

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian terdahulu dapat menjadi sumber referensi bagi penelitian yang sedang dilakukan sekarang ini dengan mempelajari hasil yang di dapat sebagai sarana dalam meninjau kemungkinan yang dapat ditemui pada penelitian yang tengah dilakukan sekarang ini. Berikut ini dua penelitian terdahulu yang digunakan:

1. Rida Suhendar (2008)

Penelitian terdahulu pertama berasal dari skripsi Rida Suhendar yang berjudul “*Politik Media dalam Wacana Lumpur Lapindo (Analisis isi kualitatif dalam pemberitaan Laporan Utama Lumpur Lapindo pada MBM TEMPO edisi 25 Februari – 2 Maret 2008 dengan pendekatan framing model Robert N. Entman)*”. Penelitian ini dilatar belakangi dari adanya penggunaan bahasa dalam pemberitaan di media massa bukan hanya bentuk praktik jurnalistik. Dalam tataran tertentu, penggunaan bahasa oleh media massa bisa dilihat sebagai sikap, orientasi, maupun ideologi yang melatar belakangi media tersebut. Atau dengan kata lain, bentuk pemaknaan atas suatu peristiwa yang dilaporkan tidak terpisahkan dari politik media.

Dalam pemberitaan yang menyangkut suatu persoalan yang masih menjadi perdebatan (kontraversial), media kerap “ikut” menerima satu pandangan lain dan

menolak pandangan lainnya. Hal ini bisa dilihat dari pendefinisian persoalan tersebut. Kasus Lumpur Lapindo adalah satu diantara sekian banyak persoalan yang kontraversial yang diberitakan oleh media massa. Dengan memandang peran media massa sebagai tempat bertemunya berbagai pihak yang berkepentingan dengan pokok persoalan wacana, politik media memainkan peranan dalam mengkonstruksikan realitas. Lewat strategi wacana, sebuah media massa menentukan posisi dan perannya atas sebuah klaim kebenaran sebuah peristiwa dalam suatu wacana. Pada studi media massa, untuk menafsirkan teks pemberitaan dalam Laporan Utama Lumpur Lapindo, MBM TEMPO edisi 25 Februari - 2 Maret 2008, digunakan metode analisis framing.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa peristiwa diidentifikasi sebagai masalah politik. Wacana lumpur Lapindo dalam media massa (MBM TEMPO) diketahui atas dasar ketidaktahuan, dan atau kepercayaan pembaca. Karenanya politik media berperan penting. Khususnya setelah DPR menggelar Sidang Paripurna (19 Februari 2008), dapat diketahui bahwa masalah banjir lumpur panas ini sangatlah politis. Seleksi isu yang dilakukan TEMPO adalah soal masyarakat korban, pemerintah (BP Migas), dan Lapindo. Frame politik kekuasaan dan pengusaha menjadi tema utama di atas hukum dan perundangan yang menjadi perspektif pemberitaan dalam laporan utama Lumpur Lapindo.

Penyebab (aktor) peristiwa adalah Lapindo. Dengan pengembangan pemberitaan yang dihadirkan dalam laporan utama TEMPO, pembaca akan cukup mendapat pengetahuan mengenai kejelasan peristiwa ini. Untuk mengetahui penyebab (aktor) peristiwa, pembaca bisa terpancing kepeduliannya lewat boks

kronologis “Tersangka Tunggal.” Adanya pengetahuan semacam itu perlu untuk pembaca agar pemahaman akan satu masalah (keputusan) yang masih kontradiktif tidak diterima secara tunggal. Jika dalam laporan utama TEMPO hanya memuat berita tentang lindu sebagai penyebab, maka dipastikan awak TEMPO yakin dengan pemberitaannya bahwa lumpur Lapindo adalah bencana alam. Namun nyatanya, TEMPO menyediakan ruang yang cukup besar bagi pendapat dimana lumpur Lapindo merupakan kesalahan perusahaan. Dengan begitu

Nilai moral yang disajikan untuk menjelaskan masalah adalah ketidakberdayaan korban akibat politik sistemik. Dengan frame seperti ini, nilai moral yang disajikan untuk menjelaskan masalah lebih gamblang dan jelas. Dalam analisis pemberitaan ini, peneliti menemukan kecenderungan TEMPO yang bersikap sedikit keras pada korporasi dibanding pemerintah dan korban.

Penyelesaian yang ditawarkan adalah memperkuat peranan negara (pemerintah) dalam pengawasan bidang minyak dan gas (migas). Peristiwa/isu Lumpur Lapindo dilihat oleh TEMPO dalam laporan utamanya sebagai pertarungan antara kepastian siapa penyebab masalah ini. Bermuara pada pandangan dan pendapat para ahli geologi yang terbelah dua, masalah ini semakin meninggikan tensi darah pihak-pihak yang terlibat antara tudingan pada pengenaan sanksi pada korporasi dan memperkuat peran negara dalam kasus Lumpur Lapindo lewat kontrol dan peningkatan kinerja pemerintah dalam dunia migas.

Penelitian ini dinilai relevan untuk peneliti gunakan sekarang ini karena penggunaan analisis framing model Entman sama dengan metode yang peneliti gunakan. Pembedahan teks berita dengan mengacu pada aplikasi komponen Entman berupa *define problems* (pendefinisian masalah), *diagnose causes* (memperkirakan penyebab masalah), *make moral judgement* (membuat pilihan moral), dan *treatment recommendation* (menekankan penyelesaian) merupakan komponen yang juga peneliti gunakan sekarang ini. Penelitian terdahulu yang peneliti gunakan ini akan semakin memberikan kesempatan bagi peneliti untuk memaknai aplikasi komponen framing Entman dalam memaknai arah keberpihakan media massa dalam teks isi media.

2. Hamdan Saeful Azhar (2009)

Penelitian terdahulu kedua berasal dari skripsi karya Angga Kusumah yang berjudul “*Pemberitaan Pers Indonesia Tentang Diterbitkannya Karikatur Nabi Muhammad Oleh Surat Kabar Denmark Jyllands-Posten (Studi Kualitatif Dengan Pendekatan Analisis framing Mengenai Pemberitaan Karikatur Nabi Muhamad Pada Media Massa Online Kompas Dan Republika).*” Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan gelar sarjana ilmu komunikasi pada Bidang Kajian Jurnalistik di Universitas Islam Bandung pada tahun 2009. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauhmana Kompas dan Republika memahami peristiwa di terbitkannya “Karikatur Nabi Muhamad” oleh Jyllands-Posten. Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, dengan menggunakan analisis *framing* Entman yang terdiri dari *define problem, diagnosis causes, make moral judgement dan treatment recommendation.*

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa Kompas memahami permasalahan peristiwa karikatur Nabi Muhamad sebagai suatu masalah yang dapat membuat stabilitas keamanan dunia Internasional terganggu. Kompas melihat sikap muslim yang tidak mau diajak berdialog positif malah melakukan aksi protes yang berlebihan dan berujung kepada perilaku anarkis semua sikapnya itu memunculkan ketegangan baru di dunia. Sementara Republika memandang peristiwa ini adalah upaya provokasi barat kepada umat muslim supaya bertindak anarkis sehingga membuat ketakutan yang membabi buta kepada Islam di mata masyarakat dunia.

