

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Komunikasi

Komunikasi secara umum dapat diartikan sebagai hubungan atau pertukaran informasi. Informasi sendiri sebagai suatu yang akan disampaikan dapat berupa data, berita ataupun pesan yang dilambangkan dalam bentuk simbol/tanda, tulisan, gambar ataupun suara. komunikasi didefinisikan sebagai pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antar manusia, dua orang atau lebih dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Oleh karena itu dalam komunikasi ada tiga bagian pokok, yaitu sumber informasi sebagai pengirim; media transmisi sebagai pembawa informasi; dan tempat tujuan informasi sebagai penerima informasi. Suatu pengertian yang mencakup proses, bentuk informasi maupun media transmisinya menyebutkan, bahwa telekomunikasi adalah setiap pemancaran, pengiriman atau penerimaan tiap jenis tanda, gambar, suara atau informasi dalam bentuk apapun melalui sistem kawat, optik, radio atau sistem elektromagnetik lainnya. Dari pengertian tersebut, akhirnya dijumpai sarana komunikasi yang sesuai dengan bentuk informasinya sebagai jasa telekomunikasi. Seperti halnya telepon, yang berasal dari kata tele dan phone (suara atau pembicaraan), sehingga telepon dapat diartikan sebagai pembicaraan jarak jauh. Demikian pula istilah telegrap yang berarti penulisan jarak jauh, televisi yang berarti penglihatan jarak jauh dan sebagainya (Sartono, 2008)

2.1.2 Komunikasi Massa

A. Pengertian Komunikasi Massa

Kata komunikasi massa berasal dari istilah Bahasa Inggris dan kependekan dari kata *mass media communication* (komunikasi yang menggunakan media massa). Media yang dimaksud adalah media yang dihasilkan oleh teknologi moderen, contohnya seperti media radio, televisi, film dan suara kabar (Wahjudianata,2021:2).

Komunikasi Massa dapat didefinisikan sebagai proses interaksi yang informasinya didapat dari sumber yang tersebar luas di masyarakat dan

sifatnya massal melalui media dan alat massal seperti televisi, radio, film serta surat kabar (Cangara, 2016:41). Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi lembaga dari arus pesan yang berkelanjutan, menurut Gebner (dalam Rakhmat, 1999). Dari definisi Gebner tergambar bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebar, didistribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jarak waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan, atau bulanan. Dalam 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. Definisi komunikasi massa menurut Bittner yakni, komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*massa communicationis messages communicated through a mass medium to a largenumber of people*). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat besar yang di hadiri oleh ribuan, bahkan ribuan orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa (Romli,2016:1).

Perkembangan teknologi informasi saat ini juga mengalami transformasi komunikasi, berupa pergeseran dari komunikasi massa (*mass communication*) ke komunikasi-diri yang dimassalkan (*mass-self communication*). Merujuk Castells (2013), *mass-self communication* adalah sebuah wujud komunikasi dari seseorang yang dilakukan secara interaktif kepada sejumlah orang yang sangat besar jumlahnya (*mass audience*). Dalam hal ini media sosial menjadi alat yang sangat penting, yaitu sebagai penyalur pesan-pesan komunikasinya. Dalam *mass-self communication*, produksi pesan dilakukan oleh si personal yang bersangkutan (*self-generated*), olah dan kontrol pesan adalah bersumber pada diri si personal (*self-directed*), pembumbuan pesan komunikasi untuk diinteraksikan di dunia jejaring sosial dilakukan berdasarkan pilihan hati dan kognisi si pengirim pesan (*self-*

selected). Menurut Castells, ini merupakan transformasi komunikasi, berupa pergeseran dari komunikasi massa (*mass communication*) ke komunikasi-diri yang dimassalkan (*mass-self communication*).

B. Proses Komunikasi Massa

Komunikasi massa dalam prosesnya melibatkan banyak orang yang bersifat kompleks dan rumit. Menurut Mcquail dalam buku Hadiono Afdjani (2014:143), proses komunikasi massa berproses dalam bentuk :

1. Melakukan distribusi dan penerimaan informasi dalam skala besar. Jadi proses komunikasi massa melakukan distribusi informasi kemasyarakatan dalam skala yang besar, sekali siaran atau pemberitaan jumlah dan lingkungannya sangat luas dan besar.
2. Proses komunikasi massa cenderung dilakukan melalui model satu arah yaitu dari komunikator kepada komunikan atau media kepada khalayak. Interaksi yang terjadi sifatnya terbatas.
3. Proses komunikasi massa berlangsung secara asimetris antara komunikator dengan komunikan. Ini menyebabkan komunikasi mereka berlangsung datar dan bersifat sementara. Kalau terjadi sensasi emosional sifatnya sementara dan tidak permanen.
4. Proses komunikasi massa juga berlangsung impersonal atau nonpribadi dan anonim.
5. Proses komunikasi massa juga berlangsung didasarkan pada hubungan kebutuhan-kebutuhan di masyarakat. Misalnya program akan ditentukan apa yang dibutuhkan pemirsa. Dengan demikian media massa juga ditentukan oleh *rating* yaitu ukuran dimana suatu program pada jam yang sama ditonton oleh sejumlah khalayak massa (Afdjani, 2014:143).

2.1.3 Media Massa

Menurut Leksikon Komunikasi, media massa adalah “sarana untuk menyampaikan pesan yang berhubungan langsung dengan masyarakat luas misalnya radio, televisi dan surat kabar”. Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikato ke khalayak. Sedangkan pengertian media massa sendiri alat digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi (Cangara, 2010:123).

Media adalah bentuk jamak dari medium yang bearti tengah atau perantara. Massa berasal dari Bahasa Inggris yaitu mass yang bearti kelompok atau kumpulan. Dengan demikian, pengertian media massa adalah perantara atau alat-alat yang digunakan oleh massa dalam hubungannya satu sama lain. Media massa adalah sarana komunikasi massa dimana proses penyampaian pesan, gagasan, atau informasi kepada orang banyak (publik) secara serentak. Sebuah media bisa disebut media massa jika memiliki karakteristik tertentu. Menurut Cangara (2010:126) karakteristik media massa menurut antara lain :

1. Bersifat melembaga artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.
2. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Kalau pun terjadi reaksi atau umpan balik, biasanya melakukan waktu dan tertenda.
3. Meluaskan dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang dalam waktu yang sama.
4. Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar, semacamnya.
5. Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengena batas usia, jenis kelamin, dan suku bangsa.

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 beroperasi dalam bidang informasi edukasi dan rekreasi, atau dalam istilah lain penerangan, Pendidikan, dan hiburan. Dengan demikian media massa adalah suatu alat untuk melakukan atau menyebarkan informasi kepada komunikan yang luas, berjumlah banyak dan bersifat heterogen. Media massa merupakan alat yang sangat efektif dalam melakukan komunikasi massa karena dapat mengubah sikap, pendapat, dan perilaku komunikannya. Keuntungan komunikasi dengan menggunakan media massa adalah bahwa media massa menimbulkan keserempakan yaitu suatu pesan dapat diterima oleh komunikan yang relatif banyak (Effendy, 2003:65).

2.1.4 Penyiaran

Penyiaran atau disebut juga dengan *broadcasting* dalam bahasa Inggris, adalah keseluruhan proses penyampaian transmisi di satu lokasi, dimulai dengan penyiapan bahan-bahan produksi, kemudian proses produksi, materi siaran, penyiaran, dan akhirnya penerimaan sebuah siaran tersebut disampaikan oleh pendengar/pemirsa (Djamal, 2011:43).

Undang-Undang Penyiaran mendefinisikan bahwa penyiaran adalah kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancar dan/atau sarana transmisi di darat, di laut, dan di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio (sinyal radio) yang berbentuk gelombang elektromagnetik yang merambat melalui udara, kabel, dan atau media lain untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran (UU Nomor 32 Tahun 2002). Sejarah dari munculnya media penyiaran di dunia adalah penemuan dari ahli fisika dari Jerman, Heinrich Hertz pada tahun 1887 yang berhasil mengirim dan menerima gelombang radio. Mulai dari situ, dilanjutkan lagi kepada G. Marconi asal Italia yang sukses mengirimkan sandi morse yang berupa garis dan titik dari alat pemancar ke alat penerima. Penyiaran yang terus berkembang ini akhirnya sukses menyeberangi Samudra Atlantik (1901) menggunakan gelombang elektromagnetik (Marisson, 2018:1). Radio yang awalnya lebih banyak digunakan

oleh militer dan pemerintahan yang bertujuan untuk menyampaikan berita dan informasi, radio juga pada zaman itu dimanfaatkan oleh penguasa untuk melakukan penyebaran ideologi dan politik secara masif. Radio menjadi media yang teruji paling cepat dalam menyampaikan informasi dan paling akurat pada masa itu (Marisson, 2018:2). Setelah radio, televisi juga muncul pada tahun 1928. Kemunculan televisi awalnya dihiraukan oleh masyarakat, televisi yang dianggap mahal dan selain itu tidak banyak hal yang bisa program untuk ditonton. Para pengisi acara televisi pada masa itu juga tidak percaya akan masa depan televisi. Mereka yang tidak percaya televisi akan berkembang pesat. Proses syuting pada masa itu juga menyulitkan, para pengisi acara harus menggunakan riasan yang tebal dan harus menelan tablet garam untuk mengurangi keringat dan menahan silaunya intensitas cahaya yang tinggi di dalam studio (Morisson, 2018:6).

Siaran dari suatu media televisi dapat diterima di mana saja asalkan masih dalam jangkauan pancaran yang berarti dapat menguasai ruang, namun siarannya tidak bisa diulang lagi yang berarti tidak menguasai waktu. Berbeda dengan media cetak yang bisa diulang atau dapat menguasai waktu namun penyampaian pesannya bisa memakan waktu, yang mana ini berarti tidak menguasai ruang (Morrison, 2018:12).

2.1.5 Televisi

Televisi didefinisikan sebagai media massa elektronik yang mampu memancarkan suara dan gambar, serta merupakan replikasi suara dan gambar yang disiarkan oleh gelombang elektronik dan diterima oleh pemirsa di rumah. Inilah sebabnya mengapa televisi sangat populer di kalangan masyarakat umum (Ayuningtias, 2013:15). Dalam bahasa Yunani, “tele” berarti jauh sedangkan “vision” berarti gambar, makna kata “televisi” diambil dari kalimat tersebut. Sejak didirikan pada 1884, televisi telah berkembang menjadi penemuan yang mengubah dunia. Hal itu ditunjukkan dengan semakin bertambahnya jumlah penonton televisi, serta semakin majunya teknologi televisi (Gemilang Fajar Ibrahim, 2016:45). Di Indonesia sendiri pada saat ini, televisi adalah teknologi yang dapat ditemukan di hampir setiap rumah. Televisi adalah ciptaan pasar massal yang berkembang dari tahun ke tahun, istilah “televisi diciptakan oleh Constatin Perskyl dari Rusia pada-

1900, dan teknologinya masih berkembang hingga saat ini. Televisi secara luas dianggap sebagai bentuk komunikasi massa yang paling ideal untuk menyampaikan informasi melalui audio dan video. Selain itu, karena informasi yang disampaikan televisi terdengar jelas dalam bentuk audio dan video, maka sangat mudah untuk dipahami (Wibowo, 2012:2). Televisi telah menjadi media komunikasi massa elektronik yang mendominasi pada saat ini. Munculnya media televisi membuat kita mau tidak mau harus menerima, dikarenakan televisi sudah menjadi platform penyiaran informasi agar tidak tertinggal oleh kemajuan teknologi serta mengetahui informasi-informasi dari belahan dunia lain (Fachrudin, 2016:142).

