

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Terdahulu

Penelitian-penelitian terdahulu yang ada hubungannya dengan penelitian ini adalah:

1. Rujukan penelitian pertama yaitu skripsi Widya Sari Ramandha mahasiswi Universitas Islam Bandung pada tahun 2005 dengan judul “Opini Mahasiswa mengenai Pendeklarasian Deddy Mizwar Sebagai Calon Presiden”. Dalam penelitiannya peneliti menggunakan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan angket dan wawancara. Metode ini berisi daftar pertanyaan yang meliputi opini responden mengenai pendeklarasian Deddy Mizwar sebagai Calon Presiden dikaji dari aspek perhatian, pengertian, dan penerimaan.
2. Rujukan penelitian yang kedua yaitu skripsi Dedep M. Shidiq mahasiswa Universitas Islam Bandung pada tahun 2010 dengan judul Upaya Tim Sukses H. Dada Rosada dalam Memebangun Opini Publik. Dalam penelitiannya peneliti menggunakan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan wawancara mendalam kepada narasumber yang sudah

ditentukan oleh peneliti. Dalam identifikasi masalah peneliti menggunakan unsur opini yang meliputi keyakinan, nilai-nilai, dan ekspektasi (harapan).

Penelitian terdahulu tersebut sebagai bagian dari referensi peneliti, dan untuk mengukur perbedaan dari penelitian penulis mengenai “Opini mengenai pengunduran diri Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) di NET TV” di mana penelitian yang dilakukan peneliti tidak jauh berbeda dengan penelitian sebelumnya yaitu untuk mengetahui “Opini mengenai pengunduran diri Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) di NET TV”. Metode penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif. Untuk perbedaan dengan skripsi terdahulu, dalam identifikasi masalah peneliti menggunakan unsur dalam pemilihan berita menurut Romli yang meliputi, aktualitas, faktual, penting, dan menarik. Karena adanya unsur berita maka peneliti menggunakan 4 unsur tersebut. Untuk lebih jelas dan detail dengan penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2.1

Matriks Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Widya Sari Ramandha (Universitas Islam Bandung)	Dedep M. Shidiq (Universitas Islam Bandung)	Dendy Ibnu Fadillah (Peneliti)
Judul	Opini Mahasiswa mengenai Pendeklarasian Deddy Mizwar Sebagai Calon Presiden	Upaya Tim Sukses H. Dada Rosada dalam Memebangun Opini Publik	Opini mengenai Berita Pengunduran Diri Ahok dari Partai GERINDRA di Net TV”

Metode Penelitian	Metode yang digunakan yaitu Studi Deskriptif Kuantitatif. Teknik <i>pengumpulan</i> data yang digunakan melalui kuisisioner, wawancara dan studi kepustakaan.	Metode yang digunakan yaitu Studi Deskriptif Kuantitatif. Teknik <i>pengumpulan</i> data yang digunakan melalui kuisisioner, wawancara dan studi kepustakaan.	Metode yang digunakan yaitu Studi Deskriptif Kuantitatif. Teknik <i>pengumpulan</i> data yang digunakan melalui kuisisioner, wawancara dan studi kepustakaan.
Tujuan Penelitian	Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui perhatian, pengertian, dan penerimaan aktivis mahasiswa mengenai pedeklarasian Deddy Mizwar sebagai calon Presiden.	Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui upaya tim sukses dalam membangun keyakinan, nilai-nilai, dan ekspektasi (harapan) masyarakat mengenai sosok Dada Rosada.	Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui aktualitas berita, faktual berita, pentingnya berita, serta menariknya berita pengunduran diri Ahok dari partai GERINDRA di Net TV.
Hasil Penelitian	Hasil yang diperoleh bahwa opini Mahasiswa mengenai pedeklarasian Deddy Mizwar Sebagai Calon Presiden dilihat dari perhatian, pengertian, dan penerimaan aktivis mahasiswa mengenai pedeklarasian Deddy Mizwar sebagai calon Presiden mayoritas responden tidak setuju terhadap pedeklarasian Deddy Mizwar sebagai calon Presiden.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya Tim Sukses H. Dada Rosada dalam Memebangun Opini Publik dilihat dari membangun keyakinan, nilai-nilai, dan ekspektasi (harapan) masyarakat mengenai sosok Dada Rosada dilihat oleh mayoritas responden baik, artinya upaya dalam membangun keyakinan, nilai-nilai, dan ekspektasi (harapan) masyarakat mengenai sosok Dada Rosada di percaya.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa opini anggota Pehimpunan Mahasiswa Bandung tentang aktualitas berita pengunduran diri Ahok dari partai GERINDRA di Net TV dapat di nilai cukup aktual karena pada tabel akrualitas, responden banyak memilih no 2 hal tersebut termasuk kategori cukup aktual. Jika dilihat dari faktual dapat di nilai faktual karena banyak responden yang memilih no 2, sementara jika dilihat dari pentingnya berita kebanyakan responden memilih no 2 dan di

			nilai berita tersebut penting untuk di tonton, dan jika dilihat dari kemenarikan berita, responden memilih no 2 yang artinya berita tersebut menarik untuk di tonton.
--	--	--	---

2.2 Tinjauan tentang Komunikasi

2.2.1 Pengertian Komunikasi

Manusia dalam hidup dan kehidupannya, tidaklah sendiri karena setiap manusia adalah makhluk sosial, yang dalam kehidupannya harus berhubungan dan saling bergantung dengan manusia lainnya. Komunikasi terjadi di saat manusia berinteraksi dengan manusia lainnya. Effendy, mengatakan bahwa :

Dalam kehidupannya manusia tidak dapat terpisahkan dengan manusia lainnya. Dengan kata lain, manusia selalu melakukan komunikasi selama hidupnya. Komunikasi berasal dari kata latin *communication*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini berarti sama makna. Saat dua atau lebih manusia terlibat dalam komunikasi, maka komunikasi itu berlangsung selama ada kesamaan makna diantara pihak-pihak yang terlibat di dalamnya. Kesamaan itu dapat berbentuk lambang-lambang yang dipergunakan dalam berkomunikasi, berupa bahasa, isyarat, dan gambar. Seseorang yang menyampaikan pesan pada komunikannya, maksudnya pernyataan pesan komunikator dapat dipahami komunikan, sehingga komunikasinya komunikatif (Effendy, 2003:48).

Berdasarkan pernyataan tersebut menyatakan bahwa dalam kehidupan manusia tidak dapat terpisahkan dengan manusia lainnya, dalam artian manusia pasti akan selalu berkomunikasi selama hidupnya. Ketika dua orang yang melakukan komunikasi maka komunikasi itu berlangsung selama ada kesamaan makna diantara pihak-pihak yang terlibat di dalamnya. Kesamaan dalam hal ini dapat berbentuk lambang yang dipergunakan dalam berkomunikasi, berupa bahasa, isyarat, dan gambar. Seseorang yang menyampaikan pesan pada komunikannya, maksudnya pernyataan pesan komunikator dapat dipahami komunikan, sehingga komunikasinya komunikatif

Proses komunikasi primer yaitu suatu proses penyampaian pikiran atau perasaan dengan menggunakan lambang sebagai media, dalam hal ini suatu komunikan atau penerima pesan akan sangat mudah menerima pesan yang disampaikan apabila dalam bentuk lambing, gambar, simbol, dan lain sebagainya. Sementara proses komunikasi sekunder yaitu dalam pencapaian komunikasinya, pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan menggunakan media. “Pentingnya peranan media, yaitu media sekunder adalah dalam pencapaian komunikannya” (Effendy, 2003:17). Dengan menggunakan media, komunikator dapat menyampaikan pesannya kepada komunikan yang jumlahnya relatif banyak dan juga jaraknya yang jauh, sehingga dalam artian proses komunikasi secara sekunder ini dapat mempermudah penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan, seperti halnya dalam dunia berita yakni pesan atau berita tersebut akan sangat cepat sampai

kepada komunikan bahkan yang jauh sekalipun tentu dengan menggunakan media-media elektronik.

2.2.2 Fungsi Komunikasi

Komunikasi dipandang dari arti yang lebih luas tidak hanya diartikan sebagai pertukaran berita dan pesan, tetapi sebagai kegiatan individu dan kelompok.

Fungsinya dalam setiap sistem sosial adalah:

- a. Menyampaikan informasi, adalah suatu pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran, pesan, berita, gambar, fakta, opini, dan komentar yang dibutuhkan agar dapat dimengerti dan beraksi secara jelas terhadap kondisi lingkungan dan orang lain agar dapat mengambil keputusan yang tepat.
- b. Mendidik, adalah memberikan ilmu pengetahuan, dan dapat mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak, serta membentuk keterampilan dan kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan.
- c. Menghibur, adalah suatu penyebarluasan simbol, sinyal, suara, dan imaji dari drama, tari, kesenian, musik, olah raga, kesusastraan, kesenangan kelompok dan individu.
- d. *Integrasi*, adalah menyediakan bagi bangsa, kelompok, dan individu kesempatan untuk memperoleh berbagai pesan yang mereka perlukan agar mereka saling kenal dan mengerti serta menghargai kondisi pandangan dan keinginan orang lain (Widjaja, 2000:64).

Fungsi komunikasi merupakan pertukaran pesan di mana tidak dapat dipisahkan sebagai kegiatan individu dan kelompok dalam kehidupan manusia sehari-hari dalam menyampaikan informasi, mendidik, menghibur, dan agar mencapai suatu tujuan. Selain itu itu fungsi komunikasi sangat penting dalam menentukan sikap dan perilaku seseorang, karena komunikasi bersifat mendidik dalam artian dapat

memberikan ilmu pengetahuan kepada siapa saja tanpa mengenal usia, bahkan anak yang berusia dibawah lima tahun katakanlah belum fasih dalam berbicara dapat mendidik melalui komunikasi non verbal. Kemudian tidak hanya mendidik saja, tetapi komunikasi juga bersifat menghibur, hal ini dikarenakan bahwa tidak semua bentuk komunikasi itu terlihat formal, akan tetapi komunikasi dapat memberikan sebuah hiburan seperti halnya acara berita, *talk show* di media elektronik seperti televisi.

2.2.3 Tujuan Komunikasi

Komunikasi bertujuan untuk menyampaikan informasi dan mencari informasi, agar apa yang ingin kita sampaikan atau minta dapat dimengerti, sehingga komunikasi kita dapat tercapai. Pada umumnya komunikasi mempunyai beberapa tujuan antara lain :

1. Supaya yang kita sampaikan dapat dimengerti, sebagai komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) dengan sebaik-baiknya sehingga mereka dapat mengerti dan mengikuti apa yang kita maksudkan.
2. Memahami orang lain, sebagai komunikator harus mengerti apa yang diinginkan, jangan mereka menginginkan kemauannya.
3. Supaya gagasan dapat diterima orang lain, kita harus berusaha dengan pendekatan yang persuasif (Widjaja, 2000:66).

Pada dasarnya proses komunikasi dilakukan untuk menyampaikan sebuah pesan berita dari media televisi sebagai komunikato kepada khalayak penonton sebagai komunikannya. Dalam penelitian ini, pemberitaan pengunduran Ahok dari partai Gerakan Indonesia Raya di Net.TV mengandung unsur kontroversi yang

diinformasikan kepada khalayak sebagai penontonnya, sehingga dengan kandungan isi berita tersebut menciptakan opini dari khalayak sebagai penontonnya.

2.3 Tinjauan tentang Opini

2.3.1 Pengertian Opini

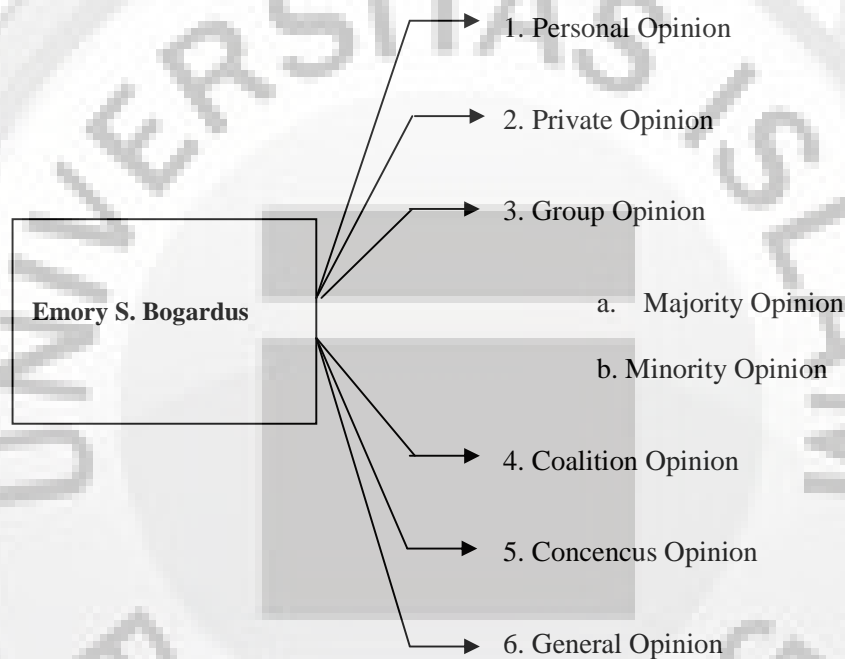
Opini dalam bahasa Indonesia dapat diartikan sebagai pendapat. Pendapat adalah pandangan seseorang mengenai sesuatu. Jadi pendapat itu bersifat subjektif. Dengan demikian maka pendapat adalah evaluasi, penilaian dan bukan fakta. Karena bukan fakta, maka ia mudah berubah atau diubah tergantung pada situasi sosial yang berlaku.

Dalam ilmu psikologi, opini adalah ekspresi sikap. Dengan demikian opini itu adalah sebuah aktualisasi. Jadi sikap masih berada dalam diri orang dan belum dimunculkan, sedangkan opini sudah lebih dari itu, dimunculkan dan jika dibuktikan akan bisa diindera oleh manusia (ekspresi). Seseorang yang sedang mengeluarkan sebuah opini bisa dilihat dari komunikasi verbal dan komunikasi non verbalnya. Lain dengan sikap. Diam adalah sikap. Tetapi diam tidak bisa diindera secara utuh dan masih ada dalam diri seseorang (Nurudin, 2001 : 52). Menurut Effendy pengertian dari opini adalah : “Pandangan seseorang mengenai sesuatu”. (dalam Yulianita, 2007: 17). Respons disini, jika kita memahami dari esensi opini, berarti sesuatu yang sudah dikeluarkan pada diri seseorang. Disamping itu opini hanya bisa diwujudkan kalau ada suatu masalah yang “merangsang” seseorang untuk menanggapi. Masalah tersebut bisa juga berarti situasi yang melekat atau menimpa dirinya. Misalnya,

situasi tertekan, situasi marah, dan tenang akan berbeda dalam aktualisasi opininya.
(Nurudin, 2001 : 52).

2.3.2 Macam-macam Opini

Gambar 2.1



Pengertian dari macam-macam :

1. Personal Opinion : Pernyataan perorangan mengenai suatu masalah sosial
2. Public Opinion : Suatu pernyataan mengenai masalah yang kontroversial
3. General Opinion : Lapangan sosial dimana *public opinion* tumbuh dan berkembang.
4. Private Opinion : Bagian dari opini persona yang tidak dinyatakan secara terbuka karena ada alasan-alasan tertentu yang tersimpan secara pribadi dalam hati sanubari orang yang bersangkutan.
5. Group Opinion, terbagi menjadi dua yaitu :

- Minority Opinion : Suatu konsekuensi yang didukung oleh kurang dari setengah dari jumlah anggota kelompok yang berkepentingan
 - Majority Opinion : Opini yang dinyatakan atau sedikitnya dirasakan oleh lebih dari setengah daripada suatu kelompok.
6. Coalition Opinion : Berdasarkan penggabungan dari beberapa opini minoritas untuk mewujudkan opini mayoritas sehingga terbentuk opini koalisi.
 7. Concensus Opinion : Bentuk opini yang mempunyai kekuatan lebih dari opini mayoritas, terbentuk atas dasar mufakat dengan berdasarkan pertimbangan bersama sehingga tercapai kata sepakat. (Yulianita, 2007 : 46-48)

Dari penjelasan opini tersebut yaitu pernyataan perorangan mengenai suatu masalah sosial dan juga sebagai suatu pernyataan mengenai masalah yang kontroversial atau disebut sebagai publik opinion. Dalam hal penelitian ini pemberitaan pengunduran Ahok dari partai Gerakan Indonesia Raya di Net.TV mengandung unsur kontroversi yang diinformasikan kepada khalayak sebagai penontonnya, sehingga dengan kandungan isi berita tersebut menciptakan opini dari khalayak sebagai penontonnya.

2.3.3 Faktor yang Mempengaruhi Opini

Faktor-faktor yang mempengaruhi opini berawal dari timbulnya suatu pendapat pada seorang individu dalam garis besarnya dipengaruhi oleh 2 faktor yaitu:

- Faktor internal, umpamanya : bakat atau pembawaan sejak lahir. Begitu pula kondisi badan seseorang.
- Faktor eksternal, umpamanya : sejarah hidup, agama yang dianut, aliran politik, kedudukan sosial ekonomi dalam masyarakat, dan sebagainya (Yulianita, 2007 : 7).

Banyak faktor-faktor yang dapat mempengaruhi dalam proses berkomunikasi baik itu dari internal atau pun eksternal komunikator maupun komunikan, faktor-faktor seperti yang telah dijelaskan di atas dapat mempengaruhi sebuah opini yang keluar dari seorang komunikator kepada komunikan. Apalagi sudah menyangkut terhadap nilai-nilai politik atau pun agama. Seperti halnya pemberitaan kontroversial pengunduran Ahok di media televisi seperti Net.TV tersebut.

2.3.4 Pernyataan Opini

Opini dapat dinyatakan secara aktif maupun secara pasif. Opini dapat dinyatakan secara verbal, terbuka dengan kata-kata yang dapat ditafsir secara jelas, ataupun melalui pilihan-pilihan kata yang sangat halus dan tidak secara langsung dapat diartikan (konotatif). “Opini dapat pula dinyatakan melalui perilaku, bahasa tubuh, raut muka, simbol-simbol tertulis, pakaian yang dikenakan, dan oleh tanda-tanda yang tak terbilang jumlahnya, melalui referensi, nilai-nilai, pandangan, sikap dan kesetiaan” (Kasali, 2003 : 198)

Pada lapisan teratas, para psikolog mencatat yang disebut *overt opinion*, yakni opini yang dinyatakan secara verbal. Menurut Price (dalam Yulianita, 2005 : 83) “*Overt opinion* merupakan “sentral data yang dikumpulkan oleh para peneliti dalam survai mengenai opini yang dilakukan melalui wawancara”.

Selain itu opini dapat dinyatakan melalui diskusi informal, misalnya : melalui surat-surat kepada redaksi surat kabar secara tertutup, partisipasi pada suatu

demonstrasi atau pernyataan pendapat, melalui pemogokan karyawan, dan sebagainya. Opini ini sebagai *covert opinion* atau opini yang dinyatakan secara konotatif. Memahami opini seseorang, apalagi opini publik bukanlah sesuatu yang sederhana. Opini sendiri mempunyai kaitan yang erat dengan pendirian (*attitude*). Menurut Abelson opini mempunyai unsur sebagai molekul opini, yakni :

- *Belief* (kepercayaan tentang sesuatu)
- *Attitude* (apa yang sebenarnya dirasakan seseorang)
- *Perception* (persepsi) (dalam Yulianita, 2005 : 89)

Bila *attitude* dimaksudkan sebagai apa yang sebenarnya dirasakan oleh seseorang individu, opini lebih dimaksudkan sebagai apa yang dinyatakan oleh seseorang melalui pertanyaan.

2.4 Tinjauan tentang Komunikasi Massa

2.4.1 Pengertian Komunikasi Massa

Salah satu bentuk komunikasi yang dilakukan manusia adalah komunikasi melalui media massa. Media massa inilah yang menjadi unsur penting dalam membedakan komunikasi massa dengan bentuk komunikasi yang lain. Dalam studi komunikasi terdapat tiga bentuk komunikasi yaitu personal, kelompok dan massa. ketiga bentuk tersebut dibedakan berdasarkan sasaran atau audiens yang dikehendaki. Melihat permasalahan yang dihadapi maka bentuk yang diterapkan adalah

komunikasi massa di mana sasaran dari komunikasi tersebut adalah massa dan menggunakan media massa.

Adapun pengertian komunikasi massa dapat kita jabarkan sebagai komunikasi dan massa. pengertian komunikasi telah kita ketahui, sedangkan massa adalah “khalayak dengan jumlah yang sangat besar dan biasanya tidak saling mengenal, bersifat heterogen dan biasanya di dalam menentukan suatu objek perhatian tertentu selalu bersikap sama dan berbuat sesuai dengan persepsi orang yang akan mempengaruhi mereka”. (Effendy, 2003:79). Dengan demikian pengertian komunikasi massa penyampaian informasi dari komunikator melalui media massa dan disampaikan kepada khalayak umum atau massa untuk mengubah sikap, pendapat dan perilaku.

2.4.2 Karakteristik Komunikasi Massa

Ada beberapa karakteristik komunikasi massa yang harus dipahami seseorang yang hendak menggunakan media massa sebagai alat untuk melakukan kegiatan komunikasinya, yakni:

- a. Komunikasi massa bersifat umum
Pesan komunikasi yang disampaikan melalui media massa adalah terbuka untuk *public*, siapa pun bisa menerima pesan itu. Selain itu juga bersifat universal dan sejenak (*transient*), yaitu bisa mengenai apa saja dan di mana saja juga hanya sajian seketika. “Pesan komunikasi yang disampaikan melalui media massa bersifat umum atau terbuka bagi semua orang”.
- b. Komunikasi bersifat heterogen
Massa dari komunikasi massa terdiri dari orang-orang dari berbagai golongan usia, status, latar belakang budaya, pendidikan dan pekerjaan. Sehingga komunikator tidak mengenal mereka (anonim) “Komunikasi dalam

komunikasi massa adalah sejumlah orang yang memiliki minat yang sama yang mempunyai bentuk tingkah laku yang sama dan terbuka bagi pengaktifan tujuan yang sama; meskipun demikian orang-orang tersebut tidak saling mengenal, berinteraksi secara terbatas dan tidak terorganisasikan”.

c. Media massa menimbulkan keserempakan

Maksud keserempakan yaitu *simultaneity* kontak antara komunikator dan komunikan yang demikian besar jumlahnya. Pada saat yang sama media massa dapat membuat khalayak secara serempak menaruh perhatian kepada pesan yang disampaikan seorang komunikator. “Ada dua segi penting dalam terjadinya kontak langsung tersebut yaitu pertama, kecepatan yang lebih tinggi dari penyebaran dan kelangsungan tanggapan. Kedua, keserempakan adalah penting untuk keseragaman dan seleksi serta interpretasi pesan-pesan”.

d. Hubungan komunikator-komunikan bersifat non pribadi

Hal ini disebabkan karena komunikan yang anonim disatukan oleh orang-orang yang terkenal hanya dalam peranannya yang bersifat umum sebagai komunikator (Effendy, 2003:84).

Penjelasan di atas menggambarkan, bahwa komunikasi massa memiliki sifat-sifat tertentu. Berkaitan dengan penelitian ini pemberitaan mengenai pengunduran diri Ahok dari partai Gerakan Indonesia Raya (GERINDRA) di Net.TV adalah bentuk dari komunikasi massa, media televisi bersifat non pribadi dan juga menimbulkan keserempakan. Media tersebut yakni televisi menjadi medum yang dapat dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat yang berarti bersifat heterogen dan umum.

2.4.3 Televisi Sebagai Salah Satu Bentuk Komunikasi Massa

2.4.3.1 Pengertian Televisi Sebagai Media Massa

Yang dimaksud dengan televisi disini adalah *Televisi Siaran (Television Broadcast)* yang merupakan media dari jaringan komunikasi dengan ciri-ciri yang dimiliki komunikasi massa sebagai mana diuraikan dimuka, yakni: berlangsung satu

arah, komunikatornya melembaga, pesannya bersifat umum, sasarannya menimbulkan keserempakan, dan komunikatornya heterogen. Hal tersebut perlu dijelaskan, karena disamping televisi siaran terdapat juga televisi jenis lain, diantaranya adalah *Closed Circuit Television (CCTV)* atau *Jaringan Televisi Sekitar* yang sering dioperasikan dikampus-kampus atau tempat-tempat lain.

Istilah televisi terdiri dari perkataan “tele” yang berarti jauh dan “visi” (*vision*) yang berarti penglihatan. Segi jauhnya ditransmisikan dengan prinsip-prinsip radio sebagaimana diuraikan diatas, sedangkan prinsip “penglihatan”-nya diwujudkan dengan prinsip-prinsip kamera sehingga menjadi gambar, baik dalam bentuk gambar hidup atau bergerak (*moving picture*) maupun gambar diam (*still picture*). Jelasnya isyarat televisi (*television signal*) terdiri dua bagian terpadu yakni saluran suara yang termodulasikan secara frekuensi (*frequency-modulated sound channel*) dan saluran video (*video channel*) (Wahyudi, 2009 : 13)

Kutipan tersebut dapat dijelaskan bahwa televisi (*television signal*) sebagai saluran suara yang termodulasikan secara frekuensi (*frequency-modulated sound channel*) dan saluran video (*video channel*). Sedangkan menurut Effendy (2003:121) pengertian televisi dapat diformulasikan sebagai berikut: “Televisi adalah salah satu bentuk mass medianya memancarkan “suara” dan “gambar” yang berarti sebagai reproduksi daripada kenyataan yang disiarkannya, melalui gelombang-gelombang elektronik, sehingga dapat diterima oleh pesawat-pesawat penerima dirumah”

Dari penjelasan yang telah di uraikan, dapat disimpulkan bahwa televisi merupakan panduan audio dan segi penyiarannya (broadcast) dan video dari segi gambar bergeraknya (*moving image*). Para pemirsa tidak akan mungkin menangkap siaran televisi, kalau tidak ada prinsip-prinsip radio yang mentransmisikannya; dan

tidak mungkin melihat gambar-gambar yang bergerak atau hidup, jika tidak ada unsur-unsur film yang memvisualisasikannya, jadi televisi merupakan panduan audio dan video yang ditransmisikan oleh pemancar televisi, selain suara juga gambar, tanpa gambar bukanlah televisi lagi namanya.

2.4.3.2 Fungsi Televisi Sebagai Media Massa

Seperti halnya media massa lainnya, televisi pada pokoknya mempunyai tiga fungsi yaitu:

1. Fungsi Penerangan

Televisi dalam melakukan fungsi penerangan memiliki dua faktor penting, yaitu *immediacy* dan *realism*.

- *Immediacy* mempunyai pengertian langsung dan dekat, artinya dimanapun audience berada mereka bisa langsung mendapatkan informasi dan merasa seolah-olah dekat dengan lokasi peristiwa/informasi yang disampaikan.
- *Realism* berarti bahwa stasiun televisi menyiarkan informasinya secara audio visual dengan perantara berbagai alat elektronik berdasarkan pada fakta dan kenyataan.

2. Fungsi Pendidikan

Siaran televisi harus memuat nilai-nilai ilmu pengetahuan sehingga dapat membantu audiens untuk meningkatkan keintelektualan mereka.

3. Fungsi Hiburan

Fungsi terbesar dari televisi adalah memberikan hiburan bagi audiensnya. Tidak heran kalau kemudian porsi terbesar bagi stasiun-stasiun televisi dalam penyelenggaraan siarannya adalah hiburan (Effendy, 2003:24).

Menurut Hartley menyebutkan akan fungsi dari televisi; 'Pada bangsa-bangsa yang tengah berkembang, televisi dan radio merupakan sumber informasi dan hiburan utama' (dalam Weiss, 2005:42) disebutkan bahwa secara universal fungsi televisi adalah sebagai berikut:

1. Mendefinisikan informasi (*to inform*)
2. Mendidik (*to educate*)
3. Menghibur (*to entertain*)
4. Mempengaruhi (*to influence*) (Weiss, 2005 :96).

Fungsi televisi dalam menginformasikan sebuah berita bertujuan untuk menyebarkan informasi yang bermanfaat bagi khalayak sebagai penontonnya. Berita televisi mengandung unsur mendidik, menghibur, menginformasikan segala sesuatu yang bersifat fakta dan faktual. Pemberitaan di televisi harus sesuai dengan keinginan khalayak sebagai penontonnya.

2.5 Tinjauan tentang Berita

2.5.1 Pengertian Berita

Belum ada definisi berita secara universal. Untuk memperkuat penyajian atas peristiwa yang sedang kita pantau dan bagaimana menyajikannya, reporter pencari berita harus mempunyai definisi sendiri mengenai lingkup pekerjaannya. Dalam buku *Here's the News* yang dihimpun oleh Maeseneer (1986: 32), "Berita didefinisikan sebagai informasi baru tentang kejadian yang baru, penting, dan bermakna (signifikan), serta berpengaruh pada para pendengarnya serta relevan dan layak dinikmati oleh mereka ". Definisi berita tersebut mengandung unsur-unsur: Baru dan penting, Bermakna dan berpengaruh, Menyangkut hidup orang banyak, dan menarik (Maeseneer, 1986: 33). Definisi lain dari berita, menurut Wollert,

mengemukakan dalam definisi sederhana, “Berita adalah apa saja yang ingin dan perlu diketahui orang atau lebih luas lagi oleh masyarakat” (dalam Nimmo, 2009: 64). Dengan melaporkan berita, media massa memberikan informasi kepada masyarakat mengenai apa yang mereka butuhkan.

Berita dapat diklasifikasikan ke dalam dua kategori, yaitu berita keras (*hard news*) dan berita lembut (*soft news*). Selain itu, berita juga dapat dibedakan menurut aspek geografinya, di tempat terbuka atau di tempat tertutup. Selebihnya, berita juga bisa dilihat menurut soal yang dicakupnya beraneka macam. Berita keras, sesuai dengan namanya, menunjuk pada peristiwa yang mengguncangkan dan menyita perhatian seperti kebakaran, gempa bumi, kerusuhan. Sedangkan berita lembut, menunjukkan pada peristiwa yang lebih bertumpu pada unsur-unsur ketertarikan manusiawi, seperti pesta pernikahan bintang film atau seminar sehari tentang perilaku seks bebas di kalangan remaja.

Berdasarkan sifatnya, berita terbagi atas berita diduga dan berita tak terduga. Berita diduga adalah peristiwa yang direncanakan atau sudah diketahui sebelumnya, seperti lokakarya, pemilihan umum, peringatan hari-hari bersejarah. Proses penanganan berita yang sifatnya diduga disebut *making news*. Artinya, kita berupaya untuk menciptakan dan merekayasa berita. Proses penciptaan atau perekayasaan berita itu dilakukan melalui tahapan perencanaan di ruang rapat redaksi, diusulkan dalam rapat proyeksi, dikonsultasikan dengan pemimpin redaksi, dilanjutkan dengan observasi, serta ditegaskan dalam interaksi dan

konfirmasi di lapangan. Semuanya melalui prosedur manajemen peliputan yang baku, jelas, terstruktur dan terukur. Orang yang meliputnya disebut sebagai reporter (pelapor).

Berita tidak terduga adalah peristiwa yang sifatnya tiba-tiba tidak direncanakan, tidak diketahui sebelumnya, seperti kereta api terguling, gedung perkantoran terbakar, bus tabrakan, kapal tenggelam, pesawat dibajak, anak-anak sekolah disandera atau terjadi ledakan bom di pusat keramaian. Proses penanganan berita yang sifatnya tidak diketahui dan tidak direncanakan sebelumnya, atau yang sifatnya tiba-tiba itu disebut *hunting news*. Orangnya disebut sebagai *hunter* (pemburu).

Berita merupakan pola dasar dan juga prototip semua media massa modern dan dapat dipastikan, dalam hal apapun, bahwa unsur penting surat kabar dan semua media seperti itu, radio dan televisi adalah berita. Hal ini menghendaki adanya perhatian khusus dalam pembahasan isi berita hanya karena berita merupakan satu dari sedikit kontribusi media yang sebenarnya. Berita juga merupakan aktivitas inti atas dasar mana sebagian besar profesi jurnalistik dalam menegaskan keberadaannya sendiri.

Berita merupakan laporan tercepat mengenai suatu peristiwa yang dilaporkan melalui media massa. Peristiwa yang dimaksud adalah peristiwa penting yang layak untuk disebarluaskan dan wajib untuk diketahui khalayak. Awalnya istilah berita hanya ditujukan untuk laporan yang dimuat di media cetak saja. Tetapi seiring

dengan perkembangan teknologi, laporan yang disiarkan di media elektronik pun disebut berita. Menurut Resenthall dan Yarmen, tidak ada rumusan tunggal mengenai pengertian berita. Bahkan, “*News is difficult to define, because it involves many variable factors*”. Kata Earl English dan mencakup banyak faktor variabel. “Berita lebih mudah dikenali dari pada diberi batasannya” (dalam Romli, 2000:1)

Pakar komunikasi yang telah mencoba untuk merumuskan definisi (batasan pengertian) berita, dengan penekanan yang berbeda terhadap unsur yang dikandung sebuah berita. Menurut Alex Sobur dalam diktat Dasar-dasar Jurnalistik, cukup sulit untuk memberikan definisi tentang berita, karena didalam berita terdapat banyak variabel. Mengutip pendapat English dan Hach, Alex mengatakan variabel dalam berita tersebut adalah:

- (1) Berita harus berdasarkan fakta dan tidak semua fakta adalah berita.
- (2) Berita tidak perlu merupakan suatu laporan peristiwa baru seperti banyak dikemukakan dalam kamus.
- (3) Sesuatu yang penting untuk sekolah atau masyarakat, mungkin hanya sedikit saja atau tidak ada artinya sama sekali bagi sekolah atau masyarakat lainnya.
- (4) Apa yang merupakan berita pada hari ini, mungkin bukan lagi menjadi berita pada esok harinya.
- (5) Apa yang menjadi berita bagi seseorang, mungkin bukan berita bagi orang lain
- (6) Apa yang menjadi berita bagi surat kabar di kota ini mungkin bukan berita bagi surat kabar lainnya walaupun berada dalam satu kota” (Sobur, 2008:14).

Sedangkan Charnley mengungkapkan, “*News is the timely report of facts or opinion that hold interest or importance or both for considerable number of people*” (Charnley, 1979:51). (Berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau opini yang mengandung hal yang menarik minat atau penting, atau keduanya bagi sejumlah besar penduduk). Timbulnya opini tidak lepas dari adanya suatu informasi melalui media massa, seperti halnya media televisi yang sering menginformasikan berita baik

yang bersifat kontroversi maupun yang dapat menarik perhatian masyarakat. Menurut Romli (2003:35) Berita adalah laporan tercepat dari suatu peristiwa atau kejadian yang faktual, penting, dan menarik bagi sebagian besar pembaca serta menyangkut kepentingan mereka. Romli mengemukakan unsur-unsur nilai berita yang sekarang dipakai dalam memilih berita, unsur-unsur tersebut adalah :

1. Aktualitas, peristiwa terbaru, terkini, terhangat (*up to date*), sedang atau baru saja terjadi (*recent events*).
2. Faktual (*factual*), yakni ada faktanya (*fact*), benar-benar terjadi bukan fiksi (rekaan, khayalan, atau karangan). Fakta muncul dari sebuah kejadian nyata (*real event*), pendapat (*opinion*), dan pernyataan (*statement*).
3. Penting, besar kecilnya dampak peristiwa pada masyarakat (*consequences*), artinya, peristiwa itu menyangkut kepentingan banyak atau berdampak pada masyarakat.
4. Menarik, artinya memunculkan rasa ingin tahu (*curiosity*) dan minat membaca (*interesting*). Peristiwa yang biasanya menarik perhatian pembaca, disamping aktual, faktual, dan penting, juga bersifat :
 - a. Menghibur, yakni peristiwa lucu atau mengandung unsur humor yang menimbulkan rasa ingin tertawa atau minimal tersenyum.
 - b. Mengandung Keganjilan, peristiwa yang penuh keanehan, keluarbiasaan, atau ketidaklaziman.
 - c. Kedekatan (*proximity*), peristiwa yang dekat baik secara geografis maupun emosional.
 - d. Human Interest, terkandung unsur menarik empati, simpati atau menggugah perasaan khalayak yang membacanya.
 - e. Konflik, pertentangan, dan ketegangan (Romli, 2003:35).

Dari paparan di atas dapat digambarkan bahwa opini anggota Perhimpunan Mahasiswa Bandung mengenai berita pengunduran diri Ahok dari Partai GERINDRA di Net TV yang lebih ditonjolkan yaitu aktualitas, atau peristiwa terbaru dari berita, faktual berita, pentingnya berita, serta daya tarik berita mengenai pengunduran diri Ahok dari Partai GERINDRA di Net TV tersebut.

2.5.2 Berita Politik

Berita adalah laporan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat. Sedangkan politik adalah hal yang berkaitan dengan penyelenggaraan pemerintahan dan negara. Bila disimpulkan, berita politik adalah laporan hangat tentang hal yang berkaitan dengan penyelenggaraan pemerintahan dan negara.

Politik merupakan suatu hal menarik untuk diberitakan, karena di dalamnya terdapat intrik dan isu mengenai gambaran pemerintahan yang sedang berkuasa. Terkadang, ada berita politik yang menjatuhkan, dan ada pula berita politik yang bertujuan untuk membangun sebuah citra. Politik akan selalu menarik untuk diperbincangkan. Untuk itulah, berbagai media massa, baik cetak atau elektronik berburu untuk memberitakan tentang politik. Terkadang, ada persaingan media dalam hal, siapa yang paling *up to date* memberitakan suatu peristiwa politik.

Berita politik harus selalu dihadirkan di masyarakat. Fungsinya, agar masyarakat mengetahui kegiatan korupsi, mafia pajak, penyuapan, dan bagaimana dampaknya bagi negara dan masyarakat. Bagi pemerintah, berita politik seperti video perekam yang siap menceritakan setiap gerak-gerik mereka. Apabila pemerintah tidak becus dalam menjalankan tugasnya, maka akan muncul sebuah pemberitaan yang menyudutkan mereka, sampai pada kedudukannya rendah di mata masyarakat.

2.6 Tinjauan tentang Teori *Stimulus-Organism-Response* (S-O-R).

Dalam penelitian ini model yang digunakan adalah model S-O-R (Stimulus, Organism, Respon). Teori SOR sebagai singkatan dari *Stimulus-Organism-Response*. Objek materialnya adalah manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen : sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi. Menurut Rakhmat (2007 : 201) “Model ini, organism menghasilkan perilaku tertentu jika ada kondisi stimulus tertentu pula, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi”.

Media massa menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikasi. *Stimulus Response Theory* atau *S-R theory*. Model ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi-reaksi. Artinya model ini mengasumsi bahwa kata-kata verbal, isyarat non verbal, simbol-simbol tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu. Pola S-O-R ini dapat berlangsung secara positif atau negatif; misal jika orang tersenyum akan dibalas tersenyum ini merupakan reaksi positif, namun jika tersenyum dibalas dengan palingan muka maka ini merupakan reaksi negatif. Artinya media diibaratkan sebagai jarum suntik besar yang memiliki kapasitas sebagai perangsang (S) dan menghasilkan tanggapan (R) yang kuat pula. Dalam proses perubahan sikap tampak bahwa sikap

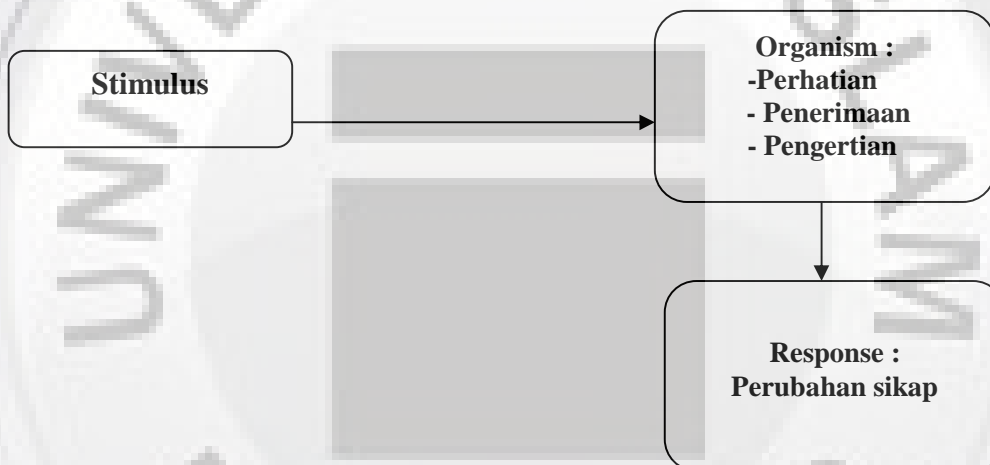
dapat berubah hanya jika stimulus yang menerpa melebihi semula. Mar'at menyatakan bahwa

Dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variabel penting, yaitu perhatian, pengertian dan penerimaan. Respon atau perubahan sikap bergantung pada proses terhadap individu. Stimulus yang merupakan pesan yang disampaikan kepada komunikan dapat diterima atau ditolak, komunikasi yang terjadi dapat berjalan apabila komunikan memberikan perhatian terhadap stimulus yang disampaikan kepadanya. Sampai pada proses komunikan tersebut memikirkannya sehingga timbul pengertian dan penerimaan atau mungkin sebaliknya. Perubahan sikap dapat terjadi berupa perubahan kognitid, afektif atau behavioral (Mar'at, 2004 : 45).

Stimulus-Organism-Response (S-O-R). Teori S-O-R merupakan model penelitian yang beranjak dari anggapan bahwa organisme akan menghasilkan perilaku atau reaksi tertentu jika diberikan suatu kondisi *stimulus* tertentu kepadanya. Efek yang timbul adalah reaksi terhadap *stimulus* tersebut, sehingga seseorang dapat mengharapkan kesesuaian antara pesan dengan reaksi komunikan. Adapun elemen-elemen utama dari model teori S-O-R ini adalah : *Stimulus* adalah rangsangan atau dorongan yang berupa pesan dalam berita kontroversi di televisi, *organism* adalah manusia atau seorang penerima, *response* adalah reaksi, efek, pengaruh atau tanggapan. Asumsi *stimulus* respon mengacu kepada isi media massa sebagai *stimulus* yang diberikan kepada individu yang menghasilkan respon tertentu yang sesuai dengan *stimulus* yang diberikan.

Proses perubahan sikap yang akan dialami oleh komunikan, sikapnya akan berubah jika *stimulus* yang menerpanya benar-benar melebihi apa yang pernah ia alami. Dalam mempelajari sikap atau opini yang baru tersebut ada tiga variabel yang harus diperhatikan, yaitu : perhatian, pengertian, dan penerimaan. Proses tersebut dapat dilihat sebagai berikut :

Gambar 2.2
Model S-O-R



Sumber : Rakhmat (2007: 207)

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa *stimulus* yang disampaikan kepada komunikan dapat berdampak diterima atau ditolak. Komunikasi terjadi jika komunikan memberikan perhatian kepada *stimulus* yang disampaikan kepadanya sampai kepada proses komunikan memikirkannya dan timbul pengertian dan penerimaan atau mungkin sebaliknya. Respon yang ditimbulkan *stimulus* hanya sampai pada tahap kognitif dan afektif saja tidak sampai pada tahap *behavioral*

(perubahan sikap terhadap pesan) yang disampaikan pada berita kontroversi Ahok di Net. TV

Jika disederhanakan lagi maka dapat disebutkan bahwa model teori S-O-R yaitu merupakan *stimulus* yang akan ditangkap oleh organisme khalayak. Komunikasi tersebut akan berlangsung jika adanya suatu perhatian dari komunikan. Adapun proses berikutnya dapat terlihat bahwa komunikan mengerti dan menerima terhadap pemberitaan mengenai pengunduran diri Ahok dari Partai Gerakan Indonesia Raya (GERINDRA) di Net.TV yang menciptakan opini bagi khalayak sebagai penontonnya.

Setiap peristiwa yang diberitakan di media televisi dapat menimbulkan opini dari masyarakat. Opini sendiri diartikan sebagai pendapat, seperti yang dikatakan Cutlip dan center (dalam Yulianita, 2005 : 64) menyebutkan bahwa opini adalah kecenderungan untuk memberikan respons terhadap suatu masalah atau situasi tertentu. Sedangkan menurut Nasution (2000:91) mengatakan bahwa “Opini adalah suatu respon yang aktif terhadap suatu stimulus, suatu respon yang dikonstruksikan melalui interpretasi pribadi yang berkembang dari dan menyumbang imej”. Opini publik sebagai kekuatan sosial dapat memberikan pengaruh yang luar biasa.