Kompas menganggap sikap kelompok muslim yang berlebihan dan sulit untuk diajak dialog positif merupakan sumber masalah terjadinya ketegangan di dunia Internasional yang mengancam stabilitas keamanan di dunia. Sedangkan Republika menganggap pihak barat dalam hal ini Jyllands-Posten dan Media Eropa sebagai penyebab masalah dalam peristiwa ini. Standar ganda yang dipakai barat merupakan sumber masalah terjadinya ketegangan yang terus menguat di dunia Internasional.

Penilaian moral yang dipakai Kompas dalam masalah ini adalah menganggap kelompok muslim tidak mau menerima permintaan maaf dari posten dan pemerintah Denmark, malah melanjutkan aksi protesnya yang berujung kekerasan yang terjadi di timur tengah. Sedangkan Republika menilai sikap maaf yang dilontarkan Posten dan Pemerintahan Denmark di anggap masih mengambang alias abu-abu. Kompas merekomendasikan agar kasus ini diselesaikan melalui jalur dialog positif dan damai tanpa adanya sikap anarkis.

Republika merekomendasikan kasus ini diselesaikan melalui jalur hukum atas tuntutan para penghina Rasul dengan pasal penghinaan terhadap orang suci yang dipujanya.

Penelitian ini dinilai sangat relevan untuk peneliti gunakan sekarang ini sebagai referensi dalam memahami cara penerapan *framing* Entman sebagaimana yang digunakan pada penelitian ini yang juga peneliti gunakan dalam membedah teks berita pada penelitian sekarang ini. Objek surat kabar dan berita yang berbeda antara penelitian ini dengan yang tengah peneliti lakukan sekarang tidak menutup kemungkinan untuk peneliti memanfaatkannya sebagai sarana dalam memaknai penerapan konsep *framing* Entman.

3. Ghusnul Thariq (2010)

Penelitian terdahulu ketiga berasal dari skripsi karya Ghusnul Thariq yang berjudul “*KPK Versus Polri dalam Konstruksi Media Massa (Analisis Framing terhadap Harian Kompas dan Republika)*” Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan gelar sarjana ilmu komunikasi pada Bidang Kajian Jurnalistik di Universitas Islam Bandung pada tahun 2010. Tujuan utama penelitian ini adalah mengetahui bingkai pemberitaan Kompas dan Republika mengenai kisruh yang terjadi antara KPK dengan Polri. Metode penelitian yang digunakan yaitu analisis *framing* dengan model Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki, dimana unsur-unsur yang diteliti adalah sintaksis, skrip, tematik, dan retorik dari sebuah berita.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen sintaksis Harian umum Kompas memperlihatkan lebih berpihak kepada polisi yang secara jelas ingin

mengembalikan citra Polri di mata masyarakat dengan memainkan pesan yang disampaikan oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono. Sedangkan Harian Umum Republika lebih menyudutkan posisi Polri dan berpihak kepada Bibit-Chandra. Elemen skrip pada Koran Kompas mendeskripsikan bahwa pernyataan SBY melalui pidatonya telah menyudutkan kinerja Kejaksaan dan Polri. Sedangkan Koran Republika menggambarkan bahwa pernyataan dari pidatonya SBY lebih memihak terhadap Bibit-Chandra.

Elemen elemen tematik pada koran Kompas menunjukkan bahwa ketidakjelasan dan ketidakegasan SBY dalam mengambil keputusan mengenai kasus tersebut menjadi alasan Kompas untuk mengangkat citra Polri dimata khalayak pembaca. Sedangkan Republika menunjukkan bahwa pernyataan SBY mendukung penolakan terhadap persidangan kasus Bibit-Chandra sehingga ditafsirkan bahwa kebijakan SBY tersebut relevan untuk dijadikan alasan terhadap pemberhentian kasus Bibit-Chandra. Pada elemen retorik, koran Kompas ingin menegaskan bahwa kasus Bibit-Chandra merupakan kasus yang seharusnya segera ditanggapi secara serius dan bijaksana oleh pemerintah. Sedangkan Republika menegaskan bahwa kasus Bibit-Chandra harus di hentikan dan tidak di bawa kepersidangan.

Kesimpulannya menunjukkan bahwa Kompas dan Republika memiliki kecenderungan dan keberpihakan yang berbeda dalam memberitakan kisruh yang terjadi antara KPK dengan Polri. Kompas melihat bahwa kasus ini merupakan bentuk ketidakberesan dari lembaga-lembaga penegak hukum di Indonesia.

Republika melihat kasus ini sebagai bentuk arogansi Polri yang merasa memiliki kewenangan yang lebih tinggi daripada KPK.

Analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki yang dilakukan pada penelitian terdahulu ini kurang menonjolkan mengenai objek-objek pemberitaan yang dianggap sebagai aktor utama untuk dipersalahkan atau didukung keberadaannya. Berbeda halnya dengan penggunaan *framing* Entman yang lebih menampilkan pihak-pihak yang dianggap bertanggungjawab pada permasalahan dan siapa saja yang dianggap diselamatkan atau terselamatkan dalam pemberitaan melalui empat konsep yaitu: *define problems* (pendefinisian masalah), *diagnose causes* (memperkirakan penyebab masalah), *make moral judgement* (membuat pilihan moral), dan *treatment recommendation* (menekankan penyelesaian masalah). Konsep *framing* Entman akan lebih memberikan kesempatan bagi peneliti untuk lebih menunjukkan arah keberpihakan media massa melalui serangkaian elemen pemberitaan melalui penggunaan bahasanya.

2.2 Ilmu Komunikasi

Ada berbagai pemahaman mengenai komunikasi yang pada intinya memberikan pemahaman mengenai adanya proses penyampaian pesan, pembentukan makna dan lainnya. pengertian mengenai komunikasi salah satunya dinyatakan Raymond (dalam Mulyana, 2005: 62) yang menyatakan bahwa “Komunikasi adalah suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator.”

Pengertian komunikasi juga dapat dilihat dari penjelasan West dan Turner (dalam Rohim, 2009: 11) sebagaimana dalam kutipan berikut, bahwa “Komunikasi adalah proses sosial dimana individu-individu menggunakan simbol-simbol untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna dalam lingkungan mereka.”

Dari beberapa definisi dan pengertian komunikasi yang telah dikemukakan menurut beberapa ahli komunikasi, maka jelas bahwa komunikasi antarmanusia hanya dapat terjadi apabila seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu. Tujuan yang beragam ini memberikan pemahaman komunikasi semakin luas dengan menyertakan interaksi sosial di dalamnya.

Pengertian komunikasi pada dasarnya mengacu pada adanya proses penyampaian pesan dari penyampai kepada penerima melalui media tertentu. Pesan yang disampaikan dapat sangat beragam sebagaimana keberagaman tujuan manusia dalam menkomunikasikan tujuannya. Pengertian komunikasi salah satunya dapat dilihat dari penjelasan Raymond (dalam Mulyana, 2005: 62) yang menyatakan, bahwa “Komunikasi adalah suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator.”

Kutipan di atas menunjukkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses yang kompleks dengan melibatkan berbagai perangkat indra manusia untuk memberdayakan kemampuannya dalam memaknai pesan yang disampaikan. Berbagai hal yang menyangkut tentang penyampaian pesan tersebut merujuk pada

upaya manusia untuk memanfaatkan kemampuannya dalam menggunakan berbagai simbol untuk dapat memberikan pemahaman kepada lawan bicaranya agar komunikasi dapat berjalan secara efektif. Komunikasi sebagai suatu proses yang menyeluruh dan memiliki keterkaitan dengan berbagai perilaku manusia. Kepentingan komunikasi bukan hanya menyangkut tentang penyampaian pesan semata, tetapi komunikasi memberikan makna yang luas dan mendalam mengenai keberadaan manusia dan kompleksitas pemahamannya akan kehidupan dan cara hidupnya.

Berbagai pendapat di atas secara lebih mendalam dikemas juga Berger dan Chaffe (dalam Wiryanto, 2004: 3) yang menyatakan bahwa:

“Communication science seeks to understand the production, processing and effect of symbol and signal system by developing testable theories containing lawful generalization, that explain phenomena associated with production, processing and effect (Ilmu komunikasi itu mencari untuk memahami mengenai produksi, pemrosesan dan efek dari simbol serta sistem sinyal, dengan mengembangkan pengujian teori-teori menurut hukum generalisasi guna menjelaskan fenomena yang berhubungan dengan produksi, pemrosesan dan efeknya).”

Kutipan di atas menjelaskan bahwa komunikasi menekankan pada adanya proses penyampain pesan. Sebagai suatu proses, komunikasi terdiri atas serangkaian tahapan dan elemen pendukung yang dapat membantu terbentuknya komunikasi yang efektif. Komunikasi secara fundamental tercermin sebagai kebutuhan karena komunikasi mawadahi kepentingan interaksi yang ada.

Beberapa tujuan berkomunikasi dijelaskan Effendy sebagaimana dapat dilihat pada kutipan berikut, yakni “(1) Perubahan sikap (*attitude change*), (2) Perubahan pendapat (*opinion change*), (3) Perubahan perilaku (*behavior change*), (4) Perubahan sosial (*social change*)” (Effendy, 2000: 8).

Kutipan di atas menunjukkan bahwa komunikasi bukan hanya digunakan untuk kepentingan yang bersifat formal mengenai pesan individual, tetapi juga menyangkut tentang kepentingan lain yang dapat dikemas melalui bentuk hiburan. Tujuan komunikasi juga merujuk pada adanya usaha untuk lebih memahami lingkungan dan berbagai kejadian di dalamnya, karena komunikasi akan menunjukkan kemampuannya dalam memberikan pemahaman akan peristiwa yang ada tersebut melalui pesan yang ada di dalamnya melalui beragam fungsi komunikasi yang dapat dimanfaatkan.

Komunikasi memiliki beragam fungsi yang salah satunya dijelaskan Pearson dan Nelson (dalam Mulyana, 2005: 5) yang menyatakan dua fungsi umum komunikasi, yaitu:

“Pertama, untuk kelangsungan hidup diri-sendiri yang meliputi: keselamatan fisik, meningkatkan kesadaran pribadi, menampilkan diri kita sendiri kepada orang lain dan mencapai ambisi pribadi. Kedua, berkenaan dengan kelangsungan hidup masyarakat, tepatnya untuk memperbaiki hubungan sosial dan mengembangkan keberadaan suatu masyarakat.”

Kutipan diatas menjelaskan fungsi komunikasi yang berkenaan secara individual juga sosial. Pemahaman tersebut di dapat dari adanya kemampuan komunikasi untuk dijadikan sebagai alat dalam menyampaikan tujuan-tujuan individual dalam sosialitas. Gordon (dalam Mulyana, 2005: 15) menjelaskan mengenai fungsi komunikasi sebagaimana berikut ini, yaitu:

1. Fungsi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari

tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain.

2. Fungsi sebagai komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita.
3. Fungsi sebagai komunikasi ritual biasanya dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebagai *rites of pasage*, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun dan sebagainya.
4. Fungsi sebagai komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau mengerjakan tindakan, dan juga untuk menghibur.

Beragam fungsi komunikasi yang ditunjukkan pada kutipan di atas telah menunjukkan bahwa komunikasi menjadi suatu hal yang fundamental dalam kehidupan manusia. Komunikasi dapat menunjukkan identitas, sejarah, serta kemajemukan makna yang ditimbulkannya. Komunikasi bukan hanya menjadi alat dalam menjalin interaksi semata, tetapi juga menjadi alat untuk melihat perkembangan manusia dalam keberadaan sosialitasnya. Komunikasi dapat menunjukkan nilai-nilai yang berkenaan dengan individualitas manusia serta kedudukannya sebagai makhluk sosial.

Dalam melakukan komunikasi, perlu adanya suatu proses yang memungkinkannya untuk melakukan komunikasi secara efektif. Proses komunikasi inilah yang membuat komunikasi berjalan dengan baik dengan

berbagai tujuan. Dengan adanya proses komunikasi, berarti ada suatu alat yang digunakan dalam prakteknya sebagai cara dalam pengungkapan komunikasi tersebut. Menurut Effendy dalam buku "*Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*", Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap yakni proses komunikasi secara primer dan secara sekunder, yakni:

"Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu "menerjemahkan" pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan." (Effendy, 2003: 11).

Bahasa digambarkan paling banyak dipergunakan dalam proses komunikasi karena dengan jelas bahwa bahasa mampu menerjemahkan pikiran seseorang untuk dapat dimengerti dan dipahami oleh orang lain secara terbuka. Apakah penyampaian bahasa tersebut dalam bentuk ide, informasi atau opini mengenai hal yang jelas (kongkret) maupun untuk hal yang masih samar (abstrak), bukan hanya mengenai peristiwa atau berbagai hal yang sedang terjadi melainkan pada waktu dulu dan masa yang akan datang.

Kial (*gesture*) merupakan terjemahan dari pikiran seseorang sehingga dapat terekspresikan secara nyata dalam bentuk fisik, tetapi kial ini hanya dapat mengkomunikasikan hal-hal tertentu secara terbatas. Isyarat juga merupakan cara pengkomunikasian yang menggunakan alat "kedua" selain bahasa yang biasa digunakan seperti misalnya kentongan, *semaphore* (bahasa isyarat menggunakan bendera), sirine, dan lain-lain. Warna sama seperti halnya isyarat yang dapat mengkomunikasikan dalam bentuk warna-warna tertentu sebagai pengganti bahasa dengan kemampuannya sendiri. dalam hal kemampuan menerjemahkan

pikiran seseorang, warna tetap tidak “berbicara” banyak untuk menerjemahkan pikiran seseorang karena kemampuannya yang sangat terbatas dalam mentransmisikan pikiran seseorang kepada orang lain.

Gambar sebagai lambang yang lebih banyak porsinya digunakan dalam komunikasi memang melebihi kial, isyarat, dan warna dalam hal kemampuan menerjemahkan pikiran seseorang, tetapi tetap tidak dapat melebihi kemampuan bahasa dalam pengkomunikasian yang terbuka dan transparan. Penggunaan bahasa sebagai “penerjemah” pikiran dapat didukung dengan menggunakan gambar sebagai alat bantu pemahaman, tetapi posisinya hanya sebagai pelengkap bahasa untuk lebih mempertegas maksud dan tujuannya.

Media primer atau lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah bahasa, tetapi tidak semua orang dapat mengutarakan pikiran dan perasaan yang sesungguhnya melalui kata-kata yang tepat dan lengkap. Hal ini juga diperumit dengan adanya makna ganda yang terdapat dalam kata-kata yang digunakan, dan memungkinkan kesalahan makna yang diterima. Oleh karena itu bahasa isyarat, kial, sandi, simbol, gambar, dan lain-lain dapat memperkuat kejelasan makna.

Setelah proses komunikasi primer, maka proses komunikasi kedua adalah proses komunikasi sekunder. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Onong Uchjana Effendy bahwa, “Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.” (Effendy, 2000: 16).

Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada ditempat yang relatif jauh atau dengan jumlah yang banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, internet, dan lain-lain adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi. Media kedua ini memudahkan proses komunikasi yang disampaikan dengan meminimalisir berbagai keterbatasan manusia mengenai jarak, ruang, dan waktu.

Menurut Onong Uchjana Effendy, “Pentingnya peran media, yakni media sekunder dalam proses komunikasi disebabkan oleh efisiensi dalam mencapai komunikan.” (Effendy, 2000: 17).

Surat kabar, radio, atau televisi misalnya, merupakan media yang efisien dalam mencapai komunikan dalam jumlah yang amat banyak. Jelas efisien karena dengan menyiarkan sebuah pesan satu kali saja dapat tersebar luas kepada khalayak yang begitu banyak jumlahnya. Keefektifan dan efisiensi komunikasi bermedia hanya dalam menyebarkan pesan-pesan yang bersifat informatif. Menurut para ahli komunikasi yang efektif dalam menyampaikan pesan persuasif adalah komunikasi tatap muka karena kerangka acuan (*frame of reference*) komunikan dapat diketahui oleh komunikator, sedangkan dalam proses komunikasinya umpan balik berlangsung seketika, dalam artian komunikator mengetahui tanggapan atau reaksi komunikan pada saat itu.

Ini berlainan dengan komunikasi bermedia, apalagi menggunakan media massa yang tidak memungkinkan komunikator mengetahui kerangka acuan khalayak yang menjadi sasaran komunikasinya dan dalam proses komunikasinya,

umpan balik tidak berlangsung saat itu tetapi memerlukan waktu untuk menanggapi. Komunikasi sekunder ini merupakan sambungan dari komunikasi primer untuk menembus ruang dan waktu. Dalam menata lambang-lambang untuk memformulasikan isi pesan komunikasi, komunikator harus mempertimbangkan sifat media yang akan digunakan. Penentuan media yang akan dipergunakan sebagai hasil pilihan dari sekian banyak alternatif perlu didasari atas pertimbangan mengenai siapa komunikan yang akan dituju.

Komunikan media surat, poster atau papan pengumuman akan berbeda dengan komunikan surat kabar, radio, televisi, atau film. Setiap media memiliki ciri atau sifat tertentu yang hanya efektif dan efisien untuk dipergunakan bagi penyampaian suatu pesan tertentu. Onong Uchjana Effendy mengatakan bahwa, “Proses komunikasi sekunder itu menggunakan media yang dapat diklasifikasikan sebagai media massa (*massmedia*) dan media nirmassa atau nonmassa (*non-mass media*).” (Effendy, 2000: 18).

Media massa seperti surat kabar, radio, televisi, film, dan lain-lain memiliki ciri-ciri tertentu, antara lain massif (*massive*) atau massal (*massaal*), yakni tertuju kepada sejumlah orang yang relatif banyak. Sedangkan media nirmassa atau media nonmassa seperti, telepon, surat, telegram, spanduk, papan pengumuman, dan lain-lain tertuju kepada satu orang atau sejumlah orang yang relatif sedikit.

2.3 Komunikasi Massa

Komunikasi massa merujuk pada adanya pendistribusian komunikasi melalui media yang dapat menyentuh khayal luas. Komunikasi massa dilakukan

dengan bantuan seperangkat media massa dalam menjangkau komunikannya. Pemahaman mengenai komunikasi massa salah satunya diungkapkan Gerbner (dalam Ardianto dan Erdinaya, 2005: 4) yang menyatakan bahwa:

“Mass communication is the tehnologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies (Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri.”

Dari definisi Gerbner tergambar bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebarkan, didistribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jarak waktu yang tetap. Proses memproduksi pesan tidak dapat dilakukan oleh perorangan, melainkan harus oleh lembaga, dan membutuhkan suatu teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri.

Pemahaman mengenai komunikasi massa juga diungkapkan Wright (dalam Tubbs dan Moss, 2001: 199) sebagaimana dapat dilihat dalam kutipan berikut, bahwa: “Dalam komunikasi massa khalayak relatif besar, heterogen dan anonim bagi sumber. Pengalaman bersifat publik dan cepat. Sumber bekerja lewat suatu organisasi yang rumit alih-alih dalam isolasi, dan pesan mungkin mewakilusaha banyak orang yang berbeda.”

Komunikasi massa menyiarkan informasi, gagasan dan sikap kepada komunikan yang beragam dalam jumlah yang banyak dengan menggunakan media. Melakukan kegiatan komunikasi massa jauh lebih sukar dari pada komunikasi antar pribadi juka mengingat besarnya komunikan yang cenderung

heterogen sebagaimana kutipan di atas. Berbagai penerapan komunikasi massa tersebut digunakan sebagai cara dalam mencapai komunikasi yang luas karena komunikasi massa berpeluang untuk dapat mengubah pemahaman komunikannya secara serempakan atau menimbulkan keserempakan.

Komunikasi massa memiliki berbagai fungsi yang dapat digunakan dalam media massa. Fungsi komunikasi massa dijelaskan Dominick (dalam Ardianto dan Erdinaya, 2005: 125) yang menyatakan diantaranya, yaitu:

1. *Surveillance* (Pengawasan)

Fungsi pengawasan komunikasi massa dibagi dalam bentuk utama: (a) *warning or beware surveillance* (pengawasan peringatan); (b) *instrumental surveillance* (pengawasan instrumental). Fungsi pengawasan peringatan terjadi ketika media massa menginformasikan tentang ancaman dari angin topan, meletusnya gunung merapi, kondisi yang memprihatinkan, tayangan inflasi atau adanya serangan militer. Fungsi pengawasan instrumental adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari. Berita tentang film apa yang sedang dimainkan di bioskop, bagaimana harga-harga saham di bursa efek, produk-produk baru, ide-ide tentang mode, resep masakan dan sebagainya, adalah contoh-contoh pengawasan instrumental.

2. *Interpretation* (Penafsiran)

Fungsi penafsiran hampir mirip dengan fungsi pengawasan. Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Organisasi atau industri media memilih dan

memutuskan peristiwa-peristiwa yang dimuat atau ditayangkan. Tujuan penafsiran media ingin mengajak para pembaca atau pemirsa untuk memperluas wawasan dan membahasnya lebih lanjut dalam komunikasi antarpersona atau komunikasi kelompok.

