

# Jurnal Komunikasi

Perilaku Komunikasi Etnis Tionghoa Peranakan Dalam Bisnis Keluarga  
(Studi Fenomenologi mengenai Perilaku Komunikasi Etnis Tionghoa  
Peranakan dalam Bisnis Keluarga di Jakarta)

*Firda Firdaus Abdi, Hanny Hafiar, Evi Novianti*

Kastrasi Frekuensi Publik: *Media Literacy* Era Budaya Populer

*Yuliana Rakhmawati*

“*Arranged Married*” Dalam Budaya Patriarkhi (Studi Kasus Komunikasi  
Budaya Pada Pernikahan di Desa Ambunten, Kabupaten Sumenep)

*Rivial Haq Arroisi Dewi Quraisyin*

*Transferable Skill* Sebagai Upaya Meminimalisasi Pengangguran Intelektual  
Melalui Bengkel Kerja Komunikasi

*Farida Nurul R, Surokim, Netty Dyah K, Nikmah Suryandari*

Study Komparasi Komunikasi Interpersonal Pada Keluarga Poligami Satu  
Atap dengan Beda Atap

*Rendi Limantara, Mochtar W. Oetomo*

Komunikasi Non Verbal Guru Pada Murid Tunarungu Sekolah Dasar Luar  
Biasa Negeri Desa Keleyan Kecamatan Socah Kabupaten Bangkalan

*Alfan Roziqi, Dinara Maya Julijanti*

Propaganda Politik Partai Gerindra Dalam Game Mas Garuda Pada Pemilu  
2014 (Analisis Deskriptif Game Online Mas Garuda)

*Angga Satrya Putra, Surokim*

Kritik Sosial Politik Dalam Karikatur (Analisis Semiotik Karikatur Clekit  
“Program 100 Hari Jokowi” pada Surat Kabar Jawa Pos Edisi Oktober-  
Januari 2015)

*Nurul Itiqomah, Imam Sofyan*

Negosiasi Identitas Penarik Becak Wanita

*Analisa, Netty Dyah Kurniasari*

# Jurnal Komunikasi

ISSN 1978-4597

Vol. IX. No. 2, September 2015

**Penanggung Jawab**  
Surokim

**Ketua Penyunting**  
Netty Dyah Kurniasari

**Sekretaris Penyunting**  
Imam Sofyan  
Teguh H. Rachmad

**Penyunting Pelaksana**  
Yuliana Rahmawati  
Dewi Quraisyin  
Dessy trisilowaty  
Syamsul Ariffin

**Penyunting Ahli**  
Sasa Djuarsa Sandjaja  
Pawito  
Prahastiwi Utari

**Administrasi**  
Syamsul Gunawan  
Achmad Fauzi

**Alamat Redaksi :**  
Jurusan Ilmu Komunikasi  
Universitas Trunojoyo Madura  
Jl. Raya Telang PO. BOX 02  
Bangkalan 69162  
Telp. 031-30123390  
Fax. 031-3011506  
Email :  
[jurnalikomutm@gmail.com](mailto:jurnalikomutm@gmail.com)

**Perilaku Komunikasi Etnis Tionghoa Peranakan dalam Bisnis Keluarga** (Studi Fenomenologi mengenai Perilaku Komunikasi Etnis Tionghoa Peranakan dalam Bisnis Keluarga di Jakarta)  
*Firda Firdaus Abdi, Hanny Hafiar, Evi Novianti* (105-118)

**Kastrasi Frekuensi Publik: Media Literacy Era Budaya Populer**  
*Yuliana Rahmawati* (119-130)

**“Arranged Married” Dalam Budaya Patriarkhi** (Studi Kasus Komunikasi Budaya Pada Pernikahan di Desa Ambunten, Kabupaten Sumenep)  
*Rivial Haq Arroisi, Dewi Quraisyin* (131-140)

**Transferable Skill Sebagai Upaya Meminimalisasi Pengangguran Intelektual Melalui Bengkel Kerja Komunikasi**  
*Farida N.R., Surokim, Netty Dyah K, Nikmah Suryandari* (141-158)

**Study Komparasi Komunikasi Interpersonal Pada Keluarga Poligami Satu Atap dengan Beda Atap**  
*Rendi Limantara, Mochtar W. Oetomo* (159-168)

**Komunikasi Non Verbal Guru Pada Murid Tunarungu Sekolah Dasar Luar Biasa Negeri Desa Keleyan Kecamatan Socah Kabupaten Bangkalan**  
*Alfan Roziqi, Dinara Maya Julijanti* (169-176)

**Propaganda Politik Partai Gerindra Dalam Game Mas Garuda Pada Pemilu 2014** (Analisis Deskriptif Game Online Mas Garuda)  
*Angga Satrya Putra, Surokim* (177-188)

**Kritik Sosial Politik Dalam Karikatur** (Analisis Semiotik Karikatur Clekit “Program 100 Hari Jokowi” pada Surat Kabar Jawa Pos Edisi Oktober-Januari 2015)  
*Nurul Itiqomah, Imam Sofyan* (189-202)

**Negosiasi Identitas Penarik Becak Wanita**  
*Analisa, Netty Dyah Kurniasari* (203-219)

Jurnal Komunikasi adalah media untuk pengembangan disiplin ilmu komunikasi. memfokuskan kajiannya pada hasil studi di bidang komunikasi yang dilakukan melalui berbagai ragam sudut pandang. Redaksi menerima naskah, baik berupa ringkasan hasil penelitian maupun kajian yang relevan dengan misi jurnal. Redaksi dapat mengubah naskah sepanjang tidak mengubah makna keseluruhannya, Naskah yang dimuat dalam jurnal komunikasi sepenuhnya merupakan pendapat dan tanggung jawab penulis dan tidak selalu segaris atau mencerminkan pendapat redaksi.

## PENGANTAR

Jurnal Ilmu Komunikasi edisi September 2015 ini secara garis besar menyajikan artikel dalam dua konteks yaitu komunikasi antar pribadi dan komunikasi massa.

Kajian tentang komunikasi antar pribadi ditulis oleh beberapa penulis. Artikel pertama ditulis oleh Firda Firdaus dkk dari Program Studi Ilmu Hubungan Masyarakat FIKOM Universitas Padjajaran dengan judul ‘Perilaku Komunikasi Etnis Tionghoa Peranakan dalam Bisnis Keluarga (Studi Fenomenologi). Makna peranakan yang dimaknai oleh para informan yang ber-etnis Tionghoa Peranakan terbagi menjadi dua, yaitu makna afirmatif dan makna negatif. Makna afirmatifnya adalah peranakan sebagai sebuah kebanggaan, serta makna negatif yang tercipta adalah peranakan sebagai sebuah beban identitas dan sosial. Perbedaan makna terjadi di antara informan sesuai dengan pengalaman mereka masing-masing sedari kecil sebagai etnis Tionghoa peranakan selama bersosialisasi dengan keluarga dan lingkungannya.

Artikel selanjutnya berjudul ‘Arranged Married’ dalam Budaya Patriarki (Studi Kasus Komunikasi Budaya Pada Pernikahan Di Desa Ambunten, Kabupaten Sumenep) ditulis oleh rivial Haq Arroisi dan Dewi Quraisyin. Kesimpulan penelitian ini adalah penelitian *arranged married* (pernikahan yang diatur atau perijodohan) masih saja dilakukan di Madura sampai saat ini karena perijodohan yang dilakukan oleh orang tuanya.

Tulisan selanjutnya ditulis oleh Rendi Limantara dan Mochtar W. Oetomo dengan judul ‘Studi Komparasi Komunikasi Interpersonal Pada Keluarga Poligami Satu Atap dengan Beda Atap’. Iklim komunikasi yang terjadi dalam komunikasi interpersonal kedua keluarga pelaku perkawinan poligami ini tidak sama yang didasarkan perbedaan waktu untuk bertemu/bersama. Konflik yang terjadi diantara keluarga pelaku perkawinan poligami dalam segi komunikasi interpersonal satu dengan yang lainnya adalah sifatnya tidak mengancam.

Masih tentang Komunikasi Antar Pribadi, tulisan selanjutnya ditulis oleh Alfian Roziqi dan Dinara Maya Julijanti dengan judul ‘Komunikasi Non Verbal Guru Pada Murid Tunarungu Sekolah Dasar Luar Biasa Negeri Desa Keleyan Kecamatan Socah Kab. Bangkalan’. Dari hasil dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka peneliti menyimpulkan bahwa Pada kelas 1 dan 6 komunikasi non verbalnya hampir tidak ada perbedaan. Kedua kelas ini sama – sama terdapat bahasa tubuh yang meliputi isyarat tangan, gerak kepala dan ekspresi wajah.

Tulisan terakhir tentang Komunikasi Antar Pribadi berjudul ‘Negosiasi Identitas Penarik Becak Wanita’ yang ditulis oleh Analisa dan Netty Dyah Kurniasari. Hasil penelitian menunjukkan bahwa identitas terbentuk di dalam masyarakat karena adanya

interaksi dan komunikasi. Dan pengalaman serta latar belakang budaya yang berbeda mempengaruhi terbentuknya sebuah identitas. Sedangkan, kajian tentang komunikasi massa berjumlah tiga buah. Artikel pertama ditulis oleh Yuliana Rakhmawati dengan judul Kastrasi Frekuensi Publik: *Media Literacy* Era Budaya Populer. Tulisan ini mencoba menguraikan rangkaian hubungan dalam komunikasi massa (media, pemilik dan public). Kesimpulannya adalah dalam konteks Indonesia, hubungan tripartit (media, pemilik dan publik) berlangsung dengan potret yang timpang. Publik dalam hal ini ditempatkan sebagai konsumen bukan sebagai mitra. Budaya populer (tayangan-tayangan sinetron, *reality show*, *infotainment*, berita kriminal) sebagai produk dari media didistribusikan kepada publik bukan dengan mengedepankan kebutuhan publik akan tetapi lebih dominan membawa kepentingan pemilik.

Tulisan selanjutnya tentang ‘Propaganda Politik Partai Gerindra Dalam Game Mas Garuda Pada Pemilu 2014’. Artikel tulisan angga Satrya Putra dan Surokim tersebut menghasilkan kesimpulan bahwa kampanye politik yang dilakukan oleh Partai Gerindra melalui Game MAS GARUDA adalah upaya dalam membangun kepercayaan kepada masyarakat pemilih.

Nurul Istiqomah dan Imam Sofyan memperkaya kajian komunikasi massa dengan tulisan yang berjudul ‘Kritik Sosial Politik dalam Karikatur’ mengupas Analisis Isi Karikatur Clekit ‘Program 100 Hari Jokowi’. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Karikatur “100 Hari Pemerintahan Jokowi” menyampaikan sebuah penggambaran atas realitas sosial dimasyarakat serta kondisi perpolitikan dalam masa awal pemerintahan Jokowi yang dinilai kurang tegas dan kurang dapat memenuhi harapan rakyat Indonesia seperti yang telah dijanjikan Jokowi pada masa kampanyenya lalu.

Sebagai pamungkas jurnal Komunikasi edisi September ini menghadirkan tulisan Farida Nurul dkk dengan judul ‘Model Komunikasi Pembelajaran Transferable Skill Sebagai Upaya Meminimalisasi Pengangguran Intelektual’. Tulisan tersebut mencoba menghasilkan sebuah model komunikasi pembelajaran transferable skill sebagai upaya meminimalisasi pengangguran intelektual dalam wujud bengkel kerja komunikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model bengkel kerja komunikasi yang sesuai untuk prodi ilmu komunikasi adalah model laboratorium kultural. Yaitu model yang memberikan keleluasaan kepada mahasiswa untuk mengelola baik menentukan jenis program, manajemen dan perekrutan anggota. Model ini diterapkan melalui model komunikasi Laswell.

## KRITIK SOSIAL POLITIK DALAM KARIKATUR

(Analisis Semiotik Karikatur Clekit “Program 100 Hari Jokowi” pada Surat Kabar Jawa Pos Edisi Oktober-Januari 2015)

Nurul Itiqomah<sup>(1)</sup>

Imam Sofyan<sup>(2)</sup>

<sup>(1)</sup> Alumnus Prodi Ilmu Komunikasi FISIB Universitas Trunojoyo Madura.

<sup>(2)</sup> Dosen Prodi Ilmu Komunikasi FISIB Universitas Trunojoyo Madura.

