BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Berita muncul dalam benak manusia.Berita yang muncul dalam benak manusia itu bukan suatu peristiwa tetapi sesuatu yang diserap setelah peristiwa.Ia tidak identik dengan peristiwa, melainkan sebuah upaya untuk merekonstruksi kerangka inti peristiwa tersebut, inti yang disesuaikan dengan kerangka acuan yang dipertimbangkan agar peristiwa itu memiliki arti bagi pembaca. Berita adalah sebuah aspek komunikasi dan memiliki karakteristik-karakteristik yang lazim dari proses itu.

Sebagai makhluk sosial manusia memang senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Ia ingin mengetahui lingkungan sekitarnya,bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Rasa ingin tahu memaksa manusia perlu berkomunikasi.

Hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia. “Yang dinyatakan itu adalah pikiran atau perasaaan seseorang kepada orang lain dengan bahasa sebagai alat penyalur”. Seperti yang dikatakan Effendy, dalam bukunya yang berjudul Ilmu, Teori dan Filsafat komunikasi (2003:28).

Adapun Everett M. Roger seorang pakar sosiologi pedesaan Amerika yang telah banyak perhatian pada studi komunikasi, khusunya

dalam hal penyebaran inovasi membuat definisi bahwa :“Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud mengubah tingkah laku mereka” (Cangara, 1998:20).

Salah satu proses komunikasi dapat dilakukan dengan menggunakan saluran, atau yang biasa disebut komunikasi massa. Komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dengan komunikan berjumlah banyak, dan bertempat tinggal jauh.

Media informasi yang saat ini cukup banyak diminati oleh para pelaku pers adalah surat kabar. Surat kabar adalah salah satu dari media cetak yang ada untuk meweujudkan fungsi utama pers yaitu memberikan informasi, memberikan control, fungsi *interpretative* dan *direktif*, menghibur, *regenartif*, ekonomi, kepada khalayak ramai dengan cara yang teratur. Sejarah telah mencatat keberadaan surat kabar dimulai sejak ditemukannya mesin cetak oleh Johann Guternberg di Jerman.

Pada dasarnya isi surat kabar merupakan hasil kegiatan pers dan jurnalistik. Pers dan jurnalistik seperti dalam bidangnya, yakni melaksanakan kegiatannya yang meliputi mencari, memproleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam tulisan, gambar, ataupun suara. Seperti dalam buku “Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi”, bahwa:“Pers adalah sarana yang menyiarkan

produk jurnalistik. Fungsi pers berarti fungsi jurnalistik". (Effendi,2003:93)

Namun pers bukan hanya sebagai sarana untuk menyiarkan atau menginformasikan produk jurnalistik apa saja. Pers juga memiliki fungsi-fungsi lain. Seperti dalam buku "Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi":

> "Pada zaman modern seperti sekarang ini, jurnalistik tidak hanya mengelola berita saja, 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." (Effendi, 2003:93)

Pada dasarnya hasil dari kegiatan jurnalistik adalah berita (*News),* opini *(views)* yang akan disebarkan melalui media massa. Penyajian berita yang berkualitas akan menimbulkan manfaat yang sangat berguna bagi pembacanya sendiri. Persaingan ini secara langsung memberikan efek pada kualitas berita yang disampaikan.

Ismail Marahimin mengartikan wacana sebagai "Kemampuan untuk maju (dalam pembahasan) menurut urut-urutan yang teratur dan semestinya", dan "komunikasi buah pikiran, baik lisan maupun tulisan, yang resmi dan teratur" (Marahimin, 1994:26)

Jika definisi ini kita pakai sebagai pegangan, maka dengan sendirinya semua tulisan yang teratur, yang menurut urut-urutan yang semestinya, atau logis adalah wacana.Karena itu, sebuah wacana harus punya dua unsure penting, yakni kesatuan (*unity*) dan kepaduan.

Melalui *discourse analysis* (analisis wacana) kita bisa memahami isi media dipengaruhi oleh berbagai komponen dalam institusi media itu

sendiri.Menurut Marahamin dalam buku (dalam Sobur, 2002:10) wacana adalah kemampuan untuk maju menurut urut-urutan yang teratur dan semestinya.

Menurut *webster* dalam buku yang sama, wacana adalah sebuah tulisan, tetapi yang dinamakan wacana tidak hanya sebuah tulisan yang tertulis, sebuah pidato pun bisa dikatakan wacana. Wacana pada segi lain adalah bahasa dan tuturan itu harus dalam rangkaian kesatuan situasi penggunaan yang utuh. Makna suatu bahasa berada pada suatu rangkaian konteks dan situasi.

Seperti yang dikemukakan oleh Firth, (dalam Sobur, 2002:10) ia berpendapat bahwa:

> "Pembahasan wacana pada dasarnya merupakan sebuah pembahasan terhadap hubungan antara konteks-konteks yang terdapat dalam teks.Pembahasan itu bertujuan menjelaskan hubungan antara kalimat atau antara ujaran (*utterances*) yang berbentuk wacana".

Lebih jauh, pengertian wacana dapat di batasi dari dua sudut yang berlainan.Pertama dari sudut bentuk bahasadan kedua dari sudut tujuan utama sebuah karangan yang utuh atau sebagai bentuk sebuah komposisi.Bentuk bahasa yang bertalian dengan hierarki bahasa, yang dimaksud dengan wacana adalah bentuk bahasa diatas kalimat yang mengandung sebuah tema. Satuan bentuk yang mengandung tema ini biasanya terdiri atas alinea-alinea, anak-anak bab, bab-bab, atau karangan-karangan yang utuh baik yang terdiri atas bab-bab maupun tidak. Tema merupakan ciri sebuah wacana, tanpa tema tak ada wacana.

Sekilas mengenai media cetak yang digunakan untuk penelitian ini yaitu Tabloid Focus.Tabloid ini adalah tabloid khusus Honda yang dilahirkan PT Daya Adira Mustika untuk memenuhi kebutuhan informasi dalam bidang otomotif.

Adapun alasan yang diangkat dalam penelitian ini adalah seputar pemberitaan Persib Bandung di Tabloid Focus, karena setiap pemberitaan Persib Bandung di Tabloid Focus berdampak bagi para pendukung Persib Bandung, karena Persib Bandung merupakan klub sepak bola kebanggaan warga Jawa Barat. Selain itu, Tabloid Focus adalah media cetak yang dilahirkan oleh PT Daya Adira Mustika selaku Main Dealer Sepeda Motor Honda di Jawa Barat dan sekaligus menjadi sponsor utama Persib Bandung 2010-2013. Adapun yang diberitakan oleh Tabloid Focus seputar Persib Bandung akan banyak tanggapan yang beragam dari masyarakat luas. Bukan hanya dari warga Bandung tetapi juga dari warga Jawa Barat yang mencintai Persib Bandung.Tabloid Focus merupakan media cetak yang penyebarannya hanya di sekitar Jawa Barat dan terbit satu bulan sekali. Adapun pemberitaan seputar Persib Bandung di Tabloid Focus akan berdampak bagi para pendukung Persib Bandung.

Setiap individu mempunyai karakteristik yang berbeda dalam menerima pesan yang disampaikan oleh media.Seperti halnya ketika pembaca menerima pesan setelah membaca rubrik ini, ada yang setuju dan tidak setuju.Contohnya seperti kekalahan Persib Bandung.Banyak terjadi *fenomena*di masyarakat dan ada juga yang menghujat soal kinerja

manajemen, ada juga yang menerima kekalahan dengan lapang dada. Sebagai contoh kecil, si X membaca berita seputar Persib Bandung dalam sebuah surat kabar. Isi dari pada berita tersebut adalah memaparkan kekalahan Persib atas Persija Jakarta di stadion Si Jalak Harupat, Soreang Bandung.Karena kekecewaan oleh hasil pertandingan tersebut maka si X berkeinginan untuk secepat mungkin ada perombakan dalam tubuh Persib Bandung.

Bertolak dari latar belakang masalah diatas maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut : "**Bagaimana Analisis Wacana Pemberitaan Persib Bandung Di Tabloid Focus ?**".

1.2 Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah berdasarkan uraian dari latar belakang dan perumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana struktur **teks** isi pemberitaan Persib Bandung di Tablid Focus ?
2. Bagaimana struktur **kognisi sosial** isi pemberitaan Persib Bandung di Tabloid Focus?
3. Bagaimana struktur **konteks sosial** isi pemberitaan Persib Bandung di Tabloid Focus?
4. Bagaimana **analisis wacana** pemberitaan Persib Bandung di Tabloid Focus ?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Dari latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka adapun maksud dan tujuanpenulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.3.1Maksud Penelitian

Maksud diadakannya penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan secara terperinci tentang wacana pemberitaan Persib Bandung di Tabloid Focus.

1.3.2Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui struktur **teks** isi pemberitaan Persib Bandung di Tabloid Focus.
2. Untuk mengetahui struktur **kognisi sosial** isi pemberitaan Persib Bandung di Tabloid Focus.
3. Untuk mengetahui struktur **konteks sosial** isi pemberitaan Persib Bandung di Tabloid Focus.
4. Untuk mengetahui**analisis wacana** pemberitaan Persib Bandung di Tabloid Focus.

1.4 Kegunaan Penelitian (Teoritis dan Praktis)

1.4.1Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu penelitian-penelitian selanjutnya sehingga dapat membantu perkembangan dalam bidang Ilmu Komunikasi dan dalam analisis wacana pemberitaan Persib Bandung di Tabloid Focus.

1.4.2Kegunaan Praktis

1. Untuk peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan pengetahuan bagi penulis khususnya dalam kajian ilmu bidang jurnalistik.
2. Untuk Universitas, hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan masukan untuk pihak Universitas dalam memberikan pengetahuan kepada mahasiswanya dalam mempelajari ilmu komunikasi khususnya konsentrasi junalistik.
3. Untuk Tabloid Focus, Penelitian ini dapat menambah masukan dan bisa dijadikan sebagai ukuran untuk melihat kualitas media massa cetak ini dalam penyajian berita yang akan datang.

1.5 Kerangka Pemikiran

1.5.1KerangkaTeoritis

Penelitian ini menggunakan teori komunikasi yang dirumuskan Teun A. Dijk yang ditulis oleh Eriyanto dalam buku “Analisis Wacana” mengatakan:

> “Wacana digambarkan mempunyai tiga dimensi atau bangunan yaitu: teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Dalam dimensi teks, yang diteliti adalah bagaimana struktur teks dan strategi wacana yang menegaskan suatu tema tertentu”. (Eriyanto, 2005:224)

Pada level kognisi sosial di pelajari proses produksi yang melibatkan kognisi individu dari wartawan. Sedangkan aspek ketiga mempelajari bangunan wacana yang dipakai untuk menegaskan suatu tema tertentu.

Dalam dimensi teks, yang diteliti adalah struktur teks.Memanfaatkan dan mengambil analisis linguistik tentang kosakata, kalimat, proposisi, dan paragraph.Cara memandang atau melihat suatu realitas itu yang melahirkan sesuatu.

Analisis sosial melihat bagaimana teks itu dihubungkan lebih jauh dengan struktur sosial dan pengetahuan yang berkembang dalam masyarakat dalam suatu wacana.

Gambar 1.1
Kerangka Analisis Wacana Van Dijk

STRUKTUR	METODE
Teks Menganalisis bagaimana strategi Wacana yang dipakai untuk menggambarkan seseorang atau peristiwa tertentu. Bagaimana strategi tekstual yang di pakai untuk menyingkirkan atau memarjinalkan suatu kelompok, gagasan, atau peristiwa tertentu.	*Critical Linguistik*
Kognisi sosial Menganalisis bagaimana kognisi wartawan dalam memahami seseorang atau peristiwa tertentu yang akan ditulis	Wawancara mendalam
Analisis Sosial Menganalisis bagaimana wacana yang berkembang dalam masyarakat, proses produksi atau reproduksi sseseorang atau peristiwa yang digambarkan.	Studi pustaka

(Eriyanto, 2005:275)

Suatu teks terdiri atas beberapa struktur atau tingkatan yang masing-masing saling mendukung. Yang dibagi kedalam tiga tingkatan yaitu:

1. Struktur makro, yaitu merupakan makna global atau umum dari suatu teks yang dapat diamati dengan melihat topik atau tema yang dikedepankan dalam suatu berita.
2. Super struktur merupakan struktur wacana yang berhubungan dengan kerangka suatu teks, bagaimana bagian-bagian teks tersusun kedalam berita secara utuh.
3. Struktur mikro adalah makna wacana yang dapat diamati dari bagian kecil suatu teks yakni kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, paraphrase, dan gambar.

Kalau digambarkan maka struktur teks adalah sebagai berikut:

Gambar 1.2
Struktur Teks

Struktur makro Makna suatu teks yang dapat diamati dari topik atau tema yang diangkat oleh suatu teks
Superstruktur Kerangka suatu teks, seperti bagian pendahuluan, isi, penutup, dan kesimpulan.
Struktur mikro Makna lokal dari suatu teks yang dapat diamati dari pilihan kata, kalimat dan gaya yang dipakai oleh suatu teks

(Eriyanto, 2005:227)

Sementara itu Sobur pun mengungkapkan bahwa tujuan umum yang akan di capai dalam sebuah karangan untuk di pengaruhi dan ditentukan oleh kebutuhan dasar manusia. Ada empat macam kebutuhan dasar yang dapat di penuhi dalam karang mengarang, diantaranya:

1. Keinginan memberi informasi kepada orang lain, memperoleh informasi dari orang lain mengenai suatu hal.
2. Keinginan untuk meyakinkan seseorang mengenai suatu kebenaran atau suatu hal, dan lebih jauh mempengaruhi suatu sikap.
3. Keinginan untuk menggambarkan atau menceritakan bagian mana atau bentuk wujud suatu barang atau objek, atau mendeskripsikan cita rasa suatu benda, hal, atau bunyi.

4. Keinginan untuk menceritakan kepada orang lain kejadian-kejadian atau peristiwa yang terjadi, baik yang dialami atau yang didengarnya dari orang lain. (Alex Sobur, 2002:12)

1.5.2Kerangka Konseptual

Sumber pesan berasal dari Tabloid Focus yang mana dalam berita-beritanya selalu terdapat pesan yang disampaikan kepada pembaca agar setelah membaca berita seputar Persib yang disajikan oleh media, pembaca lebih mengetahui perkembangan yangberhubungan dengan Persib Bandung, dan pembaca lebih mengetahui perkembangan yang terjadi dalam tubuh *Maung Bandung*. Dalam teori kognisi social ini dijelaskan bahwa media mengasumsikan positif terhadap suatu persoalan yang tejadi.

Setiap media massa menyampaikan suatu peristiwa pada khalayak pasti ada efekyang akan ditimbulkan baik itu persepsi ataupun aksi setelah mengetahui informasi yang ada dalam media tersebut, maka pihak media harus benar-benar bersikap netral dan positif terhadap kejadian yang terjadi, karena masyarakat akan menganggap benar dan mengikuti apa yang telah disampaikan olehpihak media.

Prinsip ini membantu peneliti untuk mngamati bagaimana suatu teks terbangun lewat element-element yang lebih kecil.Skema ini juga memberikan peta untuk mempelajari suatu teks. Kita tidak hanya mengerti apa isi dari suatu teks berita, tetapi juga element yang

membentuk teks berita, kata,kalimat, paragrap, dan proporsi. Kita tidak hanya mengetahui apa yang diliput oleh media,tetapi juga bagaimana media mengungkapkan peristiwa kedalam pilihan bahasa tertentu dan bagaimana itu diungkapkan dalam retorika tertentu.

Pemakaian kata, kalimat proposisi retorika tertentu oleh media dipahami sebagai bagian dari strategi wartawan. Struktur wacana adalah cara yang efektif untuk melihat proses retorika dan persuasi yang dijalankan ketika seseorang menyampaikan pesan. Kata tertentu dipilih untuk mempertegas pilihan dan sikap, membentuk kesadaran politik dan sebagainya. Berikut uraian satu persatu element Van Dijk:

Gambar 1.3

Elemen Wacana

STRUKTUR WACANA	**HAL YANG DIAMATI**	**ELEMEN**
Struktur mikro	Tematik Tema atau topik yang dikedepankan dalam suatu berita	Topik
Superstruktur	Skematik Bagaimana bagian dan urutan berita di skemakan dalam teks berita utuh	Skema

Struktur mikro	Sematik Makna yang ingin ditekankan dalam teks berita. Missal dengan member detil pada suatu sisi dan mengurangi detil sisi lain	Latar, detil, maksud

1.6 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode analisis wacana kritis *(critical analisis)* yang dikembangkan oleh Teun A Van Dijk. Menurut Teun A Van Dijk, penelitian atas wacana tidak hanya cukup didasarkan pada analisis atas teks semata, karena teks hanya hasil dari suatu praktik produksi yang harus juga diamati.

Wacana oleh Van Dijk digambarkan mempunyai tiga dimensi / bangunan teks, kognisi social, konteks social.Inti analisis Van Dijk adalah menggabungkan ketiga dimensi wacana tersebut kedalam suatu kesatuan analisis.Dalam dimensi teks yang diteliti adalah bagaimana suatu teks dan strategi wacana yang dipakai untuk menegaskan suatu tema tertentu. Pada tingkat kognisi social individu dipelajari proses produksi teks berita yang melibatkan kognisi individu dari wartawan, serta aspek ketiga membangun wacana yangberkembang dalam masyarakat akan suatu masalah.

Baik struktur teks, kognisi sosial, maupun konteks sosial adalah bagian yang integral dalam kerangka Van Dijk.Kalau suatu teks mempunyai ideologi tertentu atau kecenderungan pemberitaan terterntu, maka itu

menandakan dua hal.Pertama, teks tersebut merefleksikan struktur model mental wartawan ketika memandang suatu peristiwa atau persoalan.Kedua, teks tersebut merefleksikan pandangan sosial secara umum, skema kognisi masyarakat atas suatu persoalan. Kalau suatu teks bias gender, bias jadi wartawan yang menghasilkan teks tersebut mempunyai pandangan bias gender. Katakanlah kalau suatu teks bias gender, kemungkinan juga merefleksikan wacana masyarakat yang memang bias gender. Untuk itu diperlukan analisis yang luas bukan hanya pada teks tetapi juga kognisi individu wartawan dan masyarakat.Metode penelitian yang dilakukan yaitu bertujuan untuk melihat pesan dan pengaruh terhadap masyarakat seputarpemberitaan Persib Bandung di Tabloid Focus.

1.7Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

1.7.1Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data, peneliti menggunakan beberapa teknik, yaitu:

1. Analisis Teks

   Manganalisis bagaimana strategi Wacana yang dipakai untuk menggambarkan seseorang atau peristiwa tertentu.Bagaimana strategi tekstual yang dipakai untuk menyingkirkan atau memarjinalkan suatu kelompok, gagasan, atau peristiwa tertentu.

2. Wawancara

   Wawancara adalah untuk memperoleh keterangan, mencari informasi yang lebih lengkap dengan teknik wawancara.Teknik

wawancara yang peneliti lakukan yaitu, dengan mewawancarai pihak redaksi/wartawan Tabloid Focus.

3. Studi Kepustakaan

   Teknik kepustakaan yang dilakukan dengan menelaah teori, opini, membaca buku, menonton televisi yang relevan dengan masalah yang diteliti dalam penelitian.

4. Internet *Searching*

   Agar menghasilkan suatu data yang maksimal, peneliti juga menggunakan internet untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan untuk penelitian ini.

1.7.2Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, fase-fase penelitian tidak dapat ditentukan secara pasti seperti dalam penelitian kuantitatif. Namun dapat dibedakan dalam tiga fase, yakni: (Nasution, 1996:33)

1. Tahap Orientasi. Pada awal penelitian penulis sendiri belum mengetahui dengan jelas apa yang tidak diketahuinya, yakni apa sebenarnya yang harus dicarinya, karena belum nyata benar apa yang akan dipilihnya sebagai focus penelitiannya, walaupun ia mempunyai gambaran secara umum.
2. Tahap Eksplorasi. Dalam tahap ini focus lebih jelas, sehingga dapat dikumpulkan data yang lebih terarah dan spesifik.

Obesrvasi dapat ditujukan kepada hal-hal yang dianggap ada hubungannya dengan fokus.

3. Tahap Member Check. Hasil pengamatan yang terkumpul segera dianalisis, dituangkan ke dalam bentuk laporan, diperbanyak, kesalahan dan kekeliruan dikoreksi. Tujuan member check ini ialah meng-check kebenaran laporan itu, agar hasil penelitian dapat dipercaya.

Tujuan dari penelitian kritis adalah untuk mengkritik dan hubungan transformasi hubugan sosial yang timpang.Peneliti melakukan penelitian didasarkan pada penguatan masyarkat, terutama masyarakat bawah.Dalam melakukan analisis teks berita, peneliti dari tipe kritis pertama kali melihat realitas dan hubungan sosial berlangsung dalam situasi yang timpang.Media bukanlah saluran yang bebas tempat semua kekuatan sosial saling berinteraksi dan berhubungan. Sebaliknya,media hanya dimiliki oleh kelompok dominan, sehingga mereka lebih memilki kesempatan dan akses untuk mempengaruhi dan memaknai peristiwa berdasarkan pandangan mereka. Media bahkan menjadi sarana dimana kelompok dominan bukan hanya memantapkan posisi mereka, tetapi juga memarjinalkan dan meminggirkan kelompok yang tidak dominan.

Disini diandaikan ada realitas yang berada diluar penelitian karena itu tugas peneliti adalah menemukan, menggambarkan dan menjelaskan realitas tersebut. Sebaliknya dalam pandangan kritis, tidak ada realitas yang benar-benar *riil,* karena realitas yang muncul sbenarnya adalah

realitas “semu” yang tebentuk bukan dari proses alami, tapi dibentk oleh manusia. Dalam pandangan kritis, realitas bukan ada dalam suatu tatanan *(order)*, tetapi berada dalam suatu konflik, ketegangan, dan kontradiksi yang berjalan terus menerus di akibatkan oleh dunia yang berubah secara konstan. Oleh karena itu, apa yang disbeut realitas sering kali bukanlah realitas, hanya ilusi yang menyebabkan distorsi pengertian dalam masyarakat.

Dalam pandangan kritis hubungan antara peneliti dengan realitas yang diteliti selalu dijembatani oleh nilai-nilai tertentu. Ideologi wartawan yang membuat liputan berita memihak satu pandangan, menempatkan pandangan satu lebih penting dibanding pandangan kelompok lain. Untuk mengerti kenapa praktik jurnalistik bisa semacam itu bukan dengan meneliti sumber bias tetapi mengarahkan pada aspek ideologi di balik media yang melahirkan media semacam itu. Media disini tidak dipandang sebagai wilayah yang netral dimana berbagai kepentingan dan pemaknaan dari berbagai kelompok ditampung. Media justru bias menjadi subjek, dimana ia bias mengkrontruksi realitas atas penafsiran dan definisinya sendiri unuk disebarkan kepada khalayak. Proses semacam itu melibatkan suatu usaha pemaknaan yang terus-menerus yang diantaranya dilakukan lewat pemberitaan, sehingga khalayak tanpa sadar terbentuk kesadarannya tanpa paksa. Pemberitaan tertentu tidak dianggap sebagai bias atau distorsi tetapi semata sebagai akibat dari ideologitertentu dari media tersebut atau ideologi ideoligi

itulah yang menentukan bagaimana fakta itu dipahami, fakta mana yang di ambil dan fakta mana yang di buang. Semua ini dipandang sebagai konsekuensi dari ideologi, bukan sebagai bias atau kesalahan wartawan.

Analisis wacana yang sifatnya kritis, umumnya beranjak dari pandangan atau nilai tertentu yang diyakini oleh peneliti.Keberpihakan peneliti dan posisi peneliti atas suatu masalah sangat menentukan bagaimana data atau teks ditafsirkan.Analisis wacana kritis bahkan memandang peneliti seorang aktivis yang mempunyai komitmen terhadap nilai- nilai tertentu yang harus diperjuangkan.Dalam pandangan kritis, tujuan penelitian bukan deskriptif dan eksplanatif, tetapi kritik sosial.

Analsis wacana dalam paradigma kritis mendasarkan diri pada penafsiran peneliti pada teks.Paradigma kritis lebih kepada penafsiran karena dengan penafsiran kita dapatkan dunia dalam, masuk menyelami teks, dan menyingkap makna dibaliknya.Dalam penelitian kritis tidak dapat dihindarkan unsure subjektifitas ketika menafsirkan suatu teks, pengalaman, latar belakang budaya peneliti, pendidikan, afiliasi poltik, bahkan keberpihakan mempengaruhi hasil interpretasi.Oleh karena itu, peneliti yang berbeda bisa jadi menghasilkan temuan dan penafsiran yang beragam atas suatu masalah. Penelitian dalam pandangan kritis dipandang sukses jika peneliti mampu memperhatikan konteks sosial, ekonomi, politik, dan analisis komprehensif yang lain. Penafsiran subjektif yang dilakukan peneliti bisa kuat, karena interpretasi yang

dilakukan mampu menutup kemungkinan adanya interpretasi lain. Keunggulan studi macam ini akan tergantung pada kemampuan peneliti dalam membangun pijakan teoritis dan kerangka pemikiran yang kuat sebagai pijakan dalam melakukan penalaran, sehingga penafsiran yang dihasilkan mempunyai argumentasi yang memadai.(Eriyanto 2005:49-64)

1.8 Subjek Penelitian dan Informan

Dalam hal ini peneliti melakukan penelitiannya untuk memperoleh data-data yang diperlukan, dengan begitu peneliti mencari subjek penelitian dan informan yang akurat yang dapat memberikan informasi dan melengkapi penelitian.

1.8.1 Subjek Penelitian

Penulis memilih dua edisi Tabloid Focus yang memuat pemberitaan mengenai Persib Bandung.Tabloid Focus yang penerbitannya hanya satu bulan sekali ini penulis kumpulkan dalam beberapa tahap.*Pertama*,mengumpulkan semua edisi yang terbit pada tahun 2009 sampai 2010, kemudian memisahkan berita utama yang ada di Tabloid Focus, dan menyusun secara berurut sesuai dengan bulan edisi terbit. Setelah itu, memilih beberapa berita yang akan dianalisis. Maka sampel yang didapat yaitu Tabloid Focus edisi bulan Januari 2010 dengan judul “Bobotoh Kecewa Tapi Senang” dan edisi bulan September 2010 dengan judul “Daya-Honda Sponsor Utama Persib 2010-2013” yang

merupakan sampel pembahasan yang akan diteliti. Alasan pengambilan edisi bulan Januari 2010 sebagai penelitian dengan judul "Ekspresi Pemain Persib di Depan Kamera" karena pada saat itu adalah berita penting dan sisi lain dari Persib Bandung, bahwa para pemain Persib Bandung pun bisa terlibat dalam kegiatan iklan sebagai bintang iklan dari suatu produk. Sedangkan alasan pengambilan edisi September 2010 dengan judul "Daya-Honda Sponsor Utama Persib 2010-2013" karena berita ini penulis anggap sebagai berita baik dan menarik dimana Persib lepas dari sumber dana APBN dan Persib sebagai klub sepak bola besar di Indonesia untuk pertama kalinya dibiayai atau disponsori oleh perusahaan besar swasta yang berada di Jawa Barat.

Tabel 1.1
Objek Penelitian

No.	**Ekspresi Pemain Persib di Depan Kamera** (edisi Februari 2011)	**Daya-Honda Sponsor Utama Persib 2010-2013** (edisi September 2010)
1	Empat pemain Persib tak hanya sekedar piawai mengolah si kulit bundar di lapangan hijau. Tapi, Atep, Wildansyah, Airlangga dan legion anyar asal Jepang Matsunaga Shohei pun pintar berekspresi di depan kamera. Layaknya seorang model terkenal, pilar pasukan Daniel Roekito itu pun sangat piawai berpose ketika fotografer membidik gaya mereka jadi model untuk kepentingan iklan Honda, di kantor PT Daya Adira Mustika (PT DAM), jalan Cibeureum, pada awal	PT Daya Adira Mustika, Main Dealer Sepeda Motor Honda di Jawa Barat, kembali menjadi sponsor utama Persib Bandung hingga tahun 2013. Kesepakatan kontrak kerja sama dilakukan saat konferensi pers yang dilakukan di Café Pesrib, Jl. Sulanjana No 17 Bandung dan dihadiri lebih dari 40 media massa lokal maupun nasional (Selasa, 21/9). Dukungan PT Daya Adira Mustika, sebagai distributor utama sepeda motor Honda di Jawa Barat ini diharapkan dapat dijadikan momentum positif

	maret. Puluhan gaya, tampak ditunjukkan oleh empat pilar Persib tersebut. Tak ayal mereka pun rupanya akan semakin terkenal setelah muncul dalam iklan Honda yang diluncurkan oleh PT DAM. Pengalaman unik tampaknya ditunjukkan oleh legion asing anyar yang sempat menjadi anggota tim Schalke 04 B, anggota Budesliga Jerman, Matsunaga Shohei. Pasalnya, pemilik nomor punggung 18 ini sangat kaget, baru beberapa hari masuk skuad Persib langsung diajak pemotretan untuk promosi PT DAM-Honda. Namun, rupanya pemain yang akrab disapa 'Sho' itu, begitu lihai bergaya di depan kamera. "saya kaget ditawari pemotretan untuk Honda (PT DAM). Wah, ini pengalaman baru bagi saya, terus terang di Negara lain saya tak diperlakukan seperti ini. Mudah-mudahan, saya bisa lebih dikenal lagi oleh bobotoh," ujarnya dengan bahasa Inggris yang fasih. Bagi Airlangga, Atep, dan Wildansyah, ini bukan pengalaman pertama mereka berpose di depan kamera, khususnya untuk promosi PT DAM-Honda. Saat pertama kalinya PT DAM menyeponsori Persib Bandung pada tahun lalu (LSI 2009-2010), mereka pun terlibat dalam berbagai promosi kegiatan PT DAM-Honda. Termasuk di antaranya dalam promosi PT DAM-Honda, khususnya promosi produk	untuk kiprah Persib menghadapi kompetisi Indonesia Super League (ISL) hingga nantinya ke level Asia. Berlanjutnya ikatan kerja sama ini karena Persib tetap menunjukkan prestasi yang cukup membanggakan di kompetisi ISL musim lalu. General Manager Promosi PT Daya Adira Mustika, Teddy Ramli mengaku bangga Daya-Honda tetap mendampingi Persib. Serah terima sertifikat kontrak kerja sama dilakukan oleh Teddy Ramli dan Vebby Permadi (Direktur Marketing PT Persib Bandung Bertmartabat) Teddy Ramli mengatakan, "Kami sangat senang dan gembira karena Daya-Honda tetap mendukung perjalanan Persib di kompetisi Liga Indonesia hingga tahun 2013. Semoga dukungan ini dapat menjadi dorongan moril tim Persib untuk mewujudkan impian Bobotoh Persib menjadi juara liga dan juara di level Asia." Seperti musim lalu, dengan menjadi sponsor utama Persib Bandung, logo Daya-Honda tertempel pada dada kostum pemain Persib. Logo Daya-Honda tetap terpampang pada iklan *A board* di stadion tempat Persib berlatih dan bertanding. Logo Daya-Honda juga akan terdapat di Logo Daya-Honda juga akan terdapat di seluruh *apparel* pemain dan official Persib, baik itu kostum tim, celana, jaket, *travel, bag, sticker,*hingga jadwal pertandingan. Selain itu, Daya-Honda kembali akan mengundang pemain Persib

	yang dijual PT DAM seperti sepeda motor Honda maupun suku cadangnya. Sementara itu,sesi pemotretan terhadap empat pemain Persib itu untuk kepentingan promosi Honda sesuai dengan kontrak yang disepakati oleh PT Persib Bandung Bermartabat (PT PBB) bersama PT DAM selaku sponsor utama Persib. Karena itu, sebagai sponsor utama, PT DAM berhak untuk mengundang pemain-pemain Persib untuk kepentingan promosinya sesuai yang tertera di perjanjian kerja sama. “Kegiatan pemotretan pemain Persib Bandung untuk promosi Honda, adalah salah satu bentuk sinergi kerja sama antara PT DAM (Honda) dan Persib Bandung. Sebagai sponsor utama Persib Bandung sampai dengan tahun 2013, kerja sama yang salah satunya melalui kegiatan-kegiatan promosi yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak akan terus dilakukan,” jelas Demmy Firmansyah, Promotion Sub Dept. Head PT DAM. Fotografer yang disewa khusus untuk memotret mereka pun menyebutkan, empat pemain Persib itu ternyata sudah tidak gugup lagi jika harus berpose di hadapan kamera. “wah, ternyata mereka pintar bergaya di depan kamera, sehingga sesi pemotretan tak membutuhkan waktu yang terlalu lama,” ujar sang juru foto. [imf]	Bandung meramaikan kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh Daya-Honda. Menurut Armand. G. Imanto, General Manager Sales & Marketing PT Daya Adira Mustika, “Keikutsertaan Daya-Honda menjadi sponsor utama tim Persib seiring dengan prestasi yang telah dicapai masing-masing pihak baik Honda maupun Persib yang telah menjadi nomor satu di Jabar, sebab kami menyadari bahwa Persib memiliki bobotohnyang luar biasa banyak dan merupakan tim kesayangan masyarakat Jawa Barat. Selain itu antusiasme bobotoh Persib terhadap timnya selaras dengan kecintaan menggunkan produk-produk Honda yang didistribusikan oleh Daya selaku dealer pusat sepeda motor Honda di Jawa Barat.” Acara ini pun dihadiri oleh pemain Persib yaitu Eka Ramdani dan Atep. Dukungan setia Daya-Honda terhadap Persib merupakan wujud kecintaan kepada klub yang dicintai oleh masyarakat Bandung dan Jawa Barat ini. Persib memilki kesamaan dengan Honda, yang merupakan merek sepeda motor kesayangan masyarakat Jawa Barat. [imf]

Sumber : Tabloid Focus

1.8.2 Informan

Informan adalah seorang pembaca asli yang berbicara dengan mengulang kata-kata, frasa, dan kalimat dalam bahasa atau dialeknya sebagai model instansi atau sumber informasi.

