

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Konteks Penelitian

Masa kanak-kanak merupakan masa yang paling menyenangkan, dimana saat itu apa yang dilakukan selalu benar serta merasa bahagia karena hanya mengenal bermain dan belajar. Dari sisi dunia psikologi, masa anak merupakan periode perkembangan yang cepat dan terjadinya perubahan dalam banyak aspek perkembangan. Pengalaman masa kecil mempunyai pengaruh yang kuat terhadap perkembangan berikutnya. ( Yusuf, 2000:12)

Saat ini kehidupan masa kecil anak-anak masyarakat Indonesia, banyak terenggut oleh kehidupan yang menuntut mereka untuk bekerja, dan pendidikan yang mengarah hanya kepada pendidikan formal dibandingkan dengan pendidikan sosial dan lingkungan keluarga. Kondisi anak sekarang cenderung di tuntut untuk menyelesaikan pendidikan formal, tanpa memperhatikan kondisi psikologis perkembangan anak.

Fenomena saat ini yaitu seorang ibu yang bekerja demi menambah hasil pendapatan keluarga merupakan suatu keharusan. Di negara yang sedang berkembang seperti Indonesia tingkat kemiskinan yang semakin meningkat dan merebaknya pengangguran menjadi salah satu alasan mengapa banyak ibu yang bekerja (Tjaja, 2000).

Didapati 29% dari populasi Indonesia di bawah garis kemiskinan internasional pada tahun 1994-2008 (UNICEF, 2010). Menurut Data Dinas

Tenaga Kerja dan Transmigrasi Provinsi Jawa Barat (2011), lebih kurang 170.656.130 penduduk berumur di atas 15 tahun dan berjenis kelamin perempuan adalah seorang pekerja. Sedangkan menurut Pusat Data dan Informasi Ketenagakerjaan (2010), terdapat 35,7% wanita yang berumur 20-34 tahun adalah seorang pekerja.

Fenomena ibu bekerja menimbulkan anak yang notabene masih sangat belia untuk menggali rasa keingintahuannya dengan mencari informasi dari banyak hal. Mulai dari membaca, melihat, dan mendengar hal-hal baru yang lewat banyak media yaitu melalui televisi, radio, dan internet. Yang sebenarnya sangat memerlukan pengawasan orang tua, terutama pengawasan dan perhatian dari sang ibu. Kondisi ibu yang berkarier ini membuat keadaan menjadi riskan untuk anak, hanya didampingi oleh *baby sitter* membuat tumbuh kembang anak menjadi berbeda dan timbulnya sebuah pembenaran nilai sosial, karena kurangnya perhatian dan pengawasan dari orang tua secara langsung.

Media pendidikan adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan materi serta menyalurkan informasi, baik berupa media visual, audio atau audio-visual. Media memengaruhi suasana belajar, memudahkan masuknya materi dan dapat merangsang anak untuk belajar lebih banyak. Terutama dalam mendidik anak usia dini, media pendidikan sangat berperan penting. Suasana menjadi cair, anak tidak merasa digurui, tapi materi tertanam kuat di benaknya. (Sumber: *bukuspesial.com*)

Asep Saeful Muhtadi dalam buku “Jurnalistik Pendekatan Teori dan Praktik” mengemukakan bahwa secara umum, medium jurnalistik baik media cetak maupun elektronik, keduanya memiliki fungsi yang sama yaitu menyiarkan informasi. Ini merupakan fungsi utama media massa. Sebab masyarakat membeli

media tersebut karena memerlukan informasi tentang berbagai hal yang terjadi di dunia ini. (Muhtadi, 1999)

Fungsi kedua dari media massa yaitu mendidik, karena media massa menyajikan pesan-pesan atau tulisan-tulisan yang mengandung pengetahuan dan dijadikan media pendidikan massa.

Ketiga, menghibur, media massa biasanya menyajikan rubrik-rubrik atau program-program yang bersifat hiburan. Dan fungsi yang keempat yaitu memengaruhi. Dalam hal ini, pers memegang peranan penting dalam tatanan kehidupan masyarakat. Pers dapat melakukan kontrol sosial secara bebas dan bertanggungjawab.

