BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi dalam bahasa Inggris *Communication*, berasal dari kata latin *Communiaction*, dan bersumber dari kata *Communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya sama makna.

Hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia. Yang dinyatakan disini adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya.

Pikiran dan perasaan sebagai isi pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan, selalu menyatu secara terpadu.

Dalam komunikasi minimal harus mengandung kesamaan makna antar kedua belah pihak yang terlibat. Dikatakan minimal karena kegiatan komunikasi tidak hanya informatif, yakni agar orang lain mengerti dan tahu, tetapi juga persuasif yaitu agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan melakukan suatu perbuatan atau kegiatan dan lain-lain. Menurut Carl Hovlan yang dikutip oleh Onong Uchjana, bahwa ilmu komunikasi adalah "upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas, asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap". (Effendy, 2004 : 10)

Pentingnya komunikasi bagi kehidupan sosial, budaya, pendidikan dan politik sudah disadari oleh para cindekiawan sejak Aritoteles yang hidup ratusan tahun sebelum masehi. Akan tetapi Aritoteles hanya berkisar pada retorika dalam lingkungan kecil. Baru pada abad ke-20 ketika dunia dirasakan semakin mengecil akibat revolusi industri dan revolusi teknologi elektronik, setelah ditemukan telepon, surat kabar, film, radio, televisi dan sebagainya. Maka para cendekiawan abad sekarang menyadari pentingnya komunikasi ditingkatkan dari pengetahuan *(knowlage)* menjadi ilmu *(science)*.

2.1.2 Proses Komunikasi

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan.

Dalam proses komuniaksi ada dua perspektif yaitu:

1. Prespektif Psikologis

   Proses komunikasi pada perspektif psikologis terjadi pada diri komunikator dan komunikan. Ketika komunikator berniat akan menyampaikan suatu pesan kepada komunikan, maka dalam dirinya terjadi suatu proses. Proses tersebut terdiri dari dua aspek, yakni isi pesan dan lambang. Isi pesan umumnya adalah pikiran, sedangkan lambang umumnya adalah bahasa. Walter Lippman menyebut isi pesan itu *"picture in our hand"*. Sedangkan Walter Hageman menamakan *"das Bewustseininhalte"*. Proses "mengemas" atau "membungkus" pikiran dengan bahasa yang dilakukan komunikator

itu dalam bahasa komunikasi dinamakan *encoding*. Hasil encoding berupa pesan itu kemudian ditransmisikan atau operkan atau kirimkan kepada komunikan.

2. Perspektif Mekanistis

   Proses komunikasi ini berlangsung ketika komunikator mengoperkan atau "melemparkan" dengan bibir secara lian atau dengan tulisan dan ditangkap oleh komunikator. Penangkapan pesan yang dilakukan komunikator dapat dilakukan dengan indera telinga atau indera mata atau indera-indera lainnya. Proses komunikasi dalam perspektif mekanistis ini sangat kompleks, sebab bersifat situasional tergantung pada situasi ketika komunikasi itu berlangsung. Untuk lebih jelasnya proses komunikasi dalam perspektif mekanistis dapat diklasifikasikan menjadi proses komunikasi primer dan sekunder.

   a. Prose Komunikasi Secara Primer

      Proses komunikasi secara primer *(primary process)* adalah proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan suatu lambang *(symbol)* sebagai media atau saluran. Lambang ini umumnya adalah bahasa, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu "menerjemahkan" pikiran dan perasaan komunikator kepada komunikan.

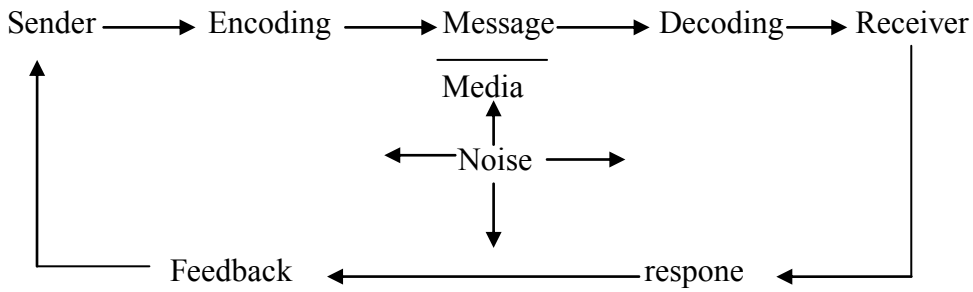
      Isyarat dengan menggunakan alat seperti tongtong, sirine, dan lain-lain.

b. Proses Komunikasi Secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang dengan media pertama.

Komunikasi dalam proses sekunder ini semakin lama semakin efektif karena didukung oleh teknologi komunikasi yang semakin canggih, yang ditopang pula oleh teknologi-teknologi lainnya yang bukan teknologi komunikasi.

2.1.3 Unsur-unsur dalam proses komunikasi



Sender : komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumalah orang

Encoding : Penyandian, yakni proses pengalihan pikiran kedalam bentuk lambang

Message : Pesan yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator

Media : salurn komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan

Decoding : proses dimana komunikan menetapkan makna pada lambang yang disampaikan kepada komunikator kepadanya

Receiver : komunikan yang menerima pesan dari komunikator

Feedback : Umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komuniktor

Noise : Gangguan yang terencana yang terjadi dalam proses komunikasi

*Respo*n :Tanggapan seperangkt reaksi pada komunikan setelah diterpa pesan

(Effendy: 2003:18)

2.1.4 Faktor penunjang komunikasi efektif

Menurut Wilbur Schramm menampilkan apa yang ia disebut *"The condition of success in communication",* yakni kondisi yang harus dipenuhi jika kita menginginkan agar suatu pesan membangkitkan tanggapan yang kita kehendaki.

Kondisi tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa, sehingga dapat menarik perhatian komunikan.

2. Pesan harus menggunakan lambang-lambang tertuju kepada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan, sehingga sama-sama mengerti.
3. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebetuhan tersebut.
4. Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan tadi yang layak bagi situasi kelompok dimana komunikan berada pada saat ia digerakan untuk memberi tanggapan yang dikehendaki. (Schramm, 2003)

2.1.5 Hambatan komunikasi

Ada banyak hambatan yang bisa merusak komunikasi. Berikut adalah beberapa hal yang merupakan hambatan komunikasi yang harus menjadi perhatian bagi komunikator :

1. Gangguan

   Gangguan disini terbagi dua, yaitu gangguan mekanik dan gangguan sematik. Gangguan mekanik adalah gangguan yang disebabkan saluran komunikasi atau kegaduhan yang bersifat fisik. Sedangkan gangguan sematik bersangkutan dengan pesan komunikasi yang pengertiannya menjadi merusak. Gangguan sematik terjadi karena salah pengertian.

2. Kepentingan

   Interest atau kepentingan akan membuat seseorang selektif dalam menanggapi atau menghayati suatu pesan. Orang akan memperhatikan perangsang yang ada hubungannya dengan kepentingannya.

3. Motivasi Terpendam

   Motivasi terpendam adalah tanggapan semu dari komunikan. Sebagai contoh mungkin sekali seorang pegawai seolah-olah menanggapi komunikasi dari atasannya, kendatipun ada yang tidak disetujui. Hal itu dilakukan karena si pegawai ingin naik pangkat.

4. Prasangka

   Prasangka merupkan salah satu rintangan atau hambatan berat bagi suatu kegiatan komunikasi oleh karena orang yang mempunyai prasangka belum apa-apa sudah bersikap curiga dan menentang komunikator yang hendak melancarkan komunikasi.

2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa

2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa *(Mass communication)* adalah komunikasi melalui media massa, baik media massa modern seperti radio, televisi, surat kabar dan internet maupun media massa tradisional seperti juru dongeng, juru pantun dan lain-lain.

Komunikasi massa memberikan informasi, gagasan dan sikap kepada komunikan yang beragam atau heterogen dalam jumlah yang banyak dengan menggunakan media massa.

Ada dua tugas komunikator dalam komunikasi massa, yang pertama mengetahui apa yang akan disampaikan dan kedua mengetahui bagaimana harus menyampaikan kepada benak komunikan. Sebuah pesan yang isinya lemah dan dengan lemah pula akan disampaikan kepada khalayak luas, akan menimbulkan pengaruh yang kurang efektif .

2.2.2 Karakteristik Komunikasi Massa

Ada empat karakteristik dalam komunikasi massa yaitu:

1. Komunikasi massa bersifat umum
2. Komunikasi bersifat heterogen
3. Media massa menimbulkan keserampakan
4. Hubungan komunikator-komunikan bersifat non-pribadi

2.3 Tinjauan Tentang Pers dan Jurnalistik

2.3.1 Pers sebagai Lembaga Sosial

Pers adalah lembaga sosial *(social institution)* atau lembaga kemasyarakatan yang merupakan subsistem dari sistem pemerintahan di negara dimana dia beroperasi, bersama-sama dengan subsistem lainnya.

Ditinjau dari teori sistem, pers merupakan sistem yang terbuka yang probabilistik. Terbuka artinya bahwa pers tidak bebas dari pengaruh lingkungan tetapi dilain pihak pers juga mempengaruhi lingkungan probilistiknya yang berarti hasil operasinya tidak dapat diduga secara pasti. Situasi ini berbeda dengan sistem tertutup yang deterministik.

Sebagai sistem terbuka pers cenderung untuk mempunyai kualitas penyesuaian, yang berarti dia akan menyesuaikan diri kepada perubahan dalam lingkungan demi kelangsungan hidupnya. Apabila pers tidak mampu penyesuaikan diri kepada perubahan kondisi dan situasi lingkungan, maka ia akan mati, mati karena dimatikan. Sebagai contoh dicabut izinnya, dilarang terbit, atau mati karena tidak disukai khalayak.

Mati hidupnya pers atau lancar tidaknya kehidupan pers di suatu negara dipengaruhi bahkan ditentukan oleh sistem politik pemerintahan di negara di mana pers itu beroperasi.

2.3.2 Pengertian dan Ciri surat kabar

Pers mempunyai dua pengertian, yakni pers dalam arti sempit dan dalam arti luas. Pers dalam arti sempit adalah media massa cetak, seperti surat kabar, majalah, ,ingguan tabloid dan sebagianya. Sedangkan pers dalam arti luas meliputi media cetak elektronik anatraa lain radio siaran dan televisi siaran, sebagai media yang menyiarkan karya jurnalistik.

Pers adalah lembaga atau badan atau organisasi yang menyebarkan berita karya jurnalistik kepada khalayak. Pers dan jurnalistik dapat diibaratkan sebagai

raga dan jiwa. Pers adalah aspek raga karena ia berwujud. Kongkret, dan nyata oleh karena itu ia dapat diberi nama. Sedangkan jurnalistik adalah aspek jiwa karena ia abstrak yang merupakan kegiatan, daya hidup, menghidupi aspek pers.

Dengan demikian pers dan jurnalistik merupakan dwitunggal. Pers tidak mungkin beroperasi tanpa jurnalistik, sebaliknya jurnalistik tidak akan mungkin mewujudkan suatu karya bernama berita tanpa pers.

Ciri – ciri surat kabar diantaranya:

1. Publisitas

   Yang dimaksud dengan publisitas adalah penyebaran kepada publik atau khalayak. Karena diperuntukkan khalayak, maka sifat surat kabar adalah umum. Isi surat kabar terdiri dari berbagai hal yang erat kaitannya dengan kepentingan umum. Ditinjau dari segi lembarannya jika surat kabar mempunyai halaman yang banyak, isinya juga dengan sendirinya pula akan memenuhi kepentingan khalayak yang lebih banyak.

2. Periodisitas

   Periodisitas adalah ciri surat kabar yang kedua. Keteraturan terbitnya surat kabar bisa satu kali sehari, bisa dua kali sehari, dapat pula satu kali seminggu.

3. Universalitas

   Yang dimaksud dengan universalitas sebagai ciri ketiga surat kabar ialah kesemestaan isinya, aneka ragam dan dari saluran dunia.

4. Aktualitas

   Aktualitas sebagai ciri keempat dari suatu kabar adalah mengenai berita yang disiarkannya. Aktualitas menurut kata asalnya berarti “kini” dan “keadaan sebenarnya”. Kedua-duanya erat sekali sangkut, pautnya dengan berita yang disiarkan surat kabar. Aktualitas yakni kecepatan laporan, tanpa menyampingkan kebenaran berita.

2.3.3 Fungsi Pers

Pers adalah sarana yang menyiarkan produk jurnalistik. Fungsi pers berarti fungsi jurnalistik.

Pada zaman modern sekarang, 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.

2.4 Tinjauan Tentang Bahasa Jurnalistik

2.4.1 Pengertian Bahasa Jurnalistik

Bahasa jurnalistik menurut wartawan senior Rosihan Anwar adalah salah satu ragam bahasa yang memiliki sifat-sifat khas yaitu singkat, padat, sederhana, lancar, jelas, lugas, dan menarik. Bahasa jurnalistik harus didasarkan pada bahasa baku. Dia tidak dapat menganggap sepi kaidah-kaidah tata bahasa. Dia juga harus memperhatikan ejaaan yang benar. Dalam kosa kata, bahasa jurnalistik mengikuti perkembangan dalam masyarakat. (Anwar, 1991:1)

2.4.2 Fungsi Bahasa

Fungsi bahasa diantaranya adalah :

1. Alat untuk menyatakan ekspresi

   Bahasa menyatakan secara terbuka segala sesuatu yang tersirat di dalam dada kita, sekurang-kurangnya untuk memaklumkan keberadaan kita.

2. Alat komunikasi

   Sebagai alat komunikasi, bahasa merupakan saluran perumusan maksud kita, melahirkan perasaan kita dan memungkinkan kita menciptakan kerja sama dengan sesama warga.

3. Alat mengadakan integrasi dan adaptasi sosial

   Melalui bahasa, setiap anggota masyarakat perlahan-lahan belajar mengenal segala adat-istiadat , tingkah laku dan tata krama masyarakat.

4. Alat mengadakan kontrol sosial

   Kontrol sosial adalah usaha untuk mempengaruhi tingkah laku dan tindak tanduk orang-orang lain. Tingkah laku itu bisa bersifat terbuka (overt) yaitu tingkah laku yang dapat diamati atau diobservasi. Dapat pula bersifat tertutup (covert) yaitu tingkah laku yang tidak dapat diobservasi.

2.4.3 Karakteristik Bahasa Jurnalistik

1. Singkat

   Singkat disini berarti langsung kepada pokok masalah (to the point), tidak bertele-tele, tidak berputar-putar, tidak memboroskan waktu pembaca yang sangat berharga.

2. Sederhana

   Sederhana berarti selalu mengutamakan dan memilih kata atau kalimat yang paling banyak diketahui maknanya oleh khalayak pembaca yang heterogen, baik dilihat dari tingkat intelektualitasnya maupun karakteristik demografis dan psikografisnya. Kata-kata dan kalimat yang rumit, yang hanya dipahami maknanya oleh segelintir orang, tabu digunakan dalam bahasa jurnalistik.

3. Padat

   Kalimat padat adalah kalimat yang singkat namun penuh informasi

4. Lugas

   Lugas berarti tegas, tidak ambigu, sekaligus menghindari eufemisme atau penghalusan kata dan kalimat yang bisa membingungkan khalayak pembaca sehingga terjadi perbedaan persepsi dan kesalahan konklusi.

5. Jelas

   Jelas berarti mudah ditangkap maksudnya, tidak baur dan kabur. Juga jelas artinya, jelas susunan kata dan kalimatnya sesuai dengan kaidah subjek-predikat-objek-keterangan (SPOK), dan jelas sasaran dan maksudnya.

6. Menarik

   Menarik artinya mampu membangkitkan minat dan perhatian khalayak pembaca, memicu selera baca, serta membuat orang yang sedang tertidur terjaga seketika.

Bahasa jurnalistik sangat menekankan efektivitas. Setiap kalimat yang disusun tidak hanya harus produktif tetapi juga tidak boleh keluar dari asas efektivitas.

2.5 Tinjauan Tentang Efektivitas

2.5.1 Pengertian Efektivitas

Atmosoeprapto (2002) menyatakan Efektivitas adalah melakukan hal yang benar, sedangkan efisiensi adalah melakukan hal secara benar, atau efektivitas adalah sejauh mana kita mencapai sasaran dan efisiensi adalah bagaimana kita mencampur segala sumber daya secara cermat.

Efektivitas memiliki tiga tingkatan sebagaimana yang didasarkan oleh David J. Lawless dalam Gibson, Ivancevich dan Donnely antara lain :

1. Efektivitas Individu

   Efektivitas Individu didasarkan pada pandangan dari segi individu yang menekankan pada hasil karya karyawan atau anggota dari organisasi

2. Efektivitas kelompok

   Adanya pandangan bahwa pada kenyataannya individu saling bekerja sama dalam kelompok. Jadi efektivitas kelompok merupakan Jumlah kontribusi dari semua anggota kelompoknya

3. Efektivitas Organisasi

   Efektivitas organisasi terdiri dari efektivitas individu dan kelompok. Melalui pengaruh sinergitas, organisasi mampu mendapatkan hasil karya yang lebih tinggi tingkatannya daripada jumlah hasil karya tiap-tiap bagiannya.

Efektivitas berarti daya tarik daya pesan untuk mempengaruhi atau tingkata kemampuan pesan untuk mempengaruhi komunikan.

Pesan yang efektif harus memiliki syarat-syarat sebagai berikut :

1. Adanya kesamaan dalam mempermudah proses penyandian (decoding) yakni proses menerjemahan lambang-lambang yang diterima menjadi gagasan-gagasan.
2. Adanya kesamaan membangun proses yang sama (persepsi)
3. Adanya kesamaan menyebabkan komunikan tertarik pada komunikator.

(Rahmat, 1986:271)

2.5.2 Teori Efektivitas

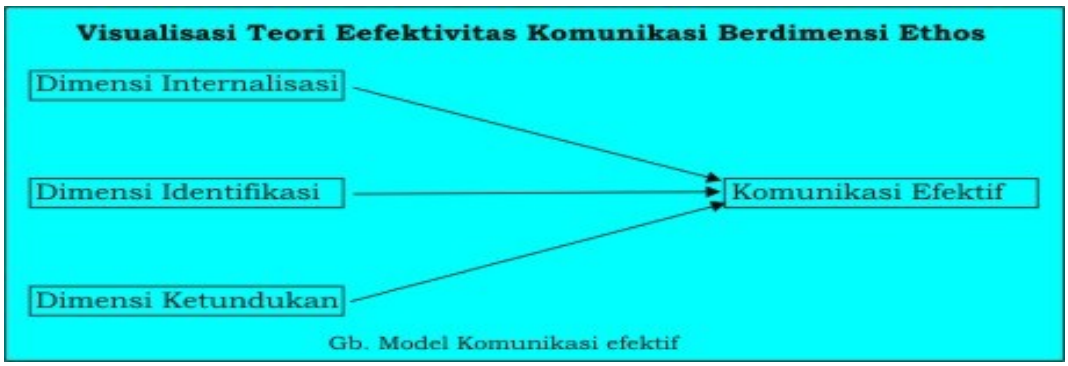
Pemahaman bahasa jurnalistik yang berhubungan dengan efektivitas penulisan berita menggunakan teori *Efektivitas Komunikasi Berdimensi Etos* dalam buku Metode Penelitian dan Teori Komunikasi oleh Dr. Hamidi.

Menurut teori ini, dipandang dari komponen komunikan, komunikasi yang efektif akan terjadi jika komunikan mengalami internalisasi, *(internalization),* identifikasi-diri *(self identification)* dan ketundukan *(compliance)*. (Kelman, 1975) (www.4uhabyby.wordpress.com)

Komunikassi mengalami proses internalisasi, jika komunikan menerima pesan yang sesuai dengan sistem nilai yang dianut. Komunikan merasa memperoleh sesuatu yang bermanfaat, pesan yang disampaikan memiliki rasionalitas yang dapat diterima. Internalisasi bisa terjadi jika komunikatornya memiliki ethos atau *credibility* (ahli dan dapat dipercaya), karenanya komunikasi bisa efektif. Identifikasi terjadi pada diri komunikan, jika komunikan merasa puas dengan meniru atau mengambil pikiran atau perilaku ketaatan pada diri komunikan akan terjadi, jika komunikan yakin akan mengalami kepuasan, mengalami reaksi yang menyenangkan, memperoleh *reward* (balasan positif) dan terhindar dari *punishment* (keadaan, kondisi yang tidak enak) dari komunikator, jika menerima atau menggunakan isi pesannya. Biasanya ketaatan atau ketundukan akan terjadi bila komunikan berhadapan dengan kekuasaan *(power)* yang dimiliki komunikator. Yang demikian bisa menghasilkan komunikasi yang efektif. Identifikasi akan terjadi pada diri komunikan jika komunikatornya memiliki daya tarik *(attractiveness),* karenanya komunikasi akan efektif.

Gambar 2.1

Teori Efektivitas Berdimensi Etos



Sumber: (Hamidi, 2010)

Efektivitas dalam kegiatan organisasi dapat dirumuskan sebagai tingkat perwujudan sasaran yang menunjukkan sejauh mana sasaran telah dicapai.

2.6 Tinjauan Tentang Berita

2.6.1 Pengertian Berita

Begitu banyak definisi berita atau "News" yang dapat diketahui dari berbagai literatur, yang satu sama lain berbeda disebabkan pandangannya dari satu sudut yang berbeda.

Dikalangan wartawan ada yang mengartikan news sebagai singkatan dari :

- North = Utara
- East = Timur
- West = Barat
- South = Selatan

Mereka mengartikan berita sebagai laporan dari keempat penjuru angin tersebut, laporan dadri mana-mana, dari berbagai tempat di dunia ini.

Ada juga defini yang paling "pas" mengenai berita yang dikemukakan oleh Prof. Mitchel V. Charnley dalam bukunya "Reporting" yang berbunyi :

Berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau opini yang mengandung hal yang menarik minat atau penting, atau kedua-duanya, bagi sejumlah besar penduduk.

Berita merupakan sesuatu yang diperlukan oleh khalayak demi memenuhi kebutuhan akan informasi sehari- hari.

2.6.2 Berita Aktual

Unsur aktual atau baru merupakan bagian penting agar berita kita dapat menarik perhatian. Sesuatu yang baru, peristiwa yang baru terjadi, kejadian yang masih hangat dibicarakan masyarakat lebih menarik, dibandingkan dengan kejadian atau peristiwa yang sudah lama.

Berita aktual lebih mengutamakan unsur waktu didalamnya. Makin cepat berita muncul makin banyak masyarakat yang menggunakan media massa tersebut.

Berita actual biasanya muncul tidak secara langsung keseluruhan berita, namun secara *to be contingu,* artinya berita bisa muncul berulang-ulang sesuai dengan informasi yang di dapat dilapangan.

2.6.3 Sifat Berita

Berita, baik untuk surat kabar, radio, maupun televisi memiliki tiga sifat yang harus dipenuhi, Menurut Djuroto (2003:27) tiga sifat tersebut yaitu:

1. Mengarahkan, artinya berita yang kita buat harus mampu mengarahkan perhatian pembaca, pendengar atau pemirsa sehingga mengikuti alur pemikiran kita.
2. Menumbuhkan atau membangkitkan semangat, artinya berita harus dapat memberi rangsangan, dorongan, dan semangat bagi pembacanya.

3. Berita yang bersifat memberi penerangan, artinya berita harus mampu memberi penerangan kepada masyarakat. Memberi penerangan di sini maksudnya adalah memberikan penjelasan atau contoh-contoh kejadian yang tidak baik agar tidak ditiru oleh masyarakat.