BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Sebagai makhluk sosial senantiasa ingin berhubungan dengan makhluk lainnya.Rasa ingin tahu memaksa manusia untuk saling berkomunikasi.

"Secara *estimologi*istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication*berasal dari bahasa latin*communication*, dan bersumber dari kata *communis*yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna". (Effendy, 2003:9). Sedangkan secara *terminologi* yaitu "penciptaan makna antara dua orang atau lebih lewat penggunaan simbol-simbol atau tanda-tanda.Komunikasi disebut efektif bila makna yang tercipta relatif sesuai dengan yang diinginkan komunikator". (Mulyana, 2003:49).

Professor Wilbur Schramm menyebutkan bahwa "komunikasi dan masyarakat adalah dua kata kembar yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Sebab tanpa komunikasi tidak mungkin masyarakat terbentuk, sebaliknya tanpa masyarakat maka manusia tidak mungkin dapat mengembangkan komunkasi".(Cangara, 2004:).

Dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi, Roger bersama D.Lawrence Kincaid (1981) sehingga melahirkan suatu definisi baru yang mengatakan bahwa:

> "Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengansatu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam". (Cangara, 2004)

Rogers mencoba menspesifikasikan hakikat suatu hubungan dengan adanya suatu pertukaran informasi (pesan), dimana ia menginginkan adanya perubahan sikap dan tingkah laku serta kebersamaan dalam menciptakan saling pengertian dari orang-orang yang ikut serta dalam suatu proses komunikasi.

2.1.2 Lingkup Komunikasi

Lingkup komunikasi disini merupakan penjenisan kegiatan komunikasi yang dilakukan manusia, dan hal tersebut dapat dijelaskan berdasarkan konteksnya.Jika ditinjau dari jumlah komunikan, apakah satu orang, sekelompok orang, atau sejumlah orang yang bertempat tinggal secara tersebar. Maka komunikasi dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

a. Komunikasi Pribadi *(Personal communication)*
    - Komunikasi intrapribadi (*Intrapersonal communication*)
    - Komunikasi antarpribadi (*Interpersonal communication*)

b. Komunikasi kelompok (*Group communication*)

- Komunikasi kelompok kecil (*small group communication*)
- Komunikasi kelompok besar (*Large group communication / public speaking*)

c. Komunikasi Massa (*mass communication*)

- Komunikasi media massa cetak/pers (*printed mass media communication*)
- Komunikasi media massa elektronik (*electronic mass media communication*)

d. Komunikasi Media (*media communication*) (Effendy, 2003:53)

Dalam penelitian ini penulis cenderung menyoroti dari sudut komunikasi intrapersonal. Oleh karena itu, yang dilihat adalah seperti apa cara wartawan dalam memahami kode etik kewartawanan, dan apakah terdapat pengaruh/efek terhadap kinerja wartawan tersebut.

Berbicara mengenai pengaruh/efek, menurut Onong Uchjana Effendy tujuan dari komunikasi adalah:

1. Perubahan sikap (*attitude change*)
2. Perubahan pendapat (*opinion change*)
3. Perubahan perilaku (*behavior change*)
4. Perubahaan sosial (*sosial change*) (Effendy, 2003:55)

Sedangkan fungsi dari komunikasi adalah sebagai berikut:

1. Menyampaikan infomasi (*to inform*)

2. Mendidik (*to educate*)
3. Menghibur (*to entertain*)
4. Mempengaruhi (*to influence*)(Effendy, 2003:55)

Menurut Wilbur Schramm kondisi yang harus terpenuhi agar pesan tersebut dapat mempengaruhi sesuai dengan harapan yaitu:

Pertama, pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian komunikan.*Kedua*, pesan harus menggunakan lambing-lambang tertuju kepada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan. *Ketiga*, pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut. *Keempat*, pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan tadi yang layak bagi situasi kelompok dimana komunikan berada pada saat ia digerakkan untuk member tanggapan yang dikehendaki (Effendy, 2003:41).

2.1.3 Unsur-Unsur Komunikasi

Unsur-unsur dalam proses komunikasi adalah sebagai berikut:

1. *Sender*: komunkator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.
2. *Encoding*: Penyandian, yakni proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambang.
3. *Message*: Pesan yang merupakan seperangkat lambing bermakna yang disampaikan oleh komunikator.

4. *Media*: Saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunkan.
5. *Decoding*: Pengawasandian, yaitu proses di mana komunikan menetapkan makna pada lambing yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.
6. *Receiver*: Komunikan yang menerima pesan dari komunikator.
7. *Response*: Tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterima pesan
8. *Feedback*: Umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunkator.
9. *Noise*: Gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunkator kepadanya

2.1.4 Proses Komunikasi

Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan secara sekunder.

a. Proses Komunikasi Secara Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan *lambang(symbol)* sebagai media.

b. Proses Komunikasi Secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau

sarana sebagai media kedua setelah memakai lambing sebagai media pertama.

2.1.5 Fungsi Komunikasi

Fungsi adalah potensi yang dapat digunakan untuk memenuhi tujuan-tujuan tertentu.Komunikasi sebagai ilmu, seni, dan lapangan kerja sudah tertentu memilki fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.

2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa

2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa

Pengertian komunikasi massa, merujuk pada pendapat Tan Wright, dalam Liliweri. 1991, merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara missal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh (terpencar), sangat heterogen, dan menimbulkan efekt tertentu.

Para ahli komunikasi berpendapat bahwa yang dimaksud dengan komunikasi massa adalah kegiatan komunikasi yang mengharuskan unsur-unsur yang terlibat didalamnya saling mendukung dan bekerja sama, untuk terlaksananya kegiatan komunikasi massa ataupun kaomunikasi melalui media massa, jelasnya merupakan singkatan dari komunikasi media massa. Kemudian para ahli komunikasi membatasi pengertian media massa pada

komunikasi dengan menggunakan media massa, seperyi surat kabar, majalah, radio, televisi, atau film.

Bagaimana peliknya komunikasi massa, seperti yang dikatakan oleh Onong Uchjana Effendy dalam bukunya Ilmi Komunikasi Teori dan Praktek, yaitu:

> "Yang dimaksud dengan komunikasi massa adalah komunikasi dengan menggunakan media massa, yang meliputi surat kabar, yang mempunyai sirkulasi yang luas, radio dan televisi yang siarannya ditujukan kepada umum dan film-film yang dipertunjukan di gedung-gedung bioskop"(Effendy, 2003:11).

2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa secara umum adalah:

a. Fungsi Informasi

   Fungsi memberikan informasi ini diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bag pembaca, pendengar atau pemirsa.

b. Fungsi Pendidikan

   Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya (*mass education*). Karena medua massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik. Salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa adalah melaui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa atau pembaca.

c. Fungsi Mempengaruhi

   Fungsi mempengaruhi dari media massa secara implicit terdapat pada tajuk atau editorial, *features*, iklan, artikel, dan sebagainya. Khalayak

dapat terpengaruh oleh iklan-iklan yang ditayangkan televisi ataupun surat kabar.

d. Fungsi Proses Pengembangan Mental

Untuk mengembangkan wawasan, kita membutuhkan berkomunikasi dengan orang lain. Dengan komunikasi, manusia akan bertambah pengetahuannya dan berkembang intelektualitasnya. Pertama komunikasi amat essesial untuk pertumbuhan kepribadian manusia.Kedua komunikasi amat erat kaitannya dengan perilaku dan pengalaman kesadaran manusia.

e. Fungsi Adaptasi Lingkungan

Setiap manusia beusaha menyesuaikan diri dengan dunianya untuk dapat bertahan hidup. Proses komunikasi membantu manusia dalam proses penyesuaian tersebut. Proses pengiriman pesan oleh komunikator dan penerimaan pesan oleh komunikan dapat membantu kita dalam berhubungan dengan orang lain, saling menyesuaikan diri, sehingga menimbulkan kesamaan di antara komunikator dan komunikan.

f. Fungsi Manipulasi Lingkungan

Memanipulasi lingkungan artinya berusaha untuk mempengaruhi.Dalam fungsi manipulasi, komunikasi digunakan sebagai alat kontrol utama dan pengaturan lingkungan.

2.2.3 Karakteristik Komunikasi Massa

Definisi-definisi komunikasi massa itu secara prinsip mengandung suatu makna yang sama, bahkan satu definisi dengan definsi lainnya dapat dianggap saling melengkapi. Karakteristik komunikasi massa adalah sebagai berikut:

1. Komunikator Terlembagakan

   Ciri komunikasi massa yang pertama adalah komunikatornya. Dengan mengingat kembali pendapat Wright, bahwa komunikasi massa itu melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks.

2. Pesan Bersifat Umum

   Komunikasi massa itu bersifat terbuka, artinya komunkasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu. Oleh karenya, pesan komunkasi massa bersifat umum.

3. Komunkannya Anonim dan heterogen

   Komunikan pada komunikasi massa bersifat anonym dan heterogen. Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonym), karena komuniksinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Komunikasi massa heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda, yang dapat dikelompokkan berdasarkan factor: usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latar belakang budaya, agama dan tingkat ekonomi.

4. Media Massa Menimbulkan Keserempakan

   Kelebihan komunikasi massa adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapainya relatif banyak dan tidak terbatas.

5. Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan

   Setiap komunikasi melibatkan unsur isi dan hubungan sekaligus. Pada komunikasi massa, pesan harus disusun sedemikian rupa berdasarkan sistem tertentu dan disesuaikan dengan karakteristik media massa yang digunakan.

6. Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah

   Komunikasi massa itu adalah komunikasi dengan menggunakan atau melalui media massa. Karena dilalui media massa maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung.

7. Stimulasi Alat Indra"Terbatas"

   Cirri komunikasi massa lainnya yang dapat dianggap salah satu kelemahannya adalah stimulasi alat indra yang "terbatas". 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 indera penglihatan dan pendengaran.

8. Umpan Balik Tertunda (*Delayed*)

   Komponen umpan balik atau lebih popular dengan sebutan *feedback*merupakan factor penting dalam bentuk komunikasi

apapun.Umpan balik ini bersifat langsung (*direct feedback*) atau umpan balik yang bersifat segera (*immediate feedback*).

2.3 Tinjauan Umum tentang Pers

Pers adalah lembaga sosial (*social institution*) atau lembaga kemasyarkatan yang merupakan subsistem dari system pemerintahan di Negara di mana ia beroperasi, bersama-sama dengan subsistem lainnya.

Ditinjau dari teori system, pers merupakan system terbuka yang probabilistic. Terbuka artinya bahwa pers tidak bebas dari pengaruh lingkungan; tetapi di lain pihak pers juga mempengaruhi lingkungan probabilistic. Mati hidupnya pers atau lancer tidaknya pers di suatu Negara dipengaruhi bahkan ditentukan oleh system politik pemerintahan di Negara dipengaruhi bahkan ditentukan oleh system politik pemerintahan di Negara di mana persitu beroperasi.

2.3.1 Pengertian Pers

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, tabloid, dan sebagainya. Sedangkan pers dalam arti luas adalah meliputi media massa elektronik antara lain televisi, radio, sebagai media yang menyiarkan karya Jurnalistik. Sedangkan Jurnalistik adalah istilah yang berasal dari bahasa Belanda "*Journalistiek*" atau bahasa Inggrisnya "*Journalism*", yang bersumber pada perkataan "*Journal*" sebagai terjemahan dari bahasa Latin "*diurnal*" yang berarti "harian" atau "setiap hari". Secara sederhana Jurnalistik dapat didefinsikan sebagai teknik mengelola berita mulai

dari mendapatkan bahan sampai kepada menyebarluaskannya kepada khalayak.

Jadi tegasnya, Pers adalah lembaga atau badan atau organisasi yang menyebarkan berita sebagai karya Jurnalistik kepada khalayak.Pers dan Jurnalitik dapat diibaratkan sebagai raga dan jiwa. Pers adalah aspek raga, karena ia berwujud, konkret, nyata. Dengan demikian pers dan jurnalistik merupakan dwitunggal, Pers tidak mungkin beroperasi tanpa Jurnalistik, sebaliknya Jurnalistik tidak akan mungkin mewujudkan suatu karya berita tanpa pers.

Pada zaman modern sekarang ini, Jurnalistik tidak hanya mengelola berita tetapi juga aspek-aspek lain untuk isi surat kabar. Fungsinya bukan lagi menyiarkan informasi tetapi juga mendidik, menghibur, dan mempengaruhi agar khalayak melakukan kegiatan tertentu. Fungsi-fungsi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Fungsi menyiarkan informasi

   Menyiarkan informasi adalah fungsi surat kabar yang pertama dari yang utama. Khalayak berlangganan atau membeli surat kabar karena memerlukan informasi mengenai berbagai hal di bumi ini.