### ABSTRACT

*The purpose of this research is to knowing the meaning of social politic criticism message that caricaturist and criticism image in his creation caricatural at Jawa Pos news paper at October until January 2015.*

*This research used a descriptive kualitative research method, with primary data that collect from documentation, whereas the secondary data collect from literature and jurnal that was relevant with this research objek. The gathered data will be analyse by C.S Pierce semiotic theory that more focused to the Object level that fine sign on Icon, Index, Symbol. Analyse data served in naratif realism text.*

*The result of the research showing that criticism image with caricature 100 Days Jokowi’s government defined with criticism message about Jokowi’s decision through all they talking with implicit meaning from Clekit caricature icon that is a man with a white cap who comented to every event that happen, not any more images of Jokowi’s caricature an figure rulers.*

**Keyword:** *Social Politic Critism , Caricature, Semiotic.*

### PENDAHULUAN

Karikatur dalam surat kabar tentu tidak asing lagi di ditemui. Terutama dirubrik opini sebagai pelengkap dari artikel Headline maupun artikel opini itu sendiri. Karikatur dalam media massa hadir tidak hanya sebagai media hiburan dan selingan atau dapat dikatakan sebagai penyejuk setelah pembaca menikmati artikel-artikel

ang lebih serius yang cukup melelahkan mata dan pikiran, akan tetapi dalam beberapa surat kabar fungsi dari karikatur tersebut menjadi beragam dan bermacam-macam tujuannya. Dan terkadang memang tak jarang pembaca yang dilihat terlebih dahulu adalah karikatur sebelum kemudian membaca artikel.

Karikatur saat ini bahkan menjadi maskot dari Surat Kabar. Telah banyak



karikatur dalam surat kabar yang terkenal yang menjadi ikon surat kabar tersebut, seperti karikatur Oom Pasikom dan Panji Koming dari surat kabar Kompas, Ali Oncom di Surat kabar Pos kota, dan Karikatur Clekit di Jawa Pos serta banyak yang lainnya. Karikatur itu sendiri adalah bagian kartun yang diberi muatan pesan bernuansa kritik atau usulan terhadap seseorang atau suatu masalah. Meskipun dibumbui dengan humor, namun karikatur merupakan kartun *satire* yang terkadang tidak menghibur, bahkan dapat membuat orang tersenyum kecut. (Pramoedjo, 2008:13).

Sering kali goresan karikatur itu terkesan lucu dan menggelikan sehingga membuat kritikan yang disampaikan oleh karikatur tidak begitu merasa melecehkan atau mempermalukan Tokoh, isi, maupun metode pengungkapan kritik yang dilukiskan secara karikatural, sangat bergantung pada isu besar yang berkembang yang dijadikan *Headline*, serta “pangsa pasar” suatu surat kabar itu sendiri. (Indarto, 1999:6)

Seperti halnya karikatur Clekit dengan *Headline News* atau tema besar 100 Hari Pemerintahan Jokowi yang menjadi topik perbincangan dalam masyarakat dan banyak disorot oleh media massa yang ada di Indonesia maupun diluar Negara Indonesia. Sejak Presiden terpilih Joko Widodo atau yang dikenal dengan sebutan Jokowi menjalankan tugasnya dalam masa periode awal yakni 100 hari pemerintahannya, berbagai media massa pun menyoroti periode awal yang sakral itu.

Berbagai media mengcovernya dari sudut yang berbeda-beda, termasuk juga sebuah media massa seperti Jawa Pos yang dipilih dalam penelitian ini.

Pemberitaan mengenai 100 hari pemerintahan Jokowi ini yang dituangkan dalam bentuk sebuah wacana maupun bentuk karikatur dan kartun Ilustrasi serta karikatur di Clekit Jawa Pos cukup banyak hampir 50 persen yang terkait dengan tema tersebut. Apalagi Jawa Pos juga merupakan surat kabar yang dapat merangkul pangsa pasar dengan oplah terbesar di Indonesia pada tahun 2011. Serta beberapa penghargaan pernah Jawa Pos raih seperti surat kabar dengan pembaca remaja terbanyak (*World Young Reader*) ditahun 2011 dan Best Photography ditahun 2014.

Karikatur pada media cetak seperti surat kabar membangun sebuah pemahaman dan realitas yang ada dengan mengemasnya secara kreatif dengan pendekatan simbolis itu sendiri, yang jika dipamahami secara mendalam lewat bentuk tanda-tanda komunikatif yang terkandung dalam karikatur yang membuat pesan itu dapat dimaknai. Dengan mengkaji tanda verbal yang terkait dengan teks balon, teks judul maupun teks keterangan dan tanda visual atau nonverbal seperti tipografi, ilustrasi, dan tata visual, peneliti bertujuan untuk memaknai sebuah karya dari karikaturis Clekit.

Melihat dari latar belakang diatas, dapat dirumuskan permasalahan yakni “Bagaimana penggambaran kritik sosial dan politik serta pengungkapan makna dibalik tanda-tanda dalam karikatur 100 hari

Pemerintahan Jokowi pada karikatur Clekit Jawa Pos Edisi Oktober-Januari 2015. Dengan analisis teori semiotika dimana teori ini mengungkapkan sebuah tanda visual akan digunakan untuk memaknai kritik sosial dan politik yang disampaikan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pesan kritik sosial politik yang ingin disampaikan karikaturis dalam karyanya di surat kabar Jawa Pos Edisi Oktober-Januari 2015. Serta Penggambaran Kritik Sosial dan Politik Karikatur 100 Hari Pemerintahan Jokowi.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Kritik Sosial Politik dalam Karikatur**

Karikatur dan Kartun umumnya kita ketahui sebagai sebuah goresan karya dari seseorang yang berupa gambar-gambar lucu, menggemaskan dan menarik perhatian orang yang melihatnya bahkan dapat membuat orang tersebut tersenyum hingga tertawa. Kartun dan karikatur merupakan implikasi yang digambarkan dari sebuah objek dan gagasan cerita yang dengan sengaja dibuat oleh kartunis dan karikaturis dengan goresan gambar-gambar menarik.

Karikatur sebagaimana yang dikenal sekarang berasal dari Italia abad ke-16. Pada abad ke-18, karikatur telah menjangkau masyarakat luas melalui media cetak dan, terutama di Inggris, telah menjadi sarana kritik sosial dan politis. Pada abad berikutnya, berbagai majalah satire menjadi media utama karikatur, peran yang kemudian dilanjutkan oleh surat kabar

harian pada abad ke-20. Selain sebagai bentuk seni dan hiburan, karikatur juga telah digunakan dalam bidang psikologi untuk meneliti bagaimana manusia mengenali wajah. ([www.wikipedia](http://www.wikipedia))

Istilah kartun dan karikatur sering orang dengar, bahkan tak sedikit yang mengartikan sama. Sampai sekarang batasan kartun dan karikatur masih tumpang tindih. Perbedaan kartun dan karikatur terletak pada kadar kritiknya. Secara teknis jurnalistik, karikatur diopinionkan sebagai opini redaksi media dalam bentuk gambar yang sarat dengan muatan kritik sosial atas peristiwa dan realita yang terjadi saat itu dengan memasukkan unsur kelucuan, anekdot, atau humor agar siapapun yang melihatnya bisa tersenyum, termasuk tokoh atau objek yang dikarikaturkan itu sendiri.

