

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Review Penelitian Terdahulu*

Sebelum menjelaskan mengenai tinjauan pustaka, penulis akan menjelaskan terlebih dahulu mengenai *review* penelitian terdahulu yang relevan dan dianggap memiliki kemiripan dengan permasalahan yang akan diteliti. Tinjauan pustaka tersebut diharapkan dapat menjadi referensi dalam meneliti permasalahan yang akan diteliti oleh penulis.

Penelitian terdahulu yang pertama adalah Penyalahgunaan “Kekuasaan” Pada Laporan Utama Majalah Tempo yang disusun oleh Gani Ahmadi, seorang mahasiswa Bidang Kajian Jurnalistik Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung. Permasalahan yang diteliti adalah Bagaimana Penyalahgunaan Kekuasaan Pada Laporan Utama Majalah Berita Mingguan *Tempo* yang Berjudul ‘Bermain Api Ayat Tembakau’ Edisi 4-10 Oktober 2010. Hal yang ingin dikemukakan ialah representasi, relasi, dan identitas mengenai permasalahan yang diangkat. Metode yang digunakan adalah analisis wacana kritis dengan model Norman Fairclough.

Hasil dari penelitian ini terhadap *representasi anak kalimat*: ditemukan pembentukan berita oleh wartawan *Tempo* dalam pemberitaan pada teks berita “Bermain Api Ayat Tembakau” Edisi 4-10 Oktober 2010 yang berjudul “Salah Ketik Atawa Karena Ketahuan” pada halaman 89 peristiwa dari kasus penghilangan ayat tembakau, dan dijadikan fenomena secara umum untuk membentuk kesadaran

khalayak bahwa secara kontekstual penghapusan ayat tersebut memang benar dilakukan oleh Ribka Tjiptaning sebagai ketua komisi kesehatan DPR dari Fraksi PDI Perjuangan.

Berdasarkan *representasi kombinasi anak kalimat*: ditemukan bahwa pembentukan berita oleh wartawan *Tempo* dalam pemberitaan pada teks berita tersebut adalah penggabungan judul, sub judul dan paragraf yang diproduksi wartawan *Tempo* di atas adalah penggambaran sebuah berita wartawan *Tempo* yang mengarahkan khalayak pembaca terhadap Ribka Tjiptaning sebagai ketua komisi kesehatan DPR dari Fraksi PDI Perjuangan adalah tersangka dari kasus penghapusan ayat tembakau. Sedangkan berdasarkan *representasi rangkaian anak kalimat*: ditemukan bahwa pembentukan berita oleh wartawan *Tempo* dalam penyalahgunaan kekuasaan pada teks berita tersebut, proses pembentukan representasi dalam rangkaian antara kalimat yang diproduksi oleh wartawan *Tempo* adalah mengutip secara langsung dari narasumber Budi Sampoerna, dan Umar Wahid sebagai bahan bukti bahwa apa yang disampaikan oleh narasumber tersebut adalah benar. Di mana, Ribka Tjiptaning sebagai ketua komisi kesehatan DPR dari fraksi PDI Perjuangan adalah seorang tersangka.

Hasil analisis terhadap *relasi*: ditemukan bahwa proses pembentukan relasi dalam penyalahgunaan kekuasaan pada laporan utama majalah *Tempo* “Bermain Api Ayat Tembakau” Edisi 4-10 Oktober 2010 yang berjudul “Salah Ketik Atawa Karena Ketahuan”, oleh wartawan *Tempo* adalah sebuah rekontruksi berita yang diciptakan untuk lebih memihak terhadap salah satu pihak penggugat. Dalam artian, wartawan

dalam merekonstruksi teks beritanya lebih memihak kepada Hakim Sorimuda Pohan yang tergabung dalam Koalisi Anti korupsi AyatTembakau (Kakar). Hal ini bisa terlihat ketika penggambaran teks berita yang dikemas oleh wartawan *Tempo* di atas.