3. *Linkage* (Pertalian)

Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk *linkage* (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.

4. *Transmission of Value* (Penyebaran Nilai-Nilai)

Fungsi penyebaran nilai tidak kentara. Fungsi ini juga disebut socialization (sosialisasi). Sosialisasi mengacu ke pada cara, di mana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar dan dibaca. Media massa memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang mereka harapkan. Dengan kata lain media mewakili kita dengan model peran yang kita amati dan harapan untuk menirunya.

5. *Entertainment* (Hiburan)

Sulit dibantah lagi bahwa pada kenyataannya hampir semua media menjalankan fungsi hiburan. Televisi adalah media massa yang mengutamakan sajian hiburan. Hampir tiga perempat bentuk siaran televisi setiap hari berupa tayangan hiburan.

Kutipan di atas secara sederhana menjelaskan bahwa media massa memiliki lima fungsi yang dapat dirasakan efeknya oleh masyarakat. Kelima

fungsi komunikasi massa tersebut menjadi alasan keberadaan media massa dan cara masyarakat dalam memahami makna keberadaannya. Berbagai fungsi dari komunikasi massa memungkinkannya untuk memiliki perbedaan dengan bentuk komunikasi lainnya.

Sebagai salah satu produk komunikasi, komunikasi massa memiliki karakteristik tersendiri yang membedakannya dengan jenis komunikasi lainnya sebagaimana dijelaskan Ardianto dan Erdinaya (2005: 7) mengenai karakteristik komunikasi massa, yaitu:

1. Komunikator terlembagakan
2. Pesan bersifat umum
3. Komunikatornya anonim dan heterogen
4. Media massa menimbulkan keserempakan
5. Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan
6. Komunikasi massa bersifat satu arah
7. Stimulasi alat indra 'terbatas'
8. Umpan balik tertunda (*delayed*)

Pada umumnya memang media massa bersifat seperti di atas baik media cetak maupun media elektronik. Masyarakat tidak menyadari bahwa salah satu sifat dari media massa dapat menimbulkan keserempakan di lingkungan masyarakat itu sendiri, sehingga wacana yang ada masyarakat dapat ditentukan yang salah satunya berasal dari media massa.

2.4 Media Online

2.4.1 Pengertian dan Karakteristik

Media Online (Online Media) disebut juga Digital Media adalah media yang tersaji secara online di internet. Pengertian Media Online dibagi menjadi dua pengertian:

a. Pengertian Umum Media Online

Pengertian Media Online secara umum, yaitu segala jenis atau format media yang hanya bisa diakses melalui internet berisikan teks, foto, video, dan suara. Dalam pengertian umum ini, media online juga bisa dimaknai sebagai sarana komunikasi secara online. Dengan pengertian media online secara umum ini, maka email, mailing list (milis), website, blog, whatsapp, dan media sosial (social media) masuk dalam kategori media online.

b. Pengertian Khusus Media Online

Pengertian Media Online secara khusus yaitu terkait dengan pengertian media dalam konteks komunikasi massa. Media --singkatan dari media komunikasi massa-- dalam bidang keilmuan komunikasi massa mempunyai karakteristik tertentu, seperti publisitas dan periodisitas. Pengertian media online secara khusus adalah media yang menyajikan karya jurnalistik (berita, artikel, feature) secara online.

Asep Syamsul M. Romli dalam buku *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online* (Nuansa, Bandung, 2012) mengartikan media online sebagai berikut:

“Media online (online media) adalah media massa yang tersaji secara online di situs web (website) internet. Masih menurut Romli dalam

buku tersebut, media online adalah media massa "generasi ketiga" setelah media cetak (printed media) –koran, tabloid, majalah, buku– dan media elektronik (electronic media) –radio, televisi, dan film/video. Media Online merupakan produk jurnalistik online."

Jurnalistik online disebut juga cyber journalism didefinisikan *wikipedia* sebagai "pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet. Secara teknis atau "fisik", media online adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Termasuk kategori media online adalah portal, website (situs web, termasuk blog), radio online, TV online, dan email.

2.4.1 Jurnalisme Online

- a. Kehadiran media online memunculkan "generasi baru" jurnalistik, yakni jurnalisme online (*online journalism*) –disebut juga *cyber journalism*.
- b. Per definisi, jurnalisme online merupakan proses penyampaian informasi dengan menggunakan media internet (website). Kamus bebas *Wikipedia* mendefinisikan jurnalisme online sebagai "pelaporan fakta yang diproduksi dan disebarakan melalui internet" (*reporting of facts produced and distributed via the Internet*).
- c. Jurnalisme online adalah "jurnalisme judul" karena perilaku pembaca yang umumnya "headline reader" atau "lead reader" –perilaku yang juga berlaku bagi pembaca koran. Tubuh berita biasanya diformat dalam bentuk singkat dan padat. Kelengkapan informasi tetap terjaga karena ada "berita/tulisan terkait" (*linkage*).¹

¹ <http://mediatajir.blogspot.com/2012/11/pengertian-media-online.html#.VSuY6PAYHIU>

2.5 Berita

Banyak definisi para ahli komunikasi maupun jurnalistik yang mencoba menggambarkan pemahaman yang paling mendekati kesamaan makna tentang berita. Pemahaman mengenai berita salah satunya dikemukakan oleh Willard C. Bleyer (dalam Romli, 2005: 35) yang menyatakan bahwa “Berita adalah sesuatu yang terkini (baru) yang dipilih oleh wartawan untuk dimuat dalam surat kabar sehingga dapat menarik atau mempunyai makna dan dapat menarik minat bagi pembaca.”

Lain halnya dengan dikemukakan oleh Michhel V. Charnley (dalam Romli, 2005: 35) yang mengemukakan penjelasan mengenai pengertian berita sebagaimana dapat dilihat dalam kutipan berikut, bahwa “Berita adalah laporan tercepat dari suatu peristiwa atau kejadian yang faktual, penting, dan menarik bagi sebagian besar pembaca, serta menyangkut kepentingan mereka.”

Berikut definisi mengenai pengertian berita di atas pada dasarnya mengacu pada inti pemahaman yang sama dalam memahami berita sebagai sesuatu yang menarik perhatian khalayak, aktual (baru dan hangat), dan penting. Jadi secara sederhana dapat disimpulkan bahwa berita adalah laporan wartawan tentang suatu fakta atau peristiwa baru yang dianggap penting bagi khalayak media massa atau masyarakat.

2.5.1 Nilai Berita

Nilai berita merupakan penetapan ukuran-ukuran tertentu yang diberlakukan untuk menentukan apakah sebuah berita mempunyai nilai untuk disiarkan. Kepentingan, selera, dan kebutuhan setiap orang akan informasi pastilah tidak selalu sama, maka dari itu nilai berita dijadikan sebagai suatu bentuk standar tertentu yang dijadikan pijakan dalam menilai kelayakan berita.

Beberapa hal yang dianggap dapat memenuhi unsur karakter dalam menilai berita, dapat dilihat dalam kutipan berikut: “Sebuah peristiwa dapat diberitakan atau dapat dipublikasikan di media massa (*fit to print*) jika memenuhi unsur aktual, faktual, penting, dan menarik.” (Romli, 2005: 35).