Karikatur dapat dimaknai sebagai sebuah pesan nonverbal yang keberadaannya adalah sebagai penguat pesan verbal (wacana) dalam kebanyakan koran atau yang disebut dengan surat kabar. Pada masa orde baru, karikatur di Indonesia karikatur menjadi senjata seseorang maupun karikaturis media massa untuk melakukan kritik kedalam bentuk humor. Ketika masa itu kritik yang dihalalkan hanyalah kritik yang membangun, maksudnya justru jangan terlalu kritis. (Gumira, 2012:14)

Gagasan dan pesan dalam bentuk gambar visual memiliki kekuatan tersendiri akan penggambaran tentang sesuatu hal. Karena didalam karikatur bukan hanya sekedar goresan sketsa yang diberi muatan lucu akan tetapi unsur ketajaman,

kecerdasan, ekspresif dan pikiran yang kritis terhadap suatu hal itulah yang dituangkan dalam seni gambar karikatur yang sebenarnya mengandung teks yang actual.

Artinya, karikaturis mungkin merupakan pemain pengganti bagi dirinya sendiri atau bahkan penulis naskah drama, dan bahkan kita tertawa bukan karena bagaimana gambarnya melainkan sindiran atau kejadian lucu yang dihadapkannya kembali. (Gumira, 2012:16) Kritik karikatur sebenarnya hanya usaha penyampaian masalah aktual kepermukaan, sehingga muncul dialog antara yang dikritik dan mengkritik, serta dialog antara masyarakat itu sendiri, dengan harapan adanya perubahan.

### **Program 100 Hari Jokowi dan Media Massa**

Program 100 Hari pemerintahan Jokowi merupakan sebuah evaluasi program yang dilakukan pemerintahan terhitung 100 hari sejak dilantik seorang Presiden. Evaluasi program 100 hari ini kali pertama dilakukan Presiden Ke-32 Amerika Serikat Franklin Delano Roosevelt (1933-1945) yang tengah berjuang membawa Negeri Paman Sam keluar dari jerat depresi hebat.

Program itu kemudian diperkenalkan ke Indonesia oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada periode kedua masa jabatannya. Jokowi memang tidak mencanangkan program 100 hari melainkan dalam masa kampanyenya Jokowi menggunakan istilah program percepatan

atau *quick wins*. Namun, 100 hari awal pemerintahan tetap menjadi periode yang sakral yang layak untuk disoroti. Setidaknya agar publik bisa melihat kinerja nyata yang telah dilakukan oleh pemerintahan baru yang mereka pilih dalam pemilihan langsung.

Kontroversi mengenai pemberitaan Jokowi terutama pada inti pemberitaan tentang 100 hari pemerintahan Jokowi telah banyak di cover oleh media massa dengan model dan angle (sudut) yang berbeda-beda. Isu-isu bermunculan dari adanya pemberitaan mengenai program 100 hari pemerintahan Jokowi. Isu yang berkembang dimasyarakat inilah yang mempengaruhi baik buruknya penilaian terhadap kinerja 100 hari pertama pemerintahan Jokowi. Hal tersebut dapat juga dimunculkan dari pemberitaan yang dihadirkan media massa.

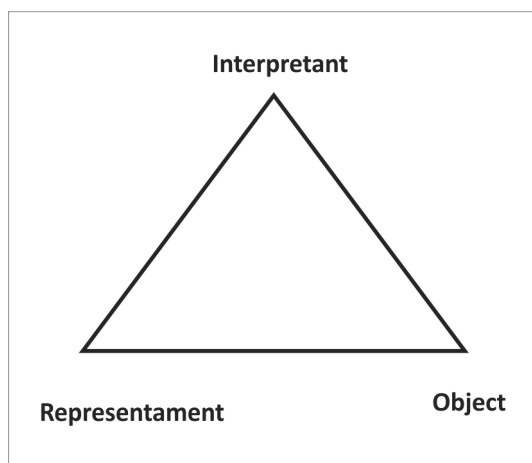
### **Semiotika Charles Sanders Pierce**

Semiotika adalah ilmu yang mengkaji tentang tanda. Menurut Pierces semiotika itu sendiri adalah konsep tentang tanda dimana tanda tak hanya bahasa dan system komunikasi yang tersusun oleh tanda-tanda, melainkan dunia itu sendiri pun-sejauh terkait dengan pikiran manusia-seluruhnya terdiri atas tanda-tanda, karena jika tidak begitu, manusia tidak bisa hubungannya dengan realitas. (Sobur, 2013:11-15)

Dalam teori semiotika Charles Sanders Pierces dikenal dengan model triadic (triangle meaning semiotics) dan konsep trikotominya, yang terdiri atas representamen, object dan interpretant.



Representamen atau sign merupakan bentuk yang diterima oleh tanda atau berfungsi sebagai tanda. Object adalah sesuatu yang diwakili oleh representamen yang berkaitan dengan acuan atau sesuatu yang merujuk pada tanda. Sedangkan interpretant pemahaman yang muncul dalam benak si penerima tanda tentang objek yang dirujuk sebuah tanda. Interpretant akan muncul ketika sebuah tanda ditangkap dan dipamahami sebagai suatu “makna”.



### Ikon, Indeks dan Simbol

Ikon, Indeks dan Simbol merupakan klasifikasi tanda berdasarkan objeknya atau terletak pada level Trikotomi yang kedua yaitu Objek. Trikotomi yang pertama adalah representamen (sign) yang berdasarkan Ground-nya dibagi menjadi qualisign, sinsign, dan legisign.

Trikotomi yang kedua adalah berdasarkan objeknya tanda diklasifikasi menjadi Icon (ikon), Index (indeks), dan Symbol (simbol). Ikon adalah tanda yang hubungan antara penanda dan petandanya bersifat bersamaan bentuk alamiah. Atau

dengan kata lain Tanda atau objek atau acuan yang bersifat kemiripan sesuai dengan ciri-ciri dengan apa yang dimaksudnya, semisal potret dan peta. Indeks adalah Tanda yang mempunyai suatu kaitan atau kedekatan dengan apa yang diwakilinya, atau tanda yang langsung mengacu pada kenyataan. Semisal, asap sebagai tanda adanya api. Sedangkan simbol adalah tanda yang menunjukkan hubungan alamiah antara tanda dan petandanya, bersifat arbitrer atau semena, hubungan berdasarkan konvensi (kesepakatan) masyarakat.

