

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Review Hasil Penelitian Sejenis**

Penelitian mengenai radio komunitas tentu dengan cakupan komunitas yang kecil sangat menarik, ada beberapa penelitian yang membahas mengenai radio komunitas. Diantaranya karya Anggita Arianti, 2009. Yang berjudul **“Hubungan Antara Terpaan Siaran Isu Perdagangan Manusia di Radio Komunitas Caraka FM Dengan Sikap Komunitas Caraka FM: Studi Korelasional Tentang Hubungan antara Terpaan Siaran Isu Perdagangan Manusia di Radio Komunitas Caraka FM dengan Sikap Komunitas Caraka FM di Desa Ciborelang Kecamatan Jatiwangi Kabupaten Majalengka tentang Perdagangan Manusia”**.

Penelitian ini menggunakan metode korelasional dengan pendekatan survei. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara terpaan siaran isu perdagangan manusia di radio komunitas *Caraka FM* terhadap sikap komunitas Caraka FM di Desa Ciborelang Kecamatan Jatiwangi Kabupaten Majalengka setiap hari, antara pukul 16.00 – 24.00. Variabel terpaan siaran isu perdagangan manusia terbagi atas sub variabel isi pesan, daya tarik penyampaian pesan, dan intensitas mendengarkan siaran. Variabel sikap komunitas

terbagi atas sub variabel komponen kognitif, komponen afektif, dan komponen konatif.

Objek penelitian ini adalah radio komunitas Caraka FM yang juga masyarakat Desa Ciborelang dengan kategori pendengar yang aktif mendengarkan siaran radio komunitas *Caraka FM* Kecamatan Jatiwangi Kabupaten Majalengka. Sampel yang diambil berjumlah 85 orang responden. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah sampling kluster tiga tahap.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan siaran isu perdagangan manusia di radio komunitas *Caraka FM* berhubungan dengan sikap komunitas Caraka FM di Desa Ciborelang Kecamatan Jatiwangi Kabupaten Majalengka. Namun, frekuensi dan durasi tidak berhubungan dengan aspek afektif dan konatif komunitas Caraka FM.

Kesimpulan penelitian ini adalah terdapat hubungan antara terpaan siaran isu perdagangan manusia di radio komunitas *Caraka FM* dengan sikap komunitas Caraka FM di Desa Ciborelang Kecamatan Jatiwangi Kabupaten Majalengka.

Adapula penelitian yang berkaitan dengan radio komunitas yang berada dalam lingkungan kampus, bernama radio komunitas Swara Unisba. Penelitian karya Azrul Akmal yang berjudul **“Tanggapan Mahasiswa Terhadap Radio Komunitas Swara Unisba Sebagai Media Informasi di Kampus: Studi Deskriptif pada Tanggapan**

## **Mahasiswa Unisba Terhadap Radio Komunitas Swara Unisba Sebagai Media Informasi di Kampus”.**

Dalam penelitiannya dijelaskan bahwa radio komunitas merupakan stasiun siaran radio yang dimiliki, dikelola, diperuntukkan, diinisiatifkan, dan didirikan oleh komunitas. Radio komunitas ikut berpartisipasi dalam penyampaian informasi yang dibutuhkan komunitasnya, baik menyangkut aspirasi masyarakat maupun program-program yang dilakukan pemerintah. Radio Komunitas Swara Unisba yang menyebutkan diri sebagai radio kampus hadir guna ikut mendukung proses perkuliahan yang membutuhkan aplikasi secara langsung yang mempermudah mahasiswa di fakultas ilmu komunikasi Unisba.

Adapun perumusan masalah dari penelitian ini adalah “Bagaimana Tanggapan Mahasiswa Terhadap Radio Komunitas Swara Unisba sebagai Media Informasi di Kampus”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tanggapan mahasiswa mengenai intensitas siaran, daya tarik radio dan materi informasi yang disampaikan oleh Radio Komunitas Swara Unisba. Sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah studi deskriptif yang bertujuan melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik bidang tertentu secara faktual dan cermat. Untuk populasi dan sampel yang dijadikan sebagai responden dalam penelitian ini, penulis memilih mahasiswa fakultas ilmu komunikasi Unisba angkatan 2005-2008. Penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampel bola salju (*snowball sampling*).

Berdasarkan hasil angket, tanggapan mahasiswa terhadap Radio Komunitas Swara Unisba termasuk kedalam kategori yang kurang baik. Para responden yang merupakan pendengar Radio Komunitas Swara Unisba dalam penelitian ini menilai bahwa Radio Komunitas Swara Unisba perlu melakukan pembenahan lagi. Ini terlihat dari daya tarik yang masih dianggap masih kurang bagus dan materi informasi yang disampaikan pun masih perlu peningkatan kualitas agar memenuhi fungsinya sebagai radio komunitas yang dapat memenuhi kebutuhan komunitasnya.

Dalam penelitiannya penulis menyampaikan saran, yaitu Radio Komunitas Swara Unisba harus melakukan promosi yang lebih baik lagi agar mahasiswa lebih mengenal Radio Komunitas Swara Unisba itu sendiri. Selain itu, dalam hal penyajian program siaran juga perlu ditingkatkan kualitas *crew* Radio Komunitas Swara Unisba agar terpenuhinya kebutuhan dari pendengar yaitu mengenai informasi yang dirasa oleh pendengar masih kurang. Radio Komunitas Swara Unisba hendaknya agar dapat merangkul masyarakat yang berada dalam jarak atau frekuensi siaran dan menjadikan komunitas dari radio komunitas ini.

Adapun penelitian mengenai radio komunitas lainnya adalah karya Anwarudin dengan judul **“Strategi Penyiaran Radio Komunitas dalam Memperoleh Pendengar (Studi pada Radio Komunitas Srimartani FM Kelurahan Srimartani Kecamatan Piyungan)”**.

Peningkatan kesadaran masyarakat dalam berpartisipasi di bidang pembangunan semakin nampak. Hal ini dibuktikan dan diwujudkan dalam berekspresi dalam bidang komunikasi dan informasi dengan didirikannya radio komunitas. Pemerintah memberikan peluang kepada seluruh warga negara untuk ikut berperan didalam kemajuan teknologi komunikasi dan informasi. Dengan dikeluarkannya UU No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran, muncul pengakuan dari pemerintah bahwa radio komunitas memiliki arti penting guna penguatan di bidang informasi dan komunikasi. Pada umumnya radio komunitas dikelola oleh warga setempat, dari pengisi siaran hingga narasumbernya. Dengan demikian isi siarannya tidak jauh dari cerminan maupun ciri khas yang ada pada komunitas tersebut. Radio komunitas melayani kebutuhan informasi warga komunitas. Radio komunitas bersifat independen dan tidak komersil, dengan daya pancar rendah, luas jangkauan wilayah terbatas serta untuk melayani kepentingan komunitasnya. Karena memiliki sifat-sifat tersebut, maka dari itu radio komunitas diharapkan mampu untuk dapat bersaing dengan radio komersil agar tidak ditinggalkan oleh pendengarnya.

Adapun yang menjadi pokok masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi yang dilakukan oleh manajemen radio komunitas Srimartani FM dalam melakukan siaran yang mencakup keseluruhan penjadwalan, pelaksanaan sampai tahap evaluasi program siaran guna mencapai tujuan yaitu memperoleh pendengar. Teori strategi penyiaran

yang digunakan dalam skripsi ini adalah teori dari Susan Tyler Eastman yaitu strategi kesesuaian (*Compatibility*), strategi pembentukan kebiasaan (*Habit Formation*), strategi pengontrolan arus pendengar (*Control of audiens flow*), strategi penyimpanan sumber-sumber program (*Conservation of program resources*), strategi daya penarik (*Mass appeal*).

Manajemen radio komunitas Srimartani FM dalam merencanakan program menerapkan teori tersebut dalam melakukan penyiaran. Mulai dari perencanaan, penjadwalan program, pelaksanaan siaran hingga tahap evaluasi supaya acara didengar dan diminati.

Penelitian lainnya adalah karya Alif Wiji Prahara Wati dengan judul **“Strategi Radio Komunitas Islam dalam Memperoleh Simpati Pendengar (Studi pada Radio Dais 107.9 FM)”**.

Penelitian ini mencoba menjabarkan tentang strategi radio komunitas Islam melalui salah satu media yang di miliknya yaitu Radio Dais. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang menggunakan metode analisis deskriptif dalam analisis datanya. Strategi merupakan pilihan-pilihan tentang bagaimana cara terbaik untuk mengembangkan sebuah organisasi. Pilihan-pilihan tersebut diintegrasikan dan dikoordinir kemudian dirancang untuk mengeksploitasi kompetensi inti (*core competence*) untuk mendapatkan keunggulan kompetitif.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap Radio Dais, ditemukan tiga strategi utama yang digunakan Dais melalui salah satu media dakwahnya tersebut, yakni; strategi komunikasi, strategi penyiaran radio, strategi pemasaran.

Penelitian lainnya karya Tri Hendratmoko dengan judul **“Manajemen Pemrograman Radio Komunitas di Yogyakarta (Studi Deskriptif pada Radio Komunitas Balai Budaya Minomartani dan Radio Komunitas Swarakota)“**.

Radio komunitas di Indonesia pada tahun 2000 mulai berkembang di daerah-daerah. Dari hari ke hari radio komunitas semakin berkembang keberadaannya. Setiap radio komunitas memiliki program rangkaian acara siaran yang direncanakan, diproduksi dan disajikan kepada masyarakat dengan isi pesan bersifat informatif, edukatif, persuasif dan siarannya komunikatif dengan tujuan tidak lain agar mampu memberikan daya tarik tersendiri pada pendengarnya.

Pemrograman merupakan hasil dari suatu proses pekerjaan dimana suatu stasiun radio komunitas BBM dan Swarakota memutuskan tentang apa yang akan disampaikan kepada khalayak dalam bentuk program siaran yang paling tepat. Dalam melaksanakan tanggung jawab manajemennya manajer radio komunitas BBM dan Swarakota melaksanakan empat fungsi dasar yaitu; perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pelaksanaan program, pengawasan.

Penelitian ini menghasilkan temuan-temuan pada pelaksanaan manajemen pemrograman di radio komunitas BBM dan Swarakota adalah: (a) program-program direncanakan oleh kepala bagian siaran setiap harinya, (b) pengarahan dan pelaksanaan siaran, oleh kepala bagian siaran untuk memberikan pengarahan kepada penyiar, dan (c) evaluasi acara dilakukan rapat oleh semua pengurus untuk mengetahui kinerja siaran yang telah dicapai. Sedangkan, pelaksanaan manajemen pemrograman radio komunitas Swarakota adalah: (a) program-program direncanakan oleh kepala bagian siaran setiap harinya, (b) pengarahan dan pelaksanaan dan (c) evaluasi acara dilakukan oleh kepala bagian siaran untuk mengetahui kinerja siaran yang telah dicapai.

Analisis yang digunakan untuk menentukan peluang dan hambatan pada radio komunitas BBM dan Swarakota menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah evaluasi mengenai kekuatan, kelemahan semua indikator internal atau indikator yang dikendalikan kedua radio tersebut. Sedangkan analisis peluang dan ancaman adalah analisis semua indikator eksternal yang tidak dapat dikendalikan oleh kedua radio tersebut. Kekuatan merupakan keunggulan bersaing sehingga harus dipertahankan dan diperkuat. Sedangkan kelemahan merupakan suatu kerugian dalam persaingan sehingga harus diminimalisi pada kedua radio BBM dan Swarakota.



Agar tampak jelas perbedaan dan persamaan antara penelitian penulis dengan hasil *review* penelitian sejenis seperti dalam tabel berikut ini:

Tabel 2.1  
*Review* penelitian sejenis

| Identitas      | Judul  | Metodologi                                   | Hasil Penelitian   | Perbedaan   |
|----------------|--|--|--|---|
| Anggita Ariati | Hubungan Antara Terpaan Siaran Isu Perdagangan Manusia di Radio Komunitas <i>Caraka FM</i> Dengan Sikap Komunitas <i>Caraka FM</i> | Metode Korelasional dengan pendekatan survei | Secara keseluruhan isu perdagangan manusia di radio komunitas <i>Caraka FM</i> berhubungan dengan sikap komunitas <i>Caraka FM</i> di Desa Ciborelang Kecamatan Jatiwangi Kabupaten Majalengka   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fokus penelitiannya beda, penelitian ini sikap komunitas terhadap siaran isu perdagangan manusia di radio komunitas <i>Caraka FM</i>. Sedangkan penulis lebih memfokuskan pada wacana/teks, posisi <i>discourse practice</i>, dan <i>sociocultural practice</i> di radio komunitas <i>Caraka FM</i> yang dijadikan warga sebagai media komunitas</li> <li>2. Dari metode penelitiannya juga berbeda jauh, jika penelitian ini kuantitatif, maka penelitian penulis kualitatif.</li> </ol> |
| Azrul Akmal    | Tanggapan Mahasiswa Terhadap Radio Komunitas Swara Unisba Sebagai Media Informasi di Kampus  | Studi Deskriptif                             | Tanggapan mahasiswa terhadap radio komunitas Swara Unisba termasuk ke dalam kategori yang kurang baik. Para responden yang merupakan pendengar radio komunitas Swara Unisba perlu melakukan pembenahan lagi. Ini terlihat dari daya tarik yang masih dianggap masih kurang bagus dan materi informasi yang disampaikan pun perlu | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menggunakan metode studi deskriptif, sedangkan penelitian penulis menggunakan analisis wacana kritis Norman Fairclough.</li> <li>2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan mahasiswa intensitas siara, daya tarik radio dan materi informasi yang disampaikan radio komunitas Swara Unisba.</li> </ol>   |

|                        |   |                  |  |  |
|------------------------|---|------------------|--|--|
|                        |   |                  | peningkatan kualitas agar memenuhi fungsinya sebagai radio komunitas yang dapat memenuhi kebutuhan komunitasnya.   | Sedangkan penelitian penulis untuk mengetahui struktur wacana/teks, posisi <i>discourse practice</i> dan <i>sociocultural practice</i> di radio komunitas Caraka FM sebagai media advokasi di Desa Ciborelang.   |
| Anwarudin              | Strategi Penyiaran Radio Komunitas dalam Memperoleh Pendengar (Studi pada Radio Komunitas Srimartani FM Kelurahan Srimartani Kecamatan Piyungan | Studi Deskriptif | Manajemen radio komunitas Srimartani FM dalam merencanakan program menerapkan teori dari Susan Tyler Eastman yaitu strategi kesesuaian ( <i>Compatibility</i> ), strategi pembentukan kebiasaan ( <i>Habit Formation</i> ), strategi pengontrolan arus pendengar ( <i>Control of audiens flow</i> ), strategi penyimpanan sumber-sumber program ( <i>Conservation of program resources</i> ), strategi daya penarik ( <i>Mass appeal</i> ) di dalam melakukan penyiaran. Mulai dari perencanaan, penjadwalan program, pelaksanaan siaran hingga tahap evaluasi supaya acara didengar dan diminati. | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menggunakan metode studi deskriptif, sedangkan penelitian penulis menggunakan analisis wacana kritis Norman Fairclough.</li> <li>2. Fokus penelitiannya yaitu bagaimana strategi yang dilakukan oleh manajemen radio komunitas Srimartani FM dalam melakukan siaran yang mencakup keseluruhan penjadwalan, pelaksanaan sampai tahap evaluasi program siaran guna mencapai tujuan yaitu memperoleh pendengar. Sedangkan penelitian ini adalah potensi radio komunitas Caraka FM sebagai media advokasi buruh migran di Desa Ciborelang Kec. Jatiwangi Kab. Majalengka.</li> </ol> |
| Alif Wiji Prahara Wati | Strategi Radio Komunitas Islam dalam Memperoleh Simpati Pendengar   | Studi Deskriptif | Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap Radio Dais, ditemukan tiga strategi utama yang  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tujuan penelitiannya yaitu untuk mengetahui strategi radio komunitas Islam melalui salah satu</li> </ol>   |

|                 |  |                  |  |   |
|-----------------|--|------------------|--|---|
|                 | (Studi pada Radio Dais 107.9 FM)   |                  | digunakan Dais melalui salah satu media dakwahnya tersebut, yakni; strategi komunikasi, strategi penyiaran radio, strategi pemasaran.  | media yang di miliknya yaitu Radio Dais. Sedangkan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi radio komunitas Caraka FM sebagai media advokasi buruh migran.<br>2. Komunitas penelitiannya lebih khusus yakni komunitas agama Islam, sedangkan penelitian ini komunitas warga yang pastinya lebih universal.   |
| Tri Hendratmoko | Manajemen Pemrograman Radio Komunitas di Yogyakarta (Studi Deskriptif pada Radio Komunitas Balai Budaya Minomartani dan Radio Komunitas Swarakota) | Studi Deskriptif | Penelitian ini menghasilkan temuan-temuan pada pelaksanaan manajemen pemrograman di radio komunitas BBM dan Swarakota adalah: (a) program-program direncanakan oleh kepala bagian siaran setiap harinya, (b) pengarahan dan pelaksanaan siaran, oleh kepala bagian siaran untuk memberikan pengarahan kepada penyiar, dan (c) evaluasi acara dilakukan rapat oleh semua pengurus untuk mengetahui kinerja siaran yang telah dicapai. Sedangkan, pelaksanaan manajemen pemrograman radio komunitas Swarakota adalah: (a) program-program direncanakan oleh kepala bagian siaran | 1. Menggunakan metode studi deskriptif, sedangkan penelitian penulis menggunakan analisis wacana kritis Norman Fairclough.<br>2. Fokus penelitiannya yaitu bagaimana manajemen pemrograman radio komunitas di Yogyakarta. Sedangkan penelitian ini adalah potensi radio komunitas Caraka FM sebagai media advokasi buruh migran di Desa Ciborelang Kec. Jatiwangi Kab. Majalengka |

|                 |   |  |   |   |
|-----------------|---|--|---|---|
|                 |   |  | setiap harinya, (b) pengarahan dan pelaksanaan dan (c) evaluasi acara dilakukan oleh kepala bagian siaran untuk mengetahui kinerja siaran yang telah dicapai. |   |
| Titih Nurhaipah | Potensi Radio Komunitas Caraka FM sebagai Media Advokasi Buruh Migran di Desa Ciborelang Kecamatan Jatiwangi Kabupaten Majalengka | Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough | Akan terungkap setelah melakukan penelitiannya  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menggunakan analisis wacana kritis Norman Fairclough dari struktur wacana/teks, posisi <i>discourse practice</i> dan <i>sociocultural practice</i>.</li> <li>2. Objek penelitiannya adalah siaran radio komunitas Caraka FM.</li> </ol> |