Elemen-elemen nilai berita yang mendasari pelaporan kisah berita dapat dilihat dalam kutipan berikut yang dijelaskan Santana (2005: 18), antara lain:

1. Penting (*Significance*), yaitu kejadian atau fakta yang sangat penting atau bermakna bagi kehidupan khalayak, yang berpengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap kehidupan khalayak.
2. Tepat waktu (*Timeliness*), yaitu kejadian yang dilaporkan wartawan masih hangat
3. Kedekatan (*Proximity*), yaitu kejadian atau fakta yang dekat dengan kehidupan khalayak, baik secara fisik maupun emosional.
4. Ternama atau tenar (*Prominance*), yaitu kejadian atau fakta yang menyangkut diri orang-orang atau hal-hal yang terkenal di kalangan masyarakat. Namun dalam bukunya, Analisis Framing, Eriyanto menjelaskan bahwa nilai berita ini

diukur dari kebesaran beritanya atau arti pentingnya. Peristiwa yang diberitakan adalah peristiwa yang dipandang penting.

5. Konflik, yaitu fakta tentang peperangan, perkelahian, permusuhan, perselisihan dan semacamnya. Peristiwa yang mengandung konflik lebih potensial disebut berita dibandingkan dengan peristiwa yang biasa-biasa saja.
6. Kriminalitas, yaitu kejadian atau fakta tentang kejahatan dan penanganannya. Menurut penelitian, berita kriminal termasuk dalam tiga hal-hal besar yang selalu menarik perhatian orang secara universal.
7. Minat Insani (*Human Interest*), yaitu kejadian atau fakta yang bersifat insani, yang menyentuh aspek perasaan (emosi) dan naluri khalayak. Peristiwa lebih memungkinkan disebut berita kalau peristiwa itu lebih banyak mengandung unsur haru, sedih, dan menguras emosi khalayak.
8. Peristiwa Sensasional, yaitu kejadian atau fakta yang tergolong aneh atau ganjil, spektakuler, luar biasa maupun sulit diterima akal.
9. Kemajuan (*Progress*) dan inovasi, yaitu kejadian atau fakta yang menyangkut kemajuan yang dicapai suatu masyarakat dan penemuan-penemuan baru para ilmuwan atau peneliti.
10. Tanggung Jawab Sosial, yaitu kejadian atau fakta yang dapat menggugah tanggung jawab sosial, seperti lingkungan hidup, keamanan dan ketertiban, kesehatan, pendidikan dan sebagainya.
11. Olah Raga, yaitu fakta atau kejadian yang menyangkut olahraga, terutama jika dikaitkan dengan prestise bangsa dan Negara

12. Seksualitas, yaitu kejadian yang menyangkut hubungan intim antara seorang pria dengan seorang wanita, atau sesama jenis (*homosex* dan *lesbi*), termasuk perkosaan dan pelecehan seksual.

Dengan kata lain, nilai berita menyediakan standar dan ukuran bagi wartawan sebagai kriteria dalam praktik kerja jurnalistik. Editor menentukan mana yang layak diberitakan, mana yang harus diliput, dan mana yang tidak perlu diliput. Sebuah peristiwa yang mempunyai unsur nilai berita paling banyak dan paling tinggi lebih memungkinkan untuk ditempatkan dalam *headline*. Nilai berita bukan hanya menjadi ukuran dan standar kerja, melainkan juga telah menjadi ideologi dan kerja wartawan, nilai berita memperkuat dan membenarkan wartawan meliput suatu peristiwa dan tidak meliput berita lainnya.

2.5.2 Jenis-Jenis Berita

Cara pemberitaan memiliki berbagai perbedaan, sehingga kepentingan berita juga berpengaruh pada keberagaman berita yang menghasilkan keberagaman jenis berita. Pemahaman mengenai pembagian jenis-jenis berita, salah satunya dapat dilihat dalam kutipan Romli (2005: 40) antara lain:

1. Berita Langsung

Berita langsung (*Straight News*) adalah laporan peristiwa yang ditulis secara singkat, padat, lugas dan apa adanya. Ditulis dengan gaya memaparkan peristiwa apa adanya tanpa ditambah penjelasan dan interpretasi.

Berita langsung dibagi menjadi dua jenis, Berita Keras atau Hangat (*Hard News*) dan Berita Lembut atau Ringan (*Soft News*). *Hard News* adalah laporan peristiwa yang sangat besar atau menggemparkan, memiliki nilai lebih dari segi

aktualitas dan kepentingan. Ia berisi informasi peristiwa khusus (*special event*) yang terjadi secara tiba-tiba.

Sedangkan *Soft News* setingkat dibawah *Hard News* dari segi aktualitas dan kepentingan. Ia lebih merupakan pendukung yang berisi informasi peristiwa atau gagasan sederhana, tidak berat, dan tidak menggemparkan.

2. Berita Opini

Berita Opini (*Opinion News*) yaitu berita mengenai pendapat, pernyataan, atau gagasan seseorang. Biasanya terdapat para cendekiawan, sarjana, ahli, atau pejabat, mengenai suatu masalah atau peristiwa. Penulisan dimulai dengan Teras pertanyaan (*Statement Lead*) atau Teras Kutipan (*Quotation Lead*), yakni mengedepankan ucapan yang isinya dianggap paling penting atau paling menarik. Sebagai penanda bahwa itu berita opini, biasanya pada judul dicantumkan nama narasumber, diikuti titik dua, lalu kutipan pernyataan atau kesimpulan pernyataan yang paling menarik.

Berita opini juga dominan hadir di surat kabar. Bahkan, belakangan muncul istilah “Jurnalisme Omongan” karena hampir semua surat kabar menjadikan omongan atau pendapat tokoh, pejabat, atau orang penting di dunia ekonomi dan politik sebagai berita utama (*headline*). Wartawan merasa cukup menghadiri jumpa pers atau wawancara, lalu memberitakan apa yang diutarakan narasumber.

3. Berita Interpretatif

Berita Interpretatif (*Interpretative News*) adalah berita yang dikembangkan dengan komentar atau penilaian wartawan atau narasumber yang kompeten atas

berita yang muncul sebelumnya, sehingga merupakan gabungan antara fakta dan interpretasi. Berawal dari informasi yang dirasakan kurang jelas atau tidak lengkap arti dan maksudnya.

Contohnya, berita yang muncul sebelumnya adalah Amerika Serikat (AS) melancarkan “kampanye anti-terorisme internasional” menyusul peledakan Gedung WTC di New York 11 September. Wartawan lalu meminta komentar narasumber tentang apa sebetulnya yang dimaksud dengan kampanye itu dan ditujukan kepada siapa. Ia pun meliput komentar atau penilaian yang berkaitan dengan hal itu.

4. Berita Mendalam

Berita Mendalam (*Depth News*) yaitu berita yang merupakan pengembangan dari berita yang sudah muncul, dengan memperdalam hal-hal yang ada di bawah suatu permukaan. Bermula dari sebuah berita yang masih belum selesai pengungkapannya dan bisa dilanjutkan kembali (*follow up system*). Pendalaman dilakukan dengan mencari informasi tambahan dari narasumber atau berita terkait.

5. Berita Penjelasan

Berita Penjelasan (*Explanatory News*) yaitu berita yang sifatnya menjelaskan dengan menguraikan sebuah peristiwa secara lengkap, penuh data. Fakta yang diperoleh dijelaskan secara rinci dengan beberapa argumentasi atau pendapat penulisnya. berita jenis ini biasanya panjang lebar sehingga harus disajikan secara bersambung atau berseri.

6. Berita Penyelidikan

Berita Penyelidikan (*Investigative News*), yaitu berita yang diperoleh dan dikembangkan berdasarkan penelitian atau penyelidikan berbagai sumber. Disebut pula Berita Penggalan karena wartawan menggali informasi dari berbagai pihak, bahkan melakukan penyelidikan langsung ke lapangan, bermula dari data mentah atau berita singkat. Umumnya berita investigasi disajikan dalam format tulisan feature berita (*news feature*).

Selain jenis-jenis berita diatas, selanjutnya juga dikenal pula jenis-jenis berita sebagaimana dijelaskan Romli (2005: 47) sebagai berikut:

1. Berita Singkat (*Spot News*). Yaitu berita atau laporan peristiwa yang sedang terjadi secara langsung atau siaran langsung. Biasa disebut laporan Pandangan Mata.
2. Berita Basi, yakni berita yang sudah tidak actual lagi.
3. Berita Bohong (*Libel*). Yaitu berita yang tidak benar atau tidak factual sehingga menjurus pada kasus pencemaran nama baik.
4. Berita Foto. Yaitu laporan peristiwa yang ditampilkan dalam bentuk foto lepas, tidak ada kaitan dengan tulisan yang ada di sekelilingnya.
5. Berita kilat (*Flash News*). Yakni berita yang penting segera diketahui public, dimuat di halaman depan surat kabar atau bagian awal berita radio dan televise.
6. Berita Pembuka Halaman (*Opening News*). Yaitu berita atau tulisan yang ditempatkan di bagian awal atau paling atas halaman media massa cetak. Semacam berita utama (*headline*) di halaman depan.

Selain nilai berita, hal prinsip lain dalam proses produksi berita adalah apa yang disebut kategori jenis berita. Jenis berita tersebut di atas dipakai untuk membedakan jenis isi berita dan subjek peristiwa yang menjadi beritanya.

2.5.3 Struktur Berita

Ada berbagai konsep penyusunan dan penulisan berita. Namun untuk mencapai target penulisan yang mudah ditangkap khalayak pendengar, khususnya penulisan berita, setidaknya sampai sekarang berita biasa disajikan dalam bentuk piramida terbalik. Bagian paling atas (alinea pertama) disebut teras berita. Bagian tengah merupakan tubuh berita dan bagian bawah adalah ekor berita. Teras biasanya berisi fakta yang dianggap paling penting, paling utama dan paling menarik dari informasi. Tubuh berita berisi fakta-fakta pendukung yang lebih detail, yang mendukung alinea pertama. Bagian ini juga dapat menjawab pertanyaan 'Mengapa (*Why*)' dan 'Bagaimana (*How*)', sedangkan ekor berita berisi fakta yang kurang penting.

Struktur berita sebagaimana dapat dilihat dalam kutipan berikut, bahwa "Pola penulisan piramida terbalik ini memungkinkan khalayak segera tahu apa inti berita yang hendak diceritakan. Selain itu, pola ini juga memudahkan proses penyuntingan berita dan memudahkan khalayak menangkap isi berita yang disampaikan." (Santana, 2005:18).

Penjelasan di atas memperlihatkan bahwa proses penyusunan berita menunjukkan adanya tahapan-tahapan yang menkerangkakan berita tersebut terbentuk. Kerangka ini merupakan suatu struktur yang membentuk berita hingga seperti yang dibaca masyarakat melalui berita di surat kabar. Struktur berita ini

penting untuk dapat direalisasikan dalam menyusun berita yang memenuhi persyaratan pemenuhan informasi bagi pembaca.

2.6 Konstruksi Realitas Sosial Media Massa

Media massa merupakan salah satu bentuk realitas yang telah dikonstruksi dalam bentuk berita, gambar, atau sebagainya sehingga media massa dapat dijadikan alat propaganda karena dianggap mampu menkonstruksikan realitas sosial dalam pandangan media massa sebagaimana diungkapkan Eriyanto, (2007: 23) bahwa, “Media massa bukanlah sekedar alat untuk menyalurkan pesan saja, didalamnya ia juga subjek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias, dan pemihakannya.”

Pemahaman mengenai konstruksi media massa menunjukkan adanya sikap-sikap konstruktif dalam memandang peristiwa. Berita disajikan dengan begitu masifnya melalui media massa sehingga media massa berperan aktif dalam menkonstruksikan realitas atas adanya opini-opini yang terbentuk dari pemberitaannya sebagaimana diungkapkan Bungin (2008: 203) bahwa, “Substansi teori konstruksi sosial media massa adalah pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan sangat cepat dan sebarannya merata. Realitas yang terkonstruksi itu juga membentuk opini massa, massa cenderung apriori dan opini massa cenderung sinis.”

Berita dalam media massa dihasilkan bukan hanya menggambarkan realitas, tetapi juga merupakan hasil dari konstruksi media itu sendiri. Media massa dipandang sebagai agen konstruksi yang mendefinisikan realitas. Lewat berbagai instrumen yang dimilikinya, media ikut membentuk realitas yang tersaji dalam

pemberitaan. Fakta yang terkandung didalamnya sudah mengalami penyaringan dari media itu sendiri sebagaimana diungkapkan Chomsky (2006: 5) bahwa, “Fakta di media massa hanyalah hasil rekonstruksi dan olahan para pekerja redaksi. Walaupun mereka telah bekerja dengan menerapkan teknik-teknik presisi, tetapi tetap saja kita tidak dapat mengatakan bahwa apa yang mereka tulis adalah fakta yang sebenarnya.”

Wartawan dari masing-masing media bisa jadi mempunyai pandangan, dukungan, dan konsep yang berbeda ketika melihat suatu realitas. Hal itu dapat dilihat dari bagaimana para pekerja media satu dan lainnya memiliki perbedaan cara memberitakan karena mengkonstruksikan peristiwa yang diujudkannya. Dari anggapan itulah, maka sangat potensial terjadi peristiwa yang sama dikonstruksi secara berbeda antara media yang satu dengan media yang lainnya karena adanya kepentingan-kepentingan yang dikonstruksikan melalui media massa sebagaimana diungkapkan Bungin (2008: 192) bahwa, “Konstruksi sosial tidak berlangsung dalam ruang hampa, namun sarat dengan kepentingan-kepentingan.”

Realitas dalam berita hadir dalam keadaan subjektif karena realitas tercipta lewat konstruksi, sudut pandang dan ideologi wartawan. Sebuah teks dalam sebuah berita tidak dapat disamakan sebagai cerminan dari realitas, tetapi ia harus dipandang sebagai konstruksi atas realitas. Pada hakikatnya isi media adalah hasil konstruksi realitas dengan bahasa sebagai perangkat dasarnya. Peran media tentunya sangat penting bagi masyarakat, namun bagaimana media menampilkan sebuah realitas. Dalam penyampaian ini digunakanlah bahasa sebagai bahan baku

guna memproduksi berita. Berita-berita yang dikonsumsi khalayak setiap hari adalah realitas yang telah dibahasakan oleh para komunikator massa yang menjadi asumsi dasar dalam memahami konstruksi sosial media massa.

Konstruksi sosial pada awal pembentukannya berasal dari adanya filsafat konstruktivisme yang dimulai dari gagasan-gagasan konstruktif kognitif sebagaimana diungkapkan Glaserfeld (dalam Bungin, 2008: 13) yang menyatakan bahwa “Konstruktif kognitif muncul pada abad ini dalam tulisan Mark Baldwin yang secara luas diperdalam dan disebar oleh Jean Piaget. Namun, apabila ditelusuri, sebenarnya gagasan-gagasan pokok konstruktivisme sebenarnya telah dimulai oleh Giambattista Vico, seorang epistemolog dari Italia, ia adalah cikal bakal konstruktivisme.”

Dalam aliran filsafat, gagasan konstruktivisme telah muncul sejak Sokrates menemukan jiwa dalam tubuh manusia, sejak Plato menemukan akal budi dan ide. Gagasan tersebut semakin lebih konkret lagi setelah Aristoteles mengenalkan istilah, informasi, relasi, individu, substansi, materi, esensi dan sebagainya. Sebagaimana diungkapkan Bertens (dalam Bungin, 2008: 13) bahwa “Manusia adalah makhluk sosial, setiap pernyataan harus dibuktikan kebenarannya, bahwa kunci pengetahuan adalah logika dan dasar pengetahuan adalah fakta.”

Istilah konstruksi realitas menjadi terkenal sejak dipublikasikan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman melalui bukunya *The Social Construction of Reality* yang didalamnya digambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya dimana individu secara intens menciptakan suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif sebagaimana diungkapkan Sobur

(2012: 91) bahwa “Realitas sosial sesungguhnya tidak lebih dari sekedar hasil konstruksi sosial dalam komunikasi tertentu”

Konstruktivisme dilihat sebagai sebuah kerja kognitif individu untuk menafsirkan dunia realitas yang ada, karena terjadi relasi sosial antara individu dengan lingkungan atau orang di sekitarnya. Lebih lanjut Sobur (2012: 11) memperlihatkan lahirnya konstruksi sosial dari adanya konstruktivisme kognitif bahwa “Kemudian individu membangun sendiri realitas yang dilihatnya itu berdasarkan struktur pengetahuan yang telah ada sebelumnya, yang oleh Piaget disebut dengan skema skemata. Konstruktivisme macam inilah yang oleh Berger dan Luckmann disebut dengan konstruksi sosial.”

Berger dan Luckman (Bungin, 2008: 14) mulai menjelaskan realitas sosial dengan memisahkan pemahaman ‘kenyataan dan pengetahuan’ bahwa “Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat di dalam realitas-realitas yang diakui sebagai memiliki keberadaan (*being*) yang tidak tergantung kepada kehendak kita sendiri.”

Pada prinsipnya setiap upaya menceritakan sebuah peristiwa, keadaan, atau benda tak terkecuali mengenai hal-hal yang berkaitan dengan politik hingga hiburan adalah usaha mengkonstruksi realitas. Penyusunan realitas secara subyektif juga terjadi dalam pembuatan dan penulisan berita. Dari yang awalnya berbentuk data atau fakta yang acak dan terpenggal-penggal menjadi sistematis dalam bentuk realitas simbolik berupa berita dan cerita yang dikemas melalui kekuatan bahasa. Bahasa kemudian menunjukkan peran pentingnya dalam membangun konsep konstruksi sosial media massa. Bahasa bukan hanya sebagai

mediator komunikasi, tetapi bahasa menjadi agen realitas sebagaimana diungkapkan Sobur (2012: 89) bahwa “Bahasa memang digunakan sebagai bahan baku guna memproduksi berita. Akan tetapi, bahasa bukan sekedar alat komunikasi untuk menyampaikan fakta, informasi, atau opini. Bahasa juga bukan sekedar alat komunikasi untuk menggambarkan realitas, namun juga menentukan gambaran atau citra tertentu yang hendak ditanamkan kepada publik.”

Dalam pemaknaan suatu realitas dapat memungkinkan perbedaan penafsiran. Pada kenyataannya hanya satu makna yang bisa diterima. Kemenangan satu makna terhadap makna yang lainnya ini sebagaimana diungkapkan Hall (dalam Eriyanto, 2008: 29) bahwa, “Tidak dapat dilepaskan dari bagaimana wacana dominan membentuk, menghitung definisi, dan membentuk batas-batas dari pengertian tersebut. Wacana sendiri dipahami sebagai arena pertarungan sosial yang diartikulasikan lewat bahasa. Begitu pula dalam menginterpretasikan makna.

Dalam pembentukan realitas terdapat peran penting bahasa, seperti diungkapkan oleh Hall (dalam Eriyanto, 2008: 29) bahwa “Bahasa dan wacana dianggap sebagai arena pertarungan sosial dan bentuk pendefinisian realitas. Bahasa sebagaimana dianggap oleh kalangan strukturalis merupakan sistem penandaan. Pada peristiwa yang sama sekalipun, realitas dapat ditandakan secara berbeda.”

Bahasa berperan dalam menciptakan realitas, kata-kata tertentu tidak hanya memfokuskan perhatian khalayak pada masalah tertentu, tetapi juga membatasi persepsi khalayak dan mengarahkan pada cara berpikir serta keyakinan tertentu.

Kata-kata yang dipakai dapat membatasi seseorang untuk melihat perspektif lain, menyediakan aspek tertentu dari suatu peristiwa, dan mengarahkan khalayak untuk memahami suatu peristiwa. Persepsi dan pandangan kita tentang realitas, dikonstruksikan oleh kata-kata dan tanda-tanda lain yang digunakan dalam konteks sosial. Sebagaimana diungkapkan Straaten (dalam Sobur, 2012: 87) bahwa "...yang dapat kita tangkap hanyalah tampilan (*appearance*) dari realitas di baliknya. Hal ini diakrenakan manusia memiliki keterbatasan dalam melihat realitas yang disebabkan karena faktor ruang dan waktu. Sehingga tidak dapat mengalami dua realitas yang berbeda di dalam ruang dan waktu yang simultan serta dalam waktu yang sama."

Bahasa merupakan alat utama teks berita yang dapat dipahami penggunaannya sebagai mediator realitas. Artinya bahwa bahasa dapat menjadi sarana wartawan dan media massa dalam menggambarkan realitas. Bahasa dapat dimaknai sebagai sarana konstruksi realitas yang menjadi komoditas untuk memahami pembingkai peritiwa dalam berita. Peristiwa dalam media massa tidak hanya diberitakan, tetapi dapat dibingkai untuk kepentingan tertentu. Berita bukan hanya menyampaikan fakta, tetapi juga membingkai fakta yang diatur media massa sebagai agen konstruksi realitas.