Hasil analisis terhadap *identitas*: Dari setiap pemberitaan mengenai kasus tersebut eksistensi majalah *Tempo* menjadi identitas tersendiri bagi khalayak pembacanya. Selain itu produksi teks yang dibuat oleh wartawan *Tempo* juga menjadi ciri khas tersendiri, dan yang menjadi ciri khas yang lainnya adalah dalam pemberitaan “Bermain Api Ayat Tembakau” Edisi 4-10 Oktober 2010 yang berjudul “Salah Ketik Atawa Karena Ketahuan”.

Penelitian terdahulu yang kedua adalah Unsur-Unsur Nasionalisme Dalam Lirik Lagu “Garuda Di Dadaku” yang disusun oleh Heri Setiawan seorang mahasiswa Bidang Kajian Jurnalistik Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung. Permasalahan yang ingin diangkat adalah unsur-unsur nasionalisme dalam lirik lagu Garuda Di Dadaku. Dengan metode yang digunakan adalah analisis wacana kritis dengan model Norman Fairclough.

Hasil dari penelitian ini hampir sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Gani Ahmadi, yaitu menganalisis representasi, relasi, dan identitas. Hasil analisis terhadap *representasi pada anak kalimat*: ditemukan bahwa pembentukan unsur-unsur nasionalisme dari grup band Netral dalam lirik lagu “Garuda di Dadaku” terletak bait *intro* dimana bait *intro* menggambarkan bahwa unsur nasionalisme dalam lirik lagu tersebut dikhususkan untuk warga negara Indonesia yang menyukai persepakbolaan Indonesia serta mendukung timnas Indonesia. Hasil analisis terhadap

representasi pada kombinasi anak kalimat: ditemukan bahwa unsur nasionalisme dari grup band Netral dalam lirik lagu “Garuda di Dadaku” terletak pada keterkaitan judul “Garuda di Dadaku” dengan bait ke dua di mana keduanya mempunyai unsur nasionalisme yang satu sama lainnya sangat berkaitan dengan pembentukan jiwa nasionalisme dari penggemar persepakbolaan Indonesia serta pecinta timnas Indonesia di ajang piala AFF 2010.

Hasil analisis terhadap *representasi pada rangkaian anak kalimat*: ditemukan bahwa unsur nasionalisme dari grup band Netral dalam lirik lagu “Garuda di Dadaku” terletak pada *reff* dari lagu itu sendiri, di mana dalam *reff* lagu tersebut isi liriknya menggambarkan sebuah patriotisme dalam menumbuhkan jiwa nasionalisme di saat sedang mendukung persepakbolaan Indonesia di ajang piala AFF 2010. Hasil analisis terhadap *relasi*: menemukan bahwa proses pembentukan relasi dalam lirik lagu “Garuda di Dadaku” terletak pada asumsi dua narasumber di mana mereka beranggapan bahwa lirik lagu “Garuda di Dadaku” mempunyai unsur-unsur nasionalisme dalam mendukung persepakbolaan Indonesia serta mendukung timnas Indonesia di ajang pertandingan piala AFF Tahun 2010.

Hasil analisis terhadap *identitas*: ditemukan bahwa eksistensi grup band Netral dalam membawakan lagu “Garuda di Dadaku” menjadi identitas tersendiri bagi khalayak pendengar dan penontonnya. Selain itu, dalam *genre* musik yang diusung Netral pun juga menjadi ciri khas tersendiri, yaitu *rock alternatif*, dan yang menjadi ciri khas yang lainnya adalah di saat membawakan lagu “Garuda di Dadaku” Netral selalu membawakan dengan jiwa nasionalisme untuk mendukung

persepakbolaan Indonesia serta mendukung Timnas Indonesia di ajang Piala AFF 2010.

Penelitian terdahulu yang ketiga adalah Pemberitaan Tentang Bentrokan Mahasiswa Dengan Aparat Di Abepura Pada Harian Umum Pikiran Rakyat yang disusun oleh Tedy Rustandi, seorang mahasiswa Bidang Kajian Jurnalistik Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung. Permasalahan yang diteliti adalah Bagaimana pemberitaan tentang bentrokan mahasiswa dengan aparat di Abepura pada Harian Umum Pikiran Rakyat. Metode yang digunakan juga analisis wacana kritis dengan model Norman Fairclough.

Hasil penelitian ini adalah *pertama*: Rangkaian teks yang digunakan untuk menyajikan teks pemberitaan ini secara implisit menunjukkan bahwa meskipun menyangkal terjadinya bentrokan antara mahasiswa dengan aparat, namun Harian Umum Pikiran Rakyat seolah-olah menempatkan aparat pada posisi yang sesuai dengan tugasnya dalam mengamankan unjuk rasa dan juga mendukung tindakan aparat Kepolisian yang melakukan penyelidikan di tempat kejadian perkara mengenai kasus bentrokan mahasiswa dengan aparat di Abepura. *Kedua*: Praktik wacana yang diterapkan di Harian Umum Pikiran Rakyat memunculkan produksi wacana yang mengalami banyak perubahan. Teks berita yang dihasilkan oleh wartawan dikoreksi (diedit) oleh redaktur, sebelum dimunculkan dalam surat kabar. *Ketiga*: Pada praktik sosial budaya, teks berita ini banyak dipengaruhi oleh perubahan situasi politik di Indonesia, dari sistem politik Orde Baru, era Reformasi menuju Era Demokrasi.

Selain itu budaya masyarakat Sunda sangat kental mempengaruhi penyajian teks berita.

Dari ketiga penelitian tersebut terdapat persamaan dengan penelitian yang penulis lakukan, yaitu sama-sama menggunakan analisis wacana kritis sebagai metodenya. Namun objek yang akan diteliti berbeda. Penulis melakukan penelitian mengenai Dangdut *Academy* sebagai acara ajang pencarian bakat yang meningkatkan budaya musik dangdut.

Table 2.1

Penelitian Terdahulu

| Peneliti | Gani Ahmadi | Heri Setiawan | Tedy Rustandi | Yuli Astuti |
|-------------------------|--|--|--|--|
| Judul Penelitian | Pemberitaan Penyalahgunaan Kekuasaan Pada Laporan Utama Majalah Tempo | Unsur-Unsur Nasionalisme Dalam Lirik Lagu Garuda Di Dadaku | Pemberitaan Tentang Bentrokan Mahasiswa Dengan Aparat Di Abepura Pada Harian Umum Pikiran Rakyat | Dangdut <i>Academy</i> Sebagai Acara Ajang Pencarian Bakat yang Menaikkan Budaya Musik Dangdut |
| Fokus Penelitian | Bagaimana Penyalahgunaan Kekeuasaan Pada Laporan Utama Majalah Berita Mingguan Tempo yang Berjudul | Unsur-Unsur Nasionalisme dalam Lirik Lagu Garuda di Dadaku | Bagaimana pemberitaan tentang bentrokan mahasiswa dengan aparat di Abepura pada Harian | Bagaimanakah Dangdut <i>Academy</i> sebagai ajang pencarian bakat mampu meningkatkan |

| | | | | |
|---------------|---|---|---|---|
| | 'Bermain Api Ayat Tembakau ' Edisi 4-10 Oktober 2010 | | Umum Pikiran Rakyat | kembali budaya musik dangdut? |
| Metode | Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan Analisis Wacana Kritis | Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan Analisis Wacana Kritis | Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan Analisis Wacana Kritis | Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan Analisis Wacana Kritis |
| Model | Model yang digunakan adalah Norman Fairclough | Model yang digunakan adalah Norman Fairclough | Model yang digunakan adalah Norman Fairclough | Model yang digunakan adalah Norman Fairclough |

2.2 Tinjauan Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa modern meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas, siaran, radio dan televisi yang ditujukan kepada umum, dan film yang dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop (Effendy, 2003:79). Komunikasi massa menyiarkan dan memberikan informasi, gagasan, dan sikap kepada khalayak sebagai komunikan dalam jumlah yang banyak menggunakan media.

