

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Review Hasil Penelitian Sejenis

Penelitian yang penulis lakukan berjudul “Berita Kerusuhan Hari Raya Idul Fitri Di Tolikara dalam Viva.co.id dan Eramuslim.com” dengan Menggunakan Pendekatan Analisis Framing Robert N. Entman”. Penulis melihat bentuk penyajian berita oleh kedua media tersebut berdasarkan konsep framing dari Robert N. Entman yang terdiri dari empat tahapan, yaitu: *Define problems, diagnose causes, make moral judgement, dan treatment recommendation.*

Kajian tentang penelitian terdahulu menjadi penting untuk dijadikan rujukan kajian pustaka oleh penulis dalam melakukan penelitian. Berikut *review* hasil penelitian terdahulu yang relevan dan berkaitan dengan masalah yang penulis teliti.

2.1.1 Konstruksi Berita Menurunnya Elektabilitas Partai Keadilan Sejahtera (PKS)

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan menggunakan analisis model framing yang diperkenalkan oleh Robert N. Entman, yakni merujuk pada pemberian definisi, penjelasan, evaluasi dan rekomendasi dalam suatu wacana untuk menekankan kerangka berpikir tertentu terhadap peristiwa yang diwacanakan dan teori konstruksionisme dalam

menganalisis teks berita. Robert N. Entman membagi perangkat *framing* ke dalam empat elemen yaitu: *Define Problems* (pendefinisian masalah), *Diagnose Causes* (memperkirakan penyebab masalah), *Make Moral Judgement* (membuat pilihan moral), dan *Treatment Recommendation* (menekankan penyelesaian).

Secara umum, bingkai berita Kompas cenderung memberikan penilaian moral terkait menurunnya elektabilitas PKS, bahwa di tengah santerinya kesan parpol islam kurang kreatif malah semakin diperparah dengan kasus korupsi yang menjerat para petinggi partai. Akibatnya publik yang awalnya cukup pesimis terhadap parpol islam (termasuk PKS) justru semakin menutup kran dukungannya.

2.1.2 Analisis Framing Berita Mundurnya Surya Paloh dari Partai Golkar di Media Indonesia dan Viva.co.id

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruksionis dengan metode kualitatif. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan analisis framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembingkaiian terlihat bahwa pengaruh pemilik media memberikan dampak pada keberpihakan pemberitaan oleh media. Hal ini menunjukkan bahwa netralitas dan objektivitas media dipengaruhi oleh kepentingan pemilik media.

Framing yang dilakukan mediaindonesia.com terhadap berita mundurnya Surya Paloh dari Partai Golkar sangat berpihak pada kepentingan pemilik media, sementara framing yang dilakukan Viva.co.id.com masih menunjukkan usaha media untuk melakukan pendekatan pada objektivitas

pemberitaan.

Tabel 2.1 Perbandingan penelitian sejenis

Peneliti	Judul	Metode	Tujuan
Peneliti 1 : Moh. Khairul Anwar, Program Studi: Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Komunikasi Dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.	Konstruksi Berita Menurunnya Elektabilitas Partai Keadilan Sejahtera (PKS) (Analisis Framing Pemberitaan Kompas Edisi Juni 2012-Mei 2013).	Metode penelitian Kualitatif, dengan pendekatan analisis framing model Robert N. Entman.	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konstruksi berita terkait menurunnya elektabilitas PKS sehingga dapat mengetahui kecenderungan atau perspektif Kompas terhadap masalah tersebut.

<p>Peneliti 2 : Gema Mawardi Program Studi : Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Ilmu Komunikasi Kekhususan Komunikasi Massa, Universitas Indonesia.</p>	<p>Pembingkaiian Berita Media Online (Analisis Framing Berita Mundurnya Surya Paloh Dari Partai Golkar Di Mediaindonesia.Com Dan Vivanews.Com Tanggal 7 September 2011).</p>	<p>Metode penelitian Kualitatif, dengan pendekatan analisis framing model Pan Kosicki.</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana framing pemberitaan yang dilakukan oleh Media Indonesia dan Viva.co.id dalam menyampaikan sebuah peristiwa.</p>
<p>Peneliti 3 : Hilmy Farhan, Program Studi : Fakultas Ilmu Komunikasi, Jurnalistik, Universitas Islam Bandung.</p>	<p>Konstruksi Berita Kerusakan Hari Raya Idul Fitri Di Tolikara (<i>Analisis Framing Robert N. Entman Terhadap Berita Kerusakan Hari Raya Idul Fitri Di Tolikara Dalam Viva.co.id Dan Eramuslim.com</i>)</p>	<p>Metode penelitian Kualitatif, dengan pendekatan analisis framing model Robert N. Entman.</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui framing atau pembingkaiian berita dan pemahaman khalayak terhadap berita kerusakan hari raya idul fitri di Tolikara.</p>

2.2 Tinjauan Teoritis

2.2.1 Komunikasi

Komunikasi berasal dari kata latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini berarti sama makna. Saat dua atau lebih manusia terlibat dalam komunikasi, maka komunikasi itu berlangsung selama ada kesamaan makna diantara pihak-pihak yang terlibat di dalamnya.

Dilihat dari proses terjadinya komunikasi, Onong U. Effendy dalam bukunya *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* membagi proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap :

- 1) 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 dan atau perasaan komunikator kepada komunikan.
- 2) 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. Penggunaan media kedua dalam melancarkan komunikasi karena komunikan sebagai sasarannya

berada ditempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak (Effendy, 2000:11-16).

Dalam kehidupan sehari-hari, yang disebut sebagai media komunikasi adalah media kedua, sebab jarang sekali orang yang menganggap bahasa sebagai media komunikasi. Hal tersebut disebabkan bahasa sebagai lambang beserta isi dari pikiran dan atau perasaan merupakan satu kesatuan pesan yang tidak dapat dipisahkan.

Pentingnya peranan media, yaitu media sekunder adalah dalam pencapaian komunikannya. Dengan menggunakan media, komunikator dapat menyampaikan pesannya kepada komunikan yang jumlahnya relatif banyak dan juga jaraknya yang jauh, dengan kata lain komunikasi dengan menggunakan media ini merupakan kelanjutan dari komunikasi primer dalam menembus ruang dan waktu.

Menurut paradigma Lasswell menunjukkan bahwa dalam sebuah proses komunikasi terdapat lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan, yaitu komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek. Jadi berdasarkan paradigma tersebut komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

Komunikasi itu fundamental bagi manusia. Memang manusia bukanlah satu-satunya makhluk Allah yang dapat berkomunikasi. Namun, manusia adalah satu-satunya makhluk di bumi yang dapat berkomunikasi dalam bentuk simbol

yang tidak mempunyai hubungan dengan apa yang ditunjukkan oleh simbol-simbol itu, selain dari yang ditetapkan oleh pikiran manusia tentang apa arti dari simbol itu. Selain itu, manusia dapat melakukannya melampaui waktu dan ruang, dengan jutaan orang secara serentak dan serempak. Hal tersebut menjadi pemikiran dasar komunikasi massa.

2.2.2 Komunikasi Massa

Salah satu bentuk dari komunikasi di antaranya yaitu komunikasi massa. Komunikasi massa ini diartikan sebagai komunikasi yang menggunakan media massa sebagai medianya. Berbeda dengan pendapat para ahli psikologi sosial yang mengemukakan bahwa komunikasi massa ini tidak selalu terjadi dengan menggunakan media massa.

Oleh karena itu, para ahli komunikasi membatasi pengertian komunikasi massa pada komunikasi dengan menggunakan media massa, misalnya surat kabar, majalah, radio, televisi, atau film. (Effendy, 2001:20)

Menurut Werner I. Severin dan James W. Tankard, Jr. dalam bukunya, *Communication Theories, Origins, Methods, Uses*, mengatakan sebagai berikut:

Komunikasi massa adalah sebagian keterampilan, sebagian seni dan sebagian ilmu. Ia adalah keterampilan dalam pengertian bahwa ia meliputi teknik-teknik fundamental tertentu yang dipelajari seperti memfokuskan kamera televisi, mengoperasikan *tape recorder*, atau mencatat ketika berwawancara. Ia adalah seni dalam pengertian bahwa ia meliputi tantangan-tantangan kreatif seperti menulis skrip untuk program televisi, mengembangkan tata letak yang estetik untuk iklan majalah, atau menampilkan teras berita yang memikat bagi sebuah kisah berita. Ia adalah ilmu dalam pengertian bahwa ia meliputi

prinsip-prinsip tertentu tentang bagaimana berlangsungnya komunikasi yang dapat dikukuhkan dan dipergunakan untuk membuat berbagai hal menjadi lebih baik. (Effendy, 2001:21)

Selain dari pada pengertian di atas, Joseph A. Devito dalam bukunya *Communicology: An introduction to the study of communication*, mengemukakan definisinya mengenai komunikasi massa dengan lebih tegas, yakni sebagai berikut:

Pertama, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepadamassa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang yang menonton televisi, agaknya ini berarti bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar untuk didefinisikan.

Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang audio dan atau visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya : televisi, radio, surat kabar, majalah, film, buku, dan pita (Effendy 2000:21).

Komunikasi massa juga memiliki dua sifat tersendiri. Pertama,bersifat melembaga, artinya komunikasi massa itu ditujukan kepada massa dan dengan menggunakan media massa. Kedua, bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antar pengirim dan penerima. Ketiga, meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Keempat, bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin dan suku bangsa.

2.2.3 Konstruksi Sosial

Konstruksi sosial (*social construction*) merupakan teori sosiologi kontemporer yang dicetuskan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Menurut kedua ahli sosiologi tersebut, teori ini dimaksudkan sebagai satu kajian teoritis dan sistematis mengenai sosiologi pengetahuan (penalaran teoritis yang sistematis), dan bukan sebagai suatu tinjauan historis mengenai perkembangan disiplin ilmu. Oleh karena itu, teori ini tidak memfokuskan pada hal-hal semacam tinjauan tokoh, pengaruh dan sejenisnya. Tetapi lebih menekankan pada tindakan manusia sebagai aktor yang kreatif dan realitas sosialnya.

Realitas sosial merupakan konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu. Individu adalah manusia bebas yang melakukan hubungan antara manusia yang satu dengan yang lain. Individu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksi berdasarkan kehendaknya. Individu bukanlah sosok korban sosial, namun merupakan sebagai mesin produksi sekaligus reproduksi yang kreatif dalam mengkonstruksi dunia sosialnya (Bungin, 2001:4)

Teori konstruksi sosial yang dicetuskan oleh Berger & Luckmann ini banyak dipengaruhi oleh pemikiran sosiologi yang lain. Terutama terpengaruh oleh ajaran dan pemikiran Schutzian tentang fenomenologi, Weberian tentang makna subjektif (melalui Carl Meyer), Durkhemian – Parsonian tentang “struktur” (melalui Albert Solomon), dan Marxian tentang “dialektika”, serta Herbert Mead tentang “interaksi simbolik”.

Isi media pada hakikatnya adalah hasil konstruksi realitas dengan bahasa sebagai perangkat dasarnya. Sedangkan bahasa bukan saja sebagai alat mempresentasikan realitas, namun juga menentukan relief seperti apa yang akan

diciptakan oleh bahasa tentang realitas tersebut. Istilah konstruksi realitas menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, melalui bukunya *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociological of Knowledge*, yang dikutip oleh Alex Sobur. Dalam buku tersebut mereka menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, dimana individu secara intens menciptakan suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif. (Sobur, 2002:91)

Realitas sosial yang dimaksud oleh Berger dan Luckmann yang dikutip Burhan Bungin dalam bukunya *Imaji Media Massa* ini terdiri dari tiga macam realitas. Pertama, realitas objektif, yaitu realitas yang terbentuk dari pengalaman di dunia objektif yang berada di luar diri individu, dan realitas ini dianggap sebagai kenyataan. Kedua, realitas simbolik, yaitu realitas yang merupakan ekspresi simbolik dari realitas objektif dalam berbagai bentuk. Ketiga, realitas subjektif, yaitu realitas yang terbentuk sebagai proses penyerapan kembali realitas objektif dan simbolik ke dalam individu melalui proses internalisasi.

Berger dan Luckmann menjelaskan realitas sosial dengan memisahkan pemahaman “kenyataan” dan “pengetahuan”. Mereka mengartikan realitas sebagai kualitas yang terdapat didalam realitas-realitas, yang diakui memiliki keberadaan (being) yang tidak bergantung pada kehendak kita sendiri. Sementara, pengetahuan diartikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata (real) dan memiliki karakteristik secara spesifik.

Meskipun masyarakat dan institusi sosial terlihat nyata secara objektif, namun pada kenyataannya semuanya dibangun dalam definisi subjektif melalui proses interaksi. Objektivitas baru bisa terjadi melalui penegasan berulang-ulang yang diberikan oleh orang lain yang memiliki definisi subjektif yang sama. Pada tingkatan generalitas yang paling tinggi, manusia menciptakan dunia dalam makna simbolik yang universal, yaitu pandangan hidupnya yang menyeluruh, yang memberi legitimasi dan mengatur bentuk-bentuk sosial serta memberi makna pada berbagai bidang kehidupan.

Menurut Berger dan Luckmann, realitas sosial dikonstruksi melalui proses eksternalisasi, objektivitas, dan internalisasi. Konstruksi sosial dalam pandangan mereka, tidak berlangsung dalam ruanghampa, namun sarat dengan kepentingan-kepentingan. Jadi sebenarnya yang dimaksud oleh Berger dan Luckmann adalah telah terjadinya dialektika antara individu menciptakan masyarakat dan masyarakat menciptakan individu. Dialektika ini terjadi melalui tiga tahap peristiwa :

- 1) Eksternalisasi

Usaha pencurahan atau ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik dalam kegiatan mental maupun fisik. Ini sudah menjadi sifat dasar manusia, ia akan selalu mencurahkan diri dimana ia berada. Manusia tidak dapat kita mengerti sebagai ketertutupan yang lepas dari dunia luarnya. Manusia berusaha menangkap dirinya, dalam proses inilah dihasilkan suatu dunia,

dengan kata lain, manusia menemukan dunianya sendiri dalam suatu dunia.

2) Objektivitas

Hasil yang telah dicapai, baik mental maupun fisik dari kegiatan eksternalisasi manusia tersebut.

3) Internalisasi

Berlangsung didalam kehidupan masyarakat secara simultan dengan cara membentuk pengetahuan masyarakat.

Isi media pada hakikatnya adalah hasil konstruksi realitas dengan bahasa sebagai perangkat dasarnya. Sedangkan bahasa bukan saja sebagai alat merepresentasi realitas, namun juga bisa menentukan relief seperti apa yang akan diciptakan oleh bahasa tentang realitas tersebut. (Subandy, 1998:134)

Disatu pihak, betul media menjadi cerminan bagi keadaan di sekelilingnya. Namun dilain pihak, ia juga membentuk realitas sosial itu sendiri. Lewat sikapnya yang selektif dalam memilih hal-hal yang ingin diungkapkannya dan juga lewat caranya menyajikan hal-hal tersebut, media memberi interpretasi, bukan membentuk realitasnya sendiri. (Sobur, 2002:56)

Realitas media berbeda dengan realitas sosial. Perbedaan mendasarnya adalah bahwa realitas media diperoleh khalayaknya melalui penyajian media massa, sedangkan realitas sosial dapat diketahui dan juga dapat dialami langsung tanpa perantaraan media massa. Namun dengan terbiasanya khalayak mengkonsumsi pesan-pesan media massa dan kurangnya pengalaman langsung khalayak dengan realitas akibatnya media massa mempunyai peluang yang sangat besar untuk mempengaruhi makna dan gambaran yang dihasilkan dari realitas yang di konstruksikan.

2.2.4 Berita

Berita berasal dari bahasa sansekerta *Vrit* yang berarti “ada” atau “terjadi”, namun dapat pula dikatakan *Vritta* artinya “kejadian yang telah terjadi”. Istilah *Write* (menulis) dalam bahasa Inggris berarti kata kerja yang menunjukkan aktivitas menulis. Sedangkan istilah *News* dalam bahasa Inggris untuk maksud berita, berasal dari kata *New* (baru) dengan konotasi kepada hal-hal yang baru. Dalam hal ini segala yang baru merupakan bahan informasi bagisemua orang yang memerlukannya. Dengan kata lain, semua hal yang baru merupakan etimologis istilah berita dalam bahasa Indonesia mendekati istilah *Bericht* dalam bahasa Belanda. Besar kemungkinan kedua istilah itu berketurunan, mengingat Indonesia lama dijajah Belanda.

Dalam kamus komunikasi definisi dari berita adalah laporan informasi mengenai hal atau peristiwa yang baru saja terjadi, menyangkut kepentingan umum dan disiarkan secara cepat oleh media massa, Surat kabar, majalah, radio siaran, televisi siaran ataupun oleh media online.

Pendapat tersebut mengukuhkan asumsi peneliti bahwa masyarakat membutuhkan informasi berdasarkan tingkat kebutuhan mereka atas informasi yang disajikan. Dan kemasam suatu penyajian berita merupakan faktor yang dapat mempengaruhi masyarakat dalam mengkonsumsi suatu informasi seperti asumsi dari kusumaningrat yaitu : Pers Barat memandang berita sebagai “komoditi” sebagai “barang dagangan” yang dapat diperjualbelikan.

Menurut Williard G. Bleyer dalam Wonohito (1960:2) mendefinisikan berita sebagai segala sesuatu yang hangat dan menarik perhatian sejumlah

pembaca, dan berita yang terbaik ialah berita yang paling menarik perhatian bagi jumlah pembaca yang paling besar.

Secara teknis, jurnalistik merupakan laporan tentang fakta atau ide yang termasa yang dipilih oleh staf redaksi suatu media untuk disiarkan, yang dapat menarik perhatian pembaca, entah karena pentingnya atau pula karena mencakup segi-segi human interest.

Berita adalah laporan tentang peristiwa atau pendapat yang mempunyai nilai penting, menarik bagi sebagian khalayak, masih baru, dan dipublikasikan melalui media massa periodik.

Menurut Suhandang (2010:103) bahwa berita itu tiada lain adalah laporan atau pemberitahuan tentang peristiwa aktual yang menarik perhatian orang banyak. Peristiwa yang melibatkan fakta dan data di dalam alam semesta ini, yang terjadinya pun aktual “baru saja” atau hangat dibicarakan orang banyak.

Menurut Suhandang (2010:115-130) bahwa keseluruhan bangunan naskah berita terdiri atas tiga struktur, yaitu: *Headline* (judul) berita, *Lead* (teras) berita, dan *Body* (kelengkapan atau penjelasan berita):

- 1) *Headline*, merupakan intisari berita. Dibuat dalam satu atau dua kalimat pendek tapi cukup memberitahukan persoalan pokok peristiwa yang diberitakannya.
- 2) *Lead*, selaku sari dari beritanya, merupakan laporan singkat yang bersifat klimaks dari peristiwa yang dilaporkannya. Di dalam lead ini muncullah unsur 5 W + 1 H yaitu *What* (Apa), *Who* (Siapa), *When* (Kapan), *Where* (Di mana), *Why* (Kenapa), dan *How* (Bagaimana).

- 3) Body Pada bagian ini kita jumpai keterangan rinci dan dapat melengkapi serta memperjelas fakta atau data yang disuguhkan.

Masyarakat memandang berita sebagai sebuah fakta di lapangan yang kemudian disajikan apa adanya oleh media. Hal ini menyebabkan masyarakat merasa terkejut saat menyaksikan apa yang ditayangkan di media ternyata tidak sama dengan apa yang mereka saksikan. Dengan kata lain, apa yang ditampilkan media sudah melalui berbagai proses sehingga hasilnya tidak utuh lagi seperti fakta. Memang, tidak semua fakta bisa ditampilkan utuh dalam berita, tapi paling tidak campur tangan atau rekayasanya tidak terlalu menyimpang dari kondisi yang sesungguhnya. Dengan demikian, masyarakat harus menyadari berbagai pengaruh yang dihadapi media dalam menyampaikan sebuah berita.

