



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

KERANGKA TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti mengambil dua penelitian yang sudah ada dengan teknik analisis yang sama yaitu menggunakan metode studi resepsi yang mampu membantu peneliti dalam menyempurnakan penelitiannya.

Penelitian yang pertama adalah Skripsi milik Nisa Akina dari Universitas Indonesia. Penelitian ini mengangkat judul Pemaknaan Khalayak Golongan Bawah Pengguna Blackberry terhadap *Broadcast Massage*. Penelitian ini menggunakan metode studi resepsi dengan tujuan untuk mengetahui pemaknaan *Broadcast Massage* bagi khalayak pengguna blackberry golongan bawah. Hasil dari penelitian ini adalah informan dengan latar belakang pendidikan rendah memaknai konten *Broadcast Massage* dengan *negotiated content*, artinya mereka tidak sepenuhnya percaya pada konten yang disebarakan melalui *Broadcast Massage*. Persamaan antara penelitian milik Nisa Sakina dengan peneliti adalah sama-sama menggunakan teknik analisa studi resepsi untuk mengetahui makna yang didapatkan oleh khalayak. Sedangkan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah penelitian ini membahas topik yang berbeda, yaitu membahas mengenai pemaknaan khalayak golongan bawah pengguna blackberry terhadap

broadcast message, sedangkan topik yang dibahas oleh peneliti adalah mengenai makna yang didapatkan dari khalayak dalam memaknai berita hoax di media daring. Perbedaan yang kedua adalah media yang digunakan oleh peneliti menggunakan media social BlackBerryMessenger (BBM) sedangkan penelitian terdahulu menggunakan media daring VOA-Islam.com.

Penelitian terdahulu yang kedua adalah penelitian yang dilakukan oleh Sanda Garini dari Universitas Indonesia. Penelitian ini mengangkat judul Pemaknaan Followers Perempuan terhadap simbol - simbol seks pada akun Twitter @soalDEWASA. Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti terdahulu adalah paradigma kritis dengan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian terdahulu menemukan bahwa pemaknaan yang berbeda-beda sangat terkait dengan proses pembentukan konsep diri masing-masing informan. Yang membedakan penelitian yang dilakukan oleh Sanda Garini dengan peneliti adalah media yang digunakan, penelitian terdahulu menggunakan media sosial yang berbeda dengan peneliti menggunakan media daring VOA-Islam sementara Sanda Garini menggunakan social media twitter, paradigma yang digunakan peneliti terdahulu juga berbeda dengan peneliti. Persamaan peneliti terdahulu dengan peneliti adalah sama-sama menggunakan metode pemaknaan khalayak .

Untuk mempermudah menjelaskan mengenai persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Peneliti akan menjelaskannya dengan tabel dibawah ini.

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu

	Peneliti 1 (Nisa Sakina) Universitas Indonesia	Peneliti 2 (Sanda Garini) Universitas Indonesia	Penulis (Patricius Dewo P) Universitas Multimedia Nusantara
Jenis Penelitian	Skripsi	Skripsi	Skripsi
Judul Penelitian	Pemaknaan Khalayak Golongan Bawah Pengguna Blackberry terhadap <i>Broadcast Massage</i>	Pemaknaan Followers Perempuan terhadap Simbol-Simbol Seks pada akun Twitter @soalDEWASA	Pemaknaan Khalayak Terhadap Berita Hoax Terkait Pemerintahan Joko Widodo
Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui pemaknaan Broadcast Massage bagi khalayak pengguna blackberry golongan bawah	untuk mengkaji self concept followers perempuan dalam memaknai symbol-simbol seksual pada media social (akun twitter @soalDEWASA)	untuk melihat bagaimana pemaknaan khalayak terhadap berita hoax terkait pemerintahan Joko Widodo di media VOA-Islam.com
Metode Penelitian	Teori Pemaknaan Khalayak, Studi Resepsi	Teori Pemaknaan, Cultural Studies	Studi Resepsi, Teori Pemaknaan khalayak Stuart Hall.
Hasil Penelitian	informan dengan latar belakang pendidikan rendah memaknai konten broadcast message dengan negotiated content, artinya mereka tidak sepenuhnya	Hasil dari penelitian terdahulu menemukan bahwa pemaknaan yang berbeda-beda sangat terkait dengan proses pembentukan konsep diri masing-masing informan.	

	percaya pada konten yang disebarkan melalui broadcast message		
--	---	--	--

2.2 Teori Pemaknaan Khalayak Stuart Hall

Teori pemaknaan khalayak adalah teori yang bernaung pada kajian budaya. Kajian budaya ialah perspektif teoritis sebagaimana berfokus dengan budaya dipengaruhi oleh budaya yang dominan. Kajian ini merupakan buah pemikiran dari teoritikus asal Inggris, Stuart Hall.