Menurut Bittner (1980: 10) kounikasi massa adalah pesan komunikasi melalui media massa kepada orang banyak (Darwanto, 2011: 28). Jadi komunikasi massa

memerlukan masyarakat yang banyak dalam melaksanakan proses penyampaian pesannya.

Suprpto (2009: 17) juga menjelaskan bahwa komunikasi massa adalah proses penyampaian informasi, ide, dan sikap kepada banyak orang (biasanya menggunakan mesin atau media yang diklasifikasikan ke dalam media massa, seperti radio siaran, televisi siaran, surat kabar/majalah, dan film).

Jadi komunikasi massa merupakan komunikasi yang proses penyampaian pesannya memerlukan khalayak yang banyak, dengan media massa sebagai medium penyebaran pesannya. Komunikasi massa tidak akan dapat berhasil tanpa adanya masyarakat luas sebagai komunikan.

Komunikasi massa adalah proses yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas (Tamburaka, 2012: 15). Maka unsur-unsur penting dalam komunikasi massa adalah:

1. Komunikator
2. Media massa
3. Informasi (pesan) massa
4. *Gatekeeper*
5. Khalayak (publik)
6. Umpan balik

Berdasarkan pemaparan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi massa merupakan suatu proses komunikasi yang memerlukan bantuan media dalam rangka penyebarluasan informasi kepada khalayak. Karena khalayak dalam komunikasi massa beragam dan tersebar luas.

Komunikasi massa memiliki ciri-ciri atau karakteristik yang berbeda dan khas jika dibandingkan dengan jenis komunikasi yang lainnya. Komunikasi massa ditujukan untuk masyarakat luas atau khalayak yang tersebar di banyak tempat dengan latar belakang yang berbeda-beda. Karakteristik dari komunikasi massa seperti yang diuraikan Effendy (2003: 81-83) sebagai berikut:

- a. **Komunikasi massa bersifat umum**
Pesan komunikasi yang disampaikan melalui media massa adalah terbuka untuk semua orang. Benda-benda tercetak, film, radio, dan televisi, apabila dipergunakan untuk keperluan pribadi dalam lingkungan organisasi yang tertutup, tidak dapat dikatakan komunikasi massa.
- b. **Komunikasi bersifat heterogen**
Perpaduan antara jumlah komunikan yang besar dalam komunikasi massa dengan keterbukaan dalam memperoleh pesan-pesan komunikasi, erat sekali hubungannya dengan sifat heterogen komunikan.
- c. **Media massa menimbulkan keserempakan**
Maksud dari keserempakan ialah keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah. Radio dan televisi dalam hal ini melebihi media tercetak, karena yang terakhir dibaca pada waktu yang berbeda dan lebih selektif.
- d. **Hubungan komunikator-komunikan bersifat non- pribadi**
Dalam komunikasi massa, hubungan antara komunikator dan komunikan bersifat non- pribadi karena komunikan yang anonim dicapai oleh orang-orang yang dikenal hanya dalam peranannya yang bersifat umum sebagai komunikator. Sifat non- pribadi ini timbul disebabkan teknologi dari penyebaran yang masal dan sebagian lagi karena syarat-syarat bagi peranan komunikator yang bersifat umum.

2.2.1 Media Massa

Media merupakan alat yang digunakan untuk melakukan komunikasi. Media mampu membuat manusia mendapatkan kebutuhannya, baik itu kebutuhan akan informasi ataupun kebutuhan akan hiburan. Menurut Tamburaka (2012: 13) media massa dapat diartikan sebagai sarana penyampaian komunikasi dan informasi yang

melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara luas. Dengan adanya media massa ini dapat membantu setiap individu untuk mengakses informasi kapanpun dan di manapun.

Pada dasarnya media massa merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan berupa informasi, ide, gagasan, dan sebagainya. Dalam proses penyampaian pesannya media massa memerlukan khalayak luas sebagai sasaran untuk menerima pesan. Tujuannya adalah untuk mendapatkan perhatian dari *audiens* dengan sebanyak-banyaknya.

Menurut Hartley (2010: 187) media merupakan industri konten yang mencurahkan diri untuk meraih *audiens* seperti para pembaca untuk media cetak (surat kabar, majalah, dll), para penonton untuk media televisi, dan para pendengar untuk media radio dalam jumlah yang besar.

Menurut Denis McQuail (2000), media massa memiliki sifat atau karakteristik yang mampu menjangkau massa dalam jumlah besar dan luas (*universality of reach*), bersifat publik dan mampu memberikan popularitas kepada siapa saja yang muncul di media massa (Morison, 2010: 4).

Laswell (1948) dalam Lull (1998: 112) menyatakan bahwa media massa melakukan empat hal pokok bagi masyarakat, yaitu: mengamati lingkungan (fungsi berita dan informasi); menghubungkan suatu respon dengan informasi ini (fungsi editorial); menghibur (fungsi diversifikasi); dan meneruskan kebudayaan kepada generasi-generasi mendatang (fungsi sosialisasi).

Media massa termasuk televisi tentunya memiliki fungsi, berikut merupakan fungsi utama media massa menurut Harold D. Laswell:

- a. *The surveillance of the environment.* Yang berarti, media massa mempunyai fungsi sebagai pengamat lingkungan, atau dalam bahasa sederhana, sebagai pemberi informasi tentang hal-hal yang berada di luar jangkauan penglihatan kepada masyarakat luas.
- b. *The correlation of the parts society in responding to the environment.* Yang berarti, media massa berfungsi untuk melakukan seleksi, evaluasi dan interpretasi dari informasi. Dalam hal ini peranan media massa adalah melakukan seleksi mengenai apa yang perlu dan pantas untuk disiarkan. Pemilihan dilakukan oleh editor, reporter, redaktur yang mengelola media massa.
- c. *The transmission of the social heritage from one generation to the next.* Yang berarti, media massa sebagai sarana untuk menyampaikan nilai dan warisan sosial budaya dari satu generasi ke generasi yang lain. Umumnya secara sederhana fungsi media massa ini dimaksudkan sebagai fungsi pendidikan (Darwanto, 2011: 32-33).

Selain itu, menurut Charles R. Wright dalam bukunya *Mass Communication A Sociological Perspective*, menyatakan bahwa fungsi media massa sebagai berikut: “*Communicative acts primarily intended for amusement irrespective of any instrumental effects they might have (1959: 38)*” (Darwanto, 2011: 33).

Menurut McQuail (dalam Morissan, 2010: 48) terdapat beberapa kondisi yang dapat memengaruhi kegiatan dalam media massa, dan hal tersebut datang dari beberapa pihak yaitu:

1. Penguasa/pemerintah
2. Masyarakat umum
3. Kelompok penekan
4. Pemilik
5. Pemasang iklan
6. Audien
7. Internal organisasi

Media berada di tengah-tengah realitas sosial yang sarat akan berbagai kepentingan, konflik serta fakta. Seperti yang dijelaskan oleh Louis Althusser (Sobur, 2009: 30) bahwa media hubungannya dengan kekuasaan menempati posisi strategis, terutama karena anggapan kemampuannya sebagai sarana legitimasi.

2.2.2 Media Massa Televisi

Televisi merupakan hasil teknologi tinggi (*hi-tech*) yang menyampaikan isi pesan dalam bentuk audiovisual gerak. Isi pesan audiovisual gerak memiliki kekuatan yang sangat tinggi untuk mempengaruhi mental, pola pikir, dan tindak individu” (Baksin, 2006: 16). Jadi televisi merupakan sebuah media telekomunikasi yang berisi pesan berupa audiovisual gerak dan bertujuan untuk mempengaruhi khalayaknya.