Dan yang ketika berdasarkan interpretant dibagi menjadi rheme, dicent sign atau dicensign dan argument.

### METODE PENELITIAN

Metode Penelitian ini menggunakan penelitian Deskriptif Kualitatif. Dengan metode deskriptif kualitatif penelitian ini berupaya mendeskripsikan lebih dalam mengenai sebuah realitas yang dikaji dengan kajian konsep dan teori yang sesuai untuk mendeskripsikannya secara sistematis, factual dan akurat.

Dengan menggunakan analisis semiotik data yang berupa karikatur yang dikumpulkan penulis dari surat kabar Jawa Pos kemudian dimaknai dan dianalisis lebih mendalam menggunakan pendekatan Semiotik Charles Sanders Peirces hingga muncul kemudian makna kritik sosial dan politik dari karikatur-karikatur yang dibuat oleh karikaturis Jawa Pos.

Dalam penelitian tentang kritik sosial

karikatur Clekit ini, teknik pengambilan sample dilakukan dengan cara teknik purposif sampling mencakup karikatur yang dikumpulkan berdasarkan tujuan riset. Sampel Purposif ini yaitu sampel dan kaidah-kaidah penarikan sampel tidak dibutuhkan dalam penelitian kualitatif, tetapi hal yang lebih dibutuhkan oleh peneliti adalah keterwakilan substansi dari data atau informasi. (Pawito, 2008: 88)

Adapun pengambilan sample dari pengumpulan karikatur memiliki beberapa kriteria-kriteria. Dari 41 karikatur yang ada melalui pengumpulan data selama Hampir empat bulan (Oktober-Januari), diseleksi yang menurut peneliti sesuai dengan kriteria dari objek penelitian “100 hari pemerintahan Jokowi” yang dibuat oleh peneliti.

Kriteria yang pertama adalah karikatur yang menggambarkan sosok perorangan yaitu Jokowi itu sendiri. Yang kedua adalah kebijakan-kebijakan yang dibuat dalam pemerintahan Jokowi. Yang ketiga adalah kelompok yang Pro terhadap Jokowi dan kelompok-kelompok yang kontra dengan Jokowi. Dan yang keempat adalah karikatur yang menggambarkan sebuah kegiatan tertentu atau kejadian tertentu terkait keputusan Jokowi.

Penelitian dilaksanakan pada Oktober 2014 sampai Januari 2015 dipilih karena sesuai dengan judul 100 hari pemerintahan Jokowi sejak dilantiknya Jokowi pada tanggal 20 Oktober 2014 sampai dengan 100 hari berjalannya pemerintahan pertama Jokowi. Dari 45 karikatur yang muncul

dalam surat kabar Jawa Pos edisi Oktober-Januari yang hanya terdapat pada hari selasa, Kamis dan Sabtu diseleksi dengan empat kriteria tadi dan hasilnya ada 20 karikatur yang sesuai dengan empat kriteria yang ditentukan dalam penelitian.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian Kritik sosial politik karikatur adalah teknik pengumpulan data dengan dokumentasi. Data yang dipakai dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder.

Data primer diperoleh dari observasi yaitu mengamati langsung objek tanpa mediator. Sedangkan data sekunder diperoleh dari studi kepustakaan dan literature yang relevan dengan objek yang diteliti. Data sekunder berupa artikel wacana yang terdapat pada koran Jawa Pos Edisi Oktober-Januari sebagai sumber referensi penulis terkait dengan pemaknaan karikatur.

Analisis data dilakukan untuk dapat menarik kesimpulan-kesimpulan. Kesimpulan yang dihasilkan juga pada umumnya tidak dimaksudkan sebagai generalisasi, tetapi sebagai gambaran interpretif tentang realitas atau gejala yang diteliti. (Pawito, 2008:102)

Untuk penarikan kesimpulan tersebut maka prinsip berfikir induktif digunakan dalam penelitian ini. Berangkat dari hal-hal yang khusus (fakta empiris) menuju hal-hal umum (tataran konsep). Data yang diperoleh dari pengumpulan karikatur mengenai 100 hari Pemerintahan Jokowi kemudian di analisis dengan

memilah-milah dan membuat kategori, melakukan triangulasi berbagai sumber data dan menginterpretasikannya atau mengemukakannya dengan mengacu pada teori semiotik Charles Sanders Pierces dan baru menarik kesimpulan.

Batasan konseptual dalam penelitian Kritik Sosial Politik dalam Karikatur ini yakni Kritik yang dimaksud oleh peneliti adalah “kritik” yang dalam artiannya sebuah penggambaran atas realita yang terjadi kemudian digambarkan oleh karikaturis dalam sebuah karikatur surat kabar yang disisipkan sebuah opini dari si pembuat karikatur tersebut. Jadi kritik dalam penelitian ini bukan hanya sebuah kritik mengenai ketidaksetujuan atau sebuah protes atas sesuatu yang tidak disukainya, melainkan kritik yang menggambarkan suatu keadaan dan realitas yang ada dalam benak karikaturis mengenai opininya. Dalam penelitian karikatur ini teori semiotik Charles Sanders Pierces yang digunakan pada level semiotika yang dianalisis berdasarkan Objeknya bukan berdasarkan Representamen atau Interpretan.

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada Analisis data dan Pembahasan ini, Karikatur di kelompokkan sesuai dengan sub tema besar yang telah ditetapkan oleh peneliti dalam 100 hari pemerintahan Jokowi, mulai dari program awal pemerintahan Presiden Jokowi sampai dengan kejadian atau peristiwa yang muncul yang berkaitan dengan keputusan

pemerintahan Jokowi. Untuk dapat melihat makna dibalik karya karikatur yang dibuat oleh karikaturis Jawa Pos sebagai media kritiknya, serta Penggambaran Kritik dari keseluruhan karikatur. Setiap karikatur dianalisis menggunakan teori semiotik C.S Pierces berdasarkan Objeknya yakni Ikon, Indeks dan Simbol.



**Analisis Pengungkapan Makna**  
Gambar 5.1

Pertama, gambar dilihat dari segi **Ikon** yang dimunculkan dalam karikatur. Ikon yang pertama yaitu sosok Jokowi itu sendiri yang memakai peci hitam, jas hitam dan dasi. Secara Konotatif, kerap kali seorang yang penting seperti pejabat ataupun seorang presiden dan juga orang-orang penting yang memiliki kekuasaan digambarkan dengan seseorang yang memakai pakaian berjas dan berdasi serta terkadang menggunakan peci hitam dikepalanya. Dalam gambar karikatur, seorang laki-laki yang menggunakan peci hitam, pakaian jas hitam dan berdasi tersebut semua orang di Indonesia ketahui sebagai sosok wajah Joko Widodo, Presiden ke-7 RI yang terpilih dalam pemilihan langsung umum 9 Juli 2014 lalu.