Hall berfokus kepada peran media serta kemampuan media untuk membentuk opini public mengenai populasi yang termarginalkan seperti orang-orang kulit berwarna, orang miskin, dan kelompok orang lainnya yang tidak menggambarkan sudut pandang pria heteroseksual berkulit putih kaya. (West, 2008, h. 63)

Terdapat dua konsep penting dalam Kajian Budaya yaitu hegemoni dan hegemoni tandingan. Hegemoni dapat didefinisikan sebagai pengaruh, kekuasaan, atau dominasi dari sebuah kelompok sosial terhadap yang lain. Sedangkan hegemoni tandingan adalah ketika masa-masa tertentu, orang akan menggunakan perilaku hegemonis untuk menentang dominasi di dalam kehidupan mereka. Konsep ini menunjukkan bahwa khalayak tidak selamanya tertipu untuk menerima dan memercayai apa yang disajikan oleh kekuatan dominan. Tidak ada pesan hegemoni ataupun hegemoni tandingan tanpa adanya kemampuan khalayak untuk menerima

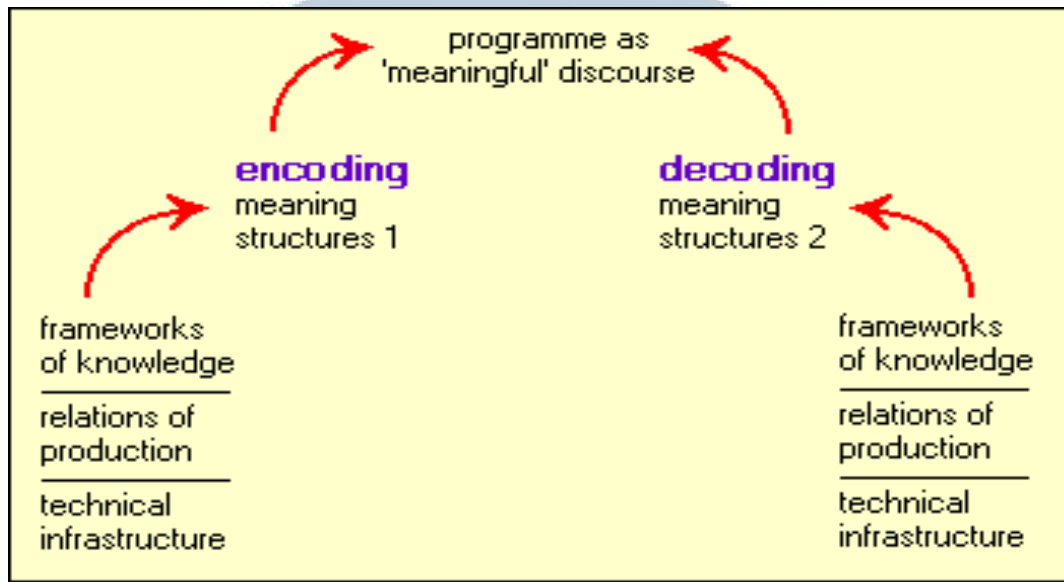
pesan dan memandangkan dengan makna yang telah tersimpan di dalam benak mereka (West, 2008, h. 67-73)

Kemudian, pemikiran ini melahirkan teori pemaknaan khalayak, teori yang memandang bahwa khalayak merupakan insan aktif memaknai pesan di dalam media. Khalayak kemudian tidak hanya mengkonsumsi mentah-mentah apa yang ditayangkan oleh media. Khalayak memaknainya secara berbeda-beda berdasarkan pengetahuan yang dimilikinya.

Pada model pemaknaan yang dikemukakan oleh Stuart Hall , analisis resepsi mengacu pada studi tentang makna, produksi, dan pengalaman khalayak dalam hubungannya berinteraksi dengan teks media. Biasanya focus yang disering dikedepankan teori ini adalah proses decoding, interpretasi, serta pemahaman inti dari konsep analisis *reception*. Pada ilmu komunikasi massa, proses komunikasi dikonseptualisasikan sebagai sirkuit seperti berikut.



