

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan suatu proses sosial yang sangat mendasar dan vital dalam kehidupan manusia. Dikatakan mendasar karena setiap manusia baik yang primitive maupun yang modern berkeinginan mempertahankan suatu persetujuan mengenai berbagai aturan sosial melalui komunikasi.

Dikatakan mendasar dan vital karena setiap individu mempunyai potensi untuk berkomunikasi dengan individu lainnya sehingga individu tersebut menetapkan kredibilitasnya sebagai anggota masyarakat dan meningkatkan kesempatan individu tersebut untuk hidup. Lain halnya dengan individu yang tidak mempunyai kemampuan untuk berkomunikasi sering kali terasingkan dan sering kali dianggap sebagai bentuk patologi social.

Seiring dengan perkembangan kebudayaan manusia, maka seiring itu pula kemajuan saluran-saluran komunikasi yang berkaitan dengan komunikasi pribadi, komunikasi kelompok dan komunikasi massa. Berkenaan dengan itu maka akan fokus menyoroti komunikasi massa dengan Surat Kabar Cetak sebagai bahan kajiannya.

Berbicara mengenai pers, memang tidak terlepas dari apa yang disebut surat kabar atau dalam istilah asing dikenal dengan nama news paper. Karena

pada dasarnya pers dalam pengertian sempit hanya terbatas pada media cetak, termasuk didalamnya adalah surat kabar.

Dalam lingkup komunikasi, surat kabar merupakan salahsatu bentuk dari komunikasi massa yang memenuhi kebutuhan masyarakat dan kebutuhan informasi. Alex subur mengatakan (dalam Semiotika Komunikasi 2003:56) bahwasanya fungsi dari kelebihan surat kabar adalah menjelaskan informasi kepada khalayak sebagai konsumsi untuk membentuk *ground* pada sesuatu penggambaran untuk memperoleh keterangan jelas dari sejumlah peristiwa, namun peristiwa tersebut terbentur pada sisi objektivitas dan subjektivitas yang dimiliki oleh media masa, dalam hal ini adalah surat kabar. Unsur yang dimiliki tersebut menimbulkan beberapa persoalan yang berkembang dari sisi nilai yang seolah-oleh media memperkosa peristiwa dengan ruang lingkup kuasa media yang memiliki kewenangan khusus untuk mengabarkan sisi mana yang dapat ditawarkan sebagai konsumsi massa.

Media Massa (*Mass Media*) merupakan *channel of mass communication*, yakni saluran, alat atau sarana yang dipergunakan dalam proses komunikasi massa. Komunikasi massa sendiri artinya penyampaian pesan, gagasan, atau informasi yang ditujukan kepada orang banyak (massa, publik). Dalam hal ini media cetak salah satu saluran komunikasi menjadi media massa yang ikut berperan aktif dalam salah satu fungsi media massa yakni pengawasan, selain penyampaian pesan, gagasan atau informasi yang ditujukan kepada khalayak.

Brian S. Brooks, Goerge K Kennedy, Darly Moen, dan Don Ranly dalam bukunya *News Reporting and Reporting* (1980:6-7), mengatakan bahwa kriteria nilai berita meliputi sembilan kriteria, dan salah satunya adalah konflik atau pertentangan dalam kehidupan masyarakat. Karena konflik berarti adanya pro-kontra antara dua atau beberapa kelompok, dan hal ini selalu dminati oleh khalayak

Seiring perkembangan teknologi, hal ini sedikit banyaknya mempengaruhi pada surat kabar, terutama tekhnologi itu dihadirkan bukan hanya pada nilai gunai (*use value*) melainkan mengikuti pada perkembangan gerak massa, istilah lain Yasraf Amir Piliang menyebutkan adalah budaya Pop, (Yasraf Amir Piliang, 2003:54) dalam hal ini massa adalah konsumen. Sehingga untuk menarik minat massa itu sendiri, surat kabar dihadirkan bukan sekedar penyampai informasi yang kaku, melainkan informasi itu dikemas sedemikian rupa supaya menarik minat massa. Salahsatu dari bentuk itu, surat kabar menyajikan rubrik-rubrik isu terkini dengan cara menarik pembaca seolah-olah terlibat di dalamnya, yaitu dengan cara rubrik khusus yang memberikan suara kehendak massa.

Umumnya dalam surat kabar terdapat beberapa halaman yang dikemas untuk menarik minat bagi para pembaca supaya ketertarikan minat pembaca kepada salahsatu surat kabar dapat tercipta, maka dari itu dengan berupaya mungkin dari beberapa rubrik yang disediakan menarik perhatian khalayak. Hal itu sama seperti terdapat dalam Majalah yang merupakan bagian dari surat kabar yang meskipun secara khusus terdapat perbedaan yang mencirikan dari bagian Majalah itu sendiri. Majalah dimaknai sebagai bentukan media masa yang sama-

sama menyajikan sejumlah informasi, namun pengemasan Majalah itu tergantung pada tema yang akan ditampilkan per edisi. Dalam hal ini, Majalah lebih mengkerucut berdasarkan tematik dari bahasan-bahasan yang akan disampaikan kepada khalayak. Disamping itu juga, penerbitan dari majalah biasanya diterbitkan dalam waktu yang berjangka, dimulai per mingguan atau per bulanan.

Kehadiran Majalah Mata Air dalam menyemarakkan dunia Pers Indonesia, khususnya di Kepulauan Jawa merupakan suatu yang menggembirakan karena Majalah tersebut merupakan perkembangan dari hasil para pemikir Indonesia yang digagas oleh Abdurahman Wahid dan Mustopa Bisri yang akrab dipanggil Gus Mus. Dalam perjalanan sejarahnya, Gus Mus mengatakan dalam pengantarnya, majalah Mata Air lahir dari riungan-riunga diskusi jalanan yang dikonsep secara sederhana yang melahirkan gagasan-gagasan yang dianggap berilian, akan tetapi pada waktu itu belum tersedianya sarana untuk mawadahi dalam rangka mengkabarkan informasi dari hasil diskusi tersebut. Namun kemudian terbentuklah komunitas Mata Air dengan memiliki jargon tersendiri sebagai ciri khas yang berbunyi "*Menyembah Yang Maha Esa, Menghormati yang lebih tua, menyayangi yang lebih muda, mengasihi sesama*". Setelah itu kemudian munculah majalah Mata Air pada tahun 2005 untuk menerbitkan majalahnya yang pertama.

Terlepas dari pandangan politik, terbentuknya komunitas Mata Air dan melahirkan majalah Mata Air adalah bentuk percikan-percikan intelektual dari mayoritas Nahdyyin yang diperoses untuk mawadahi pemikir-pemikir kontemporer dalam mengupas sejumlah permasalahan yang ada di Indonesia dari berbagai hal,

dimulai dai permasalahan Fiqih, Gender, Politik dan Filsafat. Dapat dipungkiri dari terbentuknya yang melahirkan tulisan yang memiliki bobot tersendiri dapat dipandang sebagai bentuk pertimbangan dari para pemikir indonesia secara umum. Sekalipun banyak majalah-majalah lain yang muncul dan dikatakan cukup bersaing. Akan tetapi, Majalah Mata Air tetap mendapat sambutan hangat di Masyarakat, terutama pada kalangan Akademisi yang memiliki minat khusus pada hal yang bersifat pemikiran.

Sebagai majalah yang diproduksi secara profesional dan menjunjung tinggi nilai psiritual, Majalah Mata Air mengemas berbagai macam Rubrik dengan menyajikan ide-ide berilian. Secara keseluruhan yang terdapat pada rubrik-rubrik tersebut hampir memuat pembahasan pada wilayah keislaman dan pemikirannya. Tujuan dari penerbitan Majalah Marta Air itu sendiri adalah bentuk apresiasi sebagai wadah intelektual yang terdapat pada komunitas Mata Air pada awalnya, namun kemudian berlanjut menjadi majalah yang dikemas khusus untuk memberikan sejumlah informasi kepada khalayak yang memuat sejumlah permasalahan kekinian yang disajikan melalui beberapa rubrik, Salahsatu dari rubrik tersebut adalah Muara.

Rubrik Muara secara keumumannya memuat tulisan yang bernuansa filsafati dengan berbasis keislaman yang dihadirkan dari berbagai narasumber sebagai penulisnya, seperti halnya Gus Mus, Anis Baswedan, Habib Luthfi bin Yahya, Drs. H. Maftuh Basyuni, Drs As'at Said Ali, KH Masdar F. Mas'udi, KH Muadz Thohir, Ulil Abshor Abdala, dan lain-lain. Maka tak heran apabila dalam tulisan-tulisan yang telah termuat memiliki nuansa kritis terhadap “objek

material” yang terdapat pada rubrik tersebut, yang sehingga hasilnya pun menuai respon yang bersifat positif dan bahkan negatif. Karena permasalahan yang dibahas adalah seputar permasalahan Ummat yang kebanyakan dikonsumsi oleh masyarakat Normatif.

Selain itu pula, kehadiran rubrik Muara yang memiliki karakter tersendiri sebagaimana yang telah diterangkan diatas, pada dasarnya adalah membedah problematika dunia Islam yang dikupas dari berbagai sudut pandang. Sehingga akan menarik sekiranya untuk diteliti dalam hal isi yang terdapat pada rubrik tersebut. Alasan dari ketertarikan tersebut sebenarnya adalah sejauh mana isi yang terdapat pada rubrik Muara sebagai sajian massa yang dapat dijadikan konsumsi masyarakat secara umum dan dari berbagai kalangan, dimulai dari kalangan awan sampai kalangan cendikia. Karena rubrik yang dihadirkan pada rubrik Muara memuat sejumlah pendalaman dalam Islam yang pada seharusnya (*Das Sain*) dapat dimengerti dari semua khalayak, yang meskipun pada sisi kenyataannya (*Das Solent*) dimungkinkan hanya orang-orang tertentu yang dapat menikmatinya.

Berkaitan dengan hal itu, rubrik Muara menjadi fokus dari penelitian ini karena kemenarikannya untuk dikaji terutama pada wilayah isi yang tertuang pada topik-topik rubrik Muara. Isi tersebut dapat ditarik pada sebuah kerangka teori mengenai organisasi, imbauan dan pengolahan isi pesan, seperti yang ditulis oleh Jalaludin Rakhmat (dalam Psikologi Komunikasi Massa 2007:294). Keterkaitan tersebut dalam hal ini rubrik muara lebih mengacu kepada *views* (opini) yang dalam hal lain dapat pula disebut editorial atau tajuk rencana karena didapati *opinion page*, yaitu tulisan-tulisannya mengacu kepada opini ketimbang fakta.

Setelah melihat latar belakang diatas dapat ditarik sebuah identifikasi bagaimana pengemasan kolom editorial di majalah Mata Air pada rubrik Muara yang dituangkan dalam skripsi yang berjudul **“Analisis Isi Rubrik Muara Pada Majalah Mata Air”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas tentang teori pengolahan isi pesan yang dikemukakan Jalaludin Rakhmat, bahwasannya rubrik Muara yang terdapat pada majalah Mata Air menjadi objek kajian yang signifikan guna meretas kandungan-kandungan yang terdapat pada isi pesan yang disampaikan kepada khalayak yang dapat dimengerti oleh semua kalangan, maka langkah selanjutnya adalah dengan merumuskan masalah melalui beberapa pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana Organisasi pesan rubrik Muara di Majalah Mata Air?
2. Bagaimana struktur pesan rubrik Muara di Majalah Mata Air?
3. Bagaimana imbauan pesan rubrik Muara di Majalah Mata Air?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun setelah mengetahui dari permasalahan yang diangkat, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui organisasi pesan rubrik Muara di Majalah Mata Air.
- b. Untuk mengetahui struktur pesan rubrik Muara di Majalah Mata Air.
- c. Untuk mengetahui imbauan pesan rubrik Muara di Majalah Mata Air.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu komunikasi, khususnya dunia jurnalistik dalam menganalisis isi pesan pada penulisan artikel dan tajuk rencana yang akan disampaikan pada khalayak.
- b. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada peneliti selanjutnya guna mewujudkan gairah keilmuan, selain itu pun penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan terhadap cara tanggap dunia wartawan terhadap analisis isi dengan medium majalah Mata Air melalui rubrik Muara.

D. Kerangka Pemikiran

Pada dasarnya, Fungsi pers menurut Assegaf (1983:11) adalah memberikan informasi, memberikan hiburan dan melaksanakan kontrol sosial. Sedangkan menurut Onong Uchjana Efendi (1998:149), Fungsi pers itu adalah menyiarkan informasi, mendidik, menghibur dan mempengaruhi. Fungsi terakhir ini, yakni fungsi mempengaruhi yang menyebabkan surat kabar memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat. Bahkan Napoleon pun pernah berkata bahwa ia lebih takut pada empat surat kabar dari seratus serdadu dengan sangkar terhunus.

Lebih lanjut Onong mengatakan, Fungsi mempengaruhi dari surat kabar secara implisit terdapat pada berita, sedang secara eksplisit terdapat pada tajuk rencana dan artikel. Tajuk rencana atau sering disebut *editorial* adalah karya tulis

yang merupakan pandangan editor terhadap suatu topik (Efendy, 2003:134). Topik atau tema yang diambil meliputi berbagai bidang, baik politik, dalam, sosial dan budaya.

Tajuk rencana sendiri dapat dikaitkan dengan opini, maka biasanya berada pada halaman opini. Tapi, untuk majalah Mata Air, sengaja tajuk rencana yang disimpan dalam rubrik Muara yang memang maknanya sama. Adapun tujuan dari salahsatu rubrik tersebut adalah untuk mempengaruhi pembaca khalayak. Tujuan tersebut relevansinya dengan tujuan dakwah Islam, yakni memuat pendapat, pemikiran dengan tulisan.

Komunitas MataAir sendiri merupakan komunitas terbuka bagi seluruh “anak cucu Adam” yang kelahirannya dibidani oleh seorang kyai-budayawan, KH Ahmad Mustofa Bisri. Komunitas MataAir telah “mengalirkan airnya” di Surabaya, Semarang dan Jakarta. Di Jakarta, Komunitas MataAir didirikan oleh Gus Mus bersama sejumlah kyai, intelektual dan professional seperti Habib Luthfi bin Yahya, H. Maftuh Basyuni, As’at Said Ali, KH Masdar F. Mas’udi, KH Muadz Thohir dan KH Thantowi Jauhari Musaddad.

Nama “MataAir” sengaja dipilih sebagai titel komunitas ini karena adanya kerinduan terhadap nilai-nilai kemanusiaan yang diwariskan Kanjeng Nabi Muhammad SAW dimana nilai-nilai tersebut bersumber dari “mata air” ajaran Kanjeng Nabi yang “jernih” dan belum terkontaminasi limbah peradaban modern. Para pendiri Komunitas Mata Air ingin mengajak seluruh anak cucu adam –tanpa sekat agama dan budaya- untuk melepas “dahaga spiritual”nya dengan meneguk

kejernihan ajaran, nasihat dan teladan Kanjeng Nabi Muhammad SAW serta para ulama salaf langsung dari sumber aslinya, langsung dari “mata air”.

Dahaga masyarakat terhadap nilai-nilai spiritual yang menyejukkan sekaligus mencerahkan coba dipenuhi oleh Komunitas Mata Air melalui serangkaian aktivitasnya seperti Pengajian rutin tafsir Qur'an, penerbitan majalah "Mata Air" dan media online.

Untuk menganalisis pesan pada proses komunikasi massa yang berkaitan dengan keterarahan dapat dilihat korelasi dengan teori psikologi pesan tentang organisasi, struktur, dan imbauan pesan. Untuk memahami keterarahan penampai informasi, menurut Jalaluddin Rakhmat (2007: 294) dapat dilihat:

1. Organisasi Pesan

Perpajakan pada tahun 1952 Beighley meninjau berbagai penelitian yang membandingkan afek pesan yang tersusun dengan pesan yang tidak tersusun. Ada enam pola yang disarankan Aristoteles yang dapat membantu menyusun gagasan komunikator, yaitu pola deduktif, induktif, kronologis, logis, spasial dan topikal.

Urutan deduktif dimulai dengan menyatakan suku gagasan utama, kemudian memperjelasnya dengan keterangan penunjang, penyimpulan dan bukti. Sebaliknya dalam urutan induktif kita menemukan perincian-perincian dan menarik kesimpulan. Dengan urutan kronologis, pesan disusun berdasarkan urutan waktu terjadinya peristiwa; dengan urutan logis, pesan disusun berdasarkan sebab ke akibat atau akibat ke sebab;

dengan urutan spasial, pesan yang disusun berdasarkan topik pembicaraan : klasifikasinya, dari yang penting kepada kurang penting, dari yang mudah kepada yang sukar dan dari yang dikenal kepada yang asing.

2. Struktur Pesan

Struktur pesan yaitu susunan pokok-pokok gagasan yang menyatu menjadi satu kesatuan pesan yang utuh. Untuk merancang struktur pesan harus memperhatikan sikap khalayak sasaran terhadap pesan dan tujuan komunikator.

Yakni ditujukan kepada pro-kontra atau kontra-pro. Dalam struktur pro-kontra, komunikator mendahulukan argumen atau gagasan yang selaras dengan pendapat atau sikap khalayak, selanjutnya gagasan yang bertentangan dengan sikap khalayak disajikan pada bagian akhir pembicaraan. Sebaliknya dalam struktur kontra-pro, komunikator mengawali persentasinya dengan mengemukakan gagasan yang berlawanan, selanjutnya presentasi ditutup dengan argumentasi pro khalayak.

3. Imbauan Pesan

Bila pesan yang dimaksud untuk mempengaruhi orang lain, maka harus menyentuh motif yang mengarahkan atau mendiring perilaku komunikan. Dengan perkataan lain, secara psikologis mengimbau untuk menerima dan melaksanakan gagasan yang telah dirumuskan.

E. Langkah-Langkah Penelitian

1. Metode Penelitian

Metode yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis isi (*content analysis*). Menurut definisi klasik yang dikemukakan oleh Bernard Berelson, analisis isi adalah metode penelitian untuk melukiskan isi komunikasi yang nyata secara objektif dan sistematis (Stempel H. Guido III, 1983:8).

Menurut Woollacot (Listioniri, 1999: 261) yang dikutip Alex Sobur (2004:4) analisis isi dioperasikan oleh seperangkat-kategori-kategori konseptual yang berkaitan dengan isi media dan secara kuantitatif menghitung ada atau tidak kategori-kategori tersebut dengan tingkat-tingkat kesulitan yang berbeda-beda.

Tujuan penggunaan teknik analisis isi, seperti yang disebutkan Astrid A. Susanto (1980: 34) sebagai berikut:

- a. Meneliti sifat-sifat khas, struktur penyusunan bahasa yang disajikan, terutama hubungan sosial yang ingin dicapai.
- b. Meneliti teknik-teknik spesifik yang digunakan komunikator untuk menonjolkan aspek-aspek yang dianggap penting.
- c. Meneliti isi dan kecenderungan pendapat penyaji.

Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data, kemudian mengklasifikasikan sesuai kategori yang telah dibuat, lalu menganalisis data

berupa tulisan kolom bahan penelitian, yakni rubrik Muara pada majalah Mata Air.

2. Populasi dan Sampel

Penelitian yang dilakukan dalam upaya mendapatkan data yang akan menjadi fokus objek kajian, maka diantaranya harus menempuh tahapan populasi dan sampel. Upaya yang dilakukan pada rubrik Muara yang terdapat pada Majalah Mata Air yang terbit per satu bulan, maka populasi yang dijadikan sebagai objek kajian adalah rubrik Muara edisi bulan Februari 2012- Januari 2013. Adapun sampel yang akan disajikan adalah sebagai berikut:

1. Kemiskinan Penyebab Radikalisme Agama? (edisi 14 Februari 2012).
2. Jihad, G-WOT dan Humanisme (edisi 5 Maret 2012).
3. Keberagaman Mayoritas dan Minoritas (edisi 30 April 2012).
4. Pancasila dan UUD 45 : Wujud Budaya Indonesia Islamy (edisi 11 Mei 2012).
5. Memilih Pemimpin Bangsa (edisi 5 Juni 2012).
6. Pemilu Dan Kedewasaan Rakyat (10 Juli 2012)
7. Puasa cegah Korupsi? (edisi 6 Agustus 2012).
8. Jargon Indah Untuk Agenda Busuk (edisi 1 September 2012).
9. Skandal Hukum (edisi 10 Oktober 2012)

10. NU Mazhab Revisionis (edisi 4 November 2012).

11. Permainan Sepakbola (edisi 16 Desember 2012).

12. Kegetiran dan Harapan (edisi 6 Januari 2013).

3. Teknik Pengumpulan Data

Selain penggunaan teknik analisis isi, studi kepustakaan dari buku-buku yang berkaitan langsung dengan persoalan wacana yang akan dikaji merupakan bagian dari sumber data primer, selain itu pun buku sekunder sebagai penunjang dalam hal membantu menyempurnakan sebagai pelengkap pada obek wilayah yang akan dikaji. Tahap selanjutnya kemudian wawancara yang digunakan dalam rangka mendukung teori yang sudah ada guna mendapatkan kelengkapan data yang diperlukan.

Menurut Patton dalam bukunya yang berjudul “Langkah-Langkah Penelitian Ilmiah (2003: 98), analisis data merupakan proses mengatur urutan data, mengorganisasikan kedalam suatu pola kategori dan suatu uraian dasar. Data-data diperoleh kemudian dianalisis dengan cara:

1) Observasi data

Pada langkah ini adalah mengumpulkan data primer sebagai objek penelitian yang bersumber dari rubrik Muara majalah Mata Air Edisi bulan Februari 2012- Januari 2013. Dan data sekunder sebagai penunjang proses penelitian yang bersumber dari buku-buku rujukan.

2) Membuat Sempel Sebagai Kategori

Untuk mempermudah proses penelitian, maka harus membuat tabel sebagai kategori dari objek penelitian.

3) Menafsirkan Data

Setelah data-data tersebut dimasukkan dalam tabel yang sesuai dengan kategorinya, maka langkah-langkah selanjutnya adalah dengan diberi interpretasi atau ditafsirkan, data tersebut terdapat dalam rubrik Muara majalah Mata Air.

4) Pemilihan Status Analisis

pemilihan satuan analisis isi ini, mengacu kepada yang dikemukakan oleh Guido H, Stempel III (1983:11), yaitu bahwa satuan analisis bisa berupa meneliti kata, pernyataan, kalimat, paragraf, atau seluruh artikel atau tulisan (tematik). Pemilihan ini harus berkaitan dengan tujuan penelitian.

Dalam penelitian ini, untuk mengetahui bagaimana pesan itu disampaikan kepada khalayak melalui rubrik Muara pada majalah Mata Air. Maka yang diambil untuk memilih pengukuran terhadap seluruh artikel atau tulisan tajuk rencana, itu mengacu kepada teori isi pesan yang meliputi Organisasi Pesan, Struktur Pesan dan Imbauan Pesan. Dapat dianggap mampu

menggambarkan apa yang terdapat pada pesan yang akan disampaikan kepada khalayak.

5) Kontruksi Kategori

Dalam penentuan kontruksi kategori, harus diperhitungkan tiga hal yang dikemukakan Stempel, pertama, harus berkaitan dengan tujuan penelitian. Kedua, kategori harus bersifat fungsional. Ketiga, sistem kategori harus dapat dipakai.

Berdasarkan gambaran di atas, maka harus memakai kontruksi dari rumusan masalah, yaitu dengan kontruksi kategori sebagai berikut:

Pertama, kategori organisasi pesan. Yang ditujukan pada pola: deduktif, logis, kronologis, spasial dan topikal.

Kedua, kategori struktur pesan. Yakni ditujukan dengan bagaimana pro-kontra atau kontra-pro. Dalam struktur pro-kontra, komunikator mendahulukan argumen atau gagasan yang selaras dengan pendapat atau sikap khalayak, selanjutnya gagasan yang bertentangan dengan sikap khalayak disajikan pada bagian akhir pembicaraan. Sebaliknya pada struktur kontra-pro, komunikator mengawali presentasinya dengan mengemukakan gagasan yang berlawanan, selanjutnya presentasi ditutup dengan argumentasi pro khalayak.

Ketiga, kategori imbauan pesan. Yakni ditujukan dengan jelas imbauan (apakah imbauan rasional, emosional, takut, ganjaran atau motivasi).