Ikon yang kedua adalah balok-balok kayu dengan bertuliskan huruf yang membentuk kalimat "KABINET". Dan ikon yang ketiga adalah seorang laki-laki berbadan kurus dan bertopi yang berkomentar melihat kejadian yang dilihatnya. Seorang bertopi ini menggunakan pakaian kaos berkerah dengan bagian lengan baju yang dilipat seperempat bagian yang menggambarkan seorang laki-laki bertopi tersebut mempunyai profesi yang tidak mengharuskannya memakai pakaian formal seperti pejabat yang berjas dan berdasi ataupun seseorang yang bekerja dikantor yang mengharuskannya memakai kemeja rapi berkerah. Biasanya seseorang dengan profesi seperti itu cenderung pada profesi wartawan yang dengan pakaian casualnya mereka bekerja mencari berita tidak diharuskan menggunakan pakaian formal kecuali dengan keadaan tertentu ataupun menghadiri acara tertentu.

**Indeks** dalam karikatur Jokowi ini adalah seorang Presiden Jokowi dengan wajah yang bingung yang sedang menyusun sebuah balok-balok yang bertuliskan huruf-huruf yang membentuk kata "Kabinet" dan Indeks yang lain adalah seorang laki-laki bertopi yang berkomentar "TERNYATA PEKERJAAN TERBERAT SEORANG PRESIDEN ADALAH MENCARI PEMBANTU" sambil melihat Jam tangan dengan ekspresi muka yang terheran-heran.

Sambil terheran melihat Jokowi yang menyusun balok Kabinet, laki-laki bertopi itu memandang kearah jam tangan yang dipakainya. Ikon jam tangan sendiri

merupakan sebuah benda yang menunjukkan waktu. Seseorang dapat mengukur waktu yang mereka miliki dengan menggunakan Jam. Kaitannya dengan karikatur adalah ketika seorang laki-laki bertopi tadi heran sambil melihat kearah jam, hal tersebut menunjukkan bahwa waktu yang diperlukan seorang Presiden menggunakan waktunya menyusun balok huruf "Kabinet" cukup lama, sehingga membuat seorang laki-laki bertopi tersebut terheran-heran dan melontarkan celotehannya terkait kejadian yang dilihatnya. Makna dari penggambaran tersebut bahwa Presiden Indonesia yang ke-7 ini menyusun sebuah kabinet pemerintahannya cukup lama bahkan ketika dirinya dilantik, kabinet kerjanya belum juga terbentuk, hal tersebut membuat kinerja pemerintahan kurang efektif.

**Simbol** adalah sebuah tanda yang menunjukkan hubungan alamiah yang bersifat arbiter (semena) berdasarkan konvensi (perjanjian) masyarakat. Dalam karikatur Jokowi tidak terdapat simbol yang dimunculkan dalam karikatur.

**Interpretasi** keseluruhan dari karikatur penetapan kabinet Jokowi. Berdasarkan ikon, indeks dan simbol karikatur dalam sub tema ini makna dari karikaturis secara garis besar yakni Keputusan, kecepatan dan ketepatan Jokowi dalam menyusun kabinet ternyata cukup membuat heran karikaturis seperti yang digambarkan dalam karikatur ikon laki-laki yang bertopi dengan ekspresi heran memandang kearah jam tangan yang dikenakan. Menurut karikaturis

Presiden Jokowi menentukan menteri-menterinya (dalam artian pejabat yang membantunya) membutuhkan waktu yang lama sangat disayangkan dan hal tersebut berdampak negative terhadap keberlangsungan system pemerintahan pada saat itu.



Gambar 5.14

Dalam gambar karikatur berikut adalah salah satu dari beberapa karikatur yang menggambarkan realitas sosial yang terjadi dimasyarakat akibat dari kurang tepatnya kebijakan yang kurang diperhatikan oleh pemerintahan Jokowi. Kritik disampaikan oleh karikaturis melihat keadaan sosial dimasyarakat dan diangkat melalui karya karikatur yang dipublikasi dalam surat kabar.

**Ikon** yang terdapat pada karikatur kenaikan harga elpiji edisi 8 Januari 2015 adalah seseorang laki-laki yang berkumis dan menggunakan pakaian serba hitam dan ikat kepala dari kain yang disebutkan dalam karikatur adalah seorang Pawang Hujan. Hal tersebut ditunjukkan dari papan kayu bertuliskan “PAWANG HUJAN, SPESIALIS MEMINDAHKAN, MENOLAK DAN MENURUNKAN

HUJAN” disamping laki-laki berkumis tersebut. Dan terdapat tempat dupa yang diletakkan didepan badan laki-laki berkumis yang sedang duduk bersila. Seorang pawang hujan adalah seseorang yang dipercayai mempunyai kekuatan mengendalikan hujan yakni memindahkan, menolak dan menurunkan hujan. Beberapa orang dengan kepercayaan masing-masing mempercayai keberadaan pawang hujan dapat menolak dan memindahkan hujan dan beberapa orang lainnya menyebutnya hanya sebagai mitos..

Ikon yang muncul berikutnya adalah seorang perempuan berbadan gemuk menggunakan pakaian daster yang menggambarkan bahwa seorang perempuan gemuk itu adalah seorang ibu rumah tangga yang kesehariannya menggunakan pakaian daster yang dikategorikan sebagai pakaian non formal yang digunakan sehari-hari dirumah. Seorang ibu rumah tangga tersebut datang menghampiri pawang hujan dan berkata “BISA MINTA TOLONG MENURUNKAN HARGA ELPIJI MBAH?”. Kenaikan harga elpiji membuat seseorang mau atau tidak mau harus menerima keadaan tersebut, karena bagaimanapun gas elpiji merupakan kebutuhan pokok dalam kehidupan sehari-hari untuk dapat memasak makanan, selain minyak tanah dan kayu bakar.

