangat sulit dilepaskan dari kebutuhan manusia.

2.4 Pariwisata Danau Toba

Danau Toba adalah danau berkawah seluas 1.145 kilometer persegi. Di tengahnya berdiam sebuah pulau dengan luas yang hampir sebanding dengan luas negara Singapura. Danau Toba sebenarnya lebih menyerupai lautan daripada danau mengingat ukurannya. Oleh karena itu, Danau Toba ditempatkan sebagai danau terluas di Asia Tenggara dan terbesar kedua di dunia sesudah Danau Victoria di Afrika. Danau Toba juga termasuk danau terdalam di dunia yaitu sekira 450 meter.

Danau Toba diperkirakan para ahli terbentuk setelah letusan gunung api super sekira 73.000-75.000 tahun lalu. Saat itu 2.800 km kubik bahan vulkanik dimuntahkan Gunung Toba yang meletus hingga debu vulkanik yang ditiup angin

menyebar ke separuh wilayah Bumi. Letusannya terjadi selama 1 minggu dan lontaran debunya mencapai 10 kilometer di atas permukaan laut. Akibat letusan gunung api super (Gunung Toba) diperkirakan telah menyebabkan kematian massal dan kepunahan beberapa spesies makhluk hidup. Letusan Gunung Toba telah menyebabkan terjadinya perubahan cuaca bumi dan lainnya masuk ke zaman es sehingga mempengaruhi peradaban dunia.

Pulau Samosir adalah pulau yang unik karena merupakan pulau vulkanik di tengah Danau Toba. Ketinggiannya 1.000 meter di atas permukaan laut. Meskipun telah menjadi tempat tujuan wisata sejak lama, Samosir merupakan keindahan alam yang belum terjamah. Di tengah Pulau Samosir ini masih ada lagi dua danau indah yang diberi nama Danau Sidihoni dan Danau Aek Natonang. Daerah sekitar Danau Toba memiliki hutan-hutan pinus yang tertata asri. Di pinggiran Danau Toba terdapat beberapa air terjun yang sangat mempesona. Di sekitar Danau Toba juga akan Anda dapati tempat pemandian air belarang.

Di Pulau Samosir Anda juga dapat menemukan pegunungan berkabut, air terjun yang jernih untuk berenang, dan masyarakat peladang. Keramahan masyarakat Batak pun akan memikat Anda karena kemanapun Anda pergi maka dengan segera dapat menemukan teman baru. Di Kota Parapat yang merupakan semenanjung yang menonjol ke danau Anda dapat Anda nikmati pemandangan spektakuler Danau Toba. Parapat dihuni masyarakat Batak Toba dan Batak Simalungan yang dikenal memiliki sifat ceria dan mudah bergaul, terkenal pula senang mendengarkan lagu bertema cinta yang riang namun penuh perasaan.

Danau Toba merupakan keajaiban alam menakjubkan di Pulau Sumatera. Sulit membayangkan ada tempat yang lebih indah untuk dikunjungi di Sumatera

Utara selain danau ini. Suasana sejuk menyegarkan, hamparan air jernih membiru, dan pemandangan memesona pegunungan hijau adalah sebagian kecil saja dari imaji danau raksasa yang berada 900 meter di atas permukaan laut itu. (<https://pesona.travel/destinasi/667/danau-toba-danau-kawah-kebanggaan-sumatera-utara>).