Informan (narasumber) penelitian adalah seseorang yang, karena memiliki informasi (data) banyak mengenai objek yang sedang diteliti, dimintai informasi mengenai objek penelitian tersebut.Dalam penelitian ini yang menjadi informan adalah wartawan dan pemimpin redaksi Tabloid Focus.

Pemilihan informan dilakukan dengan teknik sampling yang peneliti gunakan dalam penelitian adalah *purposive sampling.Purposive sampling* adalah informan dijadikan sumber informasi yang mengetahui tentang masalah penelitian yang sedang diteliti, dengan pertimbangan subyek tersebut yang ada dalam posisi terbaik untuk memberikan informasi yang dibutuhkan. Informan pada penelitian ini bisa dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.2
Informan Penelitian

No	Nama	Keterangan
1	Aris Djatmiko	Pemimpin Redaksi
2	Iman Firmansyah	Redaksi/wartawan

1.9Lokasi dan Waktu Penelitian

1.9.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Redaksi Tabloid Focus yang beralamat di Jl.Raya Cibeureum no. 26 Bandung 40184.

Telp : (022) 605 10 33
Fax : (022) 603 74 95
E-mail : tabloidfocus@daya-adira.com

1.9.2Waktu Penelitian

Penelitian yang akan penulis laksanakan pada bulan Februari 2011 hingga bulan Juli 2011. Mulai persiapan, pelaksanaan hingga ke penyelesaian dengan perincian waktu pada tabel 1.1 sebagai berikut:

Tabel 1.3
Rencana Penelitian

No	Uraian	Februari 2011				Maret 2011				April 2011				Mei 2011				Juni 2011				Juli 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	Persiapan	#	#	#	#	#	#																		
	Pengajuan judul		#	#	#	#	#																		
	ACC Judul					#	#																		
	Bertemu pembimbing						#																		
2	Penulisan BAB I						#	#	#	#															
	Bimbingan										#														
	Seminar UP											#	#												
	Penulisan BAB II										#	#	#	#											
	Bimbingan													#											
	Penulisan BAB III													#	#	#									
	Bimbingan																#	#							
3	Pengumpulan data												#	#	#	#	#	#							
	Instansi												#	#	#	#	#	#							
	Wawancara												#	#	#	#	#	#							
	Bimbingan																		#	#					
4	Pengolahan data															#	#	#	#	#					
5	Penulisan BAB IV															#	#	#	#	#					
	Bimbingan																				#	#			
6	Penulisan BAB V																				#	#	#		
	Bimbingan																					#	#	#	
7	Penyusunan skripsi																					#	#	#	
	Bimbingan																					#	#	#	
8	Sidang																						#	#	

1.10Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini terbagi atas lima bab dan disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Membahas tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, maksud dan tujuan penelitian (meliputi; maksud penelitian, tujuan penelitian), kegunaan penelitian (meliputi; kegunaan teoritis, kegunaan praktis), kerangka pemikiran (meliputi: kerangka teoritis, kerangka konseptual), metodologi penelitian, teknik pengumpulan data, dan sampel, teknik pengolahan dan analisis data, lokasi dan waktu penelitian (meliputi: lokasi penelitian, waktu penelitian), sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Mencakup tentang tinjauan mengenai komunikasi (meliputi: definisi komunikasi, unsur-unsur komunikasi, proses komunikasi dan tujuan komunikasi), tnjauan mengenai komunikasi massa (meliputi: definisi komunikasi massa, tinjauan menegenai surat kabar (meliputi: sejarah surat kabar, definisi surat kabar, ciri-ciri surat kabar, fungsi surat kabar),tinjauan mengenai berita (meliputi: definisi, jenis-jenis berita, nilai berita dan isi berita), tinjauan mengenai jenis-jenis berita tinjauan mengenai wacana, analisis

wacana, teori-teori kognisi sosial dan mendukung dengan pendapat para ahli.

BAB III OBJEK PENELITIAN

Mencakup tentang sejarah Taboid Focus, profil perusahaaan,keterangan teknis, Struktur Organnisasi redaksi Tabloid Focus, *job description*redaksi Tabloid Focus, sarana dan prasarana Bagian Redaksi Tabloid Focus.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uraian dari hasil penelitian berdasarkan data lapangan yang terkumpul, mencakup tentang analisis deskriptif hasil penelitian (meliputi: hasil wawancara), pembahasan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Mencakup tentang kesimpulan dari hasil pembahasan yang ada pada identifikasi masalah, saran untuk instansi tempat dilakukannya penelitian, dan saran bagi para peneliti selanjutnya.