BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Penelitian Relevan

Sebagaimana telah dijabarkan pada bab maupun sub bab sebelumnya bahwa judul dari penelitian ini adalah **KONSTRUKSI BUDAYA BATAK DI RADIO MORA 88,50 FM BANDUNG (Studi Konstruksi Sosial Media Massa Mengenai Budaya Batak Dalam Program Acara Eksepsi Di Radio Mora 88,50 FM Bandung)**. Berpedoman pada judul dan sub judul penulisan tersebut, maka peneliti melakukan studi pendahuluan berupa peninjauan terhadap penelitian sejenis yang sebelumnya terlebih dahulu melakukan penelitian, dengan mengkaji hal yang serupa serta relevan dengan kajian yang akan diteliti oleh peneliti**.**

Tabel 2.1

Tabel Penelitian Relevan

Aspek	Nama Penulis	
	Diky Purnama	**Donie Kadewadana**
Universitas	Universitas Komputer Indonesia	Universitas Islam Negri Syarif HidayahTullah
Judul Penelitian	**Citizen Journalism Dalam Radio PR FM 107.5 Bandung**	**Konstruksi Realitas Di Media Massa**
Jenis Penelitian	Kualitatif dengan Metode penelitian Studi Kasus.	Kualitatif dengan analisis freming.
Tujuan Penelitian	Untuk Mengetahui perkembangan Citizen Journalism di Radi PR FM 107.5 FM subfokus bagaimana perkembangan, memaknai, partisipasi masyarakat	Untuk Mengetahui bagaimana harian kompas dan republika mengemas pemberitaan Baitul Muslimin Indonesia di PDI-P
Hasil Penelitian	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa: 1) memaknai, 2) perkembangan 3) partisipasi, yang terjadi pada di acara PR FM mengenai Citizem Journalism Penulis mengambil kesipulan	Isi dalam teks kompas secara umum berisisi tentang tiga pandangan tokoh yang mendukung pembentukan baitul muslimin dan menganggap dikotomi islam dengan nasionalis tidak

	bahwa acara citizem tersebut mendapat tempat tersendiri di masyarakat.Terlihat bagaimana,antusias masyarakat dalam hal berlomba-lomba memberitakan suatu kejadian atau informasi yang didapat. Jadi para pendengar akan semakin tahu tentang citizem journalism dan dapat berperan aktif kepada masyarakat luas.	relevan Isi teks republika dengan hadirnya baitul muslimin maka dikotomi islam harus di hapuskan dan memaparkan dari tokoh islam saja dan tidak memasukan para pendapat nasionalis.
Perbedaan Penelitian **Perbedaan pada penelitian yang akan diteliti pada judul Citizen Journalism Dalam Radio PR FM 107.5 Bandung (Studi Kasus) peneliti meneliti bagaimana masyarakat memaknai acara citizen journalism sebagai suatu wadah ruang publik dalam hal penyebaran informasi dan turut serta masyarakat dalam menyebarkan informasi.** **Perbedaan pada penelitian yang akan diteliti pada judul Konstuksi Realitas Di Media Massa. Dalam penelitan tersebut menggunakan perbandingan dua surat kabar dalam memberitakan baitul muslimin di Indonesia antara surat kabar kompas dan republika**		

Sumber: Data Peneliti, 2014

2.2 Tinjauan Umum Komunikasi Massa

2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa

Kebutuhan akan informasi di era informasi saat ini, media massa memiliki peranan yang sangat penting bagi tercapainya kebutuhan mengingat proses kehidupan yang terjadi, pada masyarakat modern saat ini sudah tidak lagi mengenal batasan geografis.

Elvinaro bersama Lukiati dalam bukunya Komunikasi Massa Suatu Pengantar, memberikan pengertian bahwa komunikasi massa adalah:

> "Pengertian komunikasi massa , pada satu sisi adalah proses dimana organisasi media memproduksi dan menyebarkan pesan kepada publik secara luas dan pada sisi lain diartikan sebagai bentuk komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan anonym melalui media cetak maupun elektroniksehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. (Elvinaro, 2005 : 31)"

Komunikasi massa *(mass communication)* dikemukakan oleh Effendy dalam buku Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi adalah:

> "Komunikasi melalui media massa modern, yang meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas, siaran radio dan televisi dan ditujukan kepada umum, dan film yang dipertunjukan digedung-gedung bioskop."(Effendy, 1993:79)

Melibatkan umpan balik pribadi, hubungan interaksi, dan koherensi (pernyataan yang satu harus berkaitan dengan yang lain sebelumnya).

Definisi di atas dapat diketahui bahwa komunikasi massa harus menggunakan media massa sebagai alat penyampaian pesan kepada khalayak luas. Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti kampanye di lapangan luas yang dihadiri oleh puluhan, bahkan ratusan hingga ribuan orang. Jika tidak menggunakan media massa,

maka itu tidak termasuk kedalam komunikasi massa. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah radio, televisi, surat kabar, majalah dan film.

2.2.2 Ciri-Ciri Komunikasi Massa

Elvinaro dalam bukunya "Komunikasi Massa Suatu Pengantar" menjelaskan karakteristik media massa yaitu :

a. Komunikator Terlembagakan
b. Pesan Bersifat Umum
c. Komunikannya Anonim dan Heterogen
d. Media Massa Menimbulkan Keserempakan
e. Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan
f. Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah
g. Stimuli Alat Indra "Terbatas"
h. Umpan Balik Tertunda.

Adapun penjelasan karakteristik media massa, sebagai berikut : Spontanitas, terjadi sambil lalu dengan media utama adalah tatap muka.

a. Komunikator Terlembagakan

   Ciri komunikasi yang pertama adalah komunikatornya bergerak dalam sebuah organisasi (lembaga) yang kompleks, nyaris tak memiliki kebebasan individual. Lebih dari itu, pesan-pesan yang disebarkan melalui media massa merupakan hasil kerja sama (*collective)*, komunikatornya disebut sebagai *collective communicator.*

b. Pesan Bersifat Umum

   Komunikasi massa bersifat *terbuka* artinya komunikasi massa ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu. Pesan komunikasi massa dapat berupa fakta, peristiwa atau opini. Pesan komunikasi massa yang dikemas dalam bentuk apa pun harus memenuhi kriteria penting atau menarik, atau penting sekaligus menarik bagi sebagian besar komunikan.

c. Komunikannya Anonim dan Heterogen.

   Komunikan pada komunikasi massa bersifat anonim dan heterogen. Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap

muka. Di samping anonim, komunikan komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda, yang dapat dikelompokkan berdasarkan faktor : usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latar belakang budaya, agama dan tingkat ekonomi.

d. 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 tersebut secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama pula.

e. Komunikasi mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan

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

f. Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah

Komunikasi massa adalah komunikasi dengan menggunakan media massa, karena melalui media massa maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator yang aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif menerima pesan, namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog. Dengan demikian, komunikasi massa itu bersifat satu arah.

g. Stimuli Alat Indra “Terbatas”

Ciri komunikasi lainnya yang dapat dianggap salah satu kelemahan adalah stimuli alat indra yang “terbatas‟ . Dalam komunikasi massa, stimuli alat indra bergantung pada jenis media massa. Pada surat kabar dan majalah, pembaca hanya dapat melihat.

h. Umpan Balik Tertunda *(Delayed)*

Komponen umpan balik *(feedback)* merupakan faktor penting dalam bentuk komunikasi.Efektivitas komunikasi dapat dilihat dari *feedback* yang disampaikan oleh komunikan. Tapi pada komunikasi massa *feedback* akan diperoleh setelah komunikasi berlangsung.
(Elvinaro,2005:7-12)

2.2.3 Fungsi Komunikasi Massa

Komunikasi massa atau media massa mempunyai peran yang penting dalam perkembangan kehidupan masyarakat. Untuk hal ini, komunikasi massa mempunyai fungsi bagi masyarakat.

Elvinaro dalam bukunya yang berjudul "Komunikasi Massa Suatu Pengantar" yang mengutip dari Dominick menyebutkan fungsi komunikasi massa ialah:

a. Surveillance
b. Interpretation
c. Linkage
d. Transmission of value
e. Entertainment

Adapun penjelasan fungsi komunikasi, sebagai berikut :

a. *Surveillance* (Pengawasan)

   Fungsi pengawasan komunikasi massa dibagi dalam bentuk utama: (1) *warning of beware surveillance* (pengawasan peringatan) yaitu fungsi pengawasan peringatan terjadi ketika media massa menginformasikan tentang ancaman (2) *instrumental surveillance* (pengawasan instrumental) yaitu penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari.

b. *Interpretation* (Penafsiran)

   Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Tujuan penafsiran media ingin mengajak para pembaca atau pemirsa untuk memperluas wawasan dan membahasnya lebih lanjut.

c. *Linkage* (Pertalian)

   Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk *linkage* (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu. Kelompok-kelompok yang memiliki kepentingan yang sama tetapi terpisah secara geografis dipertalikan atau dihubungkan oleh media.

d. *Transmission of values* (Penyebaran Nilai-Nilai)

Fungsi ini juga disebut *socialization* (sosialisasi). Sosialisasi mengacu kepada cara, dimana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar dan dibaca. Media massa memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang diharapkan mereka. Dengan perkataan lain, media mewakili kita dengan model peran yang kita amati dan harapan untuk menirunya.

e. *Entertainment* (Hiburan)

Sulit dibantah lagi bahwa pada kenyataanya hampir semua media menjalankan fungsi hiburan. Fungsi dari media massa sebagai fungsi sebagai menghibur tiada lain tujuannnya adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak, karena dengan membaca berita-berita ringan atau melihat tayangan hiburan di televisi dapat membuat pikiran khalayak segar kembali.
(Elvinaro, 2005:15-17)

2.3 Tinjauan Mengenai Media Massa

2.3.1 Pengertian Media Massa

Menurut Asep Syamsul M Romli dalam bukunya yang berjudul "Jurnalistik Terapan" disebutkan bahwa media massa *(mass media)* merupakan singkatan dari Media Komunikasi Massa merupakan *channel of mass communication*, yaitu saluran, alat, atau sarana yang dipergunakan dalam proses komunikasi massa.

2.3.2 Karakteristik Media Massa

1. Publisitas, disebarluaskan pada khalayak.
2. Universalitas, pesannya bersifat umum.
3. Priodisitas, tetap atau berkala.
4. Kontinuitas, berkesinambungan.
5. Aktualitas, berisi hal-hal baru (Romli, 2005:5)

2.3.3 Bentuk Bentuk Media Massa

Menurut Ardianto Elvinaro dalam bukunya “Komunikasi Massa Suatu Pengantar”, pada dasarnya media massa dapat dibagi menjadi dua kategori, yakni media massa cetak dan media massa elektronik. Media cetak yang dapat memenuhi kriteria tersebut adalah surat kabar dan majalah. Sedangkan media elektronik yang memenuhi kriteria media massa adalah radio siaran, televisi, film, media *online* (internet). (Elvinaro, 2007:103)

2.4 Tinjauan Umum Mengenai Radio

2.4.1 Pengertian Radio

Radio sebagai bentuk media massa elektronik merupakan jenis media elektronik yang pertama kali dikenal oleh masyarakat luas sebelum kemunculan televisi dan internet seperti saat ini. Media yang paling jauh dapat menjangkau suatu daerah adalah media radio. Melalui media radio, beragam informasi mengenai suatu peristiwa dapat disampaikan secara cepat dan diterima oleh siapa saja. Radio kini sudah sangat dekat sekali dengan masyarakat umum dan sekarang ini radio sudah berkembang pesat di Bandung. Radio sudah digemari oleh masyarakat umum karena radio bisa menemani dalam kegiatan atau aktivitas kita sehari-hari dan juga bisa menemani di saat waktu luang. Radio mempunyai sifat-sifat khas yang sekaligus menjadi kekuatan yang dimilikinya dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada masyarakat. Banyak acara radio yang disiarkan dengan target pendengar (segmen) masing-masing, ada segmen untuk remaja, anak

muda, orang tua bahkan sudah terdapat stasiun radio yang sasaran pendengarnya anak-anak. Pada saat ini sudah banyak radio yang mempunyai ciri khas masing-masing dan semua berpacu agar mendapatkan pendengar sebanyak mungkin. Radio siaran sebagai unsur dari proses komunikasi mempunyai ciri dan sifat yang berbeda dengan media massa lainnya. Berbeda dengan surat kabar yang merupakan media cetak, juga dengan film yang bersifat media optik. Televisi jika ada kesamaan hanya dalam sifat yang elektronik, terdapat perbedaan, yakni radio bersifat audial, televise bersifat audiovisual. Penyampaian pesan yang dilakukan oleh radio siaran hanya berupa bahasa lisan sehingga membuat para pendengar berimajinasi dengan sendirinya.

> "Radio adalah sebuah media yang digunakan untuk memberikan hiburan kepada pendengarnya melalui lagu dan informasi yang disampaikan sesuai dengan segmentasi Radio siaran itu sendiri. Didalam buku Radio Siaran teori & praktek menuliskan: "faktor ke-3 yang menyebabkan Radio siaran memiliki kekuasaan, ialah daya tariknya yang kuat yang dimilikinya. daya tarik ini ialah disebabkan sifatnya yang serba hidup berkat 3 unsur yang ada padanya, yakni musik, kata-kata dan efek suara". (Effendy, 1991:77)

Onong U. Effendy menyatakan mengenai dunia Radio siaran memiliki kekuatan untuk mempengaruhi massa atau khalayak, yaitu: Radio siaran diberi julukan *The Fifth Estate* disebabkan daya kekuatannya dalam mempengaruhi massa khalayak . (Effendy, 1991:74)

Selanjutnya kekuatan massa atau khalayak pada dunia Radio siaran disebabkan oleh beberapa faktor yang dijabarkan, yaitu:

1. Daya Langsung

   Untuk mencapai sasarannya, yakni pendengar, isi program acara yang akan disampaikan tidaklah mengalami proses kompleks. Sebagai contoh adanya propaganda yang disiarkan Radio siaran pada masa PD II yang dilakukan oleh Jerman pada masa itu, sehingga masyarakat dapat terpengaruh langsung oleh propaganda yang disiarkan Radio ditiap-tiap Negara jajahannya, jika dibandingkan dengan penggunaan pamflet pada masa itu. Daya langsung merupakan kemampuan Radio siaran yang dapat meliput secara langsung mengenai suatu kejadian yang sedang berjalan.

2. Daya Tembus

   Daya tembus dalam arti kata, tidak mengenal jarak dan rintangan. Dipedesaan kita masih dapat menikmati Radio siaran yang sama dengan di kota. Tetapi hal ini tergantung dari seberapa kuat pancaran gelombang yang disiarkan oleh tiap-tiap stasiun Radio siaran.

3. Daya Tarik

   Daya tarik Radio siaran disebabkan sifatnya yang serba hidup, berkat unsur yang ada pada Radio siaran, yakni musik, kata-kata dan efek suara seperti yang telah digambarkan diatas. (Effendy, 1991:75-77).

2.4.2 Keunggulan Radio

Radio tidak kalah saing dengan media informasi dan hiburan yang lain seperti televisi, surat kabar, majalah, maupun tabloid. Selain murah dan mudah, keunggulan Radio adalah sebagai berikut :

a. Cepat dan langsung

Radio merupakan sarana tercepat dalam penyampaian informasi dibandingkan TV atau Koran. Peristiwa yang baru saja terjadi bisa didapatkan dan langsung disampaikan kepada pendengar tanpa proses yang rumit.

b. Akrab

Radio adalah alat yang akrab dengan pemiliknya. Jarang ada sekelompok orang mendengarkan siaran Radio di suatu tempat. Biasanya, seseorang mendengar Radio di kamar tidur, di dapur, atau di dalam mobil.

c. Dekat

Radio begitu dekat dengan pendengarnya. Penyiar Radio menyapa para pendengar secara personal. Sang penyiar seakan berbicara dengan satu orang pendengar, bukan banyak pendengar.

d. Hangat

Paduan kata-kata, lagu, dan efek suara dalam siaran Radio begitu terasa hangat dan mampu memengaruhi emosi pendengarnya, memberikan semangat hidup, menghibur dikala sedih dengan lagu-lagu, betrindak seakan teman baik bagi pendengar.

e. Tanpa batas

Siaran Radio bisa disimak oleh siapa saja, menembus batas-batas geografis, demografis, suku, ras, agama, dan antar golongan, juga

kelas sosial. Hanya tunarungu yang tidak mampu menikmati siaran Radio.

2.4.3 Kelemahan Radio

Selain kelebihan, Radio juga memiliki kelemahan dibandingkan media massa lainnya. Kelemahan-kelemahan itu adalah sebagai berikut :

a. Selintas

Siaran Radio cepat hilang dan gampang dilupakan. Pendengar tidak dapat mengulang apa yang diucapkan sang penyiar Radio semudah membalikkan kertas majalah atau Koran.

b. Global

Sajian informasi Radio bersifat global, tidak detail. Oleh karena itu, angka-angka pun dibulatkan. Misalkan, ada berita tentang 253 orang karyawan pabrik sepatu di PHK secara sepihak maka sang penyiar akan mengatakan dua ratus orang lebih karyawan pabrik sepatu di PHK secara sepihak .

c. Batasan waktu

Waktu siaran Radio terbatas, umumnya siaran dibuka mulai pukul 05.00-24.00, maksimal 20 jam bila memungkinkan.

d. Beralur linier

Program acara disajikan dan dinikmati pendengar berdasarkan urutan yang sudah ada. Tidak seperti Koran atau majalah, pembaca bisa langsung kehalaman tengah atau terakhir sesuai yang diinginkan.

e. Mengandung gangguan

Saat mendengarkan program acara Radio, pendengar terkadang mengalami gangguan secara teknis. Misalnya, suara yang timbul-tenggelam atau tidak jelas.

2.5 Tinjauan Tentang Budaya Batak Di Acara Eksepsi

2.5.1 Suku Batak

Suku / masyarakat Batak hidup di kawasan Sumatra Utara. Sebagian masyarakat yang tinggal di daerah ini adalah masyarakat Batak. Suku Batak pertama sekali mendiami daerah karo dan kawasan danau Toba.

Sebagai bagian dari sejarah bangsa, budaya Batak sudah ada sejak berabad-abad tahun yang lalu. Dimulai dari kerajaan Sisingamangaraja yang pertama (kakek buyut Raja Sisingamangaraja XII, pahlawan nasional Indonesia), suku Batak tetap eksis sampai saat ini dengan tetap mempertahankan identitasnya. Pewaris kebudayaan Batak tetap menjaga, memelihara serta melestarikan Budaya Batak sebagai kebudayaan warisan nenek moyang. Budaya Batak yang bersifat kekeluargaan, gotong royong dan setia kawan telah mengakar disetiap langkah hidup orang Batak. Budaya Batak sudah menjadi falsafah hidup bagi warganya ditengah era globalisasi dewasa ini.

Identitas kesukubangsaan merupakan internalisasi nilai yang diwariskan oleh orang tua secara informal kepada setiap anak sejak dari kecil untuk membangun eksistensi ke-Batakan-nya (habatahon), yang kelak dapat

merupakan jalan, wahana, dan alat memasuki tujuan hidup suku bangsa Batak. Dengan demikian, identitas budaya ini disebut sebagai nilai instrumental (instrumental values). Visi suatu suku bangsa adalahtujuan hidup suatu kolektif, dalam hal ini tujuan suku bangsa Batak, yang merupakan tujuan akhir yang diidam-idamkan masyarakat. Dengan demikian, visi tujuan hidup ini disebut sebagai nilai terminal (terminal values). Pedoman interaksi merupakan landasan interaksi masyarakat, yang berfungsi menentukan kedudukan, hak, dan kewajiban masyarakat,mengatur serta mengendalikan tingkah laku masyarakat dalam kehidupan sosial sehari-hari, dan menjadi dasar demokrasi untuk penyelesaian masalah terutama secara musyawarah dan mufakat dalam masyarakat Batak Toba.

2.5.2 Interaksi Sosial Dalam Masyarakat Batak

Sistem interaksi pada masyarakat Batak adalah Dalihan Na Tolu ”Tungku Nan Tiga”, yang terdiri atas dongan tubu (pihak semarga), boru (pihak penerima istri), dan hula-hula (pihak pemberi istri). Dalam interaksinya, setiap orang akan memiliki sikap berperilaku yang berbeda pada masing-masing pihak itu. Orang akan manat mardongan tubu ”hati-hati pada teman semarga”, elek marboru ”membujuk pada pihak penerima istri” , dan somba marhula-hula “hormat pada pihak pemberi istri”. Jelas bahwa nilai interaksional ini hanya bisa dipahami, bahkan dijelaskan, setelah memiliki dan memahami nilai identitas.

Visi orang Batak sangat jelas, yakni ingin memiliki Hagabeon-Hamoraon-Hasangapon. Istilah hagabeon berarti ”mempunyai keturunan

terutama anak laki-laki", hamoraon berarti "kekayaan atau kesejahteraan" , dan hasangapon berarti "kehormatan". Hamoraon dan hagabeon sangat jelas indikatornya, tetapi hasangapon agak abstrak: hasangapon adalah hagabeon plus hamoraon. Untuk mencapai hagabeon, orang harus menikah; untuk mencapai hamoraon, orang harus mandiri, