BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan media massa saat ini erat kaitannya dengan komunikasi, disadari atau tidak bahwa manusia selalu melakukan interaksi sosialnya melalui komunikasi, baik lisan maupun tulisan untuk menyampaikan suatu informasi secara langsung atau tidak langsung. Sehingga dengan seiring perkembangan teknologi komunikasi tersebut media massa pun terbagi menjadi media cetak dan media elektronik yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat.

Hampir semua kegiatan manusia menghabiskan waktunya untuk berkomunikasi, sejak bangun tidur sampai tertidur lagi. Dalam buku *The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice,* Berlo mengatakan bahwa, "Bukti riset menunjukkan bahwa 70 persen orang Amerika menghabiskan waktu kerjanya untuk berkomunikasi, baik mendengarkan, berbicara, membaca, dan menulis." (Berlo, 1960:1)

Media massa, baik media cetak *(printed media)* atau media elektronik *(electronic media)* memiliki kelebihan dan keunggulannya masing-masing dalam menyampaikan informasi. Yang termasuk media massa cetak adalah koran atau suratkabar, tabloid, majalah, buku, *newsletter*, dan buletin. Sedangkan yang termasuk media massa elektronik yaitu radio, televisi, film, termasuk CD

(Compact Disk), dan internet. Manusia sebagai penggunanya harus pintar memanfaatkan informasi yang disajikan, agar mencapai tujuan yang diinginkan.

Oleh karena itu, media massa sangat berperan penting sebagai wadah yang bergerak dibidang pencarian, pengolahan dan penyebarluasan informasi. "Media Massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi." (Cengara,2004:122)

Pesan yang disampaikan media massa sifatnya umum, karena ditujukan untuk khalayak, penataan pesan tergantung kepada media yang digunakan yaitu berbeda satu dengan yang lainnya. Mengapa disebut demikian, karena penataan pesan dalam media elektronik maupun media cetak dirancang untuk menarik perhatian dan memukau khalayak, yang bertujuan untuk memberikan pengaruh dalam perubahan sikap, pandangan, dan prilaku mereka.

Seperti yang dikemukakan Romli dalam buku Jurnalistik Terapan, *Pedoman Kewartawanan dan Kepenulisan* bahwa:

> Media massa *(Mass Media)* singkatan dari Media Komunikasi Massa, merupakan *channel of mass communication*, yaitu saluran, alat, atau sarana yang dipergunakan dalam proses komunikasi massa. Komunikasi Massa sendiri, merupakan penyampaian pesan, gagasan, atau informasi yang ditujukan kepada orang banyak melalui media massa *(communicating with media)*. (Romli, 2005:5)

Peran media massa tidak dapat begitu saja dilepaskan dalam kehidupan masyarakat, hal ini disebabkan masyarakat yang konsumtif akan suatu informasi yang dapat menunjang kehidupan mereka. Jadi, keberadaan media massa merupakan penghubung komunikasi massa untuk menjangkau khalayak banyak, dimana pesan yang disampaikan oleh media massa itu bersifat umum dan

disampaikan secara tepat serta terbuka untuk semua orang. Pesan (*message*) yang terdapat di media massa ini terdiri dari dua aspek yaitu isi pesan (*the content of message*) dan lambang (*symbol*) untuk mengekspresikannya. Contohnya seperti pesan pada media radio adalah bahasa lisan, pada surat kabar adalah bahasa tulisan dan ada juga objek visualnya, sedangkan pada film dan televisi adalah lisan dan gambar.

Keunggulan utama media massa adalah ia mampu untuk menjangkau khalayak *(audience)* dimana saja. Media massa berperan dalam menambah pengetahuan, mengubah perilaku maupun mengubah pendapat dengan suatu maksud tertentu yang ingin dicapai. Tidak hanya itu saja khalayak selalu mempunyai rasa ingin tahu tentang kejadian yang ada disekitarnya, tapi mereka tidak bisa memenuhi itu tanpa bantuan pihak lain. Dalam hal ini dibutuhkan suatu pranata atau lembaga yang dapat mencari informasi dan dapat memenuhi kebutuhan khalayak, lembaga yang dimaksud adalah pers.

Menurut Romli istilah pers dalam buku Jurnalistik Terapan, *Pedoman Kewartawanan dan Kepenulisan,* yaitu:

> Dalam *Leksikon Komunikasi*, pers punya banyak arti:
> 1. Usaha percetakan atau penerbitan.
> 2. Usaha pengumpulan atau penyiaaran berita.
> 3. Penyiaran berita melalui media massa.
> 4. Orang-orang yang bergerak dalam penyiaran berita.
> 5. Media penyiaran, yaitu media massa.
> 6. Ada pula pendapat, pers merupakan singkatan dari persuratkabaran. (Romli, 2005:6-7)

Media massa, jurnalistik, dan pers merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan, karena sama-sama bermuara pada dunia kewartawanan dan kepenulisan. Media massa mengarah pada benda atau “produk aktivitas”

tersebut tempat dituangkan atau disiarkannya aktivitas kewartawanan dan kepenulisan, sedangkan jurnalistik lebih mengarah pada "aktivitas atau proses kerja kewartawanan dan kepenulisan, pers sendiri lebih mengandung pengertian lembaga atau perusahaan yang bergerak di bidang penyiaran hasil kerja wartawan atau penulis.

Pers tidak hanya sebagai sarana untuk menyiarkan atau menginformasikan produk-produk jurnalistik saja, tetapi pers juga memiliki fungsi-fungsi lain. Seperti yang dikatakan oleh Effendy Bahwa: "Pada Zaman modern seperti sekarang ini, jurnalistik tidak hanya mengelola berita, tetapi juga aspek-aspek lain untuk isi surat kabar. Karena itu fungsinya bukan lagi menyiarkan informasi, tetapi juga mendidik, menghibur, dan mempengaruhi agar khalayak melakukan kegiatan tertentu." (Effendy, 2003:93)

Pers dalam memenuhi tuntutan kebutuhan informasi khalayak yang berkualitas, harus mengacu pada prinsip mengutamakan kepentingan khalayak. Salah satu caranya, adalah pemilihan kata atau diksi yang tepat. Seorang penulis atau seorang jurnalis harus pandai memilih kata untuk memberikan tekanan makna pada pesan yang ingin disampaikan. Kepiawaian memilih kata bukan karena penguasaan kosa kata atau perbendaharaan kata yang sangat banyak dan variatif, melainkan juga terbiasa menulis. Seperti yang dikemukakan Haris Sumadiria dalam bukunya "Bahasa Jurnalistik: Panduan Praktis Penulis dan Jurnalis", mengungkapkan bahwa diksi kerap terkait dengan, diantaranya:

- Kata Bersinonim
  Kata bersinonim berarti kata yang sejenis, sepadan, sejajar, serumpun dan memiliki arti yang sama. Seorang penulisan atau

jurnalis harus dapat memilih kata bersinonim dengan cermat dan akurat.

- Kata Bernilai Rasa
  Tidak hanya kecap yang memiliki rasa manis, asin, atau rasa sedang. Bahasa pun, termasuk bahasa jurnalistik, memiliki cita rasa. Cita rasa suatu kata atau kalimat, akan banyak ditentukan oleh tingkat kepiawaian dan pengalaman si penutur atau penulis dalam meramu bumbu masakannya. Ia harus menguasai kosa kata, perbendaharaan kata, dan tata bahasa.
- Kata Konkret
  Kata-kata konkret ialah kata-kata yang menunjuk kepada objek. Kata-kata konkret lebih mudah dipahami daripada kata-kata abstrak, dan kata-kata konkret dapat lebih efektif jika dipakai dalam narasi atau deskripsi.
- Kata Abstrak
  Kata-kata abstrak ialah kata-kata yang menunjuk kepada suatu konsep, atau gagasan. Kata abstrak banyak digunakan untuk klasifikasi dan generalisasi.
- Kata Umum
  Kata-kata umum ialah kata-kata yang luas ruang lingkupnya. Kata-kata umum sesungguhnya bertentangan dengan prinsip akurasi dalam etika dasar jurnalistik. Akurasi berarti ketalitian dan ketepatan secara spesifik.
- Kata Khusus
  Kata-kata khusus ialah kata-kata yang sempit ruang lingkupnya. Makin khusus, makin jelas maksud dan maknanya. Kata-kata khusus lebih menegaskan pesan, memusatkan perhatian dan pengertian, serta sangat selaras dengan prinsip akurasi dalam etika dasar jurnalistik.
- Kata Lugas
  Kata yang lugas adalah kata yang sekaligus juga ringkas, tidak berupa frasa panjang. (Sumadiria, 2008:30-33)

Dalam penelitian ini penulis memilih media massa cetak sebagai media yang diteliti. Media massa cetak dapat menyampaikan informasi-informasi yang sesuai dengan tujuan penerbitannya, sehingga memiliki khalayak pembaca sendiri. Media cetak mempunyai kekuatan dan citranya tersendiri, media jenis ini diyakini sebagai sebuah media pers yang memiliki ketajaman dan akurasi pemberitaan yang sangat kuat dan tepat. Terbukti dengan banyak ruang atau kolom yang bisa dijadikan tempat untuk mengungkap hal-hal yang penting sekali secara mendetail,

berbeda dengan tidak dapat dipungkiri peran media cetak sebagai penyedia dewasa ini tidak dapat dipisahkan. Dengan kata lain, media cetak meskipun sudah ketinggalan tetapi masih banyak peminatnya. Meskipun media cetak saat ini telah tertinggal dari media elektronik namun artikel yang terdapat dimedia cetak dapat disimpan menjadi sebuah dokumentasi yang penting.

Pada dasarnya setiap jenis media mampu memberikan informasi bagi khalayak. Namun surat kabar menjadi jenis media yang paling sering disentuh oleh masyarakat karena cara penyajiannya yang mudah diterima khalayak. Fungsi surat kabar ialah menyiarkan informasi, mendidik, menghibur, dan mempengaruhi khalayak. (Effendy, 2003: 93)

Seperti, harian Umum Radar Bandung yang selalu memberikan informasi kepada khalayak tentang berbagai macam peristiwa baik berita dalam negri maupun luar negri. Berita-berita yang biasa disajikan seputar ekonomi, budaya, sosial, politik, dan hiburan.

Dari hasil prapenelitian yang peneliti lakukan, didapatkan hasil bahwa harian umum Radar Bandung terbit setiap hari. Kategorisasi berita yang disajikan yakni diantaranya: berita utama, berita ekonomi, berita kriminal, berita olah raga, berita politik, berita pendidikan, berita hukum, dan berita hiburan. Dari hasil penelitian peneliti ternyata, dalam harian umum Radar Bandung terdapat rubrik-rubrik diantaranya: rubrik Event & Bisnis, Berita Utama, Opini, Total Sport, Persib, Radar Sport, Metropolis, Selebritis, Cimahi, KKB & Dalem Bandung, Satelit Jatinangor, Edukasi, dan Radar Sumedang.

Onong Uchjana Effendy dalam Kamus Komunikasi mengatakan bahwa: Istilah Rubrik dalam bahasa Belanda berarti ruangan pada halaman surat kabar, majalah, atau media cetak lainnya, mengenai suatu aspek atau kegiatan dalam kehidupan masyarakat. (Effendy, 1989:316)

Rubrik adalah alokasi halaman untuk memuat tulisan-tulisan tertentu yang setema. Nama halaman sebagai identitas bahwa halaman tersebut berisikan tulisan-tulisan bertema khusus. (Romli, 2005:113)

Opini merupakan pernyataan media terhadap persoalan yang tengah dibahasnya. Melalui pertanyaan-pertanyaan, sikap sebuah media terlihat kemudian masyarakat paham. (Santana, 2005:67)

Rubrik Opini pada harian Umum Radar Bandung berisikan tentang pendapat atau pernyataan dari penulis ternama, pakar, pengamat, atau analis. Pada saat penelitian, rubrik opini ini terletak dihalaman tujuh atau halaman ganjil yang artinya berada diposisi sebelah kanan. Terletak disudut bawah kanan dengan ukuran lebar 25 sentimeter dan panjang 16,5 sentimeter. Rubrik ini hampir setiap hari terbit kecuali pada hari minggu dan hari libur nasional, rubrik opini ini tidak diterbitkan yang digantikan dengan rubrik tentang seputar wanita.

Dalam penelitian ini, peneliti meneliti rubric opini di harian umum Radar Bandung selama dua minggu, yang terhitung mulai tanggal 17 hingga 31 Januari 2011. Selama dua minggu Radar Bandung tidak setiap hari menerbitkan rubrik opini, terutama pada hari libur nasional. Karena redaksi memiliki alasan yaitu pembaca menginginkan berita yang ringan dan menghibur ketika dalam kondisi hari libur.

Tidak jarang seorang penulis dalam menulis karyanya untuk menyampaikan pendapat atau pernyataannya dalam rubrik Opini tersebut, seringkali kurang tepat dalam pemakaian katanya. Sebuah kata yang tepat untuk menyatakan suatu maksud tertentu, bisa saja tidak dapat diterima oleh orang lain. Sehingga pilihan kata atau diksi harus pula senantiasa mempertimbangkan dimensi psikologis dan dimensi sosiologis suatu masyarakat.

Bertolak dari latar belakang masalah diatas maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut : **Sejauhmana Isi Rubrik Opini di Harian Umum Radar Bandung Ditinjau Dari Diksi Bahasa Jurnalistik?**

1.2 Identifikasi Masalah

1. Sejauhmana isi rubrik opini di harian umum Radar Bandung ditinjau dari **Kata Bersinonim**?
2. Sejauhmana isi rubrik opini di harian umum Radar Bandung ditinjau dari **Kata Bernilai Rasa**?
3. Sejauhmana isi rubrik opini di harian umum Radar Bandung ditinjau dari **Kata Konkret**?
4. Sejauhmana isi rubrik opini di harian umum Radar Bandung ditinjau dari **Kata Abstrak**?
5. Sejauhmana isi rubrik opini di harian umum Radar Bandung ditinjau dari **Kata Umum**?
6. Sejauhmana isi rubrik opini di harian umum Radar Bandung ditinjau dari **Kata Khusus**?

7. Sejauhmana isi rubrik opini di harian umum Radar Bandung ditinjau dari **Kata Lugas**?
8. Sejauhmana isi rubrik opini di harian umum Radar Bandung ditinjau dari **Diksi Bahasa Jurnalistik**?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana isi rubrik opini di harian umum Radar Bandung ditinjau dari diksi bahasa jurnalistik.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui isi rubrik opini di harian umum Radar Bandung ditinjau dari Kata Bersinonim.
2. Untuk mengetahui isi rubrik opini di harian umum Radar Bandung ditinjau dari Kata Bernilai Rasa.
3. Untuk mengetahui isi rubrik opini di harian umum Radar Bandung ditinjau dari Kata Konkret.
4. Untuk mengetahui isi rubrik opini di harian umum Radar Bandung ditinjau dari Kata Abstrak.
5. Untuk mengetahui isi rubrik opini di harian umum Radar Bandung ditinjau dari Kata Umum.

6. Untuk mengetahui isi rubrik opini di harian umum Radar Bandung ditinjau dari Kata Khusus.
7. Untuk mengetahui isi rubrik opini di harian umum Radar Bandung ditinjau dari Kata Lugas.
8. Untuk mengetahui isi rubrik opini di harian umum Radar Bandung ditinjau dari Diksi Bahasa Jurnalistik.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya sehingga dapat menunjang perkembangan dalam kajian Ilmu Komunikasi khususnya pada bidang Jurnalistik dan dapat memberikan gambaran secara garis besar mengenai analisis isi sebuah rubrik opini dalam koran jika ditinjau dari diksi bahasa jurnalistik.
2. Untuk perusahaan hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan dan evaluasi bagi perusahaan tentang rubrik opini yang dianalisis melalui diksi bahasa jurnalistik.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Peneliti

   Penelitian ini berguna bagi peneliti untuk mengetahui lebih jauh tentang rubrik opini ditinjau dari diksi bahasa jurnalistik. Sekaligus menambah pengetahuan umum yang sedang terjadi selama melakukan penelitian.

2. Bagi Universitas

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan referensi bagi mahasiswa lainnya yang akan melakukan suatu penelitian yang berhubungan dengan diksi bahasa jurnalistik pada media massa.

3. Bagi perusahaan

Diharapkan hasil dari penelitian ini bisa menjadi masukan dan motivasi agar Harian Umum Radar Bandung bisa menjadi lebih baik lagi dalam menyajikan tulisan maupun berita-beritanya yang sesuai dengan diksi bahasa jurnalistik.

1.5 Kerangka Pemikiran

1.5.1 Kerangka Teoritis

Diksi bahasa jurnalistik menurut Haris Sumadiria dalam bukunya "Bahasa Jurnalistik: Panduan Praktis Penulis dan Jurnalis", mengatakan bahwa: Dalam bahasa jurnalistik, diksi kerap bersinggungan dengan, antara lain: kata-kata bersinonim, kata-kata bernilai rasa, kata-kata konkret, kata-kata abstrak, kata-kata umum, kata-kata khusus, dan kata lugas. (Sumadiria, 2008:30)

Dalam penelitian ini penulis menggunakan Teori Agenda Setting, seperti yang dirumuskan oleh Backer yang ditulis oleh Jallaludin Rahmat

dalam buku *"Metode Penelitian Komunikasi"* mengatakan bahwa: Model Agenda Setting merupakan salah satu model teori komunikasi yang merupakan pengembangan dari model Jarum Hipodermik, asumsi dasar model ini membentuk persepsi khalayak tentang apa yang dianggap penting.(Rakhmat, 2005:68) Selain itu Backer pun mengatakan bahwa:

> Karena model Agenda Setting ini mengasumsikan adanya hubungan positif antara penilaian yang di berikan media pada suatu persoalan dengan perhatian yang diberikan khalayak pada persoalan itu. Singkatnya apa yang dianggap penting oleh media, akan dianggap penting juga bagi masyarakat. (Rakhmat, 2005:68)

Dalam buku *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi* karya Onong Uchjana Effendy mengatakan: Agenda seting model untuk pertama kali ditampilkan oleh M.E Mc. Combs dan D.L. Shaw dalam *Public Opinion Quarterly* terbitan tahun 1972, berjudul *The Agenda-Setting Function of Mass Media.* Kedua pakar tersebut mengatakan bahwa "jika media memberikan tekanan pada suatu peristiwa, maka media itu akan mempengaruhi khalayak untuk menganggapnya penting". (Effendy,2003:287).

Sementara itu Manhein dalam pemikiran tentang konseptualisasi agenda yang potensial untuk memahami proses agenda setting menyatakan bahwa agenda setting meliputi tiga agenda, yaitu agenda media. Agenda khalayak, agenda kebijaksanaan, masing-masing agenda itu mencakup dimensi-dimensi sebagai berikut:

1. **Untuk agenda media dimensi-dimensi:**
   a. Visibility (visibilitas) jumlah dan tingkat menonjolnya berita.

b. Audience salience, tingkat menonjol bagi khalayak relevansi isi berita dengan kebutuhan khalayak.
c. Valance (valensi) menyenangkan atau tidak menyenangkan cara pemberitaan bagi suatu peristiwa.

2. Untuk agenda khalayak, dimensi-dimensi:
a. *Familiarty*, keakraban (derajat kesadaran khalayak akan topik tertentu).
b. *Personal salience*, penonjolan pribadi (relevansi kepentingan dengan ciri pribadi).
c. *Favorability*, kesenangan (pertimbangan senang atau tidak senang akan topik berita).

3. Untuk agenda kebijaksanaan, dimensi-dimensi:
a. *Support* (dukungan) kegiatan menyenangkan bagi posisi suatu berita tertentu.
b. *Likelihood of action* (kemungkinan kegiatan) kemungkinan pemerintah melaksanakan apa yang diibaratkan.
c. *Fredom of action* (kebebasan bertindak) nilai kegiatan yang mungkin dilakukan oleh pemerintah.
Konseptual Manheim tersebut mendukung perkembanngan teori Agenda Setting secara menyeluruh. (Effendy, 2003:288-289)

Stephen W. Littlejohn mengutip Rogers & Dearing dalam buku "Teknik Praktis Riset Komunikasi" mengatakan bahwa:

> Fungsi agenda setting merupakan proses linear yang terdiri dari tiga bagian. *Pertama*, agenda media itu sendiri harus disusun oleh awak media. *Kedua*, agenda media dalam beberapa hal mempengaruhi atau berinteraksi dengan Agenda Publik atau naluri publik terhadap pentingnya isu, yang nantinya mempengaruhi Agenda Kebijakan. *Ketiga*, Agenda Kebijakan (*Policy*) adalah apa yang dipikirkan para pembuat kebijakan publik dan privat penting atau pembuatan kebijakan publik yang dianggap penting oleh publik. (Kriyantono, 2007: 221)

Adapun aplikasi teori agenda setting pada masalah yang penulis teliti, yakni terletak pada opini yang disajikan pada opini-opini yang berkaitan erat dengan kepentingan masyarakat banyak yang tentunya

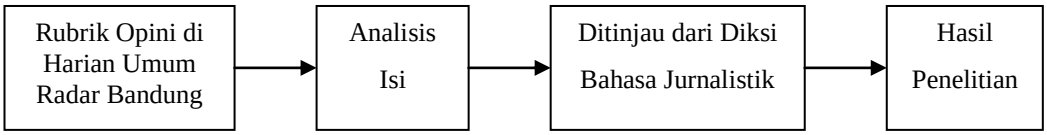
menimbulkan daya tarik tertentu pada khalayak. Seperti yang dipaparkan dalam teori agenda setting bahwa apa yang dianggap penting oleh media akan dianggap penting pula oleh khalayak.

1.5.2 Kerangka Konseptual

Dalam penelitian ini akan dijelaskan alur komunikasi serta peneliti akan menggambarkan kerangka konseptual sesuai dengan Teori Agenda Setting. Batasan berita yang diriset dalam penelitian ini adalah pada Rubrik Opini di Harian Umum Radar Bandung.

Media massa yang peneliti jadikan sebagai tempat penelitian adalah media cetak harian umum Radar Bandung yang terbit setiap hari, fokus penelitiannya terletak pada rubrik opini yang kemudian di analisis isi rubriknya tersebut yang ditinjau dari diksi bahasa jurnalistik, sehingga tercapai maksud tujuan dari penelitian ini yaitu rubrik opini dapat sesuai dengan diksi bahasa jurnalistik.

Gambar 1.1
Aplikasi Model Agenda Setting



Dari gambar model penelitian diatas, peneliti mengambil opini-opini dalam rubrik opini di harian umum Radar Bandung untuk dianalisis, yang ditinjau dari diksi bahasa jurnalistik, yang kemudian akan menghasilkan sebuah opini yang telah dianalisis dan ditinjau dari diksi bahasa jurnalistik.

Konsep dari Model Agenda Setting ini adalah menyatakan masalah-masalah yang banyak diberi perhatian di dalam media, maka akan dirasakan oleh khalayak sebagai masalah yang penting. Ide dasarnya adalah di antara sejumlah masalah yang disampaikan, maka masalah yang lebih banyak mendapat perhatian dari media akan semakin akrab dengan khalayak dan dirasakan penting dalam jangka waktu tertentu, sementara yang sedikit mendapat perhatian dari media, lambat-laun akan hilang dari perhatian khalayak.

Proses komunikasi yang dilakukan harian umum Radar Bandung melalui rubrik opini merupakan suatu tulisan-tulisan opini dari sebuah masalah atau peristiwa yang ditujukan kepada khalayak luas di kota Bandung, dimaksudkan agar pembaca mengetahui informasi terbaru tentang peristiwa atau berita seputar kota bandung yang ditunjukan oleh masyarakat luas, melalui Radar Bandung sebagai media massanya.

Jalur komunikasi di dalam penelitian ini bersifat satu arah, yaitu dari medianya langsung kepada masyarakat seperti teori jarum hypodermik, disini peneliti juga akan menjelaskan dan mendeskripsikan bagaimana proses agenda setting ini terjadi.

Harian Umum Radar Bandung bertindak sebagai agenda (catatan harian) bagi komunikan-komunikannya, ini disebabkan karena Radar Bandung memiliki kapasitas untuk memilih materi pesan yang akan disebarkan pada pembacanya. Radar Bandung selalu menyajikan pesan dan

informasi yang bersifat positif terhadap suatu persoalan yang terjadi pada pembacanya, sehingga stimulus dari pembaca pun akan bernilai positif.

Pesan yang disampaikan bersumber dari Radar Bandung di rubrik opini yang disajikan, pesan atau berita tersebut di sampaikan agar setelah membaca berita tersebut, pembacanya memiliki pengetahuan serta informasi terbaru yang terjadi di kota Bandung yang bersifat positif. Sehingga pembacanya dapat melakukan kegiatan yang bermanfaat serta positif.

Setiap media massa yang menyampaikan suatu peristiwa pada khalayak pasti ada efek yang di timbulkan baik itu persepsi ataupun aksi setelah mengetahui informasi yang terdapat pada rubrik opini di harian umum Radar Bandung, karena apapun pesan yang disampaikan melalui media tersebut sedikit banyaknya dapat mempengaruhi pola pikir para pembacanya. Karena dalam model ini pembaca berasumsi bahwa apa yang dianggap penting oleh media maka akan dianggap penting juga oleh pembaca.

Sedangkan gambaran dari proses model hypodermik sendiri adalah pesan yang disampaikan oleh Radar Bandung bersifat satu arah yaitu dari Radar Bandung sendiri selaku komunikator kepada pembaca selaku komunikan sehingga pembaca dapat menangkap langung isi pesan yang disampaikan oleh Radar Bandung, disini Radar Bandung mampu membius para pembacanya dengan berita-berita lokal yang di sajikan sehingga sadar atau tidak disadari berita-berita tersebut mampu untuk mempengaruhi para pembacanya.

Diksi merupakan pilihan kata yang tepat dan selaras, dalam penggunaannya untuk mengungkapkan gagasan sehingga diperoleh efek tertentu seperti yang diharapkan. Dari pernyataan itu tampak bahwa penguasaan kata dari seorang penulis akan mempengaruhi kegiatan berbahasanya, termasuk ketika yang bersangkutan membuat karangan atau berita pada media massa. Pilihan kata tidak hanya mempersoalkan ketepatan pemakaian kata, tetapi juga mempersoalkan ketepatan pemakaian kata, juga mempersoalkan apakah kata yang dipilih itu dapat juga diterima atau tidak merusak suasana yang ada.

Dalam diksi jurnalistik kerap bersinggungan dengan tujuh pemakaian kata, diantaranya:

- Kata Bersinonim

  Kata bersinonim berarti kata yang sejenis, sepadan, sejajar, serumpun dan memiliki arti yang sama. Seorang penulisan atau jurnalis harus dapat memilih kata bersinonim dengan cermat dan akurat.

- Kata Bernilai Rasa

  Tidak hanya kecap yang memiliki rasa manis, asin, atau rasa sedang. Bahasa pun, termasuk bahasa jurnalistik, memiliki cita rasa. Cita rasa suatu kata atau kalimat, akan banyak ditentukan oleh tingkat kepiawaian dan pengalaman si penutur atau penulis dalam meramu bumbu masakannya. Ia harus menguasai kosa kata, perbendaharaan kata, dan tata bahasa.

- Kata Konkret

  Kata-kata konkret ialah kata-kata yang menunjuk kepada objek. Kata-kata konkret lebih mudah dipahami daripada kata-kata abstrak, dan kata-kata konkret dapat lebih efektif jika dipakai dalam narasi atau deskripsi.

- Kata Abstrak

  Kata-kata abstrak ialah kata-kata yang menunjuk kepada suatu konsep, atau gagasan. Kata abstrak banyak digunakan untuk klasifikasi dan generalisasi.

- Kata Umum

  Kata-kata umum ialah kata-kata yang luas ruang lingkupnya. Kata-kata umum sesungguhnya bertentangan dengan prinsip akurasi dalam etika dasar jurnalistik. Akurasi berarti ketelitian dan ketepatan secara spesifik.

- Kata Khusus

  Kata-kata khusus ialah kata-kata yang sempit ruang lingkupnya. Makin khusus, makin jelas maksud dan maknanya. Kata-kata khusus lebih menegaskan pesan, memusatkan perhatian dan pengertian, serta sangat selaras dengan prinsip akurasi dalam etika dasar jurnalistik.

- Kata Lugas

  Kata yang lugas adalah kata yang sekaligus juga ringkas, tidak berupa frasa panjang. (Sumadiria, 2008:30-33)

1.6 Konstuksi Kategori

Berikut adalah konstruksi kategori yang digunakan dalam penelitian ini:

Table 1.1
Konstruksi Kategori

Kategori	Sub Kategori	Alat Ukur
Analisis Isi Rubrik Opini di Harian Umum Radar Bandung Ditinjau Dari Diksi Bahasa Jurnalistik	Kata Bersinonim	a. Arti kata sama b. Ketepatan pemilihan kata.
	Kata Bernilai Rasa	a. Bernilai Rasa Tinggi b. Bernilai Rasa Rendah
	Kata Konkret	a. Menunjuk pada objek b. Mudah Dipahami
	Kata Abstrak	a. Kata menunjuk konsep b. Kata menunjuk gagasan
	Kata Umum	a. Kata-kata luas ruang lingkupnya b. Bertentangan dengan akurasi jurnalistik
	Kata Khusus	a. Menegaskan Pesan b. Selaras dengan akurasi jurnalistik
	Kata Lugas	a. Ringkas b. Frasa tidak panjang

Sumber: Sumadiria, 2008:30-33

1.7 Populasi dan Sampel

1.7.1 Populasi

Populasi adalah kumpulan dari objek yang diteliti dan menjadi sasaran umum. Menurut Burhan bungin dalam bukunya metologi penelitian kuantitatif populasi penelitian merupakan keseluruhan (*universum*) dari

objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian.

Populasi adalah sekumpulan unsur atau elemen yang menjadi objek penelitian (Rakhmat,2005:30). Populasi adalah totalitas semua nilai baik hasil menghitung maupun pengukuran kuantitatif dari pada karakteristik tertentu mengenai sekumpulan objek yang lengkap dan jelas. (Sudjana, 1985 : 159)

Dalam penelitian ini, peneliti menjadikan rubrik opini sebagai populasinya, populasi yang di ambil adalah tulisan opini yang telah di kumpulkan pada bulan Januari 2011 yang di peroleh sebanyak tujuh tulisan opini di harian umum Radar Bandung. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari Tabel 1.2 berikut:

Tabel 1.2

Populasi Opini-opini di Harian Umum Radar Bandung

Edisi Bulan 17 - 31 Januari 2011

No.	Hari dan Tanggal Terbit	Judul Opini
1	Selasa, 18 Januari 2011	Lubang Hitam itu Bernama Narkoba (1)
2	Rabu, 19 Januari 2011	Lubang Hitam itu Bernama Narkoba (2-habis)
3	Jumat, 21 Januari 2011	Aksi Ngeri Rawan Investasi
4	Sabtu, 22 Januari 2011	Filateli di Era Informasi

5	Selasa, 25 Januari 2011	Jalan Terjal Berujung Misteri
6	Rabu, 26 Januari 2011	Nabi, Pemerintah dan Pengangguran
7	Kamis, 27 Januari 2011	Selalu yang Pertama dan Utama

Sumber: Arsip Harian Umum Radar Bandung 2011

1.7.2 Sampel

Sampel adalah suatu bagian dari populasi yang akan di teliti dan yang dianggap dapat menggambarkan populasinya, atau sampel bisa juga diartikan sebagai bagian dari populasi yang mewakili karakteristik populasi.

Menurut Jalalludin Rakhmat, sampel adalah bagian yang diamati dari kumpulan objek penelitian. (Rahmat, 1998:78)

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Total Sampling*, karena jumlah objek yang relatif kecil yaitu N = 10 opini, maka n = 10 opini. Hal ini sesuai dengan pendapat Dr. Suharsimi Arikunto, yaitu:

> Bila subjek kurang dari 100, lebih baik diambil dari semua. Sehingga metode penelitian menggunakan metode Total Sampling. Pengambilan sampel yang dimaksud dengan Total Sampling adalah mengambil semua jumlah berita untuk dijadikan sampel. (Arikunto, 2006:122)

1.8 Uji Statistik

Uji statistik yang diterapkan pada penelitian ini digunakan untuk mengukur tingkat kesepakatan pengkoding dalam penghitungan uji

relibititas, yang bertujuan agar penelitian ini menjadi objektif dan sistematis. Adapun rumus Koefisien Korelasi Pearson's C adalah:

$$C = \sqrt{\frac{\chi^2}{n + \chi^2}}$$

Keterangan :

χ^2 = Nilai Chi kuadrat hitung untuk sampel variabel

n = Ukuran sampel dalam tabel

C = Mengukur tingkat kesepakatan koding

(Hasan, 2002:100)

Untuk Chi-kuadrat (χ^2) dihitung dengan rumus:

$$\chi^2 = \sum \frac{(fo - fh)}{fh}$$

Sedangkan untuk mengetahui persentase tingkat kesepakatan pengkoding dihitung dengan rumus Kriffendorf (1980)

(1 – C) x 100%

C = Persons's Chi Kuadrat

Untuk menentukan tinggi atau rendahnya kesepakatan yang terjadi diantara para pelaku koding, maka penelitian ini menggunakan penafsiran koefisien, yaitu :

0% - 20%	Korelasi yang rendah sekali
20% - 40%	Korelasi yang rendah tapi ada
40% - 70%	Korelasi yang sedang
70% - 90%	Korelasi yang tinggi
90% - 100%	Korelasi yang tinggi sekali (Surakhmad, 2004:302)

1.9 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif, yaitu suatu metode yang bertujuan melukiskan secara sistematis. Seperti yang dikatakan oleh Jalaludin Rakhmat dalam buku *Metode Penelitian Komunikasi* mengatakan:

> Metode deskriptif, yaitu dengan cara mempelajari masalah-masalah dan tata cara yang berlaku dalam masyarakat, serta situasi-situasi tertentu dengan tujuan penelitian yaitu menggambarkan fenomena secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat. (Rakhmat, 2005:22)

Jalaludin Rakhmat juga mengatakan penelitian deskriptif timbul karena suatu peristiwa yang menarik perhatian peneliti tetapi belum ada kerangka teoritis yang menjelaskannya (Rakhmat, 2005:25)

Metode deskriptif kuantitaif yang peneliti lakukan yaitu menganalisis, dan memaparkan isi opini-opini pada rubrik opini yang di tinjau dari diksi bahasa jurnalistik.

Adapun teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi, dimana analisis isi ini untuk menganalisis atau memperoleh keterangan dari isi opini pada rubrik opini di harian umum Radar Bandung sesuai dengan alat ukur yang digunakan. Analisis isi dapat digunakan untuk menganalisis semua bentuk komunikasi. Seperti surat kabar, buku, puisi, lagu, cerita rakyat, lukisan, pidato, surat, peraturan, undang-undang, music, teater, dan sebagainya. Penelitian yang menggunakan analisis isi umumnya

melalui tahap-tahap perumusan masalah, perumusan hipotesis, penarikan sampel, pembuatan alat ukur *(coding)*, pengumpulan data, dan analisis data.

1.10 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan, peneliti menggunakan teknik-teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Wawancara

   Dalam buku Metodelogi Penelitian Kuantitatif; Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya, Burhan Bungin mengatakan:

   > "Wawancara atau interview adalah sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara" (Bungin, 2005: 126).

   Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara untuk mendapatkan informasi dan data seputar rubrik opini, wawancara dilakukan kepada redaksi rubrik opini berkenan dengan opini yang dimuat.

2. Studi literatur

   Teknik ini dilakukan untuk mendapatkan informasi dengan cara mempelajari buku-buku, membaca media-media cetak yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

3. Penelusuran data online

   Burhan Bungin, dalam bukunya yang berjudul Metodelogi Penelitian Kuantitatif; Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya mengatakan:

   > "Metode penelusuran data online adalah tata cara melakukan penelusuran data melalui media online seperti internet atau media jaringan lainnya yang menyediakan fasilitas online, sehingga memungkinkan peneliti dapat memanfaatkan data-informasi yang berupa data maupun informasi teori, secepat atau semudah mungkin dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademis" (Bungin, 2005: 148).

   Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan layanan internet dengan cara membuka alamat mesin pencari (*search engine*), kemudian membuka alamat web-site yang berhubungan dengan kebutuhan penelitian.

4. Memberikan kode (*coding*)

   Dalam hubungan dengan pengolahan data, memberikan kode pada semua variabel, kemudian mencoba menentukan tempatnya dalam coding sheet (*coding form*),dalam kolom keberapa, baris keberapa. (Arikunto, 2006 : 235-237)

1.11 Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul selanjutnya dilakukan pengolahan data (*data processing*). Pengolahan data mencakup kegiatan mengedit (*editing*) data dan mengkode (*coding*) data. Mengedit data adalah kegiatan memeriksa

data yang terkumpul, apakah sudah terisi secara sempurna atau tidak, lengkap atau tidak, cara pengisiannya benar atau tidak, belum lengkap atau belum benar cara pengisiannya.

Mengkode data berarti memberikan kode-kode tertentu kepada masing-masing kategori atau nilai dari setiap variabel yang dikumpulkan datanya. Setelah pengolahan data, berikutnya tinggal menganalisis dan menginterpretasikan data. Setelah semua data dikodekan, dan dapat dibedakan mana data-data yang sama dan data-data yang berbeda yang nantinya data-data tersebut akan dianalisis.

Pengkoding berjumlah tiga orang yang terdiri dari Falentino bekerja sebagai koresponden Jawa Barat untuk Pasific Post Papua, Kurnia Nugraha merupakan wartawan Sindo Biro Jabar, dan Suci Nusan Krasmaya selaku peneliti dengan pertimbangan peneliti lebih mengetahui tentang apa yang akan diteliti, sehingga hasil yang telah dicapai oleh kedua pelaku koding dapat diperkuat oleh hasil dari peneliti sendiri. Pengkodingan dilakukan untuk memperoleh kesepakatan terhadap alat ukur yang telah diterapkan dalam konstruksi kategori.

Sementara itu teknik penelitian yang digunakan adalah dengan teknik analisis isi. Pada dasarnya analisis isi merupakan suatu cara mengkoding pernyataan atau tulisan agar diperoleh ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu melalui kategorisasi. Pada penelitian ini pengkodingan dilakukan berdasarkan kategorisasi yang telah disusun untuk kemudian menelaah dan

memaparkan penyajian pada rubrik opini yang ditinjau dari diksi bahasa jurnalistik.

1.12 Lokasi dan Jadwal Penelitian

1.12.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Harian Umum Radar Bandung yang beralamat di Jalan Gandapura No.61 Bandung Telp. (022) 4221240 Fax. (022) 4204372, E-mail: radarbandung@gmail.com.

1.12.2 Jadwal Penelitian

Peneliti melakukan penelitian yang dimulai pada bulan Maret 2010 hingga bulan Februari 2011, Mulai dari persiapan, pelaksanaan hingga ke penyelesaian akhir. Dan meminta data saat peneliti membutuhkannya. Dengan perincian waktu pada Tabel 1.3 berikut:

Tabel 1.4

Waktu dan Jadwal Penelitian

No.	URAIAN	MARET 2010				APRIL 2010				MEI 2010				JUNI 2010				JULI 2010				JANUARI 2011				FEBRUARI 2011			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Persiapan																												
	Pengajuan Judul																												
	ACC Judul																												
	Bertemu Pembimbing																												
	Penulisan Bab I																												
	Bimbingan																												
	Revisi Bab I																												
	Bertemu Pembimbing																												

	Bimbingan																											
	Seminar-UP																											
2.	Penulisan Bab II																											
	Bimbingan																											
	Penulisan Bab III																											
	Bimbingan																											
3.	Pengumpulan Data																											
	Perusahaan																											
	Data Coding																											
	Bimbingan																											
4.	Pengolahan Data																											
	Penulisan Bab IV																											
	Bimbingan																											
5.	Penulisan Bab V																											
	Bimbingan																											
6.	Pengumpulan Data baru																											
7.	Penyusunan Skripsi																											
	Bimbingan																											
8.	Sidang Kelulusan																											

Sumber: Arsip Peneliti, 2010-2011

1.13 Sistematika Penulisan

Skripsi ini merupakan satu kesatuan dari hasil penelitian yang terdiri dari beberapa bagian yang disusun sebagai berikut :

1. **BAB I : PENDAHULUAN**

   Bab ini merupakan awal dari keseluruhan yang berisikan antara lain : Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Maksud dan Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Kerangka Pemikiran, Konstruksi Kategori, Populasi dan Sampel, Uji Statistik, Metode Penelitian, Teknik Pengumpulan Data,

Teknik Analisis Data, Lokasi dan Waktu Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

2. **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

   Bab ini mencakup tentang Tinjauan Komunikasi meliputi: Pengertian Komunikasi, Lingkup Komunikasi, Unsur-unsur Komunikasi, Proses Komunikasi, Fungsi Komunikasi. Tinjauan Komunikasi Massa meliputi: Pengertian Komunikasi Massa, Unsur-unsur Komunikasi Massa, Karakteristik Komnikasi Massa. Tinjauan Media Massa. Tinjauan Pers meliputi: Pengertian Pers, Fungsi Pers, Pengaruh Pers. Tinjauan Surat Kabar meliputi: Sejarah dan Pengertian Surat Kabar, Ciri dan Sifat Surat Kabar, Fungsi Surat Kabar, Kelemahan dan Kelebihan Surat Kabar. Tinjauan mengenai Rubrik. Tinjauan menegenai Opini. Tinjauan mengenai Analisis Isi. Tinjauan Diksi Bahasa Jurnalistik meliputi: Pengertian Diksi, Diksi Dalam Bahasa Jurnalistik, Pemakaian Diksi Dalam Bahasa Jurnalistik. Dan, Tinjauan Model Komunikasi Agenda Setting.

3. **BAB III : OBJEK PENELITIAN**

   Bagian ini memaparkan tinjauan tentang perusahaan yaitu sejarah perusahaan harian umum Radar Bandung, struktur organisasi, *job description,* serta sarana dan prasarana perusahaan.

4. **BAB IV : HASIL PENELITIAN**

   Pada bagian ini menjelaskan hasil penelitian dan pembahasan analisis isi mengenai rubrik opini pada harian umum Radar Bandung ditinjau dari Diksi Bahasa Jurnalistik.

5. **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

   Bab ini merupakan bab terakhir yang terdiri dari kesimpulan dari seluruh isi penelitian serta saran-saran bagi objek penelitian.