## 2.2 Tinjauan Teoritis

### 2.2.1 Komunikasi Massa

Banyak definisi tentang komunikasi massa yang dikemukakan oleh banyak ahli di bidang komunikasi. Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi atau penyampaian pesan melalui media massa. Seperti dikemukakan oleh Nurudin (2007) dikatakan bahwa komunikasi berasal dari perkembangan kata *media of mass communication* (media komunikasi massa). Dalam bukunya juga dikutip pula definisi komunikasi massa menurut Jay Black dan Frederick C. Whitney (1998) disebutkan, “*Mass communication is process whereby mass-produced message are transmitted to large, anonymous, and heterogeneous masses of receivers* (Komunikasi massa adalah sebuah proses di mana pesan-pesan yang diproduksi secara massal/tidak sedikit itu disebarkan kepada massa penerima pesan yang luas, anonim, dan heterogen)”. Adapun pengertian menurut Deddy

Mulyana (2008) bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), berbiaya relatif mahal, yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen. Masih menurut Deddy Mulyana, pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak dan selintas (khususnya media elektronik).

Penelitian ini membahas tentang siaran radio, dalam siaran radio komunikasi yang digunakan sudah tentu komunikasi massa. Karena radio saja adalah salah satu alat dari komunikasi massa. Selain itu juga, pendengar radio adalah banyak orang yang tersebar luas, anonim, dan heterogen.

Menurut Jay Black dan Frederick C. Whitney (1988) yang dikutip oleh Nurudin (2007:64), antara lain: (1) *to inform* (menginformasikan), (2) *to entertain* (memberi hiburan), (3) *to persuade* (membujuk), dan (4) *transmission of culture* (transmisi budaya). Masih dalam buku Nurudin, ahli komunikasi lainnya seperti Harold D. Lasswell mengemukakan juga fungsi komunikasi massa, yakni (1) *surveillance of the environment* (fungsi pengawasan), (2) *correlation of the part of society in responding to the environment* (fungsi korelasi), dan (3) *transmission of the social heritage from one generation to the next* (fungsi pewarisan sosial). Sama seperti pendapat Lasswell, Charles Robert Wright (1998) menambahkan fungsi *entertainment* (hiburan) dalam fungsi komunikasi massa.

Adapun fungsi media sebagai menganugerahkan status dan fungsi membius (Elvinaro dan Lukiati, 2014:22) “Penganugerahan status (*status*

*conferral*) terjadi apabila berita yang disebarluaskan melaporkan kegiatan individu-individu tertentu sehingga prestise (gengsi) mereka meningkat.” Sedangkan fungsi membius ini berarti media menyajikan informasi mengenai sesuatu, penerima percaya bahwa tindakan tertentu harus diambil. Akibatnya, pemirsa atau penerima terbius ke dalam keadaan pasif, seakan-akan berada dalam pengaruh narkotika (DeVito, 1996 dalam Elvinaro, Siti Karlinah dan Lukiati).

Media massa dengan beragam fungsinya yang kemudian dikonsumsi khalayak untuk memenuhi kebutuhan aktual, yang diantaranya adalah kategori kognisi, hiburan, kepentingan sosial dan atau pelarian. Kognisi atau pengetahuan, bahwa seseorang menggunakan media untuk memperoleh sesuatu informasi yang kemudian dijadikan sebagai bagian dari kognisi. Hiburan menjadi kebutuhan dasar seseorang menggunakan media massa, untuk menghilangkan kebosanan, atau bersantai. Dan kebutuhan media lainnya untuk kepentingan sosial, kebutuhan ini diperoleh melalui obrolan ringan dan hangat membahas sebuah program TV misalkan. Dan yang terakhir sebagai pelarian, yakni orang yang menggunakan media massa untuk mengatasi rintangan antara mereka dan orang lain, atau untuk menghindari aktivitas lain (Elvinaro, Siti Karlinah dan Lukiati, 2014:24-25).

### **2.2.2 Media massa**

Adanya komunikasi massa jelas melalui media massa. Dan untuk hal itu media massa akan dirasakan penting sebagai alat dari komunikasi massa. Dalam buku Pengantar Komunikasi Massa, Nurudin (2009), mengutip asumsi pokok tentang media massa oleh Dennis McQuail (1987) diantaranya:

1. Media merupakan industri yang berubah dan berkembang yang menciptakan lapangan kerja, barang, dan jasa serta menghidupkan industri lain yang terkait. Media juga merupakan industri tersendiri yang memiliki peraturan dan norma-norma yang menghubungkan institusi tersebut dengan masyarakat dan institusi sosial lainnya. Di pihak lain, institusi media diatur oleh masyarakat.
2. Media massa merupakan sumber kekuatan –alat kontrol, manajemen dan inovasi dalam masyarakat yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya.
3. Media merupakan lokasi (atau norma) yang semakin berperan, untuk menampilkan peristiwa-peristiwa kehidupan masyarakat, baik yang bertaraf nasional maupun internasional.
4. Media sering kali berperan sebagai wahana pengembangan kebudayaan, bukan saja dalam pengertian pengembangan bentuk seni dan simbol, tetapi juga dalam pengertian pengembangan tata cara, mode, daya hidup, dan norma-norma.
5. Media telah menjadi sumber dominan bukan saja bagi individu untuk memperoleh gambaran dan citra realitas sosial, tetapi juga bagi masyarakat dan kelompok secara kolektif. Media juga menguyubkan nilai-nilai dan penilaian normatif yang dibaurkan dengan berita dan hiburan (Nurudin, 2009:34-35).

Konteks sosial media beroperasi, akan bermanfaat jika kita juga menelaah sekilas kondisi dari setiap media, terutama setelah hadirnya televisi sangat memperluas cakupan komunikasi massa. Media massa, terbagi menjadi dua yakni media massa cetak dan elektronik. Media massa cetak diantaranya adalah koran, majalah, dan tabloid. Media massa elektronik atau media siaran adalah televisi, film dan radio. Media elektronik ini menggunakan gelombang. Media elektronik sejak awal sudah bersifat demokratis, dan sejak awal pula khalayaknya adalah masyarakat luas secara keseluruhan, bukan kalangan tertentu saja. Dalam hal ini akan lebih banyak menyoroti mengenai media elektronik yakni radio.

### **Radio**

Menurut Onong (1991) ”radio siaran (radio broadcast) adalah suatu aspek dari komunikasi”. Sebagai unsur dari proses komunikasi, dalam hal ini sebagai media massa, radio siaran mempunyai ciri dan sifat yang berbeda media massa

lainnya. Perbedaan dengan surat kabar yang merupakan media cetak, dengan film yang bersifat mekanik optik. Meskipun dengan televisi yang sama sebagai media elektronik, tetapi radio mempunyai sifat yang audial, sedangkan televisi audiovisual.

Sedangkan menurut Astuti (2008) “radio adalah buah perkembangan teknologi yang memungkinkan suara ditransmisikan secara serempak melalui gelombang radio di udara”. Perkembangan teknologi merevolusi media, membentuk individu yang menggunakannya (*user*), bahkan membentuk masyarakat dan budayanya. Sejarah radio menunjukkan bahwa perkembangan teknologi yang bukan hanya berdampak pada operasional radio, tetapi juga pada pasar, hingga mendefinisikan radio itu sendiri dari segi fungsi mau pun peranannya.

### **Kekuatan Radio**

Ada sejumlah kekuatan radio meliputi :

- (1) Radio dapat membidik khalayak yang spesifik. Artinya, radio memiliki kemampuan untuk berfokus pada kelompok demografis yang dikehendaki. Selain itu, untuk mengubah atau mempertajam segmen atau ceruk sasaran yang dituju, radio jauh lebih fleksibel dibandingkan media komunikasi massa lainnya.
- (2) Radio bersifat *mobile* dan *portable*. Orang bias menjinjing radio ke mana saja. Sumber energinya kecil dan sama *portable*-nya. Radio menyatu dengan fungsi alat penunjang kehidupan lainnya, mulai dari senter, mobil, hingga *handphone*. Harga radio relative jauh lebih murah dibandingkan media lain.
- (3) Radio bersifat *intrusive*, memiliki daya tembus yang tinggi. Sulit sekali menghindar dari siaran radio, begitu radio dinyalakan. Radio bias menembus ruang-ruang di mana media lain tidak bias masuk, misalnya di dalam mobil. Walaupun kini televisive telah menjadi salah satu asesoris mobil, tetap radio menjadi bagian tak terpisahkan dari mobil.



- (4) Radio bersifat fleksibel, dalam arti dapat menciptakan program dengan cepat dan sederhana, dapat mengirim pesan dengan segera, dapat secepatnya membuat perubahan.
- (5) Radio itu sederhana : sederhana mengoperasikannya, sederhana mengelolanya (tak serumit media lain), dan sederhana isinya. Tidak diperlukan konsentrasi tinggi untuk menggarap radio. Bahkan, orang bias mendengarkan radio tidak diperlukan kemampuan baca dan abstraksi tingkat tinggi. (Astuti, 2008: 40)

### **Khalayak Radio**

Menurut Astuti (2008:41-42) Ada beberapa jenis khalayak atau pendengar radio. *Pertama*, tidak ada khalayak atau pendengar radio yang betul-betul loyal. Pendengar radio bisa saja berpindah saluran dengan mudah, bosan mendengar acara yang itu-itu saja, tinggal putar *channel*. Atau bosan mendengar celoteh penyiar yang tak karuan, ganti saluran frekuensi yang sesuai selera hati. *Kedua*, pendengar radio hanya mau yang ringan-ringan seperti acara musik. *Ketiga*, pendengar radio rendah daya konsentrasinya. Ketika informasi atau berita apapun yang disampaikan melalui radio harus disajikan dengan ringan. Radio memiliki kelebihan dimana media lain tidak bisa masuk seperti radio yang bisa menembus ruang-ruang. Tapi, tidak dibutuhkan konsentrasi tinggi untuk menyimak radio artinya, yang didengar khalayak adalah hal yang tidak terlalu penting atau yang paling tidak membutuhkan konsentrasi. Karena telinga adalah sarana untuk menyerap pesan yang disampaikan melalui audio.

Kebanyakan pendengar radio komunitas Caraka FM termasuk tipe yang kedua, yaitu pendengar yang hanya mau yang ringan-ringan saja, seperti mendengarkan musiknya (Wawancara Ibu Mariyam, Jumat, 21 Februari 2014). Ketika program acara hiburan banyak pendengar yang cepat merespon, namun

ketika diajak untuk berpartisipasi mengenai informasi lingkungan setempat sangat jarang yang ikut berkontribusi.

### **Daya Tarik Radio**

Dalam penyampaian pesan yang digunakan radio adalah melalui suara, radio hanya menghantarkan bunyi. Maka kekuatan radio bertumpu pada bunyi. Menurut Astuti (2008: 43-46) Bunyi yang kita dengar di radio terdiri dari 3 (tiga) komponen, yakni:

1. *Voice/Words*

Kekuatan radio pada *voice* atau *words* tidak sekedar bertumpu pada keberanian berkata-kata. Namun, kecerdasan seorang penyiar sangat dibutuhkan untuk menunjang rangkaian pesan yang akan disampaikan, ditambah dengan kepekaan untuk mengenali pendengarnya.

2. Musik

Alasan banyak orang mendengarkan radio, adalah menyukai musik yang diputar di radio. Program musik memang sangat banyak peminatnya. Musik menjadi unsur yang tidak dapat terpisahkan dari radio, bahkan untuk radio yang berformat nonmusik sekalipun.

3. *Special Effect*

*Special effect* adalah bebunyian yang digunakan untuk membangkitkan mood, suasana, atau efek-efek teatrikal tertentu. Fungsinya mengilustrasikan atau mendramatisasi pesan yang disampaikan.