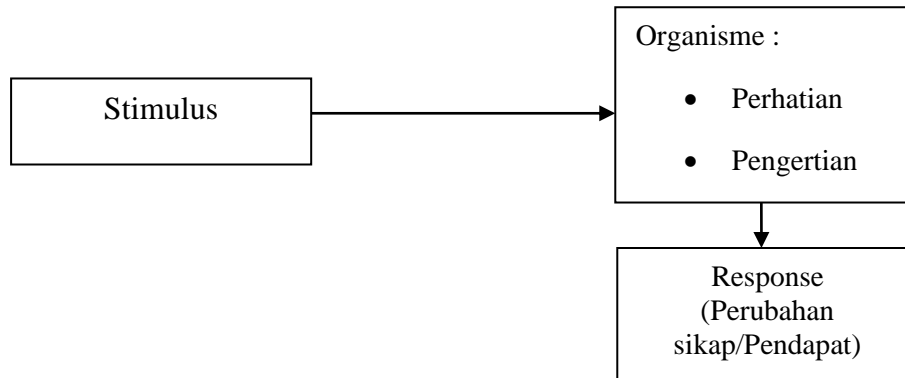
2.5 Teori S-O-R

Teori yang dianggap relevan untuk digunakan dalam penelitian ini adalah Teori S-O-R (*Stimulus-Organism-Response*) dari Hovland. Menurut teori ini, efek yang ditimbulkan reaksi khusus terhadap rangsangan khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi. Jadi unsur-unsur dalam teori ini adalah :

- a. Pesan (*Stimulus, S*)
- b. Komunikasi (*Organism, O*)
- c. Efek (*Response, R*)

Dalam proses komunikasi berkenaan dengan perubahan sikap adalah aspek “*how*” bukan “*what*” dan “*why*”. Jelasnya *how to change the attitude*, bagaimana mengubah sikap komunikasi. Menurut teori S-O-R yang dikemukakan oleh Hovland, proses dari perubahan sikap adalah serupa dengan proses belajar dalam mempelajari sikap yang baru ada tiga variabel yang menunjang proses belajar yaitu; perhatian, pengertian dan penerimaan yang termasuk ke dalam organisme khalayak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikasi, proses berikutnya setelah komunikasi mengolahnya dan menerimanya maka terjadilah kesiapan untuk mengubah sikap (Sumartono, 2002:44). Ketiga variabel ini dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2.1 Teori S-O-R



Sumber : Effendy 1994

Gambar diatas menunjukkan bahwa *feedback/respon* komunikasi terhadap perubahan sikap atau pendapatnya bergantung pada proses yang terjadi pada individu. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan.

Selain itu, diperkuat lagi dengan efek komunikasi massa yaitu : kognitif, afektif dan konatif. Efek kognitif meliputi tentang kesadaran dan pengetahuan. Efek afektif berhubungan dengan emosi, perasaan dan sikap. Dan efek konatif berhubungan dengan perilaku dan niat untuk melakukan sesuatu menurut cara tertentu. (Effendy, 1994:318). Dalam proses komunikasi, yang dapat menjadi stimulus untuk merangsang komunikan antara lain adalah pesan yang diberikan komunikator. Agar pesan komunikasi dapat dimengerti komunikan maka harus didukung oleh komunikasi yang efektif.

Merujuk dari uraian diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pesan harus dikemas sebaik mungkin untuk disampaikan kepada komunikan. Salah satunya dengan menyampaikan pesan yang sesuai dengan kebutuhan sehingga komunikan

mengerti dan memaknai pesan secara utuh yang kemudian komunikasi dapat memberikan reaksi atau feedback bisa berupa sikap atau pendapat.

2.6 Kerangka Konsep

Sugiyono (2009:37), mengemukakan bahwa setelah sejumlah teori diuraikan dalam kerangka teori, maka langkah selanjutnya adalah merumuskan kerangka konsep sebagai hasil pemikiran rasional yang bersifat kritis dalam memperkirakan kemungkinan hasil penelitian yang akan dicapai. Definisi operasional pada penelitian adalah unsur penelitian yang terkait dengan konsep yang terdapat dalam judul penelitian atau yang tercakup dalam paradigma penelitian sesuai dengan hasil perumusan masalah. Berdasarkan uraian di atas, maka konsep yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1 Kerangka Konsep

Konsep Teoritis	Konsep Operasional
Opini Publik Tentang Wacana Wisata Halal Danau Toba	1. Aspek Kognitif (Pengetahuan) 2. Aspek Afektif (Sikap) <ul style="list-style-type: none"> a. Positif b. Netral c. Negatif

Sumber : Peneliti 2020

Adapun kerangka konsep di atas menjelaskan bagaimana konsep teoritis sangat berkaitan dengan konsep operasional dalam merumuskan dan menjabarkan masalah dalam penelitian ini. Bahwasanya ketika wacana wisata halal Danau Toba diberitakan di media massa yang kemudian dikonsumsi masyarakat akan memunculkan opini publik.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif, yaitu metode yang hanya memaparkan situasi dan peristiwa. Tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesa atau membuat prediksi. Metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis karakteristik populasi atau bidang-bidang tertentu secara faktual dan cermat tanpa mencari atau menjelaskan suatu hubungan (Rakhmat, 2004:27).

Metode deskriptif adalah pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan keadaan subjek atau objek penelitian seseorang, lembaga masyarakat dan lain-lain pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya (Nawawi, 2001:63).

Ciri-ciri pokok metode deskriptif menurut Nawawi (2001:63) adalah :

- a. Memutuskan perhatian pada masalah-masalah yang ada pada penelitian dilakukan saat sekarang atau ada masalah-masalah yang bersifat aktual.
- b. Menggunakan fakta-fakta tentang masalah yang diselidiki sebagaimana adanya, diiringi dengan interpretasi rasional.

3.2 Populasi Dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda-benda, hewan-hewan, gejala-gejala, nilai tes atau peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik di dalam suatu penelitian (Nawawi, 2001:141).

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili dilokasi

penelitian yaitu Kelurahan Tanah Enam Ratus Marelan. Berikut data jumlah penduduk Kelurahan Tanah Enam Ratus Marelan dengan jumlah penduduk sebanyak 33.880 jiwa.

Sampel adalah sekelompok orang yang menjadi bagian populasi sehingga menjadi karakteristik populasi (Nawawi, 2001:142). Pengambilan sampel atas dasar kriteria-kriteria tertentu. Adapun sampel yang dimaksud adalah populasi penduduk dewasa di Kelurahan Tanah Enam Ratus Marelan sebanyak 17.380 jiwa yang mengetahui ataupun melihat berita tentang wacana wisata halal Danau Toba di media massa. Pengambilan sampel yang dilakukan dengan cara memilih siapa saja yang kebetulan ditemukan dilokasi penelitian untuk dijadikan sampel (Kriyantono, 2006:156). Berdasarkan data populasi yang ada, maka untuk menghitung besarnya sampel digunakan rumus *Slovin* dengan presisi 10% dengan tingkat kepercayaan 90%, (Ariola, 2006) sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

ket :

n = Besarnya sampel

N = Besarnya populasi

d^2 = Presisi

Dari rumus *Slovin* tersebut, maka besarnya sampel yang diambil pada penelitian adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{17380}{17380 * 0,1^2 + 1}$$

$$n = \frac{17380}{173,8 + 1}$$

$$n = \frac{17380}{174,8}$$

$$n = 99,42$$

Maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 99 orang.

3.3 Tempat Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Kelurahan Tanah Enam Ratus Marelan Kecamatan Medan Marelan, Kota Medan, Sumatera Utara 20254.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik yang dilakukan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini adalah :

- a. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari objek penelitian. Teknik pengumpulan data primer dilakukan melalui instrumen penelitian berbentuk kuesioner dimana pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan tertulis kepada responden untuk diisi guna mendapatkan informasi dalam rangka memperoleh data yang diperlukan. Dalam hal ini penulis terjun langsung ke lapangan dalam menyebar angket kepada masyarakat di Kelurahan Tanah Enam Ratus.
- b. Data sekunder yaitu data yang tidak diperoleh langsung dari objek penelitian. Teknik pengumpulan data sekunder dilakukan melalui penelitian kepustakaan dimana data yang diperoleh dari sejumlah buku, arsip serta tulisan-tulisan ilmiah yang memiliki relevansi dengan masalah yang diteliti. Disini penulis juga mengumpulkan data-data informasi lingkungan dan kependudukan yang terkait dengan masyarakat Kelurahan Tanah Enam Ratus yang diperoleh dari Kelurahan.