Gambar 2.1 Model Encoding/Decoding Stuart Hall



Sumber: visual-memory.co.uk.

Tahapan Encoding

1. Technical InfraStructure/ Relations Of Production / Frameworks of knowledge
 - a. Tahapan ini dijelaskan sebagai dimana realitas yang mentah, suatu peristiwa yang terjadi di lapangan, dipotret, dikonstruksikan, serta dibingkai sedemikian rupa. Pada tahap ini yang dimaksudkan adalah memproduksi pesan seperti Tv, Radio, Media Cetak, dan lain nya.
2. Meaning Structures 1 (Encoding) & 2 (Decoding)

a. Encoding

Pada tahap ini pembentukan pesan dalam tahap produksi tersebut juga melibatkan pengetahuan mengenai seperti apa penerima yang akan disasar, bagaimana karakteristik mereka untuk menentukan bagaimana bentuk pesan tersebut dikemas hingga menarik bagi penerimanya.

b. Decoding

Pada tahap ini sedikit berbeda dengan prinsip dari encoding yaitu bahwa proses Decoding sangat bisa membuat makna awal tersebut diterima berbeda. Perbedaan tersebut dapat dipengaruhi oleh persepsi, pemikiran, dan pengalaman masa lalu, yang bagi setiap orang pun kemungkinan tidak mempunyai kesamaan. Selain itu, Hall juga mengungkapkan bahwa khalayak dalam hal ini tidak hanya menerima pesan, tetapi juga bisa mereproduksi pesan yang disampaikan.

3. *Programme as meaningful discourse*

- a. Pada tahap yang terakhir ini dapat sangat jelas terlihat bahwa sebuah pesan diproduksi dengan melalui serangkaian proses yang tidak sederhana agar pesan tersebut menjadi sebuah wacana yang bermakna (meaningful discourse) yang dapat dipahami dan diterima sebagai suatu hal yang lazim.

Dengan demikian, Hall menyimpulkan bahwa antara encoding dan decoding memiliki struktur makna yang tidak simetris atau tidak sama. Simetris yang disebutkan dalam hal ini adalah sebagai derajat pemahaman serta kesalahpahaman dalam pertukaran pesan, dan derajat tersebut tergantung pada kesetaraan hubungan yang dibentuk antara pembuat pesan dan penerimanya.

Teori yang dikemukakan Stuart Hall ,tentang *encoding dan decoding* mendorong terjadinya interpretasi beragam dari teks-teks media selama proses produksi dan resepsi (penerimaan). Dengan kata lain makna tidak pernah pasti (Ida, 2010, h. 148). Hall menurunkan tiga interpretasi yang digunakan individu untuk menafsirkan atau memberi respon terhadap persepsinya mengenai kondisi dalam masyarakat, yaitu *dominant - hegemonic code*, yang adalah dimana posisi audiens yang menyetujui dan menerima langsung apa saja yang disajikan oleh media, menerima penuh ideologi dan pesan yang diberikan oleh media atau program tayangan tanpa ada penolakan atau ketidaksetujuan terhadapnya. *Negotiated code*, dalam posisi ini penonton yang mencampurkan interpretasinya dengan pengalaman-pengalaman sosial tertentu mereka. Penonton yang masuk kategori negosiasi ini bertindak antara adaptif dan oposisi terhadap interpretasi pesan atau ideologi pada sebuah media. *Oppositional code* adalah ketika penonton melawan atau berlawanan dengan representasi yang ditawarkan dalam tayangan dengan cara yang berbeda dengan pembacaan yang telah ditawarkan dalam tayangan dengan cara yang berbeda dengan pembacaan yang telah diwarkan. (Hall. 2010, h 138).

Model komunikasi ini mengenali peran dari institusi dan pemilik media dalam merakayasa suatu teks media dengan suatu pesan tertentu. Model ini juga menjelaskan cara yang lain yang dimana khalayak aktif dari kelas yang berbeda dapat mengkonsumsi dan mengolah kembali arti-arti hegemonik dan dominan ini. Secara umum model encoding decoding ini menggaris bawahi semua cara yang mungkin dimana arti yang dimaksudkan dalam sebuah teks dapat berpotensi dapat diolah lagi oleh khalayak aktif.