Sesuatu yang disajikan media, pada dasarnya adalah akumulasi dari pengaruh yang beragam. Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese (1996), dalam *Mediating The Message: Theories of Influences on Mass Media Content*, menyusun berbagai faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam ruang pemberitaan. Mereka mengidentifikasi ada lima faktor yang mempengaruhi kebijakan redaksi dalam menentukan isi media (bandingkan dengan McQuail, 1987), sebagai berikut:

- 1) Faktor individual. Faktor ini berhubungan dengan latar belakang profesional dari pengelola media. Level individual melihat bagaimana pengaruh aspek-aspek personal dari pengelola media mempengaruhi pemberitaan yang akan ditampilkan kepada khalayak. Latar belakang

individu seperti jenis kelamin, umur, atau agama, dan sedikit banyak mempengaruhi apa yang ditampilkan media. Latar belakang pendidikan, atau kecenderungan orientasi pada partai politik sedikit banyak bisa mempengaruhi profesionalisme dalam pemberitaan media.

2) Rutinitas media, berhubungan dengan mekanisme dan proses penentuan berita. Setiap media umumnya mempunyai ukuran sendiri tentang apa yang disebut berita, apa ciri-ciri berita yang baik, atau apa kriteria kelayakan berita. Ukuran tersebut adalah rutinitas yang berlangsung tiap hari dan menjadi prosedur standar bagi pengelola media yang berada di dalamnya. Rutinitas media ini juga berhubungan dengan mekanisme bagaimana berita dibentuk. Ketika ada sebuah peristiwa penting yang harus diliput, bagaimana bentuk pendelegasian tugasnya, melalui proses dan tangan siapa saja tulisan sebelum sampai ke proses cetak, siapa penulisnya, siapa editornya, dan seterusnya.

3) Organisasi. Level organisasi berhubungan dengan struktur organisasi yang secara hipotetik mempengaruhi pemberitaan. Pengelola media dan wartawan bukan orang tunggal yang ada dalam organisasi berita, ia sebaliknya hanya bagian kecil dari organisasi media itu. Masing-masing komponen dalam organisasi media bisa jadi mempunyai kepentingan sendiri-sendiri. Di dalam organisasi media, misalnya, selain bagian redaksi ada juga bagian pemasaran, bagian iklan, bagian sirkulasi, bagian umum, dan seterusnya. Masing-masing bagian tersebut tidak selalu sejalan. Mereka mempunyai tujuan dan target

masing-masing, sekaligus strategi yang berbeda untuk mewujudkan target tersebut. Bagian redaksi misalnya menginginkan agar berita tertentu yang disajikan, tetapi bagian sirkulasi menginginkan agar berita lain yang ditonjolkan karena terbukti dapat menaikkan penjualan. Setiap organisasi berita, selain mempunyai banyak elemen juga mempunyai tujuan dan filosofi organisasi sendiri, berbagai elemen tersebut mempengaruhi bagaimana seharusnya wartawan bersikap, dan bagaimana juga seharusnya peristiwa disajikan dalam berita.

4) Ekstra media. Level ini berhubungan dengan faktor lingkungan di luar media. Meskipun berada di luar organisasi media, hal-hal di luar organisasi media ini sedikit banyak dalam banyak kasus mempengaruhi pemberitaan media. Ada beberapa faktor yang termasuk dalam lingkungan di luar media:

- a. Sumber berita. Sumber berita di sini dipandang bukanlah sebagai pihak yang netral yang memberikan informasi apa adanya, ia juga mempunyai kepentingan untuk mempengaruhi media dengan berbagai alasan: memenangkan opini publik, atau memberi citra tertentu kepada khalayak, dan seterusnya. Sebagai pihak yang mempunyai kepentingan, sumber berita tentu memberlakukan politik pemberitaan. Ia akan memberikan informasi yang sekiranya baik bagi dirinya, dan mengembargo informasi yang tidak baik bagi dirinya. Kepentingan sumber berita ini sering kali tidak disadari oleh media.

- b. Sumber penghasilan media, berupa iklan, bisa juga berupa pelanggan/pembeli media. Media harus survive, dan untuk bertahan hidup kadangkala media harus berkompromi dengan sumber daya yang menghidupi mereka. Misalnya media tertentu tidak memberitakan kasus tertentu yang berhubungan dengan pengiklan. Pihak pengiklan juga mempunyai strategi untuk memaksakan versinya pada media. Ia tentu saja ingin kepentingannya dipenuhi, itu dilakukan di antaranya dengan cara memaksa media mengembargo berita yang buruk bagi mereka. Pelanggan dalam banyak hal juga ikut mewarnai pemberitaan media. Tema tertentu yang menarik dan terbukti mendongkrak penjualan, akan terus-menerus diliput oleh media. Media tidak akan menyalakan momentum peristiwa yang disenangi oleh khalayak.
- c. Pihak eksternal seperti pemerintah dan lingkungan bisnis. Pengaruh ini sangat ditentukan oleh corak dari masing-masing lingkungan eksternal media (baca teori normatif komunikasi massa, dan teori makro). Dalam negara yang otoriter misalnya, pengaruh pemerintah menjadi faktor yang dominan dalam menentukan berita apa yang disajikan. Keadaan ini tentu saja berbeda di negara yang demokratis dan menganut liberalisme. Campur tangan negara praktis tidak ada, justru pengaruh yang besar terletak pada lingkungan pasar dan bisnis.

d. Ideologi, diartikan sebagai kerangka berpikir atau kerangka referensi tertentu yang dipakai oleh individu untuk melihat realitas dan bagaimana mereka menghadapinya. Berbeda dengan elemen sebelumnya yang tampak konkret, level ideologi ini abstrak. Ia berhubungan dengan konsepsi atau posisi seseorang dalam menafsirkan realitas.

Raymond William mengklasifikasikan penggunaan ideologi tersebut dalam tiga ranah, yaitu:

- 1) Sebuah sistem kepercayaan yang dimiliki oleh kelompok atau kelas tertentu. Definisi ini terutama dipakai oleh kalangan psikologi yang melihat ideologi sebagai seperangkat sikap yang dibentuk dan diorganisasikan dalam bentuk yang koheren. Sebagai misal, seseorang mungkin mempunyai seperangkat sikap tertentu mengenai demonstrasi buruh. Ia percaya bahwa buruh yang berdemonstrasi mengganggu kelangsungan produksi. Oleh karenanya, demonstrasi tidak boleh ada, karena hanya akan menyusahkan orang lain, membuat keresahan, mengganggu kemacetan lalu lintas, dan membuat persahaan mengalami kerugian besar. Jika bisa memprediksikan sikap seseorang semacam itu, kita dapat mengatakan bahwa orang itu mempunyai ideologi kapitalis atau borjuis. Meskipun ideologi disini terlihat sebagai sikap seseorang, tetapi ideologi di sini tidak dipahami sebagai sesuatu yang ada dalam diri individu sendiri, melainkan diterima dari masyarakat.