3.5 Analisis Data

Pada penelitian kuantitatif, kegiatan analisis datanya meliputi pengolahan data dan penyajian data, melakukan perhitungan untuk mendeskripsikan data. Penelitian ini bersifat deskriptif yaitu penelitian yang memberikan gambaran mengenai situasi atau kejadian. Data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner akan dihitung frekwensi dan presentasinya kemudian disajikan dalam bentuk tabel tunggal.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, ada beberapa kesimpulan yang dapat dilihat di bawah ini :

- a. Wacana wisata halal di Danau Toba ini benar-benar diinginkan atau diharapkan dapat terealisasi. Dimana pada penelitian yang dilakukan di Kelurahan Tanah Enam Ratus Kecamatan Medan Marelan dengan masyarakatnya sebagai responden. Hasil menunjukkan bahwa masyarakat Kelurahan Tanah Enam Ratus setuju terhadap wacana wisata halal tersebut. Dengan 62% menyatakan setuju sementara sisanya 37% menyatakan tidak setuju.
- b. Mayoritas Masyarakat Kelurahan Tanah Enam Ratus berpendapat bahwa konsep wisata halal dapat memberikan kemudahan/kenyamanan bagi wisatawan. Konsep wisata halal juga dapat menarik banyak wisatawan sehingga meningkatkan sektor pariwisata dan mampu meningkatkan pendapatan atau *income* pedagang yang berjualan di Danau Toba.
- c. Diterapkan atau tidak wacana wisata halal Danau Toba, dalam membangun dan meningkatkan sektor pariwisata Danau Toba yang lebih baik. Semua Masyarakat Kelurahan Tanah Enam Ratus setuju adanya perbaikan terhadap pariwisata Danau Toba.

5.2 Saran

Adapun saran dalam penelitian ini adalah bagi pembaca pada umumnya dan bagi pihak Pemprovsu pada khususnya agar dapat memahami dan mempertimbangkan mengenai konsep wisata halal ini. Adapun hal yang menjadi pertimbangan yakni :

- a. Melihat besarnya animo Masyarakat Kelurahan Tanah Enam Ratus yang setuju wacana wisata halal ini agar dapat direalisasikan, hal ini dapat menjadi pertimbangan Pemprovsu untuk mengkaji lagi wacana ini.
- b. Konsep wisata halal dianggap mampu memberikan rasa nyaman, kemudahan dan dapat meningkatkan pendapatan pedagang juga dapat menjadi pertimbangan penting lainnya bagi Pemprovsu terkait realisasi wacana ini.
- c. Pihak Pemprovsu juga harus segera mengambil tindakan untuk membenahi dan melakukan pengembangan terhadap sektor parawisata Danau Toba agar menjadi parawisata kelas dunia. Ini bukan hanya sekedar harapan tetapi sudah menjadi keharusan mengingat potensi wisata Danau Toba yang begitu besar dan menjanjikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, Syani. 2012. *Sosiologi Sistematis dan Terapan*. Jakarta: Bumi Aksara
- AP, Sumarno, 1990. *Pendapat Umum Dalam Sistem Politik*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Ardianto dan Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Symbiosa Rekatama Media
- Ardianto dan Soemirat. 2004. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Ariola, M. 2006. *Principles And Methods Of Research*. Inc: Rex Book Store
- Cangara, Hafield. 2003. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Effendy, Onong Uchjana. 1994. *Ilmu Koumunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- _____. 2000. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- _____. 2002. *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Hadari, Nawawi. 2001. *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada
- Kriyantono, Rahmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: PT. Kencana Perdana
- Rakhmat, Jalaluddin. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Santoso, Singgih dan Fandi Tjiptono. 2001. *Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasinya dengan SPSS*. Jakarta: PT. Elex Media Komptindo
- Sastropetro, Santoso. 1990. *Komunikasi Sosial*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta
- Sumartono. 2002. *Terperangkap dalam Iklan. Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta
- Sunarjo, Djoenaesih. 1984. *Opini Publik*. Yogyakarta: Liberty

Supranto, J. 2003. *Metode Riset Aplikasi Dalam Pemasaran. Edisi Revisi Ketujuh*. Yogyakarta: Rineka Cipta

Sumber Lain :

<https://cnnindonesia.com/gaya-hidup/20190902183811-269-426911/wisata-halal-di-danau-toba-tak-batasi-kuliner-babi>(diakses pada 17 november 2019)

<http://pesona.travel/destinasi/667/danau-toba-danau-kawah-kebanggaan-sumatera-utara> (diakses pada 14 november 2019)

<https://medan.kompas.com/read/2019/09/02/18392211/mahasiswa-peduli-danau-toba-protos-pernyataan-gubernur-sumut-soal-wisata?page=all> (diakses pada 21 oktober 2019)

https://medanbisnisdaily.com/news/online/read/2019/09/02/85325/aliansimahasiswa_peduli-danau-toba-demo-di-kantor-gubsu-tolak-wisata-halal/ (diakses pada 17 november 2019)

harian andalas berita “Edy Klarifikasi Wisata Halal Danau Toba Hoaks” (diakses pada 5 september 2019)

harian rakyat merdeka berita “Ide Wisata Halal dan Haram Danau Toba Ditentang Warga” (diakses pada 29 september 2019)

kompas tv berita “Pro dan Kontra Wacana Wisata Halal Danau Toba” (diakses pada 20 oktober 2019)

KUESIONER
OPINI PUBLIK TENTANG WACANA WISATA HALAL DANAU TOBA
DI MEDIA MASSA

(STUDI DESKRIPTIF PADA MASYARAKAT DI KELURAHAN TANAH ENAM
RATUS KECAMATAN MEDAN MARELAN)

No Responden :

Petunjuk Pengisian :

1. Data dan informasi Bapak dan Ibu berikan merupakan hal yang sangat berharga, oleh sebab itu mohon jawaban diberikan secara jujur.
2. Mohon Bapak dan Ibu membaca dan menjawab semua pertanyaan secara teliti tanpa ada yang terlewatkan.
3. Berilah tanda silang (x) untuk jawaban yang dianggap benar dan sesuai.

I. Karakteristik Responden

1. Usia
 - a. 18-30 Tahun
 - b. 31-40 Tahun
 - c. 41-50 Tahun
 - d. 51 Tahun Keatas
2. Pendidikan
 - a. SMP
 - b. SMA
 - c. DIPLOMA (D3)
 - d. SARJANA (S1)
3. Agama
 - a. Islam
 - b. Kristen
 - c. Katholik
 - d. Hindu
 - e. Budha
4. Melalui media massa mana Bapak/Ibu mengetahui isu tentang wacana wisata halal di Danau Toba ?
 - a. Koran
 - b. Majalah
 - c. Radio
 - d. Televisi
 - e. Internet

II. Opini

Ket	:
SS	= SANGAT SETUJU
S	= SETUJU
N	= NETRAL
TS	= TIDAK SETUJU
STS	= SANGAT TIDAK SETUJU

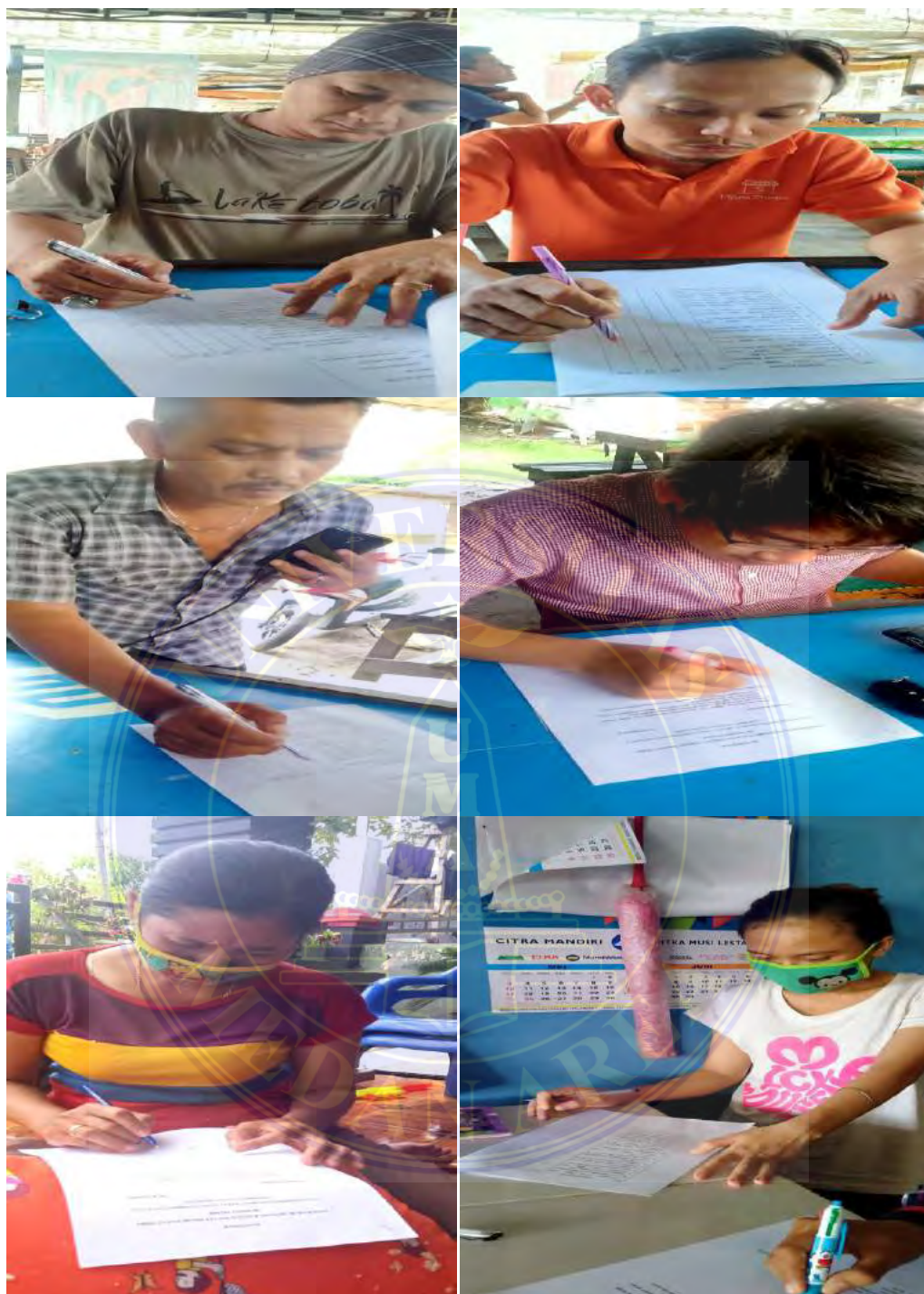
NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Konsep wisata halal dapat diterapkan di Danau Toba.					
2	Program dari konsep wisata halal yaitu membangun tempat ibadah dan tempat makan khusus/halal bagi wisatawan muslim di Danau Toba.					
3	Konsep wisata halal akan memberikan banyak kemudahan dan kenyamanan bagi wisatawan di Danau Toba.					
4	Konsep wisata halal di Danau Toba akan mampu menarik lebih banyak wisatawan dari dalam maupun luar negeri.					
5	Konsep wisata halal dapat meningkatkan sektor pariwisata Danau Toba.					

6	Konsep wisata halal dapat meningkatkan pendapatan pedagang yang berjualan di Danau Toba.					
7	Konsep wisata halal dapat mengurangi ciri khas dari pariwisata Danau Toba.					
8	Konsep wisata halal tidak cocok dengan budaya setempat yang ada di Danau Toba.					
9	Konsep wisata halal akan mengikis rasa persaudaraan dan toleransi di Danau Toba.					
10	Konsep wisata halal akan memperburuk kondisi pariwisata di Danau Toba.					
11	Konsep wisata halal tidak lebih penting dibanding dengan permasalahan limbah perusahaan yang mencemari Danau Toba.					
12	Diterapkan atau tidaknya konsep wisata halal di Danau Toba. Dalam membangun dan meningkatkan sektor pariwisata Danau Toba, pemerintah daerah harus segera mengambil tindakan, menjamin dan memberikan rasa nyaman bagi wisatawan.					

DOKUMENTASI GAMBAR



Kantor Kelurahan Tanah Enam Ratus Kecamatan Medan Marelan, yang berada di Jalan Marelan Raya No. 5 Medan Kamis (09/04/2019).



Beberapa responden yang berlokasi di Kelurahan Tanah Enam Ratus sedang mengisi kuisioner, dalam rentang waktu 15 juni-15 juli 2020.

DATA JAWABAN RESPONDEN

Opini Tentang Wacana Wisata Halal Danau Toba di Media Massa

Karakteristik Koresponden					Daftar Pernyataan											
No	Usia (th)	Pendidikan	Agama	Media Massa	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
1	20-30	DIPLOMA	Islam	Internet	5	5	5	5	5	5	2	2	2	2	2	5
2	20-30	SMA	Islam	Internet	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	4
3	41-50	SMA	Kristen	Televisi	2	3	3	3	2	3	5	5	4	4	4	5
4	41-50	SARJANA	Islam	Internet	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	5
5	31-40	SMA	Kristen	Internet	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	5
6	20-30	SARJANA	Islam	Internet	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	2	5
7	41-50	SMA	Kristen	Internet	2	3	3	2	2	3	5	5	3	4	2	5
8	41-50	SARJANA	Islam	Majalah	4	5	5	5	5	4	2	2	4	5	4	5
9	20-30	SMA	Kristen	Internet	1	2	4	4	4	4	5	4	3	3	3	5
10	41-50	SMA	Islam	Televisi	5	5	4	4	4	4	3	2	3	2	5	5
11	31-40	SARJANA	Katholik	Internet	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	2	5
12	20-30	SARJANA	Islam	Internet	4	4	4	3	3	4	3	2	2	3	4	4
13	31-40	SARJANA	Islam	Televisi	4	4	3	3	3	4	3	2	3	4	3	5
14	31-40	SARJANA	Islam	Internet	4	4	4	3	3	4	3	2	2	2	3	5
15	31-40	SARJANA	Islam	Televisi	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2	3	5
16	41-50	SMA	Islam	Koran	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	3	5
17	31-40	SMA	Islam	Televisi	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	3	5
18	31-40	SMA	Kristen	Internet	3	2	4	3	3	4	5	5	5	3	5	5
19	20-30	SMA	Islam	Internet	4	2	4	3	3	4	2	2	3	5	3	5
20	31-40	SARJANA	Islam	Internet	4	4	5	3	3	4	2	2	3	3	3	5
21	20-30	DIPLOMA	Kristen	Internet	3	2	4	3	3	4	3	4	4	3	5	4
22	31-40	SMA	Islam	Televisi	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	3	5
23	41-50	SARJANA	Islam	Internet	4	4	4	3	2	4	3	2	3	5	3	5
24	20-30	SARJANA	Islam	Internet	4	4	4	3	2	4	3	2	3	5	3	5
25	20-30	SARJANA	Islam	Televisi	4	4	4	2	3	4	3	2	3	3	3	5
26	41-50	SMA	Islam	Koran	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	2	5
27	20-30	SMA	Kristen	Internet	2	3	3	3	4	3	4	4	4	2	5	5
28	20-30	SMA	Islam	Internet	5	4	4	3	3	4	5	2	3	5	1	5
29	31-40	SMA	Katholik	Internet	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5
30	31-40	SARJANA	Islam	Televisi	4	4	3	2	2	3	3	2	3	3	3	5
31	31-40	SMA	Kristen	Internet	3	2	3	4	3	3	4	4	5	2	5	5
32	20-30	SARJANA	Islam	Internet	5	4	4	3	2	3	3	2	3	4	2	5
33	31-40	SMA	Kristen	Internet	2	3	3	3	2	3	5	5	4	5	5	5
34	20-30	SMA	Islam	Televisi	2	3	3	3	2	3	3	2	2	4	2	5
35	31-40	SMA	Islam	Televisi	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	2	5
36	31-40	SMA	Islam	Internet	4	5	4	4	4	4	3	3	2	2	3	5
37	20-30	SARJANA	Islam	Televisi	5	5	5	5	5	5	2	2	2	2	2	5

38	20-30	SMA	Islam	Internet	4	4	4	4	4	4	3	3	1	3	3	4
39	41-50	SMA	Islam	Koran	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	5
40	31-40	DIPLOMA	Islam	Televisi	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	3	5
41	20-30	SMA	Islam	Televisi	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	2	5
42	20-30	SMA	Islam	Internet	5	5	5	5	5	5	3	2	2	2	2	5
43	41-50	SMP	Islam	Internet	5	5	5	5	4	2	2	4	3	3	4	4
44	41-50	SMP	Islam	Televisi	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	4
45	20-30	SMA	Islam	Televisi	4	5	4	5	4	4	2	2	3	2	3	5
46	20-30	SMA	Hindu	Internet	3	3	3	2	3	3	5	5	5	4	4	5
47	31-40	SARJANA	Islam	Radio	4	4	4	5	5	5	2	2	2	2	2	5
48	20-30	SARJANA	Islam	Internet	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	5
49	41-50	SMA	Islam	Televisi	4	4	4	2	3	4	3	3	3	5	2	4
50	31-40	SMA	Islam	Internet	4	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	5
51	31-40	SMA	Kristen	Televisi	3	3	4	2	2	3	5	5	4	3	2	4
52	41-50	SMA	Islam	Internet	4	3	4	2	3	4	4	3	3	3	4	4
53	20-30	SARJANA	Islam	Internet	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	5
54	41-50	SARJANA	Islam	Internet	5	4	4	3	3	3	5	3	3	5	3	5
55	31-40	SMA	Kristen	Internet	3	2	4	2	2	4	5	5	5	3	4	5
56	20-30	SMA	Islam	Televisi	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4
57	20-30	SMA	Islam	Koran	4	4	4	3	3	3	3	3	2	4	3	5
58	20-30	SMA	Islam	Internet	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	5
59	31-40	SMA	Islam	Televisi	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	5
60	20-30	DIPLOMA	Katholik	Internet	2	2	2	2	2	2	4	4	2	4	4	5
61	20-30	SMA	Katholik	Internet	2	2	2	2	2	2	4	4	5	5	5	5
62	20-30	SMA	Islam	Internet	4	4	4	4	4	4	3	3	5	3	3	5
63	20-30	SMA	Islam	Televisi	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	5
64	31-40	DIPLOMA	Islam	Koran	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	5
65	20-30	SMA	Katholik	Televisi	2	2	3	2	2	3	4	4	3	4	4	5
66	31-40	SMA	Islam	Koran	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	5
67	31-40	SMA	Islam	Televisi	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	5
68	20-30	SMA	Islam	Internet	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	5
69	20-30	SMA	Katholik	Televisi	2	1	2	2	2	3	3	4	5	4	4	5
70	31-40	SMA	Islam	Internet	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5
71	41-50	SMA	Islam	Koran	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	5
72	20-30	DIPLOMA	Kristen	Televisi	1	3	2	2	2	3	4	4	4	4	4	5
73	20-30	SMA	Islam	Internet	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	5
74	20-30	SMA	Islam	Koran	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	5
75	31-40	DIPLOMA	Katholik	Televisi	2	3	3	3	3	2	5	5	4	4	4	5
76	31-40	SMA	Islam	Televisi	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	5
77	20-30	SMA	Katholik	Internet	1	2	2	2	2	3	4	4	4	4	4	5
78	41-50	SMA	Kristen	Televisi	1	3	2	2	1	1	5	5	5	5	5	5
79	20-30	SARJANA	Budha	Internet	1	3	2	1	2	3	5	5	4	5	5	4
80	31-40	SARJANA	Islam	Koran	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	5

81	51 Tahun Keatas	DIPLOMA	Kristen	Televisi	2	1	2	2	2	2	2	4	5	4	4	4	5
82	41-50	SMA	Islam	Koran	3	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	5
83	41-50	SMA	Islam	Koran	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	5
84	31-40	DIPLOMA	Islam	Televisi	4	5	5	5	5	5	2	2	2	2	2	2	5
85	31-40	SMA	Islam	Televisi	3	5	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	5
86	31-40	SMA	Islam	Televisi	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	5
87	20-30	DIPLOMA	Katholik	Internet	3	1	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	5
88	41-50	SMA	Islam	Televisi	3	5	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	5
89	31-40	SARJANA	Katholik	Televisi	1	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	5
90	31-40	SMA	Kristen	Internet	2	3	2	2	2	3	4	5	4	4	4	4	5
91	41-50	SMA	Islam	Televisi	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	5
92	51 Tahun Keatas	DIPLOMA	Islam	Televisi	3	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	5
93	41-50	SMA	Islam	Televisi	3	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	5
94	31-40	DIPLOMA	Islam	Koran	3	5	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	5
95	20-30	SMA	Katholik	Televisi	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5
96	20-30	SMA	Islam	Internet	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	2	5
97	41-50	DIPLOMA	Islam	Koran	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	5
98	51 Tahun Keatas	SMA	Islam	Koran	4	5	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	5
99	51 Tahun Keatas	SMA	Islam	Televisi	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	5