2. Fungsi mendidik

   Fungsi kedua dari surat kabar adalah mendidik. Sebagai sarana pendidikan massa (*Mass Education*), surat kabar memuat tulisan yang mengandung pengetahuan, sehingga pembaca bertambah pengetahuannya.

3. Fungsi menghibur

   Hal-hal yang bersifat hiburan sering dimuat surat kabar untuk mengimbangi berita-berita (*hard news*) dan artikel-artikel yang berbobot. Maksud pemuatan isi yang mengandung hiburan, semata-mata untuk melemaskan ketegangan pikiran setelah para pembaca dihidangkan dengan berita atau artikel yang bersifat isi beritanya berat.

4. Fungsi mempengaruhi

   Fungsi mempengaruhi menyebablan surat kabar memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat. Fungsi mempengaruhi pada surat kabar secara implisit terdapat pada berita, sedang secara eksplisit terdapat pada tajuk rencana dan artikel.

2.3.2 Fungsi Pers

Pengertian jurnalistik dan aspek-aspeknya telah dijelaskan, sekarang baik ditinjau apakah fungsi pers. Lazimnya para ahli menyebut bahwa pers mempunyai tiga funsgi utama, yakni:

1. Memberikan informasi
2. Memberikan hiburan
3. Melaksanakan control sosial

   Sebenarnya dari ketiga fungsi ini, fungsi ini, fungsi yang terakhir yang terpenting karena pers pada hakekatnya juga dianggap sebagai kekuatan keempat (*the fourth estate*) yakni fungsi control masyarakat.

2.3.3 Pengaruh Pers

Pengaruh pers oleh para ahli dianggap termasuk dalam sosiologi pers yang mempelajari hubungan timbale balik antara pers dan masyarakat.Umumnya baik pers atau masyarakat saling pengaruh memepengaruhi.

2.4 Tinjauan Tentang Surat Kabar

Salah satu pakar komunikasi Onong Uchjana Effendy, menyebutkan “pers dalam arti sempit adalah media massa cetak seperti surat kabar, majalah mingguan, tabloid, dan sebagainya” (Effendy,1993:90). Berarti tabloid merupakan salah satu alat komunikasi massa dalam media cetak.

Effendy menyatakan “ciri-ciri surat kabar yang diantaranya secara tidak langsung menyebutkan ciri dari tabloid, penerbitnya yang sifatnya khusus tidak termasuk surat kabar, misalnya tabloid politik, agama, dsb”. (Effenby,1993:91).

Ada ahli yang memaparkan definisi dari tabloib yaitu, Kurniawan Juanaedhie.Dalam bukunya Ensiklopedi Pers Indonesia, memberikan pengertian Tabloid.“Secara singkat tabloid adalah suratkabar yang terbit dengan ukuran setengah dari ukuran surat kabar biasa”. (Junaedhie,1991:260). Umumnya disajikan dengan gaya jurnalistik khas. Dikalangan pers barat, tabloid juga sering diartikan sebagai berita – berita seputar seks, kriminal, dan key hole atau berita – berita seputar dapur dan kamar tidur orang yang tidak ada sangkut pautnya dengan kepentingan umum.

Surat kabar di Indonesia hadir dalam berbagai bentuk dan jenisnya bergantung pada frekuensi terbit, bentuk, kelas ekonomi pembaca, peredarannya serta penekanan isinya. Kebanyakan surat kabar mengandalkan hidupnya dari iklan, bahkan kenaikan harga kertas koran sebagai bahan baku utama surat kabar tidak mengakibatkan kenaikan harga jual surat kabar per eksemplar secara proporsional. Kehadiran iklan dalam media cetak dengan kata lain telah mampu mensubsidi harga eceran surat kabar. Namun hal ini berbeda dengan Tabloid Focus, karena peredaran Tabloid Focus tidak bergantung pada iklan dan tidak disebarkan dengan cara penjualan. Tabloid Focus cakupannya tersebar di sekitar Jawa Barat dan dibagikan secara gratis.

2.4.1 Pengertian Surat Kabar

Dja'far.H.Assegaff, mendefinisikan "surat kabar sebagai penerbitan yang berupa lembaran yang berisi berita-berita, karangan-karangan, dan iklan yang dicetak dan terbit secara tetap atau periodik dan dijual untuk umum" (Assegaff, 1991:140).

Berdasarkan batasan diatas, surat kabar selain tercetak juga memerlukan syarat-syarat khusus. Syarat-syarat tersebut merupakan hal yang mutlak yang harus dipenuhi oleh surat kabar, tanpa terpenuhinya syarat itu suatu surat kabar tidak layak untuk disebut surat kabar.

2.4.2 Ciri-ciri Surat Kabar

Adapun cirri-ciri surat kabar yang ditulis oleh Onong Uchjana Effendy, dalam bukunya *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi* adalah mengandung unsur sebagai berikut:

1. Publisitas

   Publisitas adalah penyebaran kepada khalayak publik atau khalayak, karena diperuntukkan khalayak, maka sifat surat kabar adalah umum.

2. Perioditas (Kontinuitas)

   Perioditas adalah keteraturan terbitnya surat kabar, bisa satu kali sehari, bisa dua kali sehari, atau bahkan satu bulan sekali.

3. Universitas

   Universitas sebagai cirri lain dari surat kabar menunjukkan bahwa surat kabar harus memuat aneka berita mengenai kejadian-kejadian di seluruh dunia dan tentang segala aspek kehidupan manusia.

4. Aktualitas

   Aktualitas adalah kecepatan laporan tanpa mengesampingkan kebenaran berita.

   (Effendy, 2003:120)

Apabila surat kabar tidak memenuhi keempat karakteristik diatas, maka surat kabar tersebut tidak dapat disebut sebagai surat kabar. Surat kabar harus bersifat umum atau beraneka ragam baik isi maupun pembacanya dan juga keteraturan serta aktualitas isinya.

2.4.3 Fungsi Surat Kabar

Pada zaman modern sekarang ini, Jurnalistik tidak hanya mengelola berita tetapi juga aspek-aspek lain untuk isi surat kabar. Karena itu, fungsinya bukan lagi menyiarkan informasi tetapi juga mendidik, menghibur, dan mempengaruhi agar khalayak melakukan kegiatan tertentu. Fungsi surat kabar tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. **Fungsi menyiarkan informasi**

   Menyiarkan informasi adalah fungsi surat kabar yang pertama dan utama. Khalayak pembaca berlangganan atau membeli surat kabar karena memerlukan informasi mengenai hal dibumi ini.

2. **Fungsi mendidik**

   Fungsi kedua dari surat kabar adalah mendidik, sebagai sarana pendidikan massa surat kabar memuat tulisan-tulisan yang mengandung pengetahuan, sehingga pembaca bertambah ilmu pengetahuannya. Fungsi mendidik ini secara eksplisit dalam bentuk artikel atau tajuk rencana,kadang-kadang cerita bersambung atau berita bergambar juga mengandung aspek pendidikan.

3. **Fungsi menghibur**

   Hal-hal yang bersifat hiburan sering dimuat surat kabar untuk mengimbangi berita-berita hardnews dan artikel-artikel yang berbobot. Isi surat kabar yang bersifat hiburan bisa berbentuk, cerita pendek, cerita bersambung, cerita bergambar, teka-teki silang, tidak jarang pula berita

yang mengandung sifat insane (*human interest*) dan kadang-kadang tajuk rencana.

4. **Fungsi mempengaruhi**

   Fungsi mempengaruhi yang menyebabkan surat kabar memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat.

   (Effendy, 2003: 93-94).

2.5 Tinjauan Tentang Berita

2.5.1 Definisi Berita

Kata berita, hingga saat ini belum memiliki definisi yang baku. Para ahli memiliki definisi yang berbeda-beda.Namun begitu, perbedaan-perbedaan itu masih mengacu pada garis besar yang mengacu pada aktualitas suatu peristiwa.

Secara sederhana, berita dapat diartikan sebagai pelaporan informasi actual tentang fakta-fakta yang menarik bagi sejumlah besar khalayak.definisiitu merupakan bentuk penyederhanaan dari pernyataan Mitchell V.Charnly yang menyatakan, berita adalah laporan actual tentang fakta-fakta dan opini yang menarik atau penting atau kedua-duanya bagi sejumlah besar orang.

Menurut Drs. AS Haris Sumadiria M.Si.dalam bukunya yang berjudul "Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita Dan Feature", mengatakan bahwa:

> "Berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan atau penting bagi sebagian besar khalayak,

> melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau media on line internet". (2005:65)

Esensi dari kegiatan menulis berita adalah melaporkan segala sesuatu yang dianggap penting dan bermanfaat begi khalayak.

Berita merupakan salah satu dari produk tulisan jurnalistik yang menberi pemahaman dan informasi kepada pembaca seputar hal-hal yang mereka tidak ketahui.

Dalam disiplin Ilmu Jurnalistik, ada mata kuliah yang memepelajari tentang bahasa jurnalistik.hal-hal yang dipelajari dalam mata kuliah ini adalah tentang penggunaan bahasa berita yang singkat, padat, sederhana, lancer, jelas dan menarik. Esensi dari pembelajaran mata kuliah ini adalah bagaimana membuat sebuah berita yang menarik dan memberikan kenyamanan bagi pembaca.

2.5.2 Kategori Berita

Secara umum, berita dapat dikategorikan menjadi dua kategori, yakni berita ringan (*soft news*) dan berita berat (*hard news*).Selain dua hal itu, berita dapat dibedakan menurut lokasi peristiwanya, menurut sifatnya, dan menurut materi isinya.

Berita berat biasanya merujuk pada peristiwa yang mengguncangkan dan bersifat missal.Misalnya peristiwa gempa bumi, gunung meletus, dan sebagainya.Sementara berita ringan, lebih merujuk kepada peristiwa yang bertumpu pada unsur-unsur ketertarikan manusia, misalnya pernikahan.

Berita berdasarkan lokasi peristiwanya terbagi menjadi dua kategori, yakni peristiwa di tempat tertutup (*indoor news*), dan peristiwa di tempat terbuka (*outdoor news*).Di tempat tertutup misalnya peristiwa sidang kabinet, seminar, dan sebagainya.Sedangkan peristiwa yang terjadi di tempat terbuka misalnya kerusuhan, bencana alam, atau perang.

Berdasarkan sifatnya, berita dibagi menjadi berita yang diduga dan berita yang tidak diduga.Berita yang diduga adalah berita dengan peristiwa yang direncanakan atau sudah diketahui sebelumnya, seperti seminar, loka karya, pemilihan umum, dan lain-lain.Sedangkan berita yang tidak diduga adalah berita yang sifat peristiwanya tiba-tiba dan tidak diketahui sebelumnya, misalnya peristiwa tabrakan, bencana alam, dan lain-lain.

Berita menurut isinya dikelompokkan ke dalam berita politik, berita ekonomi, berita sosial, berita keagamaaan, berita olah raga, berita kriminal, berita pendidikan, dan lain-lain.

2.5.3 Nilai-nilai Berita

Tidak semua peristiwa dapat dijadikan sebuah berita. Lord Northcliffe merumuskan, *if a dog bites a man, that's not news, but a man bites a dog that's news* (jika anjing menggigit orang, itu bukan berita, tapi jika orang menggigit anjing, itu baru berita).

Dari rumusan Northcliffe di atas, dapat ditarik satu kesimpulan, peristiwa yang dapat dijadikan berita, adalah peristiwa yang memilki nilai ketertarikan. Dalam buku Jurnalistik Indonesia; menulis berita dan feature, Haris Sumadiria merinci beberapa unsur yang menjadi nilai berita, antara lain:

1. Keluarbiasaan (*Unusualness*)
2. Kebaruan (*Newness*)
3. Akibat (*Impact*)
4. Aktual (*Timeliness*)
5. Kedekatan (*Proximity*)
6. Informasi (*Information*)
7. Konflik (*Conflik*)
8. Orang penting (*PublicFigure*)
9. Kejutan (*Surprising*)
10. Ketertarikan manusiawi (*Human Interest*)

2.6 Tinjauan Tentang Analisis Wacana

Di Indonesia perbedaan pendapat antara metode kualitatif dan metode kuantitatif masih terjadi, khususnya di dunia pendidikan.Salah satu faktor penyebabnya adalah karena metode kualitatif tergolong baru dan masih sedikit peneliti yang menggunakannya.

Selama ini metode kuantitatif dianggap memenuhi syarat keabsahan suatu penelitian. Sebab berdasarkan alat-alat yang digunakan untuk penelitian serta angka-angka yang dihitung

secara statistik, hasil yang diperoleh antara peneliti yang satu dengan peneliti yang lainnya sama. Dalam penelitian kuantitatif ada generalisasi yang berlaku secara universal yang dapat mencakup semua kasus (Nasution, 1996).Tak heran jika metode kuantitatif lebih lebih dominan digunakan daripada metode kualitatif.

Metode kualitatif lebih cenderung mengamati objek penelitiannya dengan cara terjun ke lapangan, sehingga mengharuskan peneliti untuk berinteraksi dengan objeknya (Nasution, 1996).

> "Metode penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan pada manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahannya" (Moleong, 2000:3).

Dalam penelitian kualitatif, terdapat beberapa bentuk penelitian analisis yang dilakukan. Seperti: penelitian analisis wacana, analisis semiotic, penelitian dan penelitian framing. Dalam hal ini peneliti melakukan penelitian dalam bentuk analisis wacana.

Analisis wacana yang dimaksudkan dalam tulisan ini, adalah sebagai upaya pengungkapan maksud tersembunyi dari subyek (penulis) yang mengemukakan suatu pernyataan. Pengungkapan dilakukan dengan menempatkan diri pada posisi sang penulis dengan mengikuti struktur

makna dari sang penulis sehingga bentuk distribusi dan produksi ideologi yang disamarkan dalam wacana dapat di ketahui. Jadi, wacana dilihat dari bentuk hubungan kekuasaan terutama dalam pembentukan subyek dan berbagai tindakan representasi.

Dua di antara sejumlah ranting aliran analisis wacana kritis yang belakangan sangat dikenal adalah karya Norman Fairclough dan Teun van Dijk. Apabila dibanding sejumlah karya lain, buah pikiran van Dijk dinilai lebih jernih dalam merinci struktur, komponen dan unsur-unsur wacana.Karena itu, model analisis wacana kritis ini pula terkesan mendapat tempat tersendiri di kalangan analis wacana kritis.

Kohesi yang merupakan tautan atau hubungan antar bagian dalam wacana sehingga menjadi satu kesatuan, menjadi salah satu kata kunci dalam analisis wacana positivistik.

Berbeda dari pandangan tersebut, dalam kerangka analisis wacana kritis, struktur wacana tersusun atas tiga aras yang membentuk satu kesatuan. Masing-masing adalah struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro (*macro structure, superstructure, and micro structure*).Struktur makro menunjuk pada makna keseluruhan (*global meaning*) yang dapat dicermati dari tema atau topik yang diangkat oleh suatu wacana (van Dijk. 2003).

Superstruktur menunjuk pada kerangka suatu wacana atau skematika, seperti kelaziman percakapan atau tulisan yang dimulai dari pendahuluan, dilanjutkan dengan isi pokok, diikuti oleh kesimpulan, dan diakhiri dengan penutup. Bagian mana yang didahulukan, serta bagian mana yang dikemudiankan, akan diatur demi kepentingan pembuat wacana.

Analisis wacana adalah studi tentang struktur pesan dalam komunikasi.Lebih tepatnya lagi, analisis wacana adalah telaah mengenai aneka fungsi (pragmatic) bahasa.Kita menggunakan bahasa dalam kesinambungan atau untaian wacana. Tanpa konteks, tanpa hubungan-hubungan wacana yang bersifat antar kalimat dan suprakalimat maka kita sukar berkomunikasi dengan tepat satu sama lain (Tarigan, 1993:24). Analisis wacana lahir dari kesadaran bahwa persoalan yang terdapat dalam komunikasi bukan terbatas pada pengggunaan kalimat atau bagian kalimat, fungsi ucapan, tetapi juga mencakup struktur pesan yang lebih kompleksa dan inhern yang disebut wacana (littlejohn, 1996:84).[1]

Dalam dimensi teks, yang diteliti adalah struktur dari teks.Van Dijk memanfatkan dan mengambil analisis linguistic tentang kosakata, kalimat, proposisi, dan paragraph untuk menjelaskan dan memaknai suatu teks. Kognisi sosial merupakan dimensi untuk menjelaskan bagaimana suatu

[1] http://abdulsalamserbakomunikasi.blogspot.com/2010/03/pendekatan-analisis-wacana-discourse.htmlPukul 09:24 AM

teks diproduksi oleh individu-individu/kelompok pembuat teks. Cara memandang atau melihat suatu realitas sosial itu melahirkan teks tertentu. Munculnya berita yang buruk mengenai orang Cina, misalnya timbul akibat struktur pikiran tertentu yang membentuk suatu cara melihat persoalan sehingga mempengaruhi bagaimana suatu teks diproduksi. Sedangkan analisis sosial melihat bagaimana teks itu dihubungkan lebih jauh dengan struktur sosial dan pengetahuan yang berkembang dalam masyarakat atas suatu wacana.Ketiga dimensi ini merupakan bagian yang integral dan dilakukan secara bersama-sama dalam analisis Van Dijk.