Stuart Hall mengkonsepkan proses encoding sebagai suatu artikulasi momen-momen produksi, sirkulasi, distribusi, dan reproduksi yang saling terhubung namun berbeda, yang masing-masing memiliki praktik spesifik yang ada dalam sirkuit itu namun tidak menjamin momen yang akan terjadi berikutnya. Secara khusus, produksi dari makna-makna yang terjadi tidak memastikan adanya makna yang tercipta sesuai dengan yang dikehendaki oleh para pengode, karena pesan-pesan yang di konstruksikan sebagai sistem tanda dengan komponen penekanan yang beraneka ragam biasanya bersifat polisemi (mempunyai makna lebih dari satu).

2.3 Teori Interaksionisme Simbolik

Interaksionisme simbolik adalah sebuah pergerakan dalam sosiologi, yang berfokus pada cara-cara manusia membentuk makna dan susunan dalam masyarakat melalui percakapan. (Littlejohn, 2009, h.231).

Pendiri utama dari gerakan interaksionisme simbolis ini adalah George Herbert Mead yang terinspirasi dari Herbert Blumer yang menemukan istilah

interaksionisme simbolik. Mead sendiri mempunyai tiga konsep utama dalam teorinya yang diambil dari judul karyanya yang paling terkenal, yaitu masyarakat, diri sendiri, dan pikiran. Kategori ini merupakan aspek-aspek yang berbeda dari proses umum yang sama yang disebut tindak sosial. Sebuah tindakan dimulai dengan sebuah dorongan yang melibatkan sebuah persepsi dan penunjukan makna, repetisi mental, pertimbangan alternatif, dan penyempurnaan. (Littlejohn, 2009, h.232).

Dalam sebuah tindak sosial melibatkan sebuah hubungan dari tiga bagian: gerak tubuh awal dari salah satu individu, respons dari orang lain terhadap gerak tubuh tersebut, dan sebuah hasil, yang dimana hasilnya adalah sebuah arti tindakan bagi pelaku komunikasi. Tindakan bersama (joint action) antara dua orang atau lebih, seperti contohnya pernikahan, perdagangan, perang terdiri atas sebuah interhubungan dari interaksi-interaksi yang lebih kecil. (Littlejohn, 2009, h.232).

Dalam teori ini Mead menyebutkan bahwa gerak tubuh sebagai simbol yang signifikan. Dalam hal ini yang dimaksud dengan gerak tubuh mengacu pada setiap tindakan yang dapat memiliki makna dan biasanya hal ini bersifat verbal atau berhubungan dengan bahasa, tetapi juga dapat berupa gerak tubuh non-verbal. (Littlejohn, 2009, h.233).

Esensi dari interaksi simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia, yakni komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna (Mulyana, 2013, h. 68). Jadi bisa disimpulkan secara singkat bahwa Interaksionisme Simbolik

itu adalah sebuah interaksi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih yang menggunakan symbol tertentu.

2.4 Studi Resepsi

Penelitian tentang pemaknaan terhadap khalayak biasanya akan menggunakan studi resepsi atau analisis resepsi. Studi resepsi adalah studi yang mempelajari dan berada pada lingkup kajian budaya, dimana kajian ini merupakan prespektif yang berfokus bagaimana budaya dipengaruhi oleh budaya lain yang lebih kuat dan dominan. Penelitian ini mengacu tentang makna, produksi dan pengalaman khalayak dalam interaksi mereka dengan teks media.

Untuk mengetahui pemaknaan khalayak terhadap berita hoax di media dan peneliti menggunakan metode studi resepsi, karena peneliti beranggapan sebuah tulisan yang dihasilkan dari sebuah media bukan sesuatu yang pasti.

Kajian ini dilakukan oleh peneliti yang merujuk dari Stuart Hall yang berasal dari Inggris yang berpandangan bahwa banyak dari institusi elite media yang sering sekali salah dan menyesatkan. Dalam kajian ini Hall berfokus pada peran dari media dan kemampuan media dalam membentuk opini publik mengenai populasi yang termaginalkan, seperti orang-orang kulit berwarna, orang miskin, dan kelompok orang yang tidak menggambarkan sudut pandang pria heteroseksual berkulit putih dan kaya. (West, 2008, h. 63).