Menurut Hermin Indah Wahyuni (dalam Baksin, 2006: 38) televisi terlahir sebagai entitas yang mengakar pada lingkungan sosialnya, sama halnya seperti media massa lainnya. Jadi televisi merupakan media yang terlahir dari wujud yang sudah tertanam dalam lingkungan sosialnya.

Industri penyiaran televisi merupakan sarana promosi penjualan produk-produk kepada masyarakat (Baksin, 2006: 38). Dengan adanya industri televisi ini maka banyak perusahaan yang memasang iklan produknya untuk menarik perhatian masyarakat. Hal inilah yang membuat televisi memiliki karakteristik khas dalam keberadaannya. Di bawah ini terdapat beberapa industri televisi:

1. Industri pada modal. Untuk mendirikan dan menghidupi industri ini dibutuhkan ratusan rupiah. Bahkan biaya operasional stasiun televisi per tahunnya bisa mencapai sedikitnya Rp 150 miliar.

2. Bukan bisnis yang cepat menghasilkan (*nonquick yielding*). Industri penyiaran membutuhkan waktu bertahun-tahun untuk membuat dirinya mandiri secara finansial.
3. Industri dengan *entry barriers* yang tinggi. Deregulasi perizinan yang luar biasa ketat dan birokratis, menjadikan industri ini sering disebut sebagai industri yang bercirikan *entry barriers* yang tinggi.
4. Industri yang pasarnya cepat berkembang. Dibandingkan dengan media massa cetak yang pasarnya relatif lambat berkembang, maka pasar industri televisi relatif lebih cepat berkembang. Hal ini dapat dilihat dari besarnya animo pemasang iklan yang menganggap televisi sebagai media utama untuk mengiklankan produknya (Baksin, 2006: 40).

Sebagai media yang digemari oleh masyarakat, televisi mempunyai kelebihan yaitu: bersifat audio visual. Artinya televisi merupakan media yang memadukan antara unsur suara dan gambar bergerak sehingga menarik perhatian penonton. Selain itu tayangan televisi paling banyak dinikmati oleh penonton menggunakan indera penglihatan dan pendengaran, maka ini membuat pengetahuan yang diberikan oleh televisi lebih mudah untuk diingat.

Selain kelebihan televisi juga memiliki kekurangan, yaitu mempunyai sifat transitor. Maksudnya, televisi hanya bersifat sesaat. Sehingga membuat penonton tidak dapat mengulang kembali siaran gambar dan suara yang diterima. Dan juga, televisi masih menyiarkan tayangan dengan satu arah sehingga penonton cenderung bersifat pasif. Meskipun ada beberapa tayangan program interaktif, tetapi hal ini belum mewakili keseluruhan penonton.

2.2.3 Program Televisi

Acara televisi atau program televisi merupakan acara-acara yang ditayangkan oleh stasiun televisi. Kata program berasal dari bahasa Inggris (*programme*) atau program yang berarti acara atau rencana. Dalam undang-undang penyiaran Indonesia kata program tidak digunakan, tetapi kata tersebut diganti dengan kata “siaran”. Siaran didefinisikan sebagai pesan atau pun rangkaian pesan yang disajikan atau ditampilkan dengan berbagai bentuk. Sehingga program merupakan segala sesuatu yang ditampilkan di stasiun penyiaran untuk membuat penonton tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran.

Secara garis besar, program televisi terbagi dalam program berita dan program non-berita. Jenis program televisi dapat dibedakan berdasarkan bentuk jadi (format) teknis atau berdasarkan isi.

Bentuk jadi teknis merupakan bentuk jadi umum yang menjadi acuan terhadap bentuk program televisi seperti *talk show*, film, kuis, musik dan sebagainya. Berdasarkan isi, program televisi berbentuk non-berita antara lain berupa program hiburan, drama, olah raga, dan agama. Sedangkan untuk program televisi berbentuk berita digolongkan ke dalam *hard news* dan *soft news*.