**Indeks** dalam karikatur adalah seorang ibu rumah tangga yang datang kepada pawang hujan spesialis memindahkan, menolak dan menurunkan hujan kemudian sambil berkata “BISA MINTA TOLONG



MENURUNKAN HARGA ELPIJI MBAH?”. Orang yang didatangi oleh seorang ibu rumah tangga tersebut adalah pawang hujan yang mampu menurunkan hujan, ketika itu perempuan sebagai ibu rumah tangga ibu bertanya kepada sang pawang hujan apakah dirinya juga bisa “MENURUNKAN HARGA ELPIJI”. Hal tersebut berkaitan dengan realitas sesungguhnya ketika harga elpiji saat itu yang melambung naik setelah sebelumnya harga BBM yang naik terlebih dahulu. Keadaan tersebut semakin mempersulit masyarakat terutama masyarakat kecil. Karena kebingungan yang dirasakan oleh masyarakat terutama mereka yang kurang berada maka karikatur kenaikan harga elpiji ini menggambarkan sebuah realitas ketika masyarakat bingung dengan tekanan keadaan ekonominya yang semakin sulit seiring dengan harga bbm naik, kebutuhan naik dan disusul gas elpiji yang naik.

Dalam karikatur yang menggambarkan seorang ibu rumah tangga yang datang kepada pawang hujan spesialis menurunkan hujan untuk kemudian meminta kemungkinan juga dapat menurunkan harga elpiji merupakan sebuah bentuk pesan karena pemerintah kurang dapat mengontrol dan membantu untuk meringankan sedikit beban masyarakat kecil maka ketika hal itu terjadi pawang hujan tersebut yang dipilih oleh seorang perempuan ibu rumah tangga dalam karikatur tersebut sebagai orang yang mungkin bisa memberinya solusi terhadap tekanan dari naiknya harga elpiji.

**Simbol** yang terdapat dalam karikatur kenaikan harga elpiji ini adalah Pawang hujan dimunculkan dalam karikatur adalah sebuah simbol yang menunjukkan bahwa masyarakat di Indonesia ini masih sangat kental akan kepercayaan yang disebut dengan mitos. Pengaruh budaya masih sangat melekat dalam diri masyarakat di Indonesia. Ketika realitas sudah tidak dapat menyelesaikan masalah mereka, maka kepercayaan diluar dari logika manusia yang kemudian digunakan untuk menyelesaikan masalah mereka yaitu dengan mengandalkan mitos, mendatangi orang yang dipercaya mempunyai kekuatan lain untuk membantu menyelesaikan masalahnya. Orang-orang yang dianggap pintar atau mempunyai kelebihan lain diluar logika manusia contohnya adalah dukun, “orang pintar”, kiyai, termasuk pawang hujan yang dipercaya mampu mengendalikan hujan dianggap sebagai penyelesaian masalah mereka. Dalam karikatur hal ini tentunya digambarkan ketika pemerintahan sudah tidak dapat membantu menyelesaikan masalah yang masyarakat hadapi saat itu, maka kemudian menjadi mungkin jika seseorang mengandalkan sebuah mitos-mitos itu untuk menyelesaikan masalah yang ada.

**Interpretasi** keseluruhan dari karikatur tersebut adalah ketika pemerintah dianggap lagi tidak dapat menyelesaikan persoalan yang ada ada didalam masyarakat khususnya masyarakat menengah kebawah, maka tidak heran jika masyarakat tidak lagi mengandalkan pikiran logisnya dalam



menyelesaikan permasalahannya, akibatnya mitos-mitos yang berkembang dalam masyarakat kemudian yang dianggap dapat memberikan solusi untuk menyelesaikan permasalahan mereka dengan mendatangi dukun-dukun ataupun orang pintar lainnya.

### **Analisis Penggambaran Kritik**

Dari pengungkapan makna dibalik tanda diatas, maka penggambaran kritik karikatur 100 Hari Jokowi dapat disimpulkan bahwa pesan kritik yang terkandung dalam karikatur banyak disampaikan melalui celotehan-celotehan dari ikon karikatural itu sendiri, seperti ikon seorang laki bertopi, perembuan berbadan gemuk dan ikon atribut karikatural lainnyalah yang sering dimunculkan untuk penyampaian pesan kritik yang dimaksud. Penggambaran kritik dengan ikon sosok Jokowi sendiri hanya beberapa dimunculkan dalam karikatur, begitu juga dengan sosok tokoh penguasa dalam pemerintahan Jokowi bahkan tidak dihadirkan dalam karikatur, melainkan digantikan dengan ikon karikatural versi karikatur Clekit.

Kemudian berdasarkan indeks, makna dari karikatur ditujukan lebih banyak mengenai kritik terhadap kebijakan-kebijakan dari Pemerintahan Jokowi. Jadi penggambaran kritik disini lebih banyak digambarkan dengan kebijakan yang menggambarkan atau menceritakan sebuah realitas keadaan sosial dan politik dari keberadaan kebijakan pemerintahan Jokowi itu sendiri.

### **PENUTUP**

Dari hasil penelitian dengan analisis pengungkapan makna, Berdasarkan semiotika C.S Pierce Ikon, Indeks dan Simbol disimpulkan bahwa Karikatur “100 Hari Pemerintahan Jokowi” menyampaikan sebuah penggambaran atas realitas sosial dimasyarakat serta kondisi perpolitikan dalam masa awal pemerintahan Jokowi yang dinilai kurang tegas dan kurang dapat memenuhi harapan rakyat Indonesia seperti yang telah dijanjikan Jokowi pada masa kampanyenya lalu.

Hal tersebut ditunjukkan dari beberapa hasil interpretasi karikatur yang lebih banyak memberikan kritik negatif terhadap pemerintahan Jokowi saat itu terutama terkait kesejahteraan rakyat dan kepemimpinan yang bersih, beberapa karikatur yang paling menonjol adalah pertama mengenai keberadaan “Koalisi” dalam pemerintahan Jokowi yang mengkritik dua kubu Koalisi Merah Putih (KMP) dan Koalisi Indonesia Hebat (KIH) yang saling konflik berebut kekuasaan, kedua mengenai kebijakan Subsidi BBM yang mengkritik ketidak tegasan pemerintah mengenai kebijakan perekonomian dan kenaikan harga Subsidi BBM serta yang ketiga adalah mengenai keputusan pencalonan Kapolri yang bermasalah yang dinilai tidak sesuai dengan janji dan program utama NAWACITA yang dicanangkan pada Pemerintahan Jokowi.

Seringkali dalam karikatur-karikatur yang dimunculkan karikaturis memberikan

pemaknaan negative terhadap objek dari karikatur tersebut karena karikatur-karikatur itu sendiri lebih banyak merupakan opini dan memadukannya dengan ideology dari pembuat karikaturis, dibandingkan dengan memberikan pemahaman atas suatu realitas itu sendiri.