Dalam penelitian yang dilakukan ini berhubungan dengan media, budaya dan juga khalayak yang ikut terlibat didalamnya. Dalam hal ini media dan khalayak saling mempengaruhi satu sama lain yang dengan didasari pemahaman ideologi serta pemikiran dari masing-masing yang pada akhirnya media membentuk sebuah makna atau arti yang menimbulkan sebuah budaya, sehingga dari situlah khalayak mampu menanggapi dalam bentuk pemaknaan. Oleh karena itu penelitian ini menggunakan konsep studi resepsi yang membahas mengenai pemaknaan khalayak terhadap pesan yang diberikan oleh media.

Studi resepsi ini menunjukkan bagaimana khalayak dapat memahami pesan dari budaya populer yang disampaikan oleh media . Pada teori ini juga ada kelebihan dan kekurangan dalam melakukan analisis studi resepsi .(Marsha dan Emma Jones (1999, h , 146).

1. Kelebihan analisis resepsi

- a) Analisis resepsi melihat khalayak melalui faktor perbedaan karakter sosial berupa usia, kelas sosial etnisitas, jenis kelamin dan fakto-faktor mereka dalam penggunaan media.
- b) Studi resepsi lebih melihat pada khalayak yang aktif dan bisa memaknai informasi dari medianya. Dikarenakan, individu adalah khalayak yang mengerti mengenai informasi media.

2. Kelemahan Analisis Resepsi

- a) Analisis resepsi kurang memperhatikan media dari sisi control kepemilikan adan factor isi media dan informasinya.

- b) Analisis resepsi sering dinilai menjurus ke konsentrasi kenikmatan khalayak
- c) Analisis resepsi pun terlihat mengabaikan media yang kaya dalam memproduksi informasi dan berita dikarenakan berfokus pada khalayak saja.

Pada waktu khalayak menggunakan media, ia harus mampu memaknai isi dari informasi maupun berita yang diberikan oleh media tersebut dan khalayak melakukan proses pemaknaan dari melihat isi teks dari media tersebut. Dan khalayak yang menggunakan media adalah khalayak yang cenderung aktif dan juga berpengalaman dalam bidang penggunaan media.

Menurut Stanley Fish (dikutip dalam LittleJohn, 2009, h , 134), sebuah teks yang ditulis oleh media, merangsang khalayak aktif untuk memberikan pemaknaan. Oleh karena itu berarti saat khalayak melihat sebuah artikel atau teks yang diterbitkan oleh media khalayak berusaha untuk memaknai isi dari teks tersebut menurut dengan pandangan nya sendiri. Tentu saja makna yang akan didapatkan dari tiap khalayak akan menimbulkan makna yang berbeda-beda.

Dalam proses pemaknaan dari isi teks tersebut tentu saja khalayak melihat secara detail bahasa yang digunakan dalam teks tersebut sehingga pada akhirnya isi dari teks tersebut mampu membuat persepsi dan pemahaman yang dapat dipahami bersama-sama. Dengan kata lain peranan bahasa dalam mencari makna dari suatu teks sangat penting dan menjadi dasar..Jadi secara lebih sederhana bisa dibilang

bahwa pesan-pesan yang diberikan tersebut mengandung berbagai macam makna dan dapat diinterpretasikan dengan cara yang berbeda..

Menurut Stuart Hall, ada tiga bentuk pemaknaan/hubungan antara penulis (pengode) dan pembaca dan bagaimana pesan itu dibaca diantara keduanya adalah (Eriyanto, 2010, h. 94). Namun dalam penelitian ini peneliti hanya menggunakan salah satunya yaitu : Pemaknaan Dominan (dominant-hegemonic position) , maksud dari pemaknaan ini adalah dimana keadaan seperti ini dapat terjadi ketika penulis menggunakan kode yang bisa diterima secara umum, sehingga pembaca akan dengan mudah menafsirkan dan membaca pesan ataupun tanda yang diterima dari pemberi pesan. Secara hipotesis, dalam kondisi ini tidak terjadi perbedaan penafsiran antara penulis dengan penerima pesan atau pembaca. Selain itu, diantara pembaca yang cenderung beragam, secara hipotesis dapat dikatakan bahwa pembaca mempunyai penafsiran atau membaca tanda yang sama. Ini dapat terjadi dikarenakan penulis menggunakan kode-kode profesional sehingga hampir tidak adanya perbedaan yang tajam di mata pembaca. Penulis sendiri tentu juga bisa menggunakan kode-kode budaya atau posisi politik yang diyakini dan mampu menjadi kepercayaan dari pembaca, sehingga ketika pesan dalam bentuk kode itu sampai di mata pembaca akan terjadi kesesuaian. Apa yang diberikan oleh penulis akan ditafsirkan dengan pembacaan umum oleh khalayak pembaca. Pembaca yang lebih dominan terhadap media teks secara hipotesis akan terjadi jika pembuat dan pembaca teks memiliki ideologi yang sama. Adanya ideologi yang sama ini menyebabkan tidak adanya perbedaan pandangan antara penulis dengan pembacanya. Kondisi ini mengakibatkan

nilai-nilai perspektif yang dibawa oleh pembuat teks bukan hanya disetujui oleh pembaca, namun dinikmati dan dikonsumsi lebih oleh pembacanya. Pada titik ini, tidak ada perlawanan dari pembaca. Pembaca akan secara spontan akan menafsirkan dan memaknai teks dalam apa yang ditawarkan oleh penulis. Pada posisi ini, pembaca bisa juga disebut *dominant reading*, yaitu pembaca menerima posisi yang ditawarkan oleh teknologi dan menerima posisi tersebut dengan menghormati mitos-mitos yang membentuknya.

2.5 Media Baru

Media baru atau *new media* sudah digunakan sejak tahun 1960-an dan seiring dengan berkembangnya jaman media baru tersebut juga semakin berkembang dan semakin digunakan oleh khalayak. Dalam bukunya yang berjudul *Teori Komunikasi Massa* McQuail menjelaskan bahwa media baru merupakan adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang berbagi ciri yang sama yang mana selain baru dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi (McQuail, 2011, h. 148).

Media baru lebih digemari oleh khalayak karena kecepatan dan kemudahan dalam mengaksesnya media baru secara tidak langsung memberikan dampak pada media tradisional, karena fokus para pengguna media sekarang justru cenderung lebih suka menggunakan media baru, media baru disini yang difokuskan adalah media daring atau internet, disini khalayak mampu mengakses informasi yang diinginkan secara cepat dan mudah.

Berkman dan Shumway (dikutip dalam Haryanto, 2014, h. 5) mengatakan bahwa para jurnalis media online perlu lebih berhati-hati dalam pemberitaan karena berita yang diberikan punya kemungkinan dibaca oleh ribuan hingga jutaan orang dan arena jangkauan yang lebih besar, bisa memberikan dampak yang lebih besar daripada jika pemberitaan itu dilakukan di media cetak .

Peran media online pun semakin besar, dengan adanya media online yang bebas dan hampir tidak terkontrol menimbulkan berbagai pandangan dari masyarakat, apalagi masyarakat pada era ini. Seto (2014, h 19) menegaskan “Media Online tentunya memiliki tujuan dan karakteristik tersendiri saat melihat peristiwa yang mereka anggap penting”.