### **2.2.3 Komunitas**

Istilah *Community* dapat diterjemahkan sebagai masyarakat setempat. Menurut Sukanto (dalam Rachmiatie, 2007:71) istilah masyarakat setempat menunjuk pada warga sebuah desa, kota, suku atau bangsa yang hidup sedemikian rupa sehingga merasakan kelompok tersebut dapat memenuhi kepentingan hidup yang utama. Sedangkan menurut Yudistira Garna (dalam Racmiatie, 2007: 72) “komunitas adalah suatu kelompok manusia yang menempati suatu kawasan geografis, yang terlibat dalam aktivitas ekonomi, politik, dan juga membentuk

suatu satuan sosial yang memiliki nilai-nilai tertentu serta rasa kebersamaan". Dalam sebuah komunitas tentu diantara anggota satu sama lainnya ada saling membutuhkan, perasaan nyaman karena memiliki kesamaan, baik dalam etnik, kebiasaan, bahasa, minat, dan faktor lainnya.

Tujuan membangun sebuah komunitas (*community development*) yang dijelaskan oleh Rubin & Rubin (dalam Rachmiate, 2007: 74) sebagai berikut:

- a. Memperbaiki kualitas hidup anggota komunitas melalui resolusi dan berbagi masalah.
- b. Mengurangi ketidakadilan sosial seperti ras, kekerasan, gender, dll.
- c. Melatih dan menyebarkan nilai-nilai demokratis sebagai proses menuju pembangunan komunitas.
- d. Memberi kesempatan kepada orang-orang untuk meningkatkan potensi mereka sebagai individu.
- e. Menciptakan kebersamaan dalam komunitas sehingga orang-orang merasa mantap hidup dalam komunitas tersebut.

Kondisi fisik dan sosial pedesaan akan berbeda dengan kondisi perkotaan.

Maka ada perbedaan kepribadian dan perilaku antara orang kota dan desa.

Menurut Rachmiate (2007: 76-78) ada ciri khas sebuah pedesaan, diantaranya:

- a. Isolasi, ciri kehidupan pedesaan yang paling menonjol adalah keterisolasiannya. Rumah yang terpencil, seolah-olah saling terpisah. Maka ontak antarindividu jarang terjadi.
- b. Homogenitas, biasanya komunitas pedesaan memiliki latar belakang etnik dan budaya yang sama. Menetap sejak lama hingga satu wilayah itu memiliki etnik yang sama.
- c. Pertanian, hampir semua penduduk komunitas desa adalah petani atau hidupnya mengandalkan hasil tanahnya. Meskipun seorang guru sekalipun, akan terlibat dalam pertanian.
- d. Ekonomi Subsistem, atau sistem tukar (barter) sangat melekat erat pada orang desa dan dirasa bermanfaat bagi komunitasnya.
- e. Revolusi Desa, banyak terjadi perubahan yang cepat dalam berbagai aspek kehidupan yang disebabkan keterbukaan isolasi pedesaan. Urbanisasi kehidupan desa merupakan revolusi desa yang ditandai dengan mulai sulitnya membedakan orang desa hanya dengan melihat luarnya saja dari pakaian atau perilakunya.

Dari penjelasan mengenai tujuan didirikannya komunitas dan ciri khas

pedesaan sesuai dengan apa yang ada pada komunitas warga Ciborelang sendiri.

Mayoritas penduduk desanya bertani, mengandalkan hasil tanah untuk biaya hidupnya, yang meskipun memiliki pekerjaan lain sebagai guru misalnya tetapi tetap juga sebagai petani.

#### 2.2.4 Radio Komunitas

Radio sebagai salah satu jenis media massa elektronik telah mengalami perkembangan ke arah kesadaran lokalit ini dengan melahirkan apa yang kemudian dikenal sebagai radio komunitas (rakom). Secara sederhana, radio komunitas diartikan sebagai radio dari, oleh, untuk dan tentang komunitas. Radio ini menjadikan komunitas sebagai basis operasionalisasi radio. Karena menonjolkan unsur lokalitas ini, proses produksi dan program acara radio komunitas cenderung berbeda-beda di setiap komunitas, misalnya radio komunitas Caraka di Desa Ciborelang. Berbeda dengan radio mainstream yang umumnya berorientasi profit dan mengkomersialisasikan program acara, maka radio komunitas lebih bersifat partisipasi komunitas.

#### Tipologi Radio Komunitas

Secara teoritis, tipologi radio komunitas mengacu pada perkembangan sejarah berdirinya, seperti di Amerika Latin, Afrika, Eropa dan terakhir di Kanada dan Asia. Ada beberapa kecenderungan jenis radio komunitas ditinjau berdasarkan pendekatan kepemilikan dan tujuan berdirinya. Menurut hasil riset *Combine Resources Institution (CRI)* pada tahun 2002 dalam Rachmiate (2007), tipologi radio komunitas, khususnya di Indonesia terdiri dari empat bentuk, yaitu :

- a. *Community Based* (Radio berbasis komunitas)

Radio yang berdiri oleh komunitas yang menempati wilayah geografis tertentu sehingga basisnya adalah komunitas yang menempati suatu

daerah dengan batas-batas tertentu, seperti kecamatan, kelurahan dan desa.

b. *Issue/Sector Based* (Radio berbasis masalah/sector tertentu)

Radio yang didirikan oleh perorangan karena hobi atau memiliki tujuan lainnya, seperti hiburan, informasi, dan tetap mengacu pada kepentingan warga komunitas.

c. *Personal Initiative Based* (Radio berbasis inisiatif pribadi)

Radio yang didirikan oleh perorangan karena hobi atau memiliki tujuan lainnya, seperti hiburan, informasi, dan tetap mengacu pada kepentingan warga komunitas.

d. *Campus Based* (Radio berbasis kampus)

Radio yang didirikan oleh warga kampus perguruan tinggi dengan berbagai tujuan, termasuk sebagai sarana laboratorium dan sarana belajar mahasiswa.

Berikut ini penjelasan lengkap tentang tipologi radio komunitas berdasarkan komponen-komponen di dalamnya.

Tabel 2.2  
Tipologi radio komunitas

|                                     | Berbasis komunitas  | Berbasis isu/sector   | Berbasis inisiatif/perorangan  | Berbasis kampus/sekolah  |
|-------------------------------------|---|---|--|--|
| Inisiator (perintis)                | Perwakilan warga komunitas  | Perorangan/kelompok petani  | Perorangan   | Kelompok siswa, dilegalisasi oleh otoritas kampus  |
| Lembaga hukum/payung organisasi     | Perwakilan penyiaran komunitas  | Kelompok petani   | Ya, dari pemerintah  | Dibawah lembaga kampus (unit kegiatan mahasiswa)   |
| Prinsip format program & monitoring | Partisipasi dari warga/perwakilan komunitas                             | Campuran dari partisipasi dari kelompok petani dan diformulasikan oleh pengurus                               | Diformulasikan oleh kelompok masyarakat profesional  | Diformulasikan oleh kelompok masyarakat profesional  |
| Program/isi siaran                  | Berdasarkan pada kebutuhan lokal komunitas, musik lokal, dialog tentang | Berdasarkan pada kebutuhan lokal komunitas, musik lokal, dialog tentang pertanian, kebudayaan, isu demokrasi, | Berdasarkan pada kebutuhan lokal komunitas, musik lokal, dialog tentang pertanian, kebudayaan, isu demokrasi, permintaan lagu, | Berdasarkan pada segmen pasar (mahasiswa/pelajar), variasi musik, informasi tentang pertanian, kebudayaan, isu |

|                    |  |  |  |   |
|--------------------|--|--|--|---|
|                    | pertanian, kebudayaan, isu demokrasi, permintaan lagu, reportase/berita lokal.   | permintaan lagu, reportase/berita lokal.   | reportase/berita lokal.  | demokrasi, lagu-lagu dan berita lokal.                      |
| Daerah jangkauan   | Sekira 2,5 km  | Variasi  | Variasi  | Kota  |
| Kualitas manajemen | Miskin   | Miskin   | Medium   | Berkualitas (biasanya)                                      |
| contoh             | Radio Panagati FM (Terban, Yogya), Radio Angkringan (Bantul, Yogyakarta), Radio Cibangkong (Bandung, Jawa Barat), Radio Kamal Muara (Jakarta), Radio Rasi Cisewu (Garut, Jawa Barat), Radio Caraka FM (Majalengka, Jawa Barat) | Radio Suara Petani Klaten (Jawa Tengah), Radio Suara Petani Cigembong (Jawa Barat) | Radio Swara Kota (Yogya), Radio Giri Asih Salawu (Garut, Jawa Barat) | Radio Swaragama (UGM), Radio Kampus ITB, Radio Swara Unisba |

Radio komunitas Caraka FM termasuk dalam radio yang berbasis komunitas. Radio yang berdiri oleh komunitas yang menempati wilayah geografis tertentu, seperti Desa Ciborelang. Jangkauan radionya pun rendah seperti yang disebutkan dalam tabel hanya 2,5 km saja. Selain itu, prinsip formatnya yaitu partisipasi dari warga atau perwakilan komunitas. Kemudian berdasarkan program atau isi siaran pada kebutuhan lokal komunitas, dialog tentang pertanian, kebudayaan, permintaan lagu, dan berita lokal. Kemudian manajemen dalam radionya pun masih miskin, karena radio komunitas tidak komersial, tidak mendapatkan iklan niaga seperti radio komersial yang ada.

### 2.2.5 Talk Show

Diskusi yang tidak hanya dialog tanya jawab biasa, tetapi seperti forum pertukaran ide, gagasan dan opini. Menurut Astuti (2008) dalam diskusi terkandung pokok – pokok seperti presentasi gagasan, kritik dan antitesis, argumen dan sintesis. Gaya diskusi bisa formal atau nonformal. Adapun diskusi diselenggarakan untuk memenuhi tujuan – tujuan berikut:

- a. *Finding solutions*. Diskusi untuk mencari solusi, semacam forum curah gagasan. Misalnya, banyak kasus *trafiking*, kemudian diselenggarakan *talk show* dengan tema tersebut dan bersama memberikan pencegahan atau jalan keluar terbaik agar terhindar permasalahan tersebut.
- b. *Explaining problems*. Menjelaskan permasalahan, menggali, dan menganalisis. Diskusi menjadi sarana untuk menyampaikan informasi yang lebih mendalam dari sekadar berita dengan melibatkan pakar yang berkaitan.
- c. *Confirmatory*. Mengonfirmasi, mencari kejelasan dalam berbagai hal dengan ikut melibatkan tokoh-tokoh yang memang terlibat langsung dalam permasalahan tersebut.
- d. *Catharsis*. Forum diskusi, bincang-bincang, juga berfungsi melepaskan tekanan–katarsis. Sarana untuk melepaskan kekesalan, kegeraman orang pada penguasa yang dianggap tidak adil, dan lainnya. (Astuti, 2008: 136-137)

### 2.2.6 Advokasi

Secara umum advokasi adalah upaya atau aksi untuk memperjuangkan kepentingan masyarakat. Menurut Sagala (2011:3) bahwa:

Advokasi adalah upaya terencana dan terorganisir untuk mendesak perubahan dengan cara mempengaruhi para pengambil keputusan, khususnya saat mereka mengambil keputusan dalam menetapkan peraturan perundang-undangan, mengatur sumber daya, dan mengambil kebijakan menyangkut masyarakat (atau dikenal sebagai: kebijakan publik). Titik beratnya adalah pada tujuan yang hendak dicapai, yaitu perubahan kebijakan menyangkut kepentingan kita sebagai masyarakat.

Selain itu sama halnya dengan pendapat menurut Gianfranco dalam

Ronodirjo dan Ahmad bahwa “advokasi adalah strategi untuk mempengaruhi para pengambil keputusan khususnya pada saat mereka menetapkan peraturan, mengatur sumber daya dan mengambil keputusan-keputusan yang menyangkut khalayak masyarakat”.

Advokasi harus mempertimbangkan dan menempuh proses-proses yang sesuai yakni di antaranya:

- a. Proses legalisasi dan litigasi; meliputi seluruh tahap penyusunan rancangan peraturan perundang-undangan sesuai dengan konstitusi dan undang-undang yang berlaku, mulai dari perjuangan ide/usul perlunya penyusunan perundang-undangan, perdebatan legislatif, pembentukan kelompok kerja, penyusunan naskah akademik, hingga disetujui
- b. Proses politik dan birokrasi; meliputi semua tahap penyusunan dan konsolidasi perangkat institusi dan pelaksana kebijakan publik. Karena itu, seluruh tahapan sangat diwarnai oleh proses politik dan manajemen hubungan (relasi) kepentingan-kepentingan, di antara berbagai kelompok yang terlibat di dalamnya, mulai dari lobi, mediasi, tawar menawar dan kolaborasi.
- c. Proses sosialisasi dan mobilisasi; meliputi semua bentuk pembentukan kesadaran yang akan membentuk pola perilaku tertentu dalam menyikapi suatu masalah bersama. Karena itu, proses ini terwujud dalam berbagai bentuk tekanan politik mulai dari penggalangan dukungan (kampanye, debat, diskusi, seminar, pelatihan), pengorganisasian, hingga pengerahan massa. (Sagala, 2011:10)



### 2.2.7 Analisis Wacana Kritis

Menurut Eriyanto (2001: 7) dalam Analisis wacana kritis (*Critical Discourse Analysis/ CDA*), wacana tidak hanya dipahami sebagai studi bahasa. Pada akhirnya, analisis wacana memang menggunakan bahasa dalam teks untuk dianalisis, tetapi bahasa yang dianalisis berbeda dengan studi bahasa dalam pengertian linguistik tradisional. Menurut Fairclough dan Wodak (dalam Eriyanto, 2001) “analisis wacana kritis melihat wacana pemakaian bahasa dalam tuturan dan tulisan sebagai bentuk dari praktik sosial. Menggambarkan wacana sebagai praktik sosial menyebabkan sebuah hubungan dialektis di antara peristiwa diskursif tertentu dengan situasi, institusi, dan struktur sosial yang membentuknya”.

Dalam Eriyanto (2001: 8-13) mengutip dari pemikiran Fairclough dan Wodak, analisis wacana kritis menyelidiki bagaimana melalui bahasa kelompok sosial yang ada saling bertarung dan mengajukan versinya masing-masing. Adapun karakteristik analisis wacana kritis menurut Fairclough dan Wodak adalah:

a. Tindakan

Wacana dipahami sebagai sebuah tindakan (*action*) yang diasosiasikan sebagai bentuk interaksi. Wacana dipandang sebagai sesuatu yang bertujuan, apakah untuk mempengaruhi, mendebat, membujuk, menyangga, beraksi dan sebagainya, seseorang berbicara atau menulis mempunyai maksud tertentu, baik besar maupun kecil. Dan wacana dipahami juga sebagai sesuatu yang

diekspresikan secara sadar, terkontrol, bukan sesuatu yang di luar kendali atau diekspresikan di luar kesadaran.

b. Konteks

Analisis wacana kritis mempertimbangkan konteks dari wacana, seperti latar, situasi, peristiwa dan kondisi. Wacana di sini dipandang diproduksi, dimengerti, dan dianalisis pada suatu konteks tertentu. Mengikuti Guy Cook, analisis wacana juga memeriksa konteks dari komunikasi: siapa yang mengkomunikasikan dengan siapa dan mengapa; dalam jenis khalayak dan situasi apa; melalui medium apa; bagaimana perbedaan tipe dari perkembangan komunikasi; dan hubungan untuk setiap masing-masing pihak. Guy Cook menyebutkan ada tiga hal yang sentral dalam pengertian wacana; teks, konteks, dan wacana. Teks adalah semua bentuk bahasa, bukan hanya kata-kata yang tercetak di lembar kertas, tetapi juga semua jenis ekspresi komunikasi, ucapan, musik, gambar, efek suara, citra dan sebagainya. Konteks memasukkan semua situasi dan hal yang berada di luar teks dan mempengaruhi pemakaian bahasa, seperti partisipan dalam bahasa, situasi di mana teks tersebut diproduksi, fungsi yang dimaksudkan, dan sebagainya. Titik perhatian dari analisis wacana adalah menggambarkan teks dan konteks secara bersama-sama dalam suatu proses komunikasi. Wacana kritis mendefinisikan teks dan percakapan pada situasi tertentu; wacana berada dalam situasi sosial tertentu.

Meskipun demikian, tidak semua konteks dimasukkan dalam analisis, hanya yang relevan dan dalam banyak hal berpengaruh atas produksi wacana. Pertama, partisipan wacana, latar siapa yang memproduksi wacana. Kedua, setting

sosial tertentu, seperti tempat, waktu, posisi pembicara dan pendengar atau lingkungan fisik adalah konteks yang berguna untuk mengerti suatu wacana. Oleh karena itu, wacana harus dipahami dan ditafsirkan dari kondisi dan lingkungan sosial yang mendasarinya.

c. Historis

Pemahaman mengenai wacana teks ini hanya akan diperoleh kalau kita bisa memberikan konteks historis di mana teks itu diciptakan. Bagaimana situasi sosial politik, suasana pada saat itu. Oleh karena itu, pada waktu melakukan analisis perlu tinjauan untuk mengerti mengapa wacana yang berkembang atau dikembangkan seperti itu, mengapa bahasa yang dipakai seperti itu, dan seterusnya.

d. Kekuasaan

Setiap wacana yang muncul, dalam bentuk teks, percakapan atau apa pun, tidak dipandang sebagai sesuatu yang alamiah, wajar dan netral tetapi merupakan bentuk pertarungan kekuasaan. Analisis wacana kritis tidak membatasi dirinya pada detail teks atau struktur wacana saja tetapi juga menghubungkan dengan kekuatan dan kondisi sosial, politik, ekonomi dan budaya tertentu. Kekuasaan itu dalam hubungannya dengan wacana, penting untuk melihat apa yang disebut sebagai kontrol. Kontrol di sini tidaklah harus selalu dalam bentuk fisik dan langsung tetapi juga kontrol secara mental atau psikis. Bentuk kontrol terhadap wacana tersebut dapat berupa kontrol atas konteks, atau dapat juga diwujudkan dalam bentuk mengontrol struktur wacana. Unsur kekuasaan dalam wacana sangat kuat posisinya.

e. Ideologi

Wacana dipandang sebagai medium kelompok yang dominan mempersuasi dan mengkomunikasikan kepada khalayak produksi kekuasaan dan dominasi yang mereka miliki, sehingga tampak absah dan benar. Ideologi dari kelompok dominan hanya efektif jika didasarkan pada kenyataan bahwa anggota komunitas termasuk yang didominasi menganggap hal tersebut sebagai kebenaran dan kewajaran.

Analisis wacana tidak bisa menempatkan bahasa secara tertutup, tetapi harus melihat konteks terutama bagaimana ideologi dari kelompok-kelompok yang ada tersebut berperan dalam membentuk wacana.