2.1.6 Program Siaran Televisi

Pengertian program siaran adalah acara atau rancangan acara siaran yang ditampilkan stasiun televisi sebagai lembaga penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audien. Pada definisi lain televisi dapat disimpulkan bahwa segala yang disiarkan pada media massa televisi merupakan sebuah tayangan atau program. Secara umum program siaran televisi terbagi dua bagian yaitu program hiburan populer disebut program *entertainment* dan informasi disebut juga program berita (Morisson, 2018:17).

A. Jenis Program Siaran Televisi

Program Informasi terbagi menjadi Berita keras (Hard News), Berita ringan (Soft News), Feature, Infotainment, Berita lunak, Dokumenter, dan Talk Show.

1. Berita Keras (Hard News) adalah segala informasi penting dan/atau menarik yang harus segera ditayangkan agar dapat diketahui khalayak audien secepatnya. Peran televisi sebagai sumber utama hard news bagi masyarakat cenderung untuk terus meningkat. Berita keras disajikan dalam suatu program berita yang berdurasi mulai dari beberapa menit saja (misalnya breaking news) hingga program berita yang berdurasi 30 menit, bahkan satu jam.
2. Straight News berarti berita “langsung”, 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 diberitakan. Berita jenis ini sangat terikat waktu (deadline) karena informasinya sangat cepat basi jika terlambat disampaikan kepada audien.

3. Feature adalah berita ringan namun menarik, tidak terikat dengan waktu (timeless). Feature berita yang mengangkat human interest atau hal-hal yang dianggap menarik, bermanfaat dan mendatangkan rasa simpati dan perlu diketahui masyarakat luas.
4. Infotainment berasal dari kata information dan entertainment, yaitu informasi dan hiburan. Hiburan dimaksudkan yang berhubungan dengan orang-orang terkenal dalam dunia hiburan. Jadi, infotainment adalah program informasi yang menyajikan berita kehidupan orang-orang terkenal (celebrities) yang bekerja pada industri hiburan.
5. Berita Lunak (Soft News) adalah segala informasi yang penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam (indepth) namun tidak bersifat harus segera ditayangkan. Berita yang masuk kategori ini ditayangkan pada satu program tersendiri diluar program berita. Program yang termasuk ke dalam kategori berita lunak ini adalah Current affair, magazine, dokumenter, dan talk show.
 - a. Current affair adalah persoalan kekinian. Current affair adalah program yang menyajikan informasi yang terkait dengan suatu berita penting yang muncul sebelumnya namun dilihat secara lengkap dan mendalam.
 - b. Magazine adalah program yang menampilkan informasi ringan namun mendalam atau dengan kata lain magazine adalah feature dengan durasi yang lebih panjang. Magazine ditayangkan pada program tersendiri yang terpisah dari program berita. Magazine lebih menekankan pada aspek menarik suatu informasi ketimbang aspek pentingnya. Suatu program magazine dengan durasi 30 menit atau satu jam dapat terdiri atas hanya satu topik atau beberapa topik.
 - c. Dokumenter adalah program informasi yang bertujuan untuk pembelajaran dan pendidikan namun disajikan dengan menarik. Gaya atau cara penyajian dokumenter sangat beragam dalam hal teknik

pengambilan gambar, teknik editing, dan teknik penceritaannya mulai dari yang sederhana hingga yang tersulit.

- d. Talk Show atau perbincangan adalah program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dipandu oleh seorang pembawa acara (presenter). Mereka yang diundang adalah orang-orang yang berpengalaman langsung dengan peristiwa atau topik yang diperbincangkan atau mereka yang ahli dalam masalah yang tengah dibahas. Perbincangan yang dilakukan dalam talk show berita biasanya membahas isu-isu hangat yang menjadi hardnews. Seperti tema politik, sosial, ekonomi, budaya dan kemanusiaan. Talk show berita yang menarik disaksikan pemirsa selain materinya yang sedang hangat, juga harus menghadirkan nuansa konflik atau pro dan kontra.¹⁰ Narasumber atau bintang tamu yang didatangkan pun merupakan orang-orang yang memiliki pengalaman langsung atas peristiwa atau bahasan topik tersebut. Inti dalam sebuah talk show adalah pembicaraan serta pernyataan-pernyataan dari narasumber.

Program informasi terbagi lagi menjadi dua, yaitu *hard news* dan *soft news*. *Hard news* adalah informasi penting dan mencengangkan dan harus segera disiarkan, sifat dari *hard news* adalah terikat oleh waktu atau *time concern*. *Hard news* dibagi lagi menjadi tiga bagian yaitu *straight news* atau berita singkat yang harus segera disiarkan kepada pemirsa menggunakan metode 5 W + 1 H. Durasi untuk menyampaikan straight news berkisar dari 1-5 menit dengan nama Breaking News dan ditulis secara piramida terbalik atau inverted pyramid dan dapat disiarkan berkali-kali. Selain unsur 5 W + 1 H juga ditambahkan teknik penulisan ABC2S atau Accuracy, Brevity, Clarity, Simplicity dan Sincerity. Berita yang biasanya disampaikan pada kategori Straight News adalah berita yang mengandung ekonomi, politik, hukum, bencana dan langsung disampaikan pada pokok permasalahan (Latief dan Utud, 2015:34).

B. Program Teras Negeri

Teras Negeri adalah jenis program *talkshow* tentang bagaimana pemimpin di daerah membangun wilayah dan mensejahterakan masyarakat dengan segala potensi yang dimiliki. Teras Negeri membicarakan banyak hal, mulai dari perkembangan di sektor perekonomian hingga potensi-potensi pariwisata yang ada di suatu daerah, dan menghadirkan Kepala Daerah dari masing-masing wilayah. Tujuan dari program ini adalah memberikan informasi kepada seluruh masyarakat tentang bagaimana perkembangan di suatu daerah yang ada di seluruh Indonesia.

2.1.8 Analisis Isi

Analisis isi merupakan teknik uji terhadap suatu konten dalam media, baik televisi maupun media cetak yang dilakukan secara runtut. Teknik ini bersifat dapat diduplikasi atau ditiru untuk peneliti lain dalam melakukan penelitian serupa dengan objek atau subjek yang berbeda. Analisis isi dilakukan dengan menggunakan pengukuran yang reliabel dan valid berdasar pada indikator-indikator yang ditentukan, serta menggunakan perhitungan statistik untuk mencapai atau menggambarkan kesimpulan dari apa yang ingin diteliti (Kort-Butler, 2016:15). Analisis isi dibagi menjadi dua pendekatan yaitu analisis isi kuantitatif dan analisis isi kualitatif. Dalam perspektif metodologi kuantitatif, analisis isi merupakan salah satu pengukuran variabel, sedangkan dalam metodologi kualitatif, analisis isi berdekatan dengan metode analisis data dan metode tafsir teks. Analisis isi yang kuantitatif lebih banyak digunakan oleh para peneliti ilmu sosial yang positivisme, sedangkan metode analisis isi yang kualitatif lebih banyak digunakan oleh mereka yang anti positivisme.

Dalam penelitian kualitatif dipengaruhi oleh paradigma naturalistik-interpretatif. Di mana peneliti berusaha mengkonstruksi realitas dan memahami maknanya sehingga penelitian ini sangat memperhatikan proses, peristiwa, dan otensitas. Menggunakan metode analisis isi harus mengamati fenomena komunikasi, dengan merumuskan dengan tepat apa yang diteliti dan semua tindakan harus didasarkan pada tujuan tersebut.

Analisis isi merupakan penelitian yang bersifat pembahasan mendalam terhadap isi suatu informasi yang termuat dalam suatu media massa (analisis isi obyeknya terutama adalah media massa). Semua obyek yang diteliti akan dipetakan dalam bentuk tulisan/lambang dan kemudian diberi interpretasi satu-persatu. Akan tetapi pada media yang sifatnya audio tetap harus perlu didengarkan, dengan tetap harus menuliskannya kembali. Begitu pula dengan media-media visual. Tujuannya untuk mengetahui semua karakter penyampaiannya. Menurut (Eriyanto, 2011) tahapan pertama dalam menyusun desain riset ialah menentukan dengan jelas tujuan analisis isi. Hanya dengan tujuan yang jelas, maka desain riset juga dapat di rumuskan dengan jelas pula. Desain riset pada dasarnya dibuat untuk menjawab pertanyaan dalam tujuan penelitian. Adapun tujuan analisis isi:

1. Menggambarkan karakteristik pesan (*Describing the characteristics of message*). Analisis isi di sini dipakai untuk menjawab pertanyaan “*what, to whom, dan how*” dari suatu proses komunikasi. Pertanyaan *what* berkaitan dengan penggunaan analisis isi untuk menjawab pertanyaan mengenai apa isi dari suatu pesan, trend dan perbedaan antara pesan dari komunikator yang berbeda. Pertanyaan *to whom* dipakai untuk menguji hipotesis mengenai isi pesan yang ditujukan untuk khalayak yang berbeda. Sementara pertanyaan *how* terutama berkaitan dengan penggunaan analisis isi untuk menggambarkan bentuk dan teknik-teknik pesan.
2. Menarik kesimpulan penyebab dari suatu pesan (*Inferences about the causes of communication*) Analisis isi tidak hanya dapat dipakai untuk melihat gambaran atau karakteristik dari suatu pesan. Analisis isi juga dapat digunakan untuk menarik kesimpulan penyebab dari suatu pesan. Yang menjadi fokus analisis isi disini tidak deskripsi dari pesan, tetapi menjawab pertanyaan mengapa pesan (isi) muncul dalam bentuk tertentu.

2.2 Penelitian Terdahulu

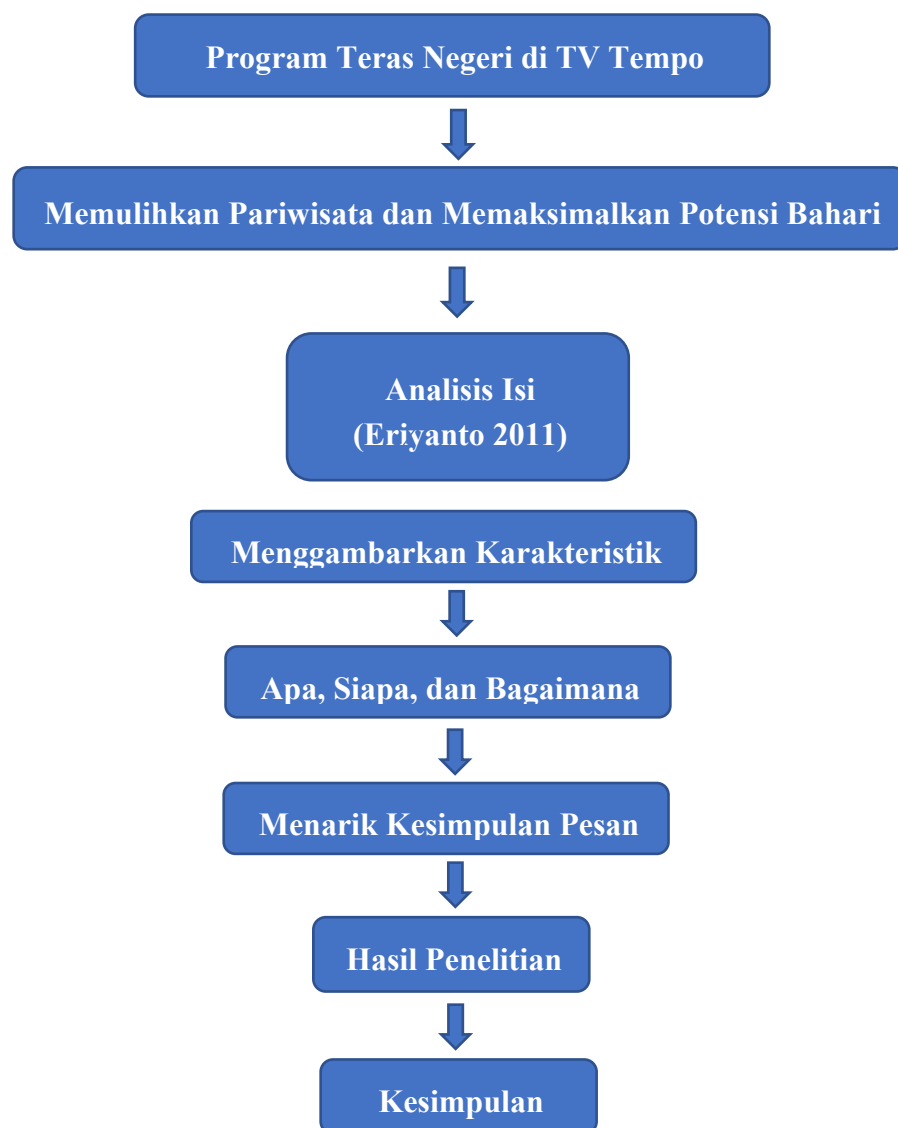
No	Identitas Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	Khairin Nizomi, Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi Volume 3, Nomor 1, Tahun 2018.	Analisis Isi Terhadap Tayangan Televisi Pesbukers	Kualitatif	Penelitian tersebut membahas tentang pelanggaran yang dilakukan tayangan pesbukers terhadap standar program siaran	Perbedaan dengan penelitian sekarang ini membahas mengenai kendala TV Tempo saat produksi siaran
2	Fitri Ariana, Agus Riyadi, Jurnal Komunikasi Islam Volume 11, Nomor 1, Tahun 2021.	Analisis Isi Program Reality Show Pantang Ngemis di GTV	Kualitatif	Membahas mengenai nilai-nilai keikhlasan pada tiap adegan maupun secara lisan	Perbedaan dengan penelitian sekarang ini terdapat dari jenis programnya yaitu program talkshow
3	Antonia Kurniati,	Analisis Isi Program	Kualitatif	Membahas mengenai	Perbedaan dengan

	<p>Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Volume 6, Nomor 1, Tahun 2019.</p>	<p>Acara Mata Najwa di Metro TV (Implikatur dan Pelanggaran Prinsip Kerja Sama dalam Wacana Percakapan Debat Calon Gubernur DKI Jakarta</p>		<p>pelanggaran prinsip kerja sama yang dilakukan kedua calon Gubernur, yaitu pelanggaran maksim kualitas, kuantitas, dan relasi</p>	<p>penelitian sekarang ini adalah terkait perkembangan dan potensi suatu daerah di Indonesia</p>
--	-------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

2.3 Kerangka Konsep

Menurut Notoatmodjo (2012) Kerangka konsep ialah suatu uraian dan visualisasi tentang hubungan atau kaitan antara konsep- konsep dan variable-variabel yang akan diamati atau diukur melalui penelitian yang akan dilakukan. Kerangka konsep memiliki fungsi sebagai alat untuk mencapai suatu pengetahuan yang sistematis dan diharapkan dapat membantu penelitian ini.



Tabel 2.2 Kerangka Konsep