Sebab media, selain berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan pesan-pesan seperti dinyatakan oleh Marshall Mc Luhan, media tersebut juga telah menjadikan dirinya sendiri sebagai pesan. Apa yang diterima publik dari media adalah sesuatu yang akan menjadi miliknya. Apa yang dianggap penting oleh media, karena keampuhannya, juga akan dianggap penting oleh publik. (Muhtadi, 1999:3)

Contoh media yang sederhana misalnya tubuh kita sendiri, mulut untuk bercerita, menjelaskan, tangan untuk memeragakan, dan tindakan keseluruhan kita bisa mencontohkan apa yang kita ingin anak-anak lakukan.

Antonio Gramsci melihat media sebagai ruang dimana berbagai ideologi direpresentasikan. Ini berarti, di satu sisi media bisa menjadi sarana penyebaran

ideologi penguasa, alat legitimasi dan kontrol atas wacana publik. (Sobur, 2001:31)

Radio merupakan salah satu temuan manusia yang membawa perubahan besar dalam mempengaruhi khalayak. Dengan kesederhanaan yang dimiliki radio, membuatnya menjadi pilihan diantara media massa lainnya yang memerlukan waktu serta biaya untuk sekedar menikmatinya.

Penemuan Marconi pada tahun 1895 ini memang dengan mudah dapat masuk ke dalam ruang privat manusia, baik ruang privat fisik maupun yang bersifat psikis. Sementara itu menurut MC Luhan, radio memang terbukti secara efektif telah menjadi salah satu agen penting perubahan. (Kusumaningrum, 2003:26-27)

Hal tersebut sesuai dengan tujuan komunikasi itu sendiri, Hovland menyatakan bahwa: "*Communication is the process by which an individual (the Communicator) transmits stimuli (usually verbal) to modify the behavior of other individuals (the communicate)*" (dalam Effendy, 1990:2).

Potensi dan pengaruh luar biasa radio dikarenakan 3 faktor, yaitu: sifatnya yang langsung pada sasaran; dapat menembus jarak dan rintangan; serta music, kata-kata dan efek suara yang menjadi daya tariknya. Dengan kekuatan yang dimiliki radio itulah, radio dijuluki "*The Fifth Estate*" "atau kekuasaan kelima" (Effendy, 2003:137).

Radio sebagai media massa berperan aktif sebagai penyalur dan "toko" informasi (McQuail, 1987:5). Artinya, radio dianggap sebagai institusi penting

dalam masyarakat, yang memiliki benang merah dengan fenomena yang terjadi di masyarakat.

Dede Lilis CH Subandy dalam jurnalnya “Anak dalam Wacana Nonfiksi Majalah “Bobo” menemukan hasil penelitian antara lain, Pertama, media anak dalam perkembangan selanjutnya tidak sekedar menjadi bahan bacaan anak, tetapi juga menjadi salah satu sumber rujukan dalam proses perkembangan kognitif dan internalisasi diri anak. Sebagaimana juga dikemukakan oleh Tubbs dan Moss (1986:219) bahwa “lewat media massa, anak-anak memperoleh informasi tentang dunia dan mengembangkan konsepsi-konsepsi mengenai peranan-peranan mereka pada masa yang akan datang.”

Kedua, anak-anak ialah bagian dari tahap perkembangan manusia yang memiliki dunianya sendiri dan harus dipandang secara arif dengan menempatkan mereka pada tahap perkembangan dan pandangan dunianya. Di negara-negara Barat seperti dalam tulisan Susanne Gaschke Ende der Kindheit, anak disebut sebagai “sebuah penemuan dari zaman pencerahan” Sindhunata (2000 :10). Karenanya, ketika manusia menjadi dewasa, ia seharusnya dapat menghormati anak-anak yang kedewasaannya tidak dapat dipaksa dan dipercepat sekehendak hati orang dewasa.

Ketiga, pandangan pihak media dalam menempatkan anak, tidak jauh berbeda dengan pandangan kalangan dewasa pada umumnya, yakni lebih menempatkan anak berdasarkan sudut pandang konstruksi pihak media. Hal ini dikarenakan realitas yang ditampilkan media adalah realitas yang sudah diseleksi, realitas tangan kedua (*second hand reality*).

Dari penelitian terdahulu tersebut peneliti tertarik untuk meneliti media yang kaitannya dengan anak dan lengkap dengan segudang fenomena mengenai anak didalamnya.

Mom and Kids Radio dengan program acara yang menyediakan edukasi serta informasi dengan segmentasi untuk anak dan ibu. Sebagai media untuk memberikan informasi atau pendidikan yang berupa wawasan kepada anak dengan dikemas secara *fun* namun bermanfaat dan disukai anak-anak adalah visi dari radio tersebut.

Adanya sebuah kebutuhan media pendidikan sebagai sarana media informasi untuk anak membuat salah satu pengusaha radio di Kota Bandung ini membuat sebuah radio untuk anak. Kids Radio lahir berawal dari kekhawatiran beberapa orang yang peduli terhadap perkembangan dunia hiburan anak. Saat itu, ditengah ramainya dunia hiburan khususnya lewat media radio yang membahas isu pemerintahan, perhatian publik terhadap media dan kaitannya dengan anak sangat terabaikan. Oleh karena itu bertepatan dengan Hari Anak Nasional, tanggal 23 Juli 1998 Kids Radio mengudara.

Kids Radio satu-satunya radio yang berkonsentrasi memberikan kontribusi untuk anak dan ibu, dan secara umum keluarga. Dengan demografi pendengar yang usianya berkisar balita - 40 tahun, dan dengan penyiar yang berkarakter suara *cheer-up* dan kekanakan, disesuaikan dengan program yang dibawakan. Kids Radio menyajikan program-program terbaiknya untuk anak-anak di awal mula perkembangannya.

Dengan acara-acara andalan untuk anak-anak yang disajikan setiap harinya diluar kebutuhan acara khusus untuk sang ibu, antara lain ; Good Morning Kids, Happy Birthday Kids, Momy and Me, Kid Zone, Kids Nusantara, Banana Zoo, Tahukah Kamu, Sekolah Kita, Kids Club House, dan masih banyak lagi rangkaian acara setiap harinya yang didedikasikan untuk menghibur anak.

Hingga di tahun ke-13 tepatnya pada tahun 2011 Kids Radio memproklamirkan diri yang kini berganti nama menjadi Mom and Kids Radio.

Radio bukan lagi menjadi barang langka, orang dapat dengan mudah menikmati radio sambil melakukan aktivitas, bahkan siaran radio dapat dinikmati sambil berjalan.

Sebagai salah satu pilihan media hiburan dan informasi, ternyata radio tidak kalah pamor dengan media cetak maupun elektronik. Info kesehatan, teknologi, gaya hidup, info seni dan budaya, berita politik, ekonomi, kriminalitas, agama, bahkan gosip artis bisa didengar gratis.

Radio merupakan media massa auditif, yakni dikonsumsi telinga atau pendengaran sehingga isi siarannya bersifat sepiintas lalu dan tidak dapat diulang. Pendengar tidak mungkin mengembalikan apa yang sudah dibicarakan penyiar seperti membalikan halaman koran atau majalah ( Prayudha: 2006).

Identik dengan lagu, sehingga radio dijadikan media utama dalam mendengarkan dan memperdengarkan musik atau lagu. Umumnya musik merupakan kekuatan yang dimiliki sebuah stasiun radio untuk menarik pendengar.

Radio menciptakan imajinasi pendengar dengan kekuatan kata dan suara. Siaran radio merupakan seni memainkan imajinasi pendengar melalui kata dan

suara yang disebut *theatre of mind*. Pendengar hanya bisa membayangkan apa yang dikemukakan, dijelaskan, digambarkan.

Setiap radio mempunyai ciri khas masing-masing, begitu pula dengan Mom and Kids Radio. Mulai dari ciri segmentasi, ciri khas penyiar, dan acara-acara yang disuguhkan untuk pendengar.

Pelibatan anak dalam penyiaran merupakan fenomena yang umum saat ini. Hampir mustahil memisahkan dunia penyiaran dengan dunia anak, atau sebaliknya. Bagi produser siaran kepolosan dan kelucuan anak-anak adalah materi siaran yang bila diproduksi bisa memiliki daya tarik tersendiri bagi pemirsa. Pemirsa dari kelompok anak-anak pun memiliki ketertarikan yang sangat besar ditandai dengan jam menonton televisi yang masih tinggi.

Hasil penelitian YPMA menyebutkan perbandingan antara waktu anak menonton televisi dengan jam sekolah sebagai berikut, dalam satu hari, anak rata-rata menonton tv minimal 4,5 jam, dan dalam satu minggu 30-35 jam. Rata-rata, dalam satu tahun jumlahnya kurang lebih 1.600 jam. Bandingkan dengan waktu anak untuk sekolah dalam satu hari 3- 5 jam, dalam satu minggu 18-30 jam dan dalam satu tahun adalah 740 jam. 1.600 jam dalam satu tahun bisa dibilang angka minimal karena ketika sekolah libur (artinya, jam sekolah berkurang), jam menonton televisi anak bisa dipastikan akan naik. (Sumber: <http://www.kpidi.com>)

Media lain dalam dunia penyiaran adalah Radio sebagai pemberi informasi atau stasiun radio adalah media tempat mengelola informasi yang menggunakan frekuensi sebagai media penyampaian informasinya, dan inilah yang dimaksud dengan radio dalam penelitian ini. Radio Mom and Kids merupakan radio bersegmen khusus untuk ibu dan anak, dan secara umum keluarga, dengan demografi pendengar yang usianya balita - 40 tahun, mengalami pergeseran



segmentasi yang menyediakan ruang lebih khusus untuk ibu dan bukan hanya sang anak.

Adanya pergeseran segmentasi ini menjadikan anak dalam wacana “KIDS” di radio yang mengatasnamakan anak-anak ini mengalami disorientasi, keberpihakan radio yang menyajikan tuntutan pasar membuat melupakan kewajibannya sebagai media. Kontribusinya sebagai media yang tepat terhadap anak-anak yang persentase pendengar anaknya adalah sekitar 40 persen kini kurang diperhatikannya lagi.

Salah satu kekuatan dari analisis wacana adalah kemampuannya untuk melihat dan membongkar praktik ideologi dalam media. Bagaimana media dan bahasa yang dipakai dijadikan kelompok dominan sebagai alat untuk merepresentasikan realitas, sehingga realitas yang sebenarnya menjadi terdistorsi (Eriyanto, 2000).

Sementara program siaran anak yang akan disusun teliti adalah program “KIDS ZONE” yang merupakan salah satu program Anak yang mengudara selama tiga jam, mulai dari jam 14.00 s/d 17.00 WIB. KIDS ZONE dibawakan oleh seorang penyiar perempuan, yakni Trivia Winanda dan Aji Sajali sebagai Program Director. Dalam program KIDS ZONE penyiar membagi pembahasannya menjadi 3 segmen dari yang diteliti oleh peneliti, antara lain flora-fauna, info mengenai hal yang baru dan penemuan masa lampau, dan wawasan mengenai tempat-tempat yang ada di dunia.

Pada materi siaran yang diberikan untuk anak sudah sesuai dengan porsinya untuk anak-anak yaitu memberikan informasi yang berbentuk edukasi

dan pengetahuan untuk pendengarnya. Namun adanya pemutaran lagu dewasa pada jam siaran anak sangat tidak sesuai, yaitu didapatinya “double song” sebuah program acara sejenis spot yang memutarakan dua buah lagu dewasa menjadi satu, diputarakan seraya membandingkan satu lagu dengan lagu lainnya. Dan dalam penelitian ini peneliti menemukan sebuah promo lagu baru segmentasi dewasa, yaitu Album Elfa Singer dengan Single – Aku Jatuh Cinta yang diputarakan pada jam siaran KIDS ZONE. (9 Februari 2014)

Dalam wawancara peneliti dengan manager radio Abdie Bagus Happy, “Dari tujuh hari waktu siaran Mom and Kids Radio, segmen anak diberikan jam khusus satu hari siaran yaitu pada hari minggu. Pandangan normatif pada pengangkatan wacana KIDS dalam nama radio memang terlihat tidak seimbang dan belum sesuai dengan visi Radio, namun karena adanya kebijakan pemilik yang bermaksud mengikuti arus kebutuhan pasar menjadikannya seperti ini.” Ungkapnya kepada peneliti.

Bahwa setiap siaran yang dikonsumsi anak akan memiliki dampak pada tumbuh kembang anak, sering tidak diperhatikan oleh para produser dalam memproduksi program acara anak. Alih-alih dunia penyiaran menjadi media edukasi, media pembentuk kepribadian diri anak-anak Indonesia seperti dalam tujuan penyelenggaraan penyiaran nasional (UU No 32 tahun 2002, tentang penyiaran), yang terjadi anak-anak justru paling sering menjadi korban dari kebebasan dunia penyiaran kita.

Untuk itu penulis ingin mengetahui sejauh mana siaran anak dalam radio, dan dalam hal ini penulis ingin mengetahui bagaimana media berperan. Media, selain berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan pesan seperti dinyatakan oleh Marshall McLuhan, media tersebut juga telah menjadikan dirinya sendiri sebagai pesan. Apa yang diterima publik dari media adalah sesuatu yang akan menjadi miliknya. Apa yang dianggap penting oleh media, karena keampuannya, juga akan dianggap penting oleh publik. (Muhtadi, 1999:3)

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana sosok anak diwacanakan dalam sebuah siaran radio. Konten yang diberikan media terhadap anak akan terlihat dengan menganalisa apa yang disampaikan oleh radio Mom and Kids dalam siaran acara Kids Zone tersebut. Dari latar belakang permasalahan yang dipaparkan di atas, maka peneliti tertarik meneliti dengan judul, **“Siaran Anak Dalam Radio Mom and Kids”** dengan subjudul **“Studi Kualitatif dengan Pendekatan Analisis Wacana Van Dijk mengenai Siaran Anak dalam Naskah Acara Kids Zone di Radio Mom and Kids 99,2 FM”**.

## **1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian**

### **1.2.1 Fokus Penelitian**

Dari uraian yang telah dikemukakan di atas maka penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut : Bagaimana Siaran Anak dalam Naskah Acara Kids Zone di Radio Mom and Kids 99,2 FM Bandung?

### 1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini dan berikut pertanyaan penelitian ini, yaitu :

Siaran anak dalam Radio Mom and Kids ditinjau dari :

1. Bagaimana makna siaran anak dalam acara KIDS ZONE dari segi dimensi teks?
2. Bagaimana makna siaran anak dalam acara KIDS ZONE dari segi kognisi sosial?
3. Bagaimana makna siaran anak dalam acara KIDS ZONE dari segi konteks sosial?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus dan pertanyaan penelitian diatas, maka penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pemaparan makna dalam siaran anak dalam program acara KIDS ZONE di radio Mom and Kids ditinjau dari segi dimensi teks.
2. Untuk mengetahui pemaparan makna dalam siaran anak dalam program acara KIDS ZONE di radio Mom and Kids ditinjau dari segi dimensi kognisi sosial.
3. Untuk mengetahui pemaparan makna dalam siaran anak dalam program acara KIDS ZONE di radio Mom and Kids ditinjau dari segi dimensi konteks sosial.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Sebagai sumbangan pemikiran dalam dunia jurnalistik dan pembuktian mengenai pemaparan siaran anak dalam radio dengan ketiga dimensi analisis wacana model Teun A van Dijk pada naskah siarannya. Terutama pengetahuan kultur radio anak serta mengetahui bagaimana media menempatkan dirinya dalam sebuah wacana anak melalui program siarannya di Radio Mom and Kids.

### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Untuk riset praktis bagi publik yang berkecimpung di bidang radio dalam mengetahui siaran anak dalam radio. Dan secara umum dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi praktisi komunikasi yang bergelut di dunia radio ataupun siapapun yang tertarik dibidang penyiaran.

## **1.5 Setting Penelitian**

*Setting* peneliti berarti latar belakang dan tempat yang dijadikan lokasi penelitian. Adapun tempat penelitian mengenai siaran anak yang berlangsung di Radio Mom and Kids, Jl Rajamantri II No.4 Buah Batu Bandung.

1. Penulis membatasi media yang diteliti adalah media radio anak Mom and Kids Radio 99,2 FM Bandung yang berdomisilo di Jl. Rajamantri II No. 4 Buah Batu Bandung.

2. Penulis membatasi masalah aspek yang diteliti adalah subjek penelitian yaitu acara KIDS ZONE “Siaran Anak dalam program KIDS ZONE di Radio Mom and Kids 99,2 FM Bandung”.
3. Penelitian yang penulis lakukan menggunakan Metode Kualitatif dengan pendekatan analisis wacana Teun A van Dijk. Dengan model ini banyak elemen-elemen yang diteliti, yaitu: dimensi teks, dimensi kognisi sosial, dan dimensi konteks sosial.
4. Objek yang diteliti hanya berupa teks media saja yaitu teks naskah program acara tersebut, yaitu siaran anak dalam radio, dalam naskah siaran Kids Zone tanggal 20 Oktober 2013 dan 9 Februari 2014.

#### **1.6 Kerangka Pemikiran**

Berelson dan Steiner menyatakan bahwa komunikasi “Transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, figur, grafik, dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasanya disebut komunikasi” (Mulyana, 2001:62). Sementara itu Hovland mendefinisikan komunikasi sebagai “Proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya dalam verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikate)” (Mulyana, 2001:62).

Berdasarkan kedua definisi tersebut penulis mencoba menyimpulkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses mentransmisikan informasi, gagasan, emosi, dan sebagainya yang dilakukan seseorang dalam rangka mengubah

perilaku orang lain (komunikate) baik itu secara langsung maupun tidak langsung. Hal tersebut menunjukkan bahwa komunikasi dapat dilakukan dengan berbagai cara baik secara langsung maupun dengan menggunakan media tertentu untuk mencapai sasarannya atau lebih dikenal dengan komunikasi massa.

Jalaludin Rakhmat dalam buku karangan B.Aubrey Fisher mengungkapkan, “Kadang-kadang para ahli yang ingin membedakan secara jelas antara komunikasi interpersonal dengan komunikasi massa akan melontarkan konsep ‘komunikasi bermedia’. (Rakhmat, 1986:170).

Sebagai konsekuensinya, sumber pesan yang berasal dari wawasan serta wacana pelaku media diantaranya produser dan penulis naskah dan si penerima pesan yaitu pendengar tetap berperan sebagai penerima. Mereka tidak saling memberi kombinasi peran sumber atau penerima sebagaimana mereka lakukan dalam keadaan perorangan. Karena itu, tampaknya secara terbiasa lalu orang menyimpulkan dari penjelasan ini bahwa komunikasi interpersonal dan komunikasi massa merupakan proses fenomenal yang berlainan secara fundamental.

Dalam penjelasan ontologi paradigma konstruktifitas, realitas merupakan konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu. Namun demikian kebenaran suatu realitas sosial bersifat nisbis, yang berlaku sesuai konteks spesifik yang dinilai relevan oleh pelaku sosial.

Akhirnya, dalam pandangan paradigma defenisi sosial, realitas adalah hasil ciptaan manusia kreatif melalui kekuatan konstruksi sosial terhadap dunia sosial disekelilingnya. Dunia sosial itu dimaksud sebagai yang disebut oleh George Simmel, “ bahwa realitas dunia sosial itu berdiri sendiri diluar individu, yang menurut kesan kita bahwa realitas itu “ada” dalam diri sendiri dan hukum yang menguasainya.” (Soekanto, 2003)

Pada umumnya teori dalam paradigma definisi sosial sebenarnya berpandangan bahwa manusia adalah aktor yang kreatif dari realitas sosialnya. Dalam arti, tindakan manusia tidak sepenuhnya ditentukan oleh norma-norma, kebiasaan-kebiasaan, nilai-nilai, dan sebagainya, yang kesemuanya itu tercakup dalam fakta sosial yaitu tindakan yang menggambarkan struktur dan pranata sosial.

Max Weber melihat realitas sosial sebagai perilaku sosial yang memiliki makna subjektif, karena itu perilaku memiliki tujuan dan motivasi. Perilaku sosial itu menjadi “sosial”, oleh Weber dikatakan, “Kalau yang dimaksud subjektif dari perilaku sosial membuat individu mengarahkan dan memperhitungkan kekuatan orang lain dan mengarah kepada subjektif itu. Perilaku itu memiliki kepastian kalau menunjukkan keseragaman dengan perilaku pada umumnya dalam masyarakat” (Soekanto, 2003).

Sementara itu orang hanya dapat mengetahui sesuatu yang telah dikonstruksikannya. Sejauh ini ada tiga macam konstruktivisme yaitu konstruktivisme radikal, konstruktivisme realisme hipotesis, dan konstruktivisme



biasa. Konstruktivisme radikal hanya dapat mengakui apa yang dibentuk oleh pikiran manusia. Kaum konstruktivisme radikal mengesampingkan hubungan antara pengetahuan dan kenyataan sebagai suatu kriteria kebenaran. Pengetahuan bagi mereka tidak merefleksikan suatu realitas ontologis objektif, namun sebagai sebuah realitas yang dibentuk oleh pengalaman seseorang.

Dalam pandangan realisme hipotesis pengetahuan adalah sebuah hipotesis dari struktur realitas yang mendekati realitas dan menuju kepada pengetahuan yang hakiki. Sedangkan konstruktivisme biasa mengambil semua konsekuensi konstruktivisme dan memahami pengetahuan sebagai gambaran dari realitas itu. Dari ketiga macam konstruktivisme terdapat kesamaan, dimana konstruktivisme dilihat sebagai sebuah kerja kognitif individu untuk menafsirkan dunia realitas yang ada, karena terjadi relasi sosial antara individu dengan lingkungan atau orang disekitarnya. Gagasan konstruksi sosial telah dikoreksi oleh gagasan dekonstruksi yang melakukan interpretasi terhadap teks, wacana, dan pengetahuan masyarakat.

Substansi teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas Berger dan Luckmann adalah pada proses simultan yang terjadi secara alamiah melalui bahasa dalam kehidupan sehari-hari pada sebuah komunitas primer dan semi-sekunder. Basis sosial teori dan pendekatan ini adalah masyarakat transisi-modern di Amerika pada sekitar tahun 1960-an, dimana media massa belum menjadi sebuah fenomena yang menarik untuk dibicarakan. Dengan demikian teori konstruksi sosial atas realitas Peter L. Berger dan Luckmann tidak memasukkan

media massa sebagai variabel atau fenomena yang berpengaruh dalam konstruksi sosial atas realitas.

Melalui Konstruksi Sosial Media Massa, Realitas Media dalam Masyarakat Kapitalistik, teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas Peter L. Berger dan Lukmann telah direvisi dengan melihat variabel atau fenomena media massa menjadi sangat substansi dalam proses eksternalisasi, subjektivasi, dan internalisasi. Dengan demikian sifat-sifat dan kelebihan media massa telah memperbaiki kelemahan proses konstruksi sosial atas realitas yang berjalan lambat itu. 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.

Posisi konstruksi sosial media massa adalah mengoreksi kelemahan dan melengkapi konstruksi sosial atas realitas, dengan menempatkan seluruh kelebihan media massa dan efek media pada keunggulan konstruksi sosial media massa atas konstruksi sosial realitas. Dari konten konstruksi sosial media massa, proses kelahiran konstruksi sosial media massa melalui tahap-tahap sebagai berikut :

a. Tahap Menyiapkan Materi konstruksi

Masing-masing media memiliki desk yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dan visi suatu media. Isu-isu penting setiap hari menjadi fokus

media massa, terutama yang berhubungan dengan tiga hal yaitu harta, tahta, dan wanita.

b. Tahap Sebaran Konstruksi

Pilihan-pilihan wilayah sebaran adalah strategi lain dalam sebaran konstruksi media berdasarkan pada segmentasi. Pilihan-pilihan sumber informasi juga dapat dipilih berdasarkan pemetaan kekuasaan sosial informasi itu di masyarakat.

c. Pembentukan Konstruksi Realitas. Tahap ini terbagi atas dua yaitu tahap pembentukan konstruksi realitas dan pembentukan konstruksi citra.

d. Tahap Konfirmasi

Konfirmasi adalah tahapan ketika media massa maupun pembaca dan pemirsa memberi argumentasi dan akuntabilitas terhadap pilihannya untuk terlibat dalam pembentukan konstruksi.

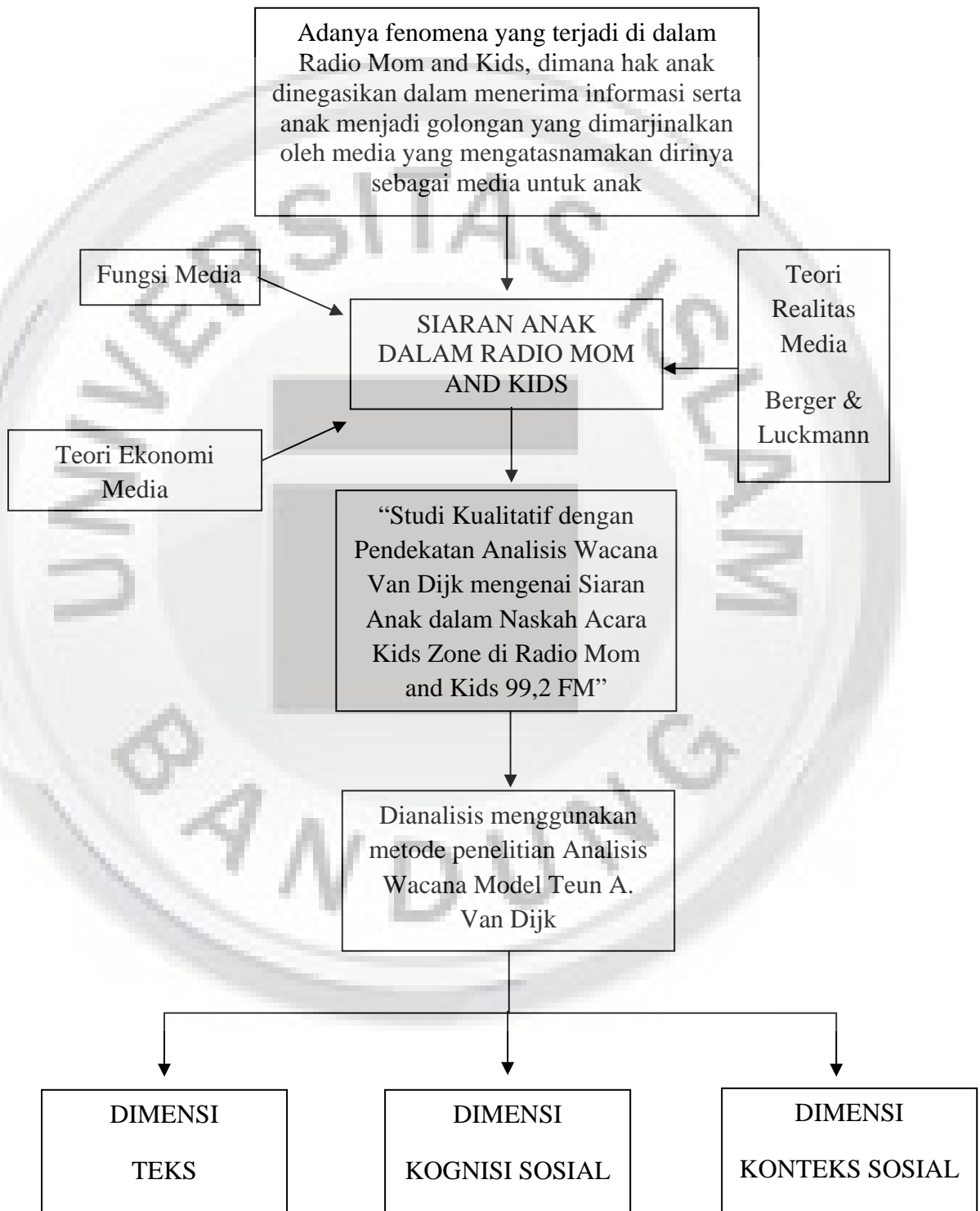
Salah satu hal yang menjadi kerangka pemikiran penulis yaitu kekhawatiran pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan itu terhadap asumsi masing-masing si penerima pesan yang disampaikan oleh media. Dan yang menjadi permasalahan penerima pesan adalah anak-anak, anak yang tanpa pengawasan orangtua pada saat mendengarkan radio menimbulkan berbagai dampak yang terjadi pada anak. Untuk itu peneliti bermaksud menjelaskan secara gamblang bagaimana siaran acara anak dalam naskah acara Kids Zone.

Pesan komunikasi adalah naskah siaran yang dibuat oleh Script Writer atau dibuat langsung penyiar dengan persetujuan Program Director dan Produser.

Mom and Kids Radio memiliki sebuah kebijakan sendiri yaitu program siaran maupun naskah itu mengharuskan adanya keterlibatan Owner atau pemilik radio tersebut dalam pembuatannya dan kebijakan mutlak dipegang penuh oleh campur tangan sang Pemilik radio tersebut.

Adanya otoriter dari sang pemilik melengkapi kerangka pemikiran penulis dengan menggunakan teori kritis untuk mendukung pendekatan van Dijk yang memiliki pisau analisisnya yang tajam dan teori realitas media sebagai tambahan pendukung teori dari konsep peneliti sebagai sebuah perspektif nilai ukur konstruksi teks dalam membangun serta memproduksi teks atau naskah siaran yang merupakan informasi kepada audiens menggunakan media radio tersebut.

### 1.6.1 Gambar Kerangka Pemikiran



**Bagan 1.1**