- 2) Sebuah sistem kepercayaan yang dibuat ide palsu atau kesadaran palsu yang biasa dilawankan dengan pengetahuan ilmiah. Ideologi dalam pengertian ini adalah seperangkat kategori yang dibuat dan kesadaran palsu dimana kelompok yang berkuasa atau dominan menggunakannya untuk mendominasi kelompok lain. Karena kelompok yang dominan mengontrol kelompok lain dengan menggunakan perangkat ideologi yang disebarkan ke dalam masyarakat, akan membuat kelompok yang didominasi melihat hubungan itu nampak natural, dan diterima sebagai kebenaran. Di sini, ideologi disebarkan lewat berbagai instrumen dari pendidikan, politik sampai media massa.
- 3) Proses umum produksi makna dan ide. Ideologi disini adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan produksi makna.

2.2.5 Jurnalistik Online

Jurnalistik Online (*Online Journalism*) disebut juga cyber journalism, jurnalistik internet, dan jurnalistik web (web journalism) merupakan “generasi baru” jurnalistik setelah jurnalistik konvensional (jurnalistik media cetak, seperti surat kabar) dan jurnalistik penyiaran (broadcast journalism-radio dan televisi).

Jurnalistik online dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian informasi melalui media internet, utamanya website. Karena merupakan perkembangan baru dalam dunia media, website pun dikenal juga dengan sebutan “media baru” (new media). Hal baru dalam “new media” antara lain informasi yang tersaji bisa diakses atau dibaca kapan saja dan dimana pun, di seluruh dunia,

selama ada komputer dan perangkat lain yang memiliki koneksi internet.
(Syamsul, 2012:11-13)

Paul Bradshaw dalam “Basic Principal of Online Journalism” (onlinejournalismblog.com) menyebutkan, ada lima prinsip dasar jurnalistik online yang disingkat menjadi B-A-S-I-C yang artinya *Brevity, Adaptability, Scannability, Interactivity, Community & Conversation*.

- 1) Brevity (ringkas) berarti dalam penulisan jurnalisme online harus singkat, padat dan jelas. Hal ini ditujukan agar audience betah ketika membaca tulisan di dalam media online. Bahkan dalam liputan video sekalipun, video 3 menit pun sudah dianggap terlalu lama. Menurut Jacob Nielsen, saat ini audience kini membaca 25% lebih lama dan 25% tersebut belum sampai 28% dari isi pesan/berita di media online. Alasan lain yang mendukung adalah efektifitas bandwidth.
- 2) Adaptability adalah penyesuaian diri terhadap teknologi. Teknologi semakin berkembang, seorang jurnalis dituntut untuk mampu beradaptasi disemua kondisi termasuk beradaptasi dengan teknologi baru. Teknologi baru menciptakan jurnalisme online sehingga para jurnalis juga dituntut untuk mampu menggunakan beberapa aplikasi dari internet seperti *hypertext, audio, video, animation, blog, email, live chat, mapping*, dan sebagainya.
 - a. Seorang jurnalis online juga harus mampu memenuhi kriteria skill seperti, skill penulisan yang aktual dan kedalaman informasi, harus selalu memantau informasi dan isu yang ada di

media sosial melalui *RSS Feed*. Kemampuan video, audio, dan foto juga software editing perlu dikuasai juga oleh seorang jurnalis. Jurnalis online juga harus mampu menguasai media sosial, web, blog, dan sebagainya.

- 3) Scannability memudahkan para audience dalam pencarian informasi, karena audience berorientasi pada isi pesan. Produk jurnalisme online harus memudahkan dimengerti pembaca, jika tidak kemungkinan audience yang akan mencari informasi di website lain akan meningkat.
- 4) Interactivity dalam jurnalisme online sangat interaktif sehingga audience dapat melakukan kontrol penuh. Dalam media online para audience tidak hanya berperan sebagai konsumen tetapi dapat juga berperan sebagai produser, hal ini memungkinkan audience untuk berinteraksi baik sebagai sesama konsumen ataupun sebagai sesama produser. Komunikasi dari publik kepada jurnalis dalam jurnalisme online sangat dimungkinkan dengan adanya akses yang semakin luas.
- 5) Community & Conversation (konsep web 2.0) berarti media online adalah penjaring komunitas, pada intinya membuat komunitas dan feedback kepada publik sebagai sebuah balasan atas interaksi yang dilakukan publik.

Tidak semua berita dapat dipublikasikan atau "layak muat" (*fit to print, fit to broadcast*). Untuk dapat dipublikasikan di media, sebuah berita haruslah memenuhi karakteristik yang dikenal dengan "nilai-nilai berita". Nilai berita digunakan untuk mengukur layak tidaknya suatu tulisan diangkat menjadi berita.

Semakin tinggi nilai berita yang dikandung dalam sebuah peristiwa semakin kuat peristiwa tersebut diangkat sebagai berita. Sebaliknya, semakin rendah nilai beritanya semakin rendah pula peristiwa tersebut diangkat sebagai berita.

Masing- masing pakar jurnalistik memiliki karakteristik tersendiri mengenai nilai berita. Asep Syamsul M. Romli dalam bukunya *Jurnalistik Praktis untuk Pemula* (Penerbit: Rosdakarya Bandung), menyebutkan ada empat nilai berita yaitu :

1. Cepat, yaitu aktual atau ketepatan waktu. Berita adalah sesuatu yang baru (new)
2. Nyata, yaitu informasi tentang sebuah fakta (fact) yang terdiri dari kejadian nyata, pendapat, dan pernyataan sumber berita.
3. Penting, yaitu menyangkut kepentingan orang banyak.
4. Menarik, yaitu mengundang orang untuk membaca berita yang kita tulis.

Nilai berita lainnya antara lain peristiwa yang dekat dengan kalayak, berpengaruh terhadap hidup orang banyak atau dampak dari peristiwa itu ke masyarakat, melibatkan orang-orang terkenal atau ketokohan orang yang terlibat dalam peristiwa tersebut, menyangkut hal- hal luar biasa atau hal biasa tetapi menumbuhkan rasa simpati, empati, iba, atau menggugah, serta aktual dan baru terjadi.

2.2.6 Media Online

Per definisi, media online (*online media*) disebut juga *cybermedia* (media siber), *internet media* (media internet), dan *new media* (media baru), dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara online di situs web (*website*) internet.

Pedoman Pemberitaan Media Siber (PPMS) yang dikeluarkan Dewan Pers mengartikan media siber sebagai “segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, serta memenuhi persyaratan Undang-Undang Pers dan Standar Perusahaan Pers yang ditetapkan Dewan Pers.

Media online bisa dikatakan sebagai media “generasi ketiga” setelah media cetak dan media elektronik. Media online merupakan produk jurnalistik online atau *cyber journalism* yang didefinisikan sebagai pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet.

Dalam perspektif studi media atau komunikasi massa, media online menjadi objek kajian teori “media baru” (*new media*), yaitu istilah yang mengacu pada permintaan akses konten (isi/ informasi) kapan saja, di mana saja, pada setiap perangkat digital serta umpan balik pengguna interaktif, partisipasi kreatif, dan pembentukan komunitas sekitar konten media, juga aspek generasi “real-time”.

New media merupakan penyederhanaan istilah terhadap bentuk media di luar lima media massa konvensional, seperti televisi, radio, majalah, koran, dan

film. Sifat new media adalah cair, konektivitas individual, dan menjadi sarana untuk membagi peran kontrol dan kebebasan (Chun, 2006).

Secara teknis, media online adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Termasuk kategori media online adalah portal, website (situs web, termasuk blog dan media sosial seperti facebook dan twitter), radio online, TV online, dan email. Salah satu kategori favorit di media online adalah website berita (*news online media*), karena situs berita merupakan media online yang paling umum diaplikasikan dalam praktik jurnalistik modern dewasa ini.

Berdasarkan sisi pemilik atau publisher, jenis-jenis situs berita online dapat digolongkan menjadi enam jenis, di antaranya:

- 1) News Organization Website: situs lembaga pers atau penyiaran, misalnya edisi online surat kabar, televisi, agen berita, dan radio.
- 2) Commercial Organization Website: situs lembaga bisnis atau perusahaan, seperti manufaktur, retailer, dan jasa keuangan, termasuk toko-toko online (*online store*) dan bisnis online.
- 3) Website Pemerintah: di Indonesia ditandai dengan domain [dot] go.id seperti indonesia.go.id (Portal Nasional Indonesia), setneg.go.id, dan dpr.go.id.
- 4) Website Kelompok Kepentingan (Interest Group), termasuk website ormas, parpol, dan LSM.

- 5) Website Organisasi Non-Profit: seperti lembaga amal atau grup komunitas.
- 6) Personal Website (Blog).

Karakteristik sekaligus keunggulan media online dibandingkan “media konvensional” (cetak/elektronik) identik dengan karakteristik jurnalistik online, antara lain:

- 1) Multimedia: dapat memuat atau menyajikan berita/ informasi dalam bentuk teks, audio, video, grafis, dan gambar secara bersamaan.
- 2) Aktualitas: berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
- 3) Cepat: begitu diposting atau diunggah, langsung bisa diakses semua orang.
- 4) Update: Pembaruan informasi dapat dilakukan dengan cepat baik dari sisi konten maupun redaksional, misalnya kesalahan ketik/ ejaan. Informasi pun disampaikan secara terus-menerus.
- 5) Fleksibilitas: pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan di mana saja, juga jadwal terbit bisa kapan saja.
- 6) Kapasitas luas: halaman web bisa menampung teks sangat panjang.
- 7) Luas: menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
- 8) Interaktif: dengan adanya fasilitas kolom komentar dan *chat room*.
- 9) Terdokumentasi: informasi tersimpan di “bank data” (arsip) dan dapat ditemukan melalui “link”, “artikel terkait”, dan fasilitas “cari”.

10) Hyperlinked: terhubung dengan sumber lain (*links*) yang berkaitan dengan informasi tersaji.

Ada juga karakteristik media online yang menjadi kekurangannya, di antaranya:

- 1) Ketergantungan dari perangkat komputer dan koneksi internet. Jika tidak ada listrik, baterai habis, dan tidak ada koneksi internet, juga tidak ada browser, maka media online tidak bisa diakses.
- 2) Bisa dimiliki dan dioperasikan oleh “sembarang orang”. Mereka yang tidak memiliki keterampilan menulis sekalipun dapat menjadi pemilik media online dengan isi berupa “copy-paste” dari informasi situs lain.
- 3) Adanya kecenderungan “mudah lelah” saat membaca informasi media online, khususnya naskah yang panjang.
- 4) Akurasi sering terabaikan. Karena mengutamakan kecepatan, berita yang dimuat media online sering kali tidak seakurat media cetak, utamanya dalam hal penulisan kata atau “*typo*”.

Dari segi konten, yang disajikan media online secara umum sama dengan media cetak seperti koran atau majalah, yakni terdiri dari berita (*news*), artikel opini (*views*), feature, foto, dan iklan yang dikelompokkan kategori tertentu, misalnya kategori berita nasional, ekonomi, olah raga, dan politik.

Media online diragukan dari sisi kredibilitas mengingat banyak orang yang tidak memiliki keterampilan menulis (jurnalistik) yang memadai pun bisa

mempublikasikan informasinya. Kredibilitas tinggi umumnya dimiliki media online yang dikelola oleh lembaga pers yang juga menerbitkan edisi cetak atau elektronik. Mengenai kredibilitas media online, penelitian umumnya menemukan tingkat kepercayaan publik terhadap berita online sama dengan media lainnya.

2.2.7 Model Jurnalisme Islami

Sekarang ini sungguh banyak media massa yang menzalimi umat islam tanpa kita sadari. Kata-kata yang terdengar indah pun mulai bermunculan, padahal dibalik itu terdapat sikap kejahatan yang akan menghancurkan pola pikir umat islam serta membangun opini publik demi kepentingan pemegang saham media tersebut atau pun pihak yang berkuasa.

Dalam acara pendidikan dan pelatihan jurnalistik, jamak didoktrinkan bahwa seorang jurnalis perlu ditanamkan sikap skeptis dalam menyikapi informasi yang hendak ditulis. Sikap skeptis adalah sikap kritis atas informasi yang diterima, tidak asal menelan atau percaya begitu saja. Sikap skeptis menurut seorang jurnalis melakukan upaya klarifikasi dan konfirmasi kepada pihak-pihak yang terkait dengan berita tersebut.

Dengan metode kerja seperti diatas, seorang jurnalis sudah berusaha menghadirkan informasi dengan apa adanya tanpa berpihak. Inilah paham jurnalisme yang dianut secara universal. Jika kita ketat dengan paham seperti ini, maka produk jurnalistik adalah bebas nilai. Bagaimana dengan islam? Secara perinsip, jurnalisme islami adalah model jurnalisme yang mengedepankan proses tabayyun atau cek dan ricek.

Sikap skeptis yang bebas nilai itu berbeda dengan sikap tabayyun. Tabayyun mempunyai nilai-nilai kebenaran yang diperjuangkan. Jika skeptis hanya menghasilkan informasi yang berimbang, sedangkan tabayyun membuahakan informasi yang benar. Jika sikap skeptis hanya sampai pada klarifikasi dan konfirmasi, maka tabayyun melakukan verifikasi bukan hanya atas informasi tapi juga terhadap siapa yang menyampaikannya. Dengan proses tabayyun seperti itu, maka kebenaran berita akan terungkap.

2.2.8 Media Arus Utama dan Media Alternatif

Media massa mempunyai beberapa dampak dalam kehidupan pribadi dan masyarakat. Hasil dari melihat bagaimana dampak-dampak tersebut terhadap masyarakat adalah munculnya kesimpulan bahwa masyarakat bukanlah kumpulan individu yang pasif tapi merupakan kesatuan yang aktif dan memberikan respon terhadap informasi-informasi yang diberikan. Model komunikasi yang memperlihatkan bagaimana media massa dan masyarakat saling berinteraksi adalah model *uses and gratification*.

Model tersebut mengatakan masyarakat khalayak adalah kesatuan yang aktif yang bebas menentukan informasi atau hiburan apa yang mereka akan dapatkan sehingga media harus memasuki arena kompetisi gratifikasi untuk bisa mendapatkan perhatian penuh dari khalayak karena khalayak akan memilih media massa yang mampu memberikan gratifikasi yang tinggi bagi mereka. Model ini memberikan gambaran bahwa media massa harus bisa memenuhi kebutuhan

masyarakat sebagai khalayak. Salah satu perbedaan media mainstream dan media alternatif berasal dari kepemilikan terhadap suatu media.

Media arus utama atau mainstream adalah media yang pegang oleh industri media. Sementara itu, media alternatif adalah media yang dipegang oleh mereka selain dari industri media. Defenisi media mainstream dan media alternatif sulit untuk dipastikan karena defenisi mainstream dan alternatif dari suatu objek di tempat yang satu berbeda dengan tempat yang lain. Yang perlu kita lakukan adalah memahami apa yang membuat suatu media bersifat mainstream dan apa yang membuat suatu media bersifat alternatif. Noam Chomsky mengatakan,

“If you want to understand the media, or any other institution, begin by asking questions about the internal institutional structure. And you ask about their setting in the broader society. How do they relate to other systems of power and authority? If you’re lucky, there is an internal record from leading people that tells you what they are up to.”

“Jika kalian berharap untuk memahami media, atau institusi yang lain, mulailah dengan mempertanyakan pertanyaan tentang internal struktur institusionalis. Dan bertanyalah tentang tata cara mereka dalam masyarakat yang lebih luas. Bagaimana mereka saling berhubungan dengan sistem kekuasaan dan otoritas yang lain? Jika kamu beruntung, akan ada rekaman internal dari orang yang memimpin yang memberitahukan kepada dirimu apa yang mereka inginkan.”

Defenisi mainstream sering dianggap sebagai sesuatu yang sudah ada sebelumnya dan alternatif adalah sesuatu yang baru dan berbeda dari mainstream. Kita bisa mengambil dasar tersebut dengan mengatakan bahwa media alternatif akan selalu berusaha memberikan yang berbeda daripada yang dihasilkan oleh media mainstream. Tujuannya sudah jelas sebagai referensi tambahan atau bahkan referensi yang berlawanan kepada khalayak. Media mainstream adalah media dengan fungsi doktrin yang artinya mampu menanamkan wacana apa yang para

pemilik media inginkan atau pemilik media mampu menentukan apa yang khalayak pikirkan atau lebih dikenal dengan agenda setting.

Noam Chomsky mengatakan,

“The real mass media are basically trying to divert people. Let them do something else, but don’t bother us (us being the people who run the show). Let them get interested in professional sports, for example. Let everybody be crazed about professional sports or sex scandals or the personalities and their problems or something like that. Anything, as long as it isn’t serious. Of course, the serious stuff is for the big guys.”

“Media massa yang sebenarnya pada dasarnya selalu mencoba memecah orang. Biarkan mereka melakukan hal yang lain, tapi jangan mengganggu kami (kami menjadi orang menjalankan acara). Contohnya, biarkan mereka tertarik akan olahraga profesional. Biarkan semua orang tergilagila tentang olahraga profesional atau skandal seks atau kepribadian dan masalah mereka atau sesuatu yang seperti itu. Apapun mereka boleh lakukan, asalkan bukan sesuatu yang serius. Karena, segala sesuatu yang serius adalah milik orang-orang besar.”

Media massa yang bersifat mainstream mempunyai kecenderungan untuk memberikan informasi yang sekadarnya. Fungsi agenda setting mereka menyebabkan masyarakat hanya sadar akan hal-hal yang sepele dan tidak pernah bisa memikirkan sesuatu yang besar. Hal ini dapat disebabkan karena mereka merasa bahwa diri mereka adalah satu-satunya media massa. Ini alasan yang memancing munculnya media massa alternatif. Media alternatif adalah media massa yang merupakan lawan dari media mainstream. Seperti yang disebutkan sebelumnya definisi media alternatif adalah hal yang sulit dipastikan.

“The apparent looseness in defining terms in this field has led some critics to argue that there can be no meaningful definition of the term ‘alternative media’ “

“Kekurangan yang terlihat dalam mengartikan atau memahami istilah tersebut telah menimbulkan beberapa kritik bahwa tidak definisi yang bermakna dari media alternatif.”

Defenisi alternatif bisa dipahami dengan cara memahami defenisi radikal terlebih dahulu. Karena kedua definisi tersebut serngkali berkaitan dalam eksistensinya.

“Whilst 'radical' encourages a definition that is primarily concerned with (oftenrevolutionary) social change (and 'Radical' the same for a specific period of English history), 'alternative' is of more general application.”

“Jika ‘radikal’ menimbulkan sebuah defenisi yang lebih disamakan dengan (sering nya dengan revolusionari) perubahan sosial (dan ‘radikal; yang sama untuk sebuah periode tertentu dalam sejarah inggris), ‘alternatif’ adalah aplikasi yang lebih umum.”

Dengan kata lain media alternatif akan selalu dihubungkan dengan perubahan sosial tapi hal tersebut tidak memberikan kita perbedaan antara media mainstream dan media alternatif. Sebagai sebuah media, baik itu mainstream ataupun alternatif, keduanya tidak mudah lepas dari fungsi mereka sebagai media massa, baik dengan satu fungsi atau lebih. Ketika menghubungkan perubahan sosial kita akan berbicara tentang fungsi tambahan selain dari fungsi pengawasan, korelasi, sosialisasi, dan hiburan. Istilah alternatif akan selalu merujuk kepada sesuatu yang berbeda dari yang biasa karena memiliki sesuatu yang tidak dimiliki oleh yang mainstream.

“...that alternative media 'have created new spaces for alternative voices that provide the focus both for specific community interests as well as for the contraryand the subversive'.”

“...bahwa media alternatif telah ‘menciptakan ruang baru untuk suara alternatif yang menyediakan fokus baik kepada komunitas kepentingan tertentu atau untuk komunitas yang berlawanan dan bergerak dibawah’.”

Hal itulah yang membuat media alternatif selalu dihubungkan dengan perubahan sosial, bukan hanya dari segi pemahaman defenisi istilah alternatif tapi

juga dari keunggulannya yang menyediakan “ruang”. Dimana “ruang” tersebut akan menyediakan akomodasi untuk melakukan perubahan sosial.

2.2.9 Ideologi

Ketika media dikendalikan oleh berbagai kepentingan ideologis yang ada dibalikinya, media sering dituduh sebagai perumus realitas, sesuai dengan ideologi yang melandasinya, bukan menjadi cermin realitas. Ideologi tersebut menyusup dan menanamkan pengaruhnya lewat Media secara tersembunyi dan mengubah pandangan seseorang secara tidak sadar.

Sekarang ini istilah ideologi memang mempunyai dua pengertian yang saling bertolak belakang. Secara positif, ideologi dipersepsi sebagai suatu pandangan dunia yang menyatakan nilai-nilai suatu kelompok sosial tertentu untuk membela dan memajukan kepentingan-kepentingan mereka. Sedangkan secara negatif, ideologi dilihat sebagai kesadaran palsu, yaitu suatu kebutuhan untuk melakukan penipuan dengan cara memutarbalikkan pemahaman orang mengenai realitas social.

Sebuah media yang lebih ideologis umumnya muncul dengan konstruksi realitas yang bersifat pembelaan terhadap kelompok yang sealian dan penyerahan kepada kelompok yang berbeda haluan. Dalam sistem libertarian, kecenderungan ini akan melahirkan fenomena media partisan dan non partisan.

Althusser punya dua tesis tentang ideologi. Tesis pertamanya mengatakan bahwa ideologi itu adalah representasi dari hubungan imajiner antara individu dengan kondisi eksistensi nyatanya. Apa yang direpresentasikan di situ bukan

relasi riil, tapi relasi imajiner antara individu dengan suatu keadaan di mana mereka hidup didalamnya. Tesis kedua mengatakan bahwa representasi gagasan yang membentuk ideologi itu tidak hanya mempunyai eksistensi spiritual, tapi juga eksistensi material.

Althusser menyatakan bahwa sejarah ideologi ada sejak manusia lahir. Bentuk ideologi adalah harapan, cita-cita, ilusi, mimpi, atau muncul dari alam bawah sadar. Di sini Althusser memakai teori alam bawah sadar Freudian. Oleh karena itulah ideologi bersifat imajiner berkaitan dengan kondisi riil manusianya.

Kemudian Althusser memakai pendekatan ideologi dari sisi sosial manusia. Manusia sebagai makhluk sosial tidak dapat hidup sendiri, berinteraksi, berkelompok. Disinilah ideologi memiliki eksistensi material.

Ideologi selalu bersifat menginterpelasi (memanggil) individu menjadi subjek (individu yang melakukan pekerjaan) kongkrit dalam kesehariannya. Individu karena pengaruh ideologinya, mewujudkan diri sebagai subjek kongkrit mengikuti apa yang diinginkan oleh ideologi. Dalam situasi demikian, semua individu atau subjek tenggelam pada ideologi.

Konsep ideologi Althusser menjadi terkenal dan menarik ketika dikaitkan dengan negara, relasi penguasa dengan yang dikuasai. Althusser menyebutkan dua mekanisme utama penguasa menguasai dan memungkinkan warga sebuah negara tunduk dengan aturan-aturan yang berlaku, yakni represif dan ideologis. Kedua dimensi ini erat dengan eksistensi negara sebagai alat menguasai.

Althusser tidak berniat untuk membebaskan manusia dari ideologi. Baginya, setiap orang berperan menyebarkan ideologi dan menjadikan masyarakat ideologis. Ideologi-ideologi itu terbina lewat banyak hal seperti, mitos, agama, interaksi sosial. Ideologi merupakan semacam perekat bagi bersatunya anggota-anggota masyarakat. Inilah sisi positif dari ideologi, di samping itu ideologi juga merupakan reaksi terhadap suatu dominasi.

Pemikiran Althusser tak dapat dilepaskan dari konteks gerakan kiri Eropa pertengahan abad ke-20, paska perang dunia II, perang dingin dan konflik gerakan kiri internasional. Pandangannya berpengaruh dalam pemikiran kiri kontemporer dan filsafat postmodern. Foucault adalah salah satu filsuf besar yang disebut terpengaruh oleh pemikiran Althusser. Ide-idenya juga terus dikembangkan lewat jurnal *Rethinking Marxism* dan *Décalages*.

Seiring dengan pemikiran Karl Marx mengenai proses produksi kapitalis yang secara meyakinkan terbukti dalam *Capital*, Louis Althusser melatari pemikirannya dengan kondisi produksi yang sebelumnya diungkapkan Marx ini. Althusser yang lahir di Birmandries dekat kota Aljier, Aljazair ini mengungkapkan bahwa setiap formasi sosial muncul dari modus produksi dominan, di mana memungkinkan berfungsinya kekuatan produksi yang telah ada sebelumnya, di dalam dan di bawah relasi produksi yang definitif.

Dengan demikian, untuk mempertahankan keberadaan praktek produksi tersebut, dan demi meraih kemampuan untuk memproduksi, maka setiap tatanan

sosial mesti mereproduksi kondisi produksi pada saat yang sama. Karena itu, tatanan sosial harus mereproduksi kekuatan produktif dan hubungan produktif yang sudah ada (Althusser, 2008: 4).

Reproduksi tenaga kerja tidak hanya membutuhkan reproduksi keahlian mereka, tetapi juga (pada saat yang sama) reproduksi ketundukan (submission) SDM kepada aturan-aturan yang sudah mapan. Misalnya, reproduksi ketundukan terhadap ideologi yang sedang beroperasi terhadap para pekerja, dan reproduksi keahlian dalam memanipulasi ideologi yang sedang beroperasi secara tepat, bagi agen-agen eksploitasi dan represi, sehingga mereka pun akan tunduk kepada dominasi kelas yang berkuasa (Althusser, 2008: 9).

Terlepas kritik yang menyebutkan Althusser terperangkap pada semangat idealisme modern yang sebenarnya justru ingin dilawan oleh Marxisme. Gagasanya tentang ideologi sebagai medan peperangan antar kelas menjadi sesuatu yang menarik untuk diperhatikan.