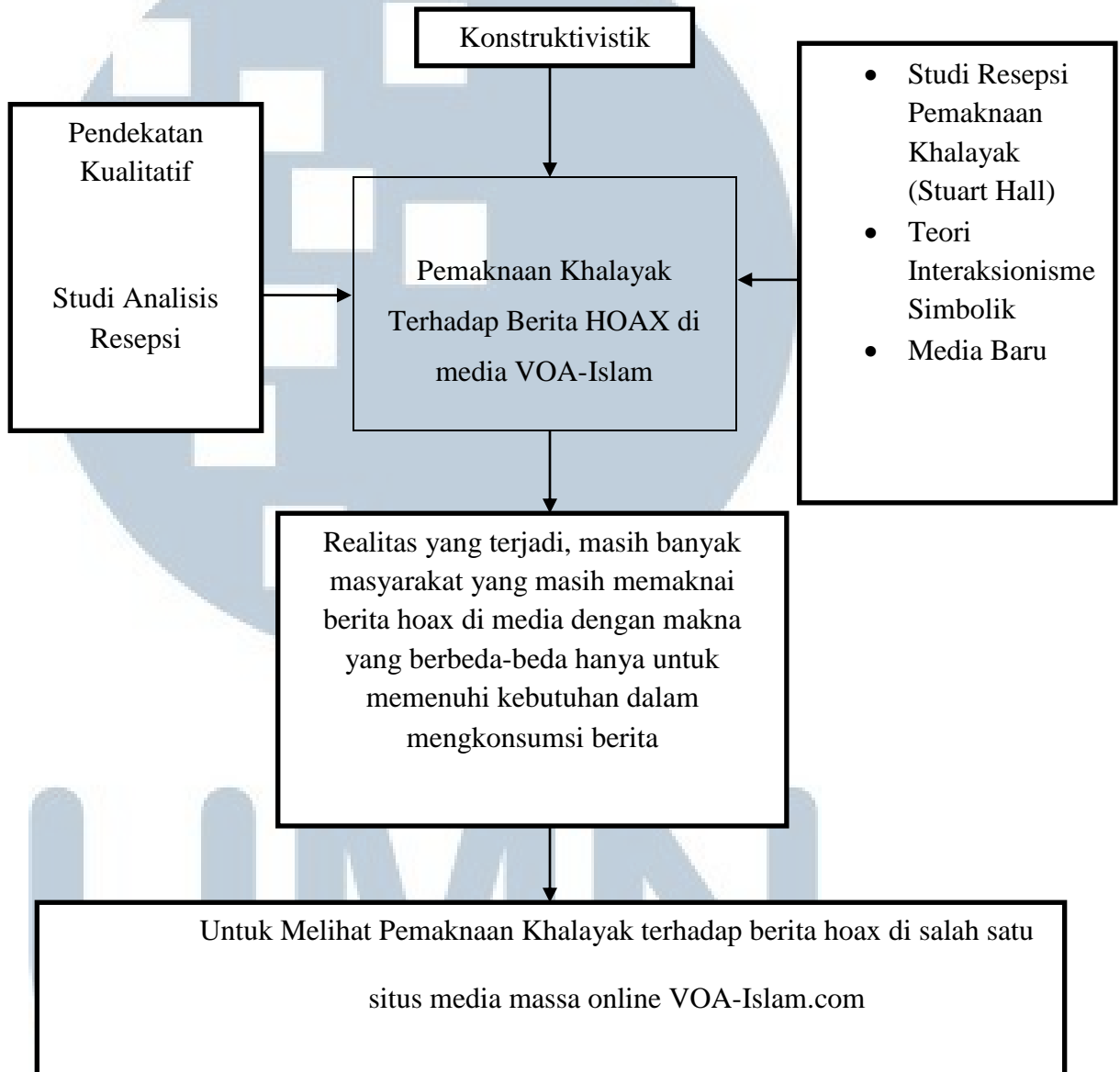
Ada lima kategori utama yang mana mampu membedakan jenis, penggunaan, konten, dan konteks nya. (McQuail, 2011, h. 156):

1. Media komunikasi antar pribadi (*interpersonal communication media*). Meliputi telepon dan surat elektronik. Secara umum konten bersifat pribadi dan mudah dihapus dan hubungan yang tercipta dan dikuatkan lebih penting dari pada informasi yang disampaikan.
2. Media permainan Interaktif (*interactive play media*). Media ini terutama berbasis computer dan video game, ditambah peralatan realitas virtual. Inovasi utamanya terletak pada interaktivitas dan mungkin dominasi dari kepuasan ‘proses’ atas ‘penggunaan’

3. Media pencarian informasi (*information search media*). Ini adalah kategori yang luas, tetapi internet/ www merupakan contoh yang paling penting, dianggap sebagai perpustakaan dan sumber data yang ukuran, aktualisasi, dan aksesibilitasnya belum pernah ada sebelumnya. Posisi mesin pencari telah menjadi sangat penting sebagai alat bagi para pengguna.
4. Media partisipasi koleksi (*collective participatory media*). Kategorinya khususnya meliputi penggunaan internet untuk berbagi dan bertukar informasi *gagasan*, dan pengalaman, serta untuk mengembangkan hubungan pribadi aktif (yang diperantakan computer). Situasi jejaring sosial termasuk dalam kelompok ini. Penggunaannya berkisar dari murni hingga efektif dan emosional.
5. Substitusi media penyiaran (*substitution of broadcasting media*). Acuan utama adalah penggunaan media untuk menerima atau mengunduh konten yang dimasa lalu biasanya disiarkan atau disebarkan dengan metode lain yang serupa. Menonton film dan acara televisi atau mendengarkan radio dan musik adalah kegiatan utama. Sekarang ini untuk mendengarkan radio tidak hanya dapat melalui siaran frekuensi radio tetapi dapat pula melalui streaming di internet begitu pula dengan siaran televisi.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

2.8 Kerangka Pemikiran



UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA