BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *Communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti *sama*. *Sama* disini maksudnya adalah *satu makna*. Jadi, jika dua orang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan. Pengertian tersebut sifatnya dasariah, dalam arti kata bahwa komunikasi itu minimal harus mengandung kesamaan maknaantara dua pihak yang terlibat.

Dalam "bahasa" komunikasi pernyataan dinamika pesan (*message*), orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator (*communicator*), sedangkan orang yang menerima pernyataan diberi nama komunikan (*communicate*). Untuk tegasnya komunikasi berarti proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. (Effendy, 2003:28)

Menurut Hafied Cangara dalam bukunya "Pengantar Ilmu Komunikasi" mengatakan bahwa:

> komunikasi sebagai kata yang abstrak, pada dasarnya sulit didefinisikan. Komunikasi memiliki sejumlah arti. Para pakar telah membuat banyak upaya untuk mendefinisikan komunikasi, namun menetapkan definisi tunggal terbukti tidak mungkin dan tidak

> berguna. Definisi mana yang kita pilih, tergantung kegunaannya dalam hal apa definisi itu kita perlukan. Ia pun mendefinisikan komunikasi sebagai usaha penyampaian pesan antarmanusia. (Vardiansyah , 2004:8)

Ada beberapa definisi yang diungkapkan oleh para ahli dan pakar komunikasi seperti yang di ungkapkan oleh Carl. I. Hovland yang dikutip oleh Effendy dalam buku "Ilmu Komunikasi Teori dan Peraktek" bahwa: Ilmu Komunikasi adalah: Upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegar asas-asas penyampain informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. (Effendy, 2004:10)

Definisi Hovland di atas menunjukan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan saja penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (*public opinion*) dan sikap publik (*public attitude*) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting. Dalam definisinya secara khusus mengenai pengertian komunikasi, Hovland mengatakan bahwa komunikasi adalah proses pengubahan perilaku orang lain.

2.1.2 Proses Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy, Proses komunikasi pada intinya terbagi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan secara sekunder.

1. Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pesan dan atau perasaan kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang atau simbol berupa bahasa, kial, syarat, gambar, warna dan lain sebagainya, yang secara langsung

mampu ”menerjemahkan” pikiran, perasaan komunikator kepada komunikan.

Bahasa yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah jelas karena bahasalah yang paling mampu “*menerjemahkan*” pikiran seseorang kepada orang lain. Berkat kemampuan bahasa, maka kita dapat mempelajari ilmu pengetahuan sejak ditampilkan oleh Aristoteles, Plato, dan Socrates, dapat menjadi manusia yang beradap dan berbudaya, dan dapat memperkirakan apa yang akan terjadi pada tahun, decade, bahkan abad yang akan datang.

Media primer atau lambing yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah bahasa. Akan tetapi tidak semua orang pandai mencari kata-kata yang tepat dan lengkap yang dapat mencerminkan pikiran dan perasaan yang sesungguhnya.

Komunikasi berlangsung apabila terjadi kesamaan makna dalam pesan yang diterima oleh komunikan. Dengan perkataan lain, komunikasi adalah proses membuat sebuah pesan setala (t*uned*) bagi komunikator dan 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. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat,

telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan banyak lagi adalah media kedua yang seringa digunakan dalam komunikasi.

Karena proses komunikasi sekunder ini merupakan sambungan dari komunikasi primer untuk menembus dimensi ruang dan waktu, maka dalam menata lambang-lambang untuk memformulasikan isi pesan komunikasi, komunikator harus memperhitungkan ciri-ciri atau sifat-sifat media yang akan digunakan. Penentuan media yang akan dipergunakan sebagai hasil pilihan dari sekian banyak alternatif perlu didasari pertimbangan mengenai siapa komunikan yang akan dituju.

2.1.3 Tujuan Komunikasi

1. Menemukan

Salah satu tujuan utama komunikasi menyangkut penemuan diri (*personal discovery*). Bila kita berkomunikasi dengan orang lain, maka kita belajar mengenai diri sendiri selain juga tentang orang lain. Dengan berbicara tentang diri kita sendiri kepada orang lain, kita memperoleh umpan balik yang berharga mengenai perasaan, pemikiran, dan perilaku kita.

Menurut Thibaut dan Kelley yang diutip oleh Devito, mengatakan bahwa ada cara lain di mana kita melakukan penemuan diri adalah melalui *proses perbandingan sosial*, melalui pembandingan sosial, prestasi, sikap, pendapat, nilai, dan kegagallan kita dengan orang lain. (Devito, 1997:31).

Artinya kita mengevaluasi diri sendiri sebagian besar dengan cara membandingkan diri kita dengan orang lain. Dengan berkomunikasi kita dapat memahami secara lebih baik diri kita sendiri dan diri orang lain yang kita ajak bicara.

2. Untuk Berhubungan

Salah satu motivasi kita yang paling kuat adalah berhubungan dengan orang lain dengan membina dan memelihara hubungan yang baik dengan orang lain. Kita menghabiskan banyak waktu dan energi kita untuk membina dan memelihara hubungan sosial.

3. Untuk Meyakinkan

Kehadiran media massa, sebagian besar untuk meyakinkan kita agar mengubah sikap dan perilaku kita. Dalam perjumpaan kita sehari-hari dengan orang lain pun, kita selalu berusaha untuk mengubah sikap dan perilaku orang lain dengan cara memberikan rasa yakin kepada orang tersebut dengan apa yang kita lakukan.

4. Untuk Bermain

Kita menggunakan banyak perilaku komunikasi kita untuk bermain dan menghibur diri. Demikian pula, banyak perilaku dari komunikasi kita dirancang untuk menghibur orang lain, dengan cara menceritakan lelucon, mengutarakan sesuatu yang baru, dan mengaitkan cerita-cerita yang menarik.

2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa

2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan suatu tipe komunikasi manusia yang lahir bersamaan dengan mulai digunakannya alat-alat mekanik, yang mampu melipatgandakan pesan-pesan komunikasi. Pada dekade sebelum abad ke-20, alat-alat mekanik yang menyertai lahirnya publisistik atau komunikasi massa adalah alat-alat percetakan (*press printed*) yang menghasilkan surat kabar, buku-buku, majalah, brosur, dan materi cetakan lain.

Komunikasi massa berasal dari istilah bahasa inggris yang berarti *mass communication*, kependekan dari *massmedia communication* (komunikasi media massa). Artinya, komunikasi yang menggunakan media massa atau komunikasi yang "*mass mediated*".

Kata massa dalam komunikasi massa dapat diartikan lebih dari sekedar "orang banyak". Seperti yang di kutip oleh Wiryanto dalam bukunya "Teori Komunikasi Massa" mengatakan bahwa Massa kita artikan sebagai "meliputi semua orang yang menjadi sasaran alat-alat komunikasi massa atau orang-orang pada ujung lain dari saluran". (Wiryanto, 2000:2)

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner yakni: komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. (Ardianto, 2004:3)

Sedangkan ahli komunikasi Joseph A. Devito merumuskan definisi komunikasi massa yang pada intinya merupakan penjelasan tentang pengertian massa, serta tentang media yang digunakannya. Ia mengemukakan definisinya dalam dua *item*, yakni "pertama, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang audio dan/atau visual. (Ardianto, 2004:6)

2.2.2 Karakteristik Komunikasi Massa

1. Komunikator Terlembaga

Ciri komunikasi massa yang pertama adalah komunikatornya. Komunikasi massa itu melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks. Komunikator dalam menyebarluaskan pesannya bertindak atas nama lembaga, ia tidak mempunyai kebebasan individual. Sebagai konsekuensinya, peranan komunikator dalam proses komunikasi ditunjang oleh orang-orang lain.

2. Pesan Bersifat Umum

Komunikasi massa itu bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu. Pesan komunikasi massa dapat berupa fakta, peristiwa, atau opini.

Pesan komunikasi massa yang dalam bentuk apa pun harus memenuhi kriteria penting atau menarik, atau penting sekaligus menarik, bagi sebagian besar komunikan.

3. Media Massa Menimbulkan Keserempakan

Kelebihan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapainya relatif banyak dan tidak terbatas. Bahkan lebih dari itu, komunikan yang banyak itu secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama pula.

4. Komunikasi mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan

Komunikasi mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan karena komunikasi massa tidak menimbulkan relasi-relasi. Dalam komunikasi massa, pesan harus disusun sedemikian rupa berdasarkan sistem tertentu dan disesuaikan dengan karakter media massa yang akan digunakan.

5. Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah

Komunikasi massa itu adalah komunikasi dengan menggunakan atau melalui media massa. Karena melalui media massa maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan sedangakan komunikan aktif menerima pesan, namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog sebagaimana halnya terjadi dalam komunikasi antarpersona.

6. Stimulasi Alat Indra "Terbatas"

Ciri komunikasi massa lainnya yang dapat dianggap salah satu kelemahannya, adalah stimulasi alat indra yang "terbatas". Pada komunikasi antarpersona yang bersifat tatap muka, maka seluruh alat indra pelaku komunikasi, komunikator, dan komunikan, dapat digunakan secara maksimal. Kedua belah pihak dapat melihat, mendengar secara langsung, bahkan mungkin merasa.

Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massa. Pada surat kabar dan majalah, pembaca hanya melihat. Pada radio siaran dan rekaman auditif, khalayak hanya mendengar, sedangkan pada media televisi dan film, kita menggunakan indra penglihatan dan pendengaran.

7. Umpan Balik Tertunda (*Delayed*)

Komponen umpan balik atau yang lebih populer dengan sebutan *feedback* merupakan faktor penting dalam bentuk komunikasi apapun. Efektifitas komunikasi seringkali dapat dilihat dari *feedback* yang disampaikan oleh komunikan.

2.3 Tinjauan Tentang Media Massa

Media massa (mass media) singkatan dari media komunikasi massa dan merupakan *channel of mass* yaitu saluran, alat atau sarana yang dipergunakan dalam proses komunikasi massa, karakteristik media massa itu meliputi :

1. Publisitas, disebarluaskan kepada khalayak.
2. Universalitas, kesannya bersifat umum.

3. Perioditas, tetap atau berkala.
4. Kontinuitas, berkesinambungan.
5. Aktualitas, berisi hal-hal baru. (Romly, 2002:5)

Isi media massa secara garis besar terbagai atas tiga kategori: berita, opini, *feature*. Karena pengaruhnya terhadap massa (dapat membentuk opini publik), media massa disebut "kekuatan keempat" *(The Four Estate)* setelah lembaga eksekutif, legistatif, yudikatif. Bahkan karena idealisme dengan fungsi social controlnya media massa disebut-sebut "musuh alami" penguasa.

Menurut Romly dalam bukunya "Jurnalistik Terapan" mengatakan bahwa:

> Yang termasuk kedalam media massa adalah surat kabar, majalah, radio, TV dan film. Kelima media tersebut dinamakan "The Big Five Of Mass Media" (lima besar media massa), media massa sendiri terbagi dua macam, media massa cetak (*printed media*), dan media massa elektronik (*electronic media*). Yang termasuk media massa elektronik adalah radio, TV, film (movie), termasuk CD. Sedangkan media massa cetak dari segi formatnya dibagi menjadi enam yaitu :
> 1. Koran atau surat kabar (ukuran kertas broadsheet atau ½ plano)
> 2. Tabloid (½ broadsheet)
> 3. Majalah (½ tabloid atau kertas ukuran polio atau kuarto)
> 4. Buku (½ majalah)
> 5. Newsletter (polio atau kuarto, jumlah halaman lazimnya 4 – 8 halaman)
> 6. Buletin (½ majalah jumlah halaman lazimnya 4 – 8)
>
> (Romly, 2002:6)

2.4 Tinjauan Tentang Internet

2.4.1 Sejarah Singkat Internet

Dewasa ini internet secara cepat menjadi ajang utama bisnis komputasi rumah dan sejumlah lembaga di berbagai negara termasuk Indonesia. Sejumlah teknologi yang berhubungan dengannya telah

menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari kita, dan akan berlanjut untuk mengubah cara kita hidup dan bekerja.

Menurut Laquey (Ardianto dan Erdinaya,2005:142) asal mula Internet adalah tercipta oleh suatu ledakan tak terduga di tahun 1969, yaitu dengan lahirnya Arpanet, suatu proyek eksperimen Kementrian Pertahanan Amerika Serikat bernama DARPA (Department Of Defense Advanced Research Project Agency). Misi awalnya sederhana, yaitu mencoba menggali teknologi jaringan yang dapat menghubungkan para peneliti dengan berbagai sumber daya jauh seperti sistem komputer dan pangkalan data yang besar. Arpanet berhasil membantu membudidayakan sejumlah jaringan lainnya, yang berhubungan. Setelah dalam kurun waktu 25 tahun kemudian sistem ini berevolusi menjadi suatu "*organisme*" yang semakin luas perkembangannya, yang mencakup puluhan juta orang dan ribuan jaringan.

Penggunaan Internet saat ini mencakup berbagai kalangan, para pengelola media massa (penerbit surat kabar dan majalah, radio siaran dan televisi), penerbit buku, artis, guru dan dosen, pustakawan, penggemar komputer dan pegusaha. Alasan penggunaannya pun beraneka ragam, mulai sekedar untuk berkomunikasi hingga mengakses informasi dan data yang penting. Sebagian besar komputer dan jaringan yang tersambungkan ke Internet masih berkaitan dengan masyarakat pendidikan dan penelitian. Kenyataan ini tidaklah mengejutkan karena internet memang lahir dari benih penelitian. Namun semakin banyak Universitas kini bekerja sama

dengan kalangan bisnis untuk mengembangkan berbagai katalog dan arsip *online*.

Pertumbuhan dan kelarisan internet ini perlu dipahamai. Di satu sisi internet dapat dibandingkan dengan perkembangan mesin faksimili pada akhir dasawarsa 1980-an. Nilai yang ditawarkan internet dapat dikiaskan sebagai jalan raya dengan transportasi berkecapatan tinggi yang memperpendek perjalanan atau diibaratkan sebagai sebuah perpustakaan yang dapat dikunjungi setiap saat, dengan kelengkapan buku, sumber informasi, dan kemungkinan penelusuran informasi yang tak terbatas.

Informasi penting yang tersedia di internet jumlahnya terus meningkat. Ini mencakup berbagai arsip gratis dan arsip umum, katalog perpustakaan, layanan pemerintah, dan sebagainya. Informasi yang menarik, cepat waktu dan cermat sangat penting untuk jurnalisme yang baik. Dalam seabad terakhir, pekerjaan seorang wartawan ditentukan oleh peluangnya mendapatkan informasi.

Sama halnya dengan telepon, yang memungkinkan wartawan mewawancarai orang dimana pun orang itu berada, jaringan komunikasi elektronik juga memungkinkan wartawan mencari dimana seseorang berada dan mendapatkan informasi dari berbagai tempat di seluruh dunia. Singkatnya, informasi melalui jaringan komputer (internet) memudahkan wartawan menjalankan tugasnya dimana pun dia berada.

2.4.2 Definisi Internet

Sampai saat ini belum ada persetujuan yang pasti mengenai pengertian Internet. Hal ini dikarenakan defini internet mungkin berbeda maknanya antara dahulu, sekarang dan akan datang. Namun demikian ada beberapa ahli yang mengemukakan pendapatnya mengenai Internet.

> "Internet merupakan jaringan longgar dari ribuan komputer yang menjangkau jutaan orang di seluruh dunia"(*Laquey* dalam *Ardianto* dan *Erdinaya*, 2005:141).

Adapun pakar lain mengemukakan sebagai berikut :

> "Internet adalah sebuah jaringan komputer yang terdiri dari berbagai macam ukuran jaringan komputer diseluruh dunia mulai dari sebuah PC, jaringan-jaringan lokal berskala kecil, jaringan-jaringan kelas menengah hingga jaringan-jaringan utama yang menjadi tulang punggung Internet*"* (*Taryana*, 1999-2001 : 2).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa Internet merupakan sebuah perkakas sempurna untuk menyiagakan dan mengumpulkan sejumlah besar orang secara elektronis. Informasi mengenai suatu peristiwa tertentu dapat ditransmisikan secara langsung, sehingga membuatnya menjadi suatu piranti yang sangat efektif.

2.5 Tinjauan Tentang Media *Online*

Media *online* adalah media massa yang dapat kita temukan di internet. Sebagai media massa, media *online* juga menggunakan kaidah-kaidah jurnalistik dalam sistem kerja mereka. Perbedaan antara media cetak dan media *online* terlihat jelas pada medianya.

Tabel 2.1

Perbedaan Teknis Media Cetak dengan Media *Online*

Unsur	Media Cetak	Media *Online*
Pembatasan panjang naskah	Biasanya panjang naskah telah dibatasi, misalnya 5 – 7 halaman kuarto diketik 2 spasi.	Tidak ada pembatasan panjang naskah, karena halaman web bisa menampung naskah yang sepanjang apapun. Namun demi alasan kecepatan akses, keindahan desain dan alasan-alasan teknis lainnya, perlu dihindarkan penulisan naskah yang terlalu panjang.
Prosedur naskah	Naskah biasanya harus di-ACC oleh redaksi sebelum dimuat.	Sama saja. Namun ada sejumlah media yang memperbolehkan wartawan di lapangan yang telah dipercaya untuk meng-upload sendiri tulisan-tulisan mereka.
Editing	Kalau sudah naik cetak (atau sudah di-film-kan pada proses percetakan), tak bisa diedit lagi.	Walaupun sudah *online*, masih bisa diedit dengan leluasa. Tapi biasanya, editing hanya mencakup masalah-masalah teknis, seperti merevisi salah ketik, dan seterusnya.
Tugas desainer atau layouter	Tiap edisi, desainer atau layouter harus tetap bekerja untuk menyelesaikan desain pada edisi tersebut.	Desainer dan programmer cukup bekerja sekali saja, yakni di awal pembuatan situs web. Selanjutnya, tugas mereka hanya pada masalah-masalah maintenance atau ketika perusahaan memutuskan untuk mengubah desain dan sebagainya. Setiap kali redaksi meng-upload naskah, naskah itu akan langsung "masuk" ke desain secara otomatis.
Jadwal terbit	Berkala (harian, mingguan, bulanan, dua mingguan, dan sebagainya).	Kapan saja bisa, tidak ada jadwal khusus, kecuali untuk jenis-jenis tulisan/rubrik tertentu.
Distribusi	Walau sudah selesai dicetak, media tersebut belum bisa langsung dibaca oleh khalayak ramai	Begitu di-upload, setiap berita dapat langsung dibaca oleh semua orang di seluruh dunia yang memiliki

	sebelum melalui proses distribusi.	akses internet.

Dari segi sifatnya, ada satu kemiripan antara media online dengan media elektronik seperti radio dan televisi. Mereka selalu dituntut untuk menyajikan berita yang paling *up to date* secepat mungkin. Mereka juga biasanya tidak perlu menunggu hingga seluruh data terkumpul. Begitu ada data, walau hanya sedikit, mereka langsung melaporkannya. Jika ada perkembangan baru mengenai peristiwa tersebut, mereka melaporkannya lagi, demikian seterusnya. Karena itu, aturan penulisan di dalam media *online* cenderung lebih bebas, tidak terlalu terpaku pada kaidah-kaidah bahasa dan jurnalistik yang berlaku umum.

2.6 Tinjauan Tentang Berita

2.6.1 Pengertian Berita

Berita dalam bahasa Inggris disebut *news.* Dalam *The Oxford Paperback Dictionary* terbitan *Oxford University Press* (1978) sebagaimana dikutip oleh Asep Syamsul M. Romli dalam Jurnalistik Terapan, *news* diartikan sebagai "informasi tentang peristiwa-peristiwa terbaru"(*information about recent events*) (Romli, 2005:33).

Dalam buku Himpunan Istilah Komunikasi, Gunadi menyebutkan bahwa berita (*news*) dikalangan wartawan ada yang memberi pengertian *news* sebagai singkatan dari *north* (utara), *east* (timur), *west* (barat), *south* (selatan) (1998: 17).

Menurut Yandianto dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, berita adalah laporan mengenai kejadian atau peristiwa (2001:47). Sedangkan pengertian berita menurut Micthel V. Charnley sebagaimana dikutip oleh Asep Syamsul M. Romli dalam bukunya Jurnalistik Terapan ialah laporan tercepat dari suatu peristiwa atau kejadian yang faktual, penting, dan menarik bagi sebagaian besar pembaca, serta menyangkut kepentingan mereka (Romli, 2005:35).

2.6.2 Jenis-Jenis Berita

Kustadi Suhandang dalam Pengantar Jurnalistik Seputar Organisasi, Produk, dan Kode Etik menyebutkan ada dua jenis berita yaitu berita langsung (*Straight News*) dan berita tidak langsung (*Feature News*) (2004:104). Sedangkan Romli lebih menjabarkan jenis-jenis berita menjadi enam jenis, diantaranya:

1. Berita Langsung (*Straight News*)

   Berita langsung adalah laporan peristiwa yang ditulis secara singkat, padat, lugas, dan apa adanya. Berita langsung dibagi lagi menjadi dua, yaitu berita keras atau hangat (*Hard News*) dan berita lembut atau ringan (*Soft News*). *Hard News* adalah laporan peristiwa besar atau sangat menggemparkan, memiliki nilai lebih dari segi aktualitas dan kepentingan pada khalayak. *Soft News* setingkat dibawah *Hard News* dari segi aktualitas dan kepentingan. *Soft News* merupakan pendukung yang berisi informasi peristiwa atau gagasan sederhana, tidak berat, dan tidak menggemparkan.

2. Berita Opini

   Berita opini yaitu berita mengenai pendapat, pernyataan, atau gagasan seseorang. Berita opini juga dominan hadir di surat kabar.

3. Berita Interpretatif

   Berita interpretatif adalah berita yang dikembangkan dengan komentar atau penilaian wartawan atau narasumber yang kompeten atas berita yang muncul sebelumnya, sehingga merupakan gabungan antara fakta dan interpretatif. Berawal dari informasi yang dirasakan kurang jelas atau tidak lengkap arti dan maksudnya.

4. Berita Mendalam

   Berita mendalam ialah berita yang merupakan pengembangan dari berita yang sudah muncul, dengan pendalaman hal-hal yang ada di bawah suatu permukaan. Bermula dari sebuah berita yang masih belum selesai pengungkapannya dan bisa dilanjutkan kembali (*foolow up system*). Pendalaman dilakukan dengan mencari informasi tambahan dari narasumber atau berita terkait.

5. Berita Penjelasan

   Berita penjelasan adalah berita yang sifatnya menjelaskan dengan menguraikan sebuah peristiwa secara lengkap, penuh data. Fakta yang diperoleh dijelaskan secara rinci dengan beberapa argumentasi atau pendapat penulisnya. Berita jenis ini biasanya panjang lebar sehingga harus disajikan secara bersambung atau berseri.

6. Berita Penyelidikan

Berita penyelidikan yaitu berita yang diperoleh dan dikembangkan berdasarkan penelitian atau penyelidikan dari berbagai sumber. Disebit pula berita penggalian karena wartawan menggali informasi dari berbagai pihak, bahkan melakukan penyelidikan langsung ke lapangan, bermula dari data mentah atau berita singkat. Umumnya berita investigasi disajikan dalam format tulisan *feature* berita (*news feature*) (Suhandang,2005:40-46).

2.7 Tinjauan Tentang Berita Hukum

2.7.1 Pengertian Berita Hukum

Berita hukum menurut Effendi (1989) adalah "berita yang disiarkan media massa mengenai peristiwa yang menyangkut kejahatan" (Effendi, 1989 : 80). Adapun pengertian hukum, dijelaskan Moeliono (1989) "kejahatan adalah pelanggaran hukum yang dapat dihukum menurut undang undang pidana"(Moeliono, 1989 : 465). Assegaf, mengistilahkan hukum menjadi kriminil. Menurutnya berita kriminil adalah "berita atau laporan mengenai tindak kejahatan yang diperoleh dari pihak kepolisian" (Assegaf, 1982 : 111).

Berikutnya Richard Ericson mengemukakan, berita hukum berbeda dengan berita lain seperti berita politik, berita ekonomi, berita olah raga dan lainnya. Perbedan utama terletak pada bahan bakunya, bahan baku penulisan berita hukum adalah realitas sosial yang melanggar hukum.

Contohnya, berita pelecehan dan kekerasan seksual, merupakan salah satu jenis berita hukum (Abrar, 1997 : 44).

Perbedaan lainnya adalah menyangkut proses peliputan dan penulisan berita. Peliputan dan penulisan berita hukum sepatutnya mengacu pada model profesional. Berita model profesional adalah berita yang dihasilkan wartawan melalui keterampilan jurnalis yang tinggi dengan memadukan unsur benar, penting, dan bermanfaat bagi pembaca (Abrar, 1997 : 25).

Mengenai penggolongan berita kejahatan atau hukum, Assegaf (1982) mengatakan " yang termasuk ke dalam berita kejahatan adalah : pembunuhan, penodongan, pencopetan, perampokan pencurian, perkosaan dan lainnya yang melangar hukum (Assegaf, 1982 : 44). Sedangkan menurut Wirjono Projodikoro, kejahatan-kejahatan yang diatur KUHP (Kitab Umum Hukum Pidana) Indonesia, antara lain :

1) Pencurian, tindak pidana ini oleh pasal 362 KUHP dirumuskan sebagai berikut : Mengambil barang, seluruhnya atau sebagian milik orang lain dengan tujuan memilikinya secara melanggar hukum.
2) Pemerasan, tindak pidana pemerasan *(affersing)* dimuat dalam pasal 368 KUHP dan dirumuskan sebagai berikut : Dengan maksud menguntungkan dirinya atau orang lain dengan melanggar hukum, memaksa dengan kekerasan supaya orang lain memberikan sesuatu barang seluruhnya atau sebagian kepunyaan orang itu, orang ketiga, atau supaya orang yang menghutang menghapus utang piutangnya.

3) Pembunuhan, pembunuhan oleh pasal 338 KUHP dirumuskan sebagai " dengan sengaja menghilangkan nyawa orang" , yang diancam dengan maksimum hukuman lima belas tahun penjara. Perbuatan ini dapat terwujud macam-macam, dapat berupa penembakan dengan senjata api, menikam dengan pisau, memuykul dengan sepotong besi, mencekik leher dengan tangan, dengan memberi racun dalam makanan, dan lain-lainnya.
4) Penganiayaan, pasal 351 KUHP hanya mengatakan, bahwa penganiayaan dihukum dengan penjara selama lamanya dua tahun delapan bulan denda sebanyak-banyaknya tiga ratus ribu rupiah. Dalam rancangan undang-undang Pemerintah Hindia Belanda ditemukan rumusan "dengan sengaja mengakibatkan rasa sakit dalam tubuh orang lain, dan merugikan kesehatan orang lain".
5) Perkosaan *(Verkacthing*), dalam kualifikasi verkacthing yang tercvantum dalam pasal 285 KUHP dirumuskan suatu tindak pidana berupa : dengan kekerasan atau ancaman kekerasan memaksa seorang perempuan untuk bersetubuh, dengan dia diluar perkawinan, dengan ancaman hukuman dua belas tahun penjara (Prodjodikoro, 1986 : 14).

Dari penjelasan tersebut tidak ditemukan pengertian tentang kejahatan pencopetan, penodongan dan perampokan. Menurut Moeliono (1990) pengertian pencopetan adalah, "perbuatan, proses cara mencopet". Sedangkan definisi mencopet adalah " mencuri (baraang yang sedang

dipakai, uang dalam saku, barang yang dikedaikan, dan lainnya) dengan cepat dan tangkas" (Moeliono, 1990 : 174).

Berdasarkan beberapa definisi mengenai hukum maka dapat diambil kesimpulan pengertian berita hukum. Berita hukum yaitu laporan aktual berupa fakta, peristiwa dan pendapat mengenai tindakan kejahatan atau hukum yang dilakukan seseorang atau kelompok serta melanggar aturan hukum yang ditetapkan. Adapun tindak kejahatan meliputi : pencurian, pemerasan, perampokan, pembunuhan, penganiayaan, perkosaan, pencopetan, penodongan, penipuan dan korupsi.

Berita kejahatan atau yang dikenal dengan nama berita hukum merupakan berita yang sering ditemukan dalam berbagai media massa. Berita ini biasanya menggunakan kata-kata sensasional sehingga menarik perhatian pembaca. Dalam penyajiannya sering terjadi kontroversial terutama bagi kalangan moralis dan kriminolog.

Pers yang mempunyai fungsi penyebar informasi tentunya mempunyai alasan yang tepat dalam menyajikan berita hukum. Pers bukan mempromosikan kejahatan kepada massa. Melainkan dengan tulisan atau disiarkannya berita hukum diharapkan masyarakat tidak mau melakukan hal serupa dengan yang diberitakan.

Melalui tulisan diharapkan dapat menanggulangi kejahatan yang kian hari makin meningkat seiring dengan perkembangan zaman. Dipandang dari teknis maupun dari kualitas serta kuantitas kejahatan. Oleh

karena itu berita kejahatan media *on-line* sedapat mungkin harus mengedepankan prinsip objektivitas dalam menulis berita.

Namun pegangan bagi wartawan yang biasa meliput berita hukum masih banyak yang bisa dijadikan acuan. Wartawan harus memegang aturan, bukan masalah aturan tertulis atau lainnya. Selain itu penerapan peraturan dalam pelaksanaannya harus benar-benar dilkakukan.

2.7.2 Penggolongan Berita Hukum

Mengenai penggolongan berita kejahatan atau hukum, Assegaf (1982) mengatakan " yang termasuk ke dalam berita kejahatan atau hukum adalah : pembunuhan, penodongan, pencopetan, perampokan pencurian, perkosaan dan lainnya yang melangar hukum (Assegaf, 1982 : 44). Sedangkan menurut Wirjono Projodikoro, kejahatan-kejahatan yang diatur KUHP (Kitab Umum Hukum Pidana) Indonesia, antara lain :

1. Pencurian, tindak pidana ini oleh pasal 362 KUHP dirumuskan sebagai berikut : Mengambil barang, seluruhnya atau sebagian milik orang lain dengan tujuan memilikinya secara melanggar hukum.
2. Pemerasan, tindak pidana pemerasan *(affersing)* dimuat dalam pasal 368 KUHP dan dirumuskan sebagai berikut : Dengan maksud menguntungkan dirinya atau orang lain dengan melanggar hukum, memaksa dengan kekerasan supaya orang lain memberikan sesuatu barang seluruhnya atau sebagian kepunyaan orang itu, orang ketiga, atau supaya orang yang menghutang menghapus utang piutangnya.
3. Pembunuhan, pembunuhan oleh pasal 338 KUHP dirumuskan sebagai " dengan sengaja menghilangkan nyawa orang" , yang diancam dengan maksimum hukuman lima belas tahun penjara. Perbuatan ini dapat terwujud macam-macam, dapat berupa penembakan dengan senjata api, menikam dengan pisau, memuykul dengan sepotong besi, mencekik leher dengan tangan, dengan memberi racun dalam makanan, dan lain-lainnya.
4. Penganiayaan, pasal 351 KUHP hanya mengatakan, bahwa penganiayaan dihukum dengan penjara selama lamanya dua tahun delapan bulan denda sebanyak-banyaknya tiga ratus ribu rupiah. Dalam rancangan undang-undang Pemerintah Hindia Belanda

ditemukan rumusan “dengan sengaja mengakibatkan rasa sakit dalam tubuh orang lain, dan merugikan kesehatan orang lain”.

5. Perkosaan *(Verkacthing*), dalam kualifikasi verkacthing yang tercvantum dalam pasal 285 KUHP dirumuskan suatu tindak pidana berupa : dengan kekerasan atau ancaman kekerasan memaksa seorang perempuan untuk bersetubuh, dengan dia diluar perkawinan, dengan ancaman hukuman dua belas tahun penjara (Prodjodikoro, 1986 : 14).

Dari penjelasan tersebut tidak ditemukan pengertian tentang kejahatan pencopetan, penodongan dan perampokan. Menurut Moeliono (1990) pengertian pencopetan adalah, “perbuatan, proses cara mencopet”. Sedangkan definisi mencopet adalah “ mencuri (baraang yang sedang dipakai, uang dalam saku, barang yang dikedaikan, dan lainnya) dengan cepat dan tangkas” (Moeliono, 1990 : 174).

Berdasarkan beberapa definisi mengenai hukum maka dapat diambil kesimpulan pengertian berita hukum. Berita hukum yaitu laporan aktual berupa fakta, peristiwa dan pendapat mengenai tindakan kejahatan atau hukum yang dilakukan seseorang atau kelompok serta melanggar aturan hukum yang ditetapkan. Adapun tindak kejahatan meliputi : pencurian, pemerasan, perampokan, pembunuhan, penganiayaan, perkosaan, pencopetan, penodongan, penipuan dan korupsi.

2.7.3 Aspek Hukum Penyajian Berita Hukum

Berita kejahatan atau yang dikenal dengan nama berita hukum merupakan berita yang sering ditemukan dalam berbagai media massa. Berita ini biasanya menggunakan kata-kata sensasional sehingga menarik perhatian pembaca. Namun dalam penyajiannya sering terjadi kontroversial terutama bagi kalangan moralis dan krominolog.

Pers yang mempunyai fungsi penyebar informasi tentunya mempunyai alasan yang tepat dalam menyajikan berita hukum. Pers bukan mempromosikan kejahatan kepada massa. Melainkan dengan tulisan atau disiarkannya berita hukum diharapkan masyarakat tidak mau melakukan hal serupa dengan yang diberitakan.

Melalui tulisan diharapkan dapat menanggulangi kejahatan yang kian hari makin meningkat seiring dengan perkembangan zaman. Dipandang dari teknis maupun dari kualitas serta kuantitas kejahatan. Oleh karena itu berita kejahatan disurat kabar sedapat mungkin harus mengedepankan prinsip objektivitas dalam menulis berita.

Namun pegangan bagi wartawan yang biasa meliput berita hukum masih banyak yang bisa dijadikan acuan. Wartawan harus memegang aturan, bukan masalah aturan tertulis atau lainnya. Selain itu penerapan peraturan dalam pelaksanaannya harus benar-benar dilkakukan.

2.8 Tinjauan Tentang Analisis Isi

Menurut Berelson dan Kerlinger, analisis isi merupakan suatu metode untuk mempelajari dan menganalisis komunikasi secara sistematika, objektif, dan kuantitatif terhadap pesan yang tampak. Sedangkan menurut Budd (1967), analisis adalah suatu teknik sistematis untuk menganalisis isi pesan dan mengolah pesan atau suatu alat untuk mengobsevasi dan menganalisis isi perilaku komunikasi yang terbuka dari komunikator yang dipilih. (Kriyantono, 2007:228)

Analisis isi digunakan untuk memperoleh keterangan dari isi komunikasi yang disampaikan dalam bentuk lambang. Analisis isi dapat digunakan untuk menganalisis semua bentuk komunikasi seperti surat kabar, buku, puisi, cerita rakyat, lukisan, pidato, surat, peraturan, undang-undang, musik, teater, dan sebagainya. (Rakhmat, 2005:89)

Analisis isi ini memiliki kelebihan dibandingkan dengan penelitian survei dan eksperimen, karena subjek penelitiannya adalah benda matiyang tidak bereaksi dan penelitian ini dapat membandingkan dengan lebih mudah antara satu subjek dengan subjek lainnya. (Prasetyo & Jannah, 2005:167)

Penelitian yang menggunakan analisis isi umumnya melalui tahap-tahap seperti:

1. Perumusan Masalah. Masalah harus dapat dirumuskan dalam pertanyaan yang dapat di ukur.
2. Perumusan Hipotesis. Hipotesis dapat dirumuskan dalam bentuk hipotesis nol, hipotesis penelitian, atau hipotesis statistik.
3. Penarikan Sampel. Penarikan sampel dimulai setelah kita menentukan satuan analisis (*units of analysis*).
4. Pembuatan Alat Ukur. Bila masalah sudah dirumuskan secara operasional, pengembangan alat ukur tidak terlalu sulit.
5. Pengumpulan Data. Data dikumpulkan dengan menggunakan lembar koding (*cooding sheet*) yang dibuat berdasarkan kategori yang ditetapkan pada tahap pembuatan alat ukur.

6. Analisis Data. Data dapat di analisis dengan menggunakan tabulasi silang atau tabel biasa.

McQuail dalam buku *Mass Comunicatin Theory* (2000:305) mengatakan bahwa tujuan dilakukan analisis terhadap isi pesan komunikasi adalah mendeskripsikan dan membuat perbandingan terhadap isi pesan, membuat perbandingan antara isi media dengan realitas sosial, isi media merupakan refleksi dari nilai-nilai sosial dan budaya serta sistem kepercayaan masyarakat, mengetahui fungsi dan efek media, mengevaluai media *performance*, serta mengetahui apakah ada bias media.

2.9 Tinjauan Tentang Paragraf

Paragraf kerap disebut pula alinea. Secara fisik visual, sebuah paragraf atau alinea ditandai dengan penulisan kata awal kalimat yang menjorok ke dalam beberapa ketukan. Biasanya cukup 5-7 ketukan. Inilah yang lazim dinamakan garis baru atau ganti garis. Sebuah paragraf terdiri atas beberapa kalimat, bisa pula hanya sebuah kalimat.

Menurut pakar bahasa Djago Tarigan, tidak ada ukuran yang definitive berapa sebaik nya panjang paragraf. Ada beberapa orang berpendapat panjang pendeknya suatu paragraf tergantung pada latar belakang pembaca, dan sifat dan karakteristik media.

Sifat atau karakteristik media mempunyai tuntunan sendiri terhadap panjangnya paragraf, surat kabar cenderung pendek-pendek paragrafnya, sedangkan majalah lebih panjang, sifat atau tuntunan kalimat topic sangat

mempengaruhi panjangnya paragraf. Ada pula kalimat topic yang membutuhkan banyak kalimat pengembang untuk memperjelas dan memperinci paragraf.

Dalam bahasa jurnalistik, sangat dihindari penggunaan paragraf-paragraf panjang. Terdapat dua alasan dan pertimbangan mengapa jurnalistik lebih menyukai paragraf pendek-pendek yang rata-rata terdiri atas 3-5 baris saja. Pertama alasan filosofis, dan kedua alas an teknis. Mengapa alas an filosofis, bahasa jurnalistik harus disajikan sederhana dan ringkas karena khalayak media massa sangat heterogen serta berada dalam sifat tergesa-gesa. Alas an kedua, bahasa jurnalistik disajikan dalam ruang lajur-lajur kolom yang sangat pendek dan sempit.

2.9.1 Definisi Paragraf Jurnalistik

Pakar bahasa Djago Tarigan mendefinisikan paragraf sebagai berikut Paragraf adalah seperangkat kalimat tersusun logis sistematis yang merupakan suatu kesatuan ekspresi pikiran yang relevan dan mendukung pikiran pokok yang tersirat dalam keseluruhan karangan.

Sedangkan guru besar bahasa Gorys Keraf menjelaskan, paragraf atau alinea tidak lain dari suatu kesatuan pikiran, suatau kesatuan yang lebih tinggi atau lebih luas dari kalimat.ia merupakan himpunan dari kalimat-kalimatyang bertalian dalam suatu rangkaian untuk membentuk sebuah gagasan. Dalam alinea itu gagasan tadi menjadi jelas oleh uraian-uraian tambahan, yang maksud nya tidak lain untuk menampilkan pokok pikiran tersebut secara lebih jelas.

Lantas apa yang disebut dan yang dimaksud dengan paragraf jurnalistik? Paragraf jurnalistik pastilah menunjuk kepada paragraf yang berpijak kepada proses dan hasil karya jurnalistik. Paragraf jurnalistik berada dalam ruang lingkup serta tunduk kepada kaidah jurnalistik. Jika suatu paragraf mengandung unsure materi jurnalistik, misalnya tajuk rencana, karikatur, pojok, artikel, kolom, berita, teks foto berita, wawancara, feature, maka paragraf itu disebut paragraf jurnalistik.

Dengan rujukan kepada definisi Haris Sumadiria tentang paragraf, maka dalam hal ini dapat didefinisikan paragraf sebagai berikut :

> Paragraf jurnalistik adalah seperangkat kalimat tersusun logis-sistematis yang merupakan satu kesatuan ekspresi pikiran yang relevan dan mendukung pikiran pokok yang tersirat dalam keseluruhan paparan materi jurnalistik tertentu.

2.9.2 Tinjauan Tentang Fungsi Paragraf Jurnalistik

Sebuah paragraf memiliki empat fungsi yaitu (1) sebagai penampung dari sebagian kecil jalan pikiran atau ide pokok keseluruhan karangan, (2) memudahkan pemahaman jalan pikiran atau ide pokok pengarang, (3) memungkinkan pengarang melahirkan jalan pikirannya yang sistematis, dan (4) mengarahkan pembaca mengikuti alur pikiran pengarang serta memahaminya. (Sumadiria, 2006:86) Demikian pula dengan fungsi paragraf jurnalistik seperti berikut:

1. **Penampung Ide Pokok**

   Fungsi paragraf jurnalistik secara teknik ialah menampung ide pokok yang hendak disampaikan penulis atau jurnalis kepada pembaca, pendengar, atau pemirsa. Hanya dengan menampung dan mengelompokan uraian-uraian ide pokok dalam satu paragraf yang ringkas, seorang penulis atau jurnalis akan mudah menyusun dan menyampaikan isi pikiran dan perassannya secara logis dan sistematis ke dalam berbagai karya jurnalistik seperti tajuk rencana, berita, atau bahkan *feature*.

2. **Memudahkan Pemahaman Jalan Pikiran**

   Kita dapat mengetahui jalan pikiran penulis atau jurnalis, dengan cara menyimak kata demi kata, dant-demi kalimat yang terdapat dalam satuan-satuan paragraf pada karya-karya jurnalistik yang di tulis dan disajikannya dalam media massa. Jika pikiran penulis atau jurnalis konsisten, beraturan, tidak meloncat-loncat, maka dapat dipastikan karya jurnalistik yang disusunnya termasuk efektif dan komunikatif.

3. **Melahirkan Jalan Pikiran Yang Sistematis**

   Jurnalis atau penulis untuk media massa, harus mampu melahirkan karya-karya jurnalistik yang bermutu tinggi. Karya jurnalistik bermutu tinggi antara lain dapat dilihat dan diperiksa pada jalan pikiran yang muncul dalam setiap kalimat dan paragraf jurnalistik yang di tulisnya. Ia akan merujuk dan mengikuti pola deduktif dan induktif. Pola deduktif adalah paragraf yang didahului dengan kalimat pokok,

kemudian kalimat pengembang dan penjelas. Pola induktif adalah paragraf yang dimulai dengan kalimat penjelas dilanjutkan dengan kalimat pengembang dan kalimat penegas (pesan disusun dari uraian dan penjelasan, kemudian diakhiri dengan kesimpulan).

4. Mengarahkan Pembaca Untuk Mengikuti Alur Penulis

Seorang penulis atau jurnalis yang baik akan mengarahkan, memandu, sekaligus mengikat pikiran dan perasaan pembaca, pendengar, atau pemirsanya untuk hanya mengikuti jejak-langkahnya. Tetapi dalam proses mengikuti alur penulis atau jurnalis itu, pembaca tidak boleh merasa lelah atau dibuat lelah, merasa bingung atau dibuat bingung. Pembaca harus merasa senang dan di buat senang (pembaca harus merasa dimanjakan).

2.10 Tinjauan Tentang Model Agenda Setting

Sejalan dengan hal tersebut di atas, kiranya penulis menganggap cukup relevan dengan penelitian yang akan dilaksanakan apabila teori Agenda setting, seperti yang dirumuskan oleh Backer yang ditulis oleh Rakhmat (2000) mengatakan :

> Model Agenda Setting merupakan salah satu model teori komunikasi yang merupakan penggembangan dari model Jarum Hipodermi, asumsi dasar model ini membentuk persepsi khalayak tentang apa yang dianggap penting (Rakhmat ,2002:68).

Rakhmat pun mengungkapkan bahwa:

> Karena model ini mengasumsikan adanya hubungan positif antara penilaian yang di berikan oleh media pada suatu persoalan. Singkatnya apa yang dianggap penting olah media, akan dianggap penting juga bagi masyarakat (Rakhmat, 2000 : 68-69).

Gambar 2.1
Model Agenda Setting

Variable Media Massa →	Variabel Antara →	Variabel Efek →	Variabel Efek Lanjutan
- Panjang	- Sifat Stimulus	- Pengenalan	- Persepsi
- Penonjolan - Konflik	- Sifat Khalayak	- Saliance - Prioritas	- Aksi

Sumber : Rakhmat ,(2005: 71)

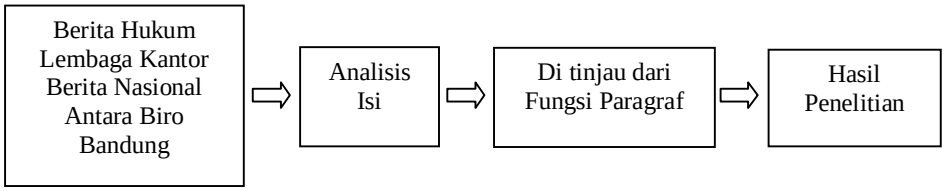
Effendy mengatakan: "Agenda seting model untuk pertama kali ditampilkan oleh M.E Mc. Combs dan D.L. Shaw dalam "*Public Opinion Quarterly*" terbitan tahun 1972, berjudul "*The Agenda-Setting Function of Mass Media*". Kedua pakar tersebut mengatakan bahwa "jika media memberikan tekanan pada suatu peristiwa, 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. ***Freedom of action*** (kebebasan bertindak) nilai kegiatan yang mungkin dilakukan oleh pemerintah (Effendy, 2003 : 288-289).

Dalam penelitian ini akan dijelaskan alur komunikasi serta peneliti akan menggambarkan kerangka konseptual sesuai dengan Teori Agenda Setting. Sumber pesannya dari LKBN Antara Biro Bandung.

Gambar 2.2
Aplikasi Model "Agenda Setting"



Dari gambar model penelitian diatas, peneliti mengambil berita hukum di LKBN Antara Biro Bandung sebagai sumbernya kemudian melakukan analisis yang ditinjau dari fungsi paragraf. Dan menghasilkan hasil penelitian berita hukum yang telah dianalisis dan ditinjau dari fungsi paragraf.