Keberhasilan sebuah program televisi saat ini diukur oleh tingkat konsumsi suatu program oleh pemirsa atau biasa disebut pemeringkatan. Pengukuran peringkat dilakukan oleh lembaga riset yang menempatkan alat bernama “*people meter*” pada beberapa responden. Sistem ini lebih dikenal dengan sistem *rating*.

Suatu program televisi selalu mempertimbangkan agar program acara tersebut itu digemari atau dapat diterima oleh penonton. Berikut ini empat hal yang terkait dalam karakteristik suatu program televisi :

1. *Product*, yaitu materi program yang dipilih haruslah yang bagus dan diharapkan akan disukai audience yang dituju.
2. *Price*, yaitu biaya yang harus dikeluarkan untuk memproduksi atau membeli program sekaligus menentukan tarif bagi pemasang iklan yang berminat memasang iklan pada program bersangkutan.
3. *Place*, yaitu kapan waktu siaran yang tepat program itu. Pemilihan waktu siaran yang tepat bagi suatu program akan sangat membantu keberhasilan program bersangkutan.
4. *Promotion*, yaitu bagaimana memperkenalkan dan kemudian menjual acara itu sehingga dapat mendatangkan iklan dan sponsor.

2.3 Analisis Wacana Kritis

Wacana adalah rangkaian kalimat yang serasi, yang menghubungkan proposisi satu dengan proposisi lain, kalimat satu dengan kalimat lain, membentuk satu kesatuan (Halim, 2012:97). Analisis wacana kritis merupakan suatu analisis yang dipakai untuk membongkar kuasa yang ada dalam setiap proses bahasa: batasan-batasan apa yang diperkenankan menjadi wacana, perspektif yang mesti dipakai, topik apa yang dibicarakan (Eriyanto, 2012: 6).

Melalui wacana kritis kita dapat melihat bahasa sebagai faktor yang penting, yaitu bagaimana bahasa digunakan untuk melihat ketidakseimbangan yang terjadi dalam masyarakat. Menurut Fairclough dan Wodak, analisis wacana kritis menyelidiki bagaimana melalui bahasa kelompok sosial yang ada saling bertarung dan mengajukan versinya masing-masing (Eriyanto, 2012:7). Berikut ini merupakan

karakteristik analisis wacana kritis menurut Teun A. Van Dijk, Fairclough, dan Wodak (dalam Eriyanto, 2012: 8):

1. Tindakan
2. Konteks
3. Historis
4. Kekuasaan
5. Ideologi

2.3.1 Konsep Hegemoni Budaya

Jika melihat dari katanya hegemoni berarti pengaruh kepemimpinan, dominasi, kekuasaan atas suatu negara terhadap negara lainnya (KBB Online). Konsep hegemoni dipopulerkan oleh ahli filsafat politik terkemuka dari Italia, yaitu Antonio Gramsci. Gramsci berpendapat bahwa kekuatan dan dominasi kapitalis tidak hanya melalui dimensi material dari sarana ekonomi dan relasi produksi, tetapi juga kekuatan (*force*) dan hegemoni (Eriyanto, 2012: 103).

Gramsci membangun suatu teori yang menekankan bagaimana penerimaan kelompok yang didominasi terhadap kehadiran kelompok dominan berlangsung dalam suatu proses yang damai, tanpa tindakan kekerasan (Eriyanto, 2012: 103). Jadi dalam proses hegemoni budaya umumnya berlangsung dengan cara yang tertib tanpa adanya kekerasan dan biasanya terjadi tanpa disadari.

Cara kerja hegemoni adalah melalui *consensus* daripada upaya penindasan suatu kelompok terhadap kelompok lain. Hegemoni mempunyai kekuatan yang salah satunya adalah bagaimana ia menciptakan cara berpikir atau wacana tertentu yang

dominan, yang dianggap benar, sementara wacana lain dianggap salah (Eriyanto, 2012: 104).

Teori hegemoni Gramsci menekankan bahwa lapangan sosial merupakan arena pertarungan untuk memperebutkan hati khalayak luas atau penerimaan publik (Eriyanto, 2012: 107). Biasanya proses ini dilakukan dengan strategi yang disebut dengan *common sense* atau nalar awam. Maksudnya ialah jika suatu ide atau gagasan dari suatu kelompok dominan dapat diterima sebagai sesuatu yang *common sense* (tidak didasarkan pada kelas sosial), dan ideologi itu diterima maka hegemoni telah terjadi.

Gramsci menyatakan bahwa *common sense* merupakan konsepsi tentang dunia yang paling pervasif meskipun tidak sistematis. *Common sense* berbeda dengan filsafat karena ia mempunyai dasar dalam pengalaman populer dan tidak merepresentasikan suatu konsepsi yang terpadu mengenai dunia. Dengan demikian, filsafat merupakan tatanan intelektual yang tidak dapat dicapai oleh agama dan *common sense*.

Jika berbicara mengenai budaya, maka harus diketahui terlebih dahulu budaya itu sendiri. Budaya merupakan produksi dan sirkulasi dari rasa, makna, dan kesadaran. Ranah makna yang menyatukan ranah produksi (ekonomi) dan hubungan sosial (politik). Dengan kata lain, budaya berarti ranah reproduksi bukan atas benda-benda tetapi atas hidup (Hartley, 2010: 29).

Pengertian di atas menunjukkan bahwa budaya itu adalah segala sesuatu yang menyangkut aspek kehidupan mulai dari aspek ekonomi hingga sosial. Budaya ini

melahirkan budaya populer yang berbicara tentang orang pada umumnya, untuk orang pada umumnya, dan disukai orang pada umumnya. Biasanya kata ‘populer’ sering diartikan sebagai sesuatu yang ‘bagus’ dalam percakapan biasa, tetapi ini merupakan pembalikan atas konotasi peyoratif sebelumnya. Dalam bentuk aslinya, populer digunakan untuk membedakan orang kebanyakan yang bukan ‘orang pada umumnya’ dari kelas terdidik, makmur, dan memiliki gelar.

Populer memiliki sinonim yaitu besar, dasar, buruk, tidak diinginkan, umum, rendah, vulgar, hina, murah (*OED*). Popularitas sesuatu yang mungkin diambil sebagai indikasi dari sisi positif atau sisi negatifnya, tergantung pada pengelompokan orang yang ada. Konsep ini tidak bebas dari politik, dimana faktanya mengikuti penggunaannya dalam ranah analisis budaya. Popularitas media massa secara khusus menimbulkan ambiguitas dalam debat akademik dan publik mengenai apakah produk media adalah produk bagus karena populer atau buruk karena populer.

Dangdut merupakan jenis musik yang saat ini sedang populer di media khususnya televisi. Hampir semua stasiun televisi punya program atau produk yang menjadikan dangdut sebagai temanya. Padahal jika melihat beberapa tahun ke belakang musik dangdut bahkan disebut-sebut sebagai musik kelas bawah, karena pada umumnya penikmat musik dangdut adalah masyarakat dari kalangan menengah ke bawah.

Sekarang ini musik dangdut semakin populer yang terlihat dari banyaknya penyanyi dangdut yang bermunculan. Hal ini menandakan bahwa musik dangdut sudah bukan musik kelas bawah, melainkan sudah masuk dalam jajaran musik

populer. Tak hanya itu, peminat musik dangdut pun bukan lagi kalangan menengah ke bawah tetapi kalangan atas banyak yang menikmati musik dangdut saat ini. Hal ini terjadi tidak lepas dari peranan media yang membuat produk bertemakan dangdut.