Dari hasil analisis penggambaran kritik, karikatur “100 Hari Jokowi” ini banyak digambarkan dengan celotehan atau tanda verbal yang dilontarkan oleh ikon karikatural yang dimunculkan, seperti ikon laki-laki bertopi, perempuan berbadan gemuk dan tokoh karikatural lain yang sering dimunculkan dalam karikatur Clekit. Sedangkan penggambaran kritik dengan gambar-gambar sosok Jokowi atau tokoh terkenal di masa pemerintahan Jokowi kurang ditonjolkan dalam karikatur-karikatur bertema 100 Hari Jokowi tersebut.

## **SARAN**

Peneliti menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan yang ada pada penelitian ini. Kiranya dalam teori semiotik yang digunakan dalam penelitian ini hanya

sebatas pada level objek. Diharapkan pada peneliti berikutnya agar dapat menggunakan dan mencontohkan semiotik secara keseluruhan untuk mempermudah pemahaman mengenai semiotika.

Penelitian dengan menggunakan teori semiotika sebenarnya tidak diharuskan untuk melakukan wawancara, akan tetapi interview guide pada pihak terkait mungkin akan memperkuat penelitian dan validasi data, maka dari itu kiranya munculkan interview guide jika diperlukan untuk menguatkan hasil penelitian.

Dari hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa kritik yang digambarkan dalam karya karikatur merupakan hasil dari opini redaksi. Penting bahwa karikatur muncul untuk memberikan pemahaman bukan untuk menjatuhkan atau melecehkan seseorang menggunakan karya karikatur dalam media massa. Oleh karena itu penting redaksional media massa untuk selalu mengedepankan netralitas sebagai media dan meminimalisir ideologi-ideologi media dan pemilik media.

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber buku:

- Eco, Umberto. 2011. Teori Semiotika, Cetakan ketiga, Penerjemah: Inyik Ridwan Muzir. Yogyakarta: Kreasi Wacana
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: PT Remaja RosdaKarya
- Gumira, Seno. 2012. Antara Tawa dan Bahaya; Kartun dalam Politik Humor. Jakarta: KPG (Kepustakaan Populer Gramedia)
- Indarto, Kuss. 1999. Sketsa Ditanah Merdeka: Kumpulan Karikatur. Yogyakarta: Tiara Wacana
- Moleong, Lexy. 2011. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja RosdaKarya
- Mulyana, Deddy. 2010. Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT Remaja RosdaKarya
- Pawito. 2008. Penelitian Komunikasi Kualitatif. Yogyakarta: PT LKiS Pelangi Aksara Yogyakarta
- Pramoedjo, R Pramono. 2008. Indonesiaku, Duniaku: Parade karikatur 1990-1995. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan
- Susilo, Sri. 2013. Subsidi Bahan Bakar Minyak (BBM) dan Perekonomian Indonesia. Yogyakarta: Gosyen Publishing
- Sobur, Alex. 2013. Semiotika Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Vera, Nawiroh. 2014. Semiotika dalam Riset Komunikasi. Bogor: Ghalia Indonesia

### Sumber Internet:

- Nasrul, Erdy. Pengusaha Protes Jokowi, Karena Pejabat Dilarang Rapat di Hotel. 09 November 2014.  
<http://m.republika.co.id/berita/nasional/politik/14/11/09>. Diakses Maret 2015
- Prabowo, Dani. Koalisi Indonesia Hebat Dianggap Stres hadapi KMP. 30 Oktober 2015.  
<http://nasional.kompas.com/read/3024/10/30/0722181>. Diakses Maret 2015
- Faizal, Rachmad. Tanda-tanda Kegagalan Kurikulum 2013. 28 Agustus 2014. <http://m.okezone.com/read/2014/08/28/373/1031255>. Diakses Maret 2015

Maharani, Shinta. Elpiji 12kg Naik, Konsumen banyak Beralih ke Elpiji 3kg. 02 Maret 2015  
<http://m.tempco.co/read/news/2015/03/02/090646506>. Diakses maret 2015

Kartun dan Karikatur. <http://id.m.wikipedia.org/wiki/Karikatur/kartun>. Diakses November 2014.

--\_\_\_\_\_. Koran. <http://id.m.wikipedia.org/wiki/Koran>. Diakses November 2014.

---\_\_\_\_\_. Jawa Pos. [http://id.m.wikipedia.org/wiki/Jawa\\_Pos](http://id.m.wikipedia.org/wiki/Jawa_Pos). Diakses November 2014.

---\_\_\_\_\_. Jokowi. <http://id.m.wikipedia.org/wiki/Jokowi>. Diakses Desember 2014

## PEDOMAN PENULISAN

1. Artikel merupakan kajian teoritis, konsep dasar, hasil penelitian dan atau pembahasan mengenai fenomena komunikasi.
2. Artikel ditulis dengan Bahasa Indonesia sepanjang 10-20 halaman kuarto, spasi 2, huruf Times New Roman.
3. Format penulisan artikel:
  - Judul.
  - Nama Penulis (tanpa gelar).
  - Nama lembaga dan alamat tempat bekerja.
  - Abstrak dalam bahasa Inggris (tidak lebih dari 200 kata) dilengkapi dengan kata kunci (dicetak miring)
  - I. Pendahuluan (latar belakang, perumusan masalah, metode, dan landasan teori).  
Masing-masing tidak dinyatakan lewat sub-sub judul.
  - II. Pembahasan (sub judul sesuai dengan topik bahasan)
  - III. Penutup (simpulan dan saran)
  - Daftar Pustaka (berisi pustaka yang dirujuk dalam uraian saja)
  - Lampiran
4. Daftar Pustaka ditulis secara konsisten dengan susunan sebagai berikut:  
Pengarang. Tahun terbit. Judul. Kota Terbit: Penerbit.  
Cttoh:  
Griffin, Michael. 2002. A Fisrt Look at Communication Theories. London: Sage Pub.
5. Artikel dapat dikirim dalam bentuk *soft copy* (CD) dalam format *doc.* atau *rtf.*
6. Artikel yang diterima redaksi dan tidak layak muat tidak dikembalikan.
7. Artikel dikirim ke alamat redaksi:  
Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Trunojoyo. P.O. BOX 2 Raya Telang-Kemal, Bangkalan 69162 atau dikirim via email ke: [jurnalikomutm@gmail.com](mailto:jurnalikomutm@gmail.com)

Jurusan Ilmu Komunikasi  
Universitas Trunojoyo Madura  
Jl. Raya Telang Po. Box 2 Bangkalan 69162  
Telp. 031-3012390/Fax. 031-3011506  
Email : Jurnal.komunikasi@yahoo.com