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 yang berkembang dalam masyarakat akan suatu masalah.

Dalam berkomunikasi tentunya kita selalu mempunyai tujuan. Agar tercipta suatu proses komunikasi yang efektif dan bermanfaat. Sesuai dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini maka peneliti menggunakan metode analisis wacana model van Dijk karena dapat menjawab masalah-masalah yang diteliti. Menurut van Dijk penelitian atas

wacana tidak cukup pada analisis teks saja karena teks merupakan hasil dari praktek produksi yang harus diamati.Disini juga dilihat bagaimana suatu teks diproduksi berdasarkan faktor kognisi dari pembuat berita.

Dalam bukunya Eriyanto, J.S. Badudu mengatakan bahwa:

> "Wacana adalah rentetan kalimat yang berkaitan, yang menghubungkan proposisi yang satu dengan proposisi lainnya, membentuk satu kesatuan, sehingga terbentuklah makna yang serasi di antara kalimat-kalimat itu". (Eriyanto,2001:2)

Van Dijk melihat suatu wacana terdiri atas berbagai struktur atau tingkatan yang masing-masing bagian saling mendukung. Van Dijk membagi dalam tiga tingkatan:

a. Struktur makro, ini merupakan makna global atau umum dari suatu teks yang dapat dipahami dengan melihat topic dari suatu teks. Tema wacana ini bukan hanya isi, tapi juga sisi tertentu dari suatu peristiwa.
b. Superstruktur adalah kerangka suatu teks bagaimana struktur dan elemen wacana itu disusun dalam teks secara utuh.
c. Struktur mikro adalah makna wacana yang dapat diamati dengan menganalisis kata, kalimat,paraphrase yang dipakai dan sebagainya.

Wacana oleh van Dijk digambarkan mempunyai tiga dimensi/bangunan: teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Inti analisis van Dijk adalah menggabungkan ketiga dimensi wacana tersebut ke dalam satu kesatuan analisis. Dalam dimensi teks, yang diteliti adalah bagaimana stuktur teks dan strategi wacana yang dipakai untuk menegaskan suatu tema tertentu. Pada level kognisi sosial dipelajari proses produksi teks berita melibatkan kognisi individu dari wartawan. Sedangkan aspek yang ketiga mempelajari bangunan

wacana yang berkembang dalam masyarakat akan suatu masalah. Analisis van Dijk disini menghubungkan analisis tekstual yang memusatkan perhatian melulu pada teks kea rah analisis yang komprehensif bagaimana teks berita itu diproduksi, baik dalam hubungannya dengan individu wartawan maupun dari masyarakat.

A. Konteks

Van Dijk memanfaatkan dan mengambil analisis linguistic tentang kosakata, kalimat, proposisi, dan paragraph untuk menjelaskan dan memaknai suatu teks.Kognisi sosial merupakan dimensi untuk menjelaskan bagaimana suatu teks diproduksi oleh individu atau kelompok pembuat teks.

B. Teks

Melihat suatu teks terdiri dari tiga tingkatan.Pertama struktur makro ini merupakan makna global atau umum dari suatu teks yang dapat diamati dengan melihat topik atau tema yang dikedepakan dalam suatu berita.

Kedua struktur ini merupakan struktur wacana yang berhubungan dengan kerangka suatu teks bagaimana struktur-struktur teks tersusun ke dalam berita secara utuh. Ketiga, struktur mikro adalah wacana yang dapat diamati dari bagian kecil dari suatu teks yakni kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, paraphrase dan gambar.

C. Kognisi Sosial

Dalam kerangka analisis wacana van Dijk, perlu ada penelitian mengenai kognisi sosial: kesadaran wartawan mental wartawan yang membentuk teks tersebut. Kognisi sosial ini penting dan menjadi kerangka yang tidak terpisahkan untuk memahami teks media. Pendekatan kognitif didasarkan pada asumsi bahwa teks tidak mempunyai makna, tetapi makna itu diberikan oleh pemakai bahasa, atau lebih tepatnya proses kesadaran mental dari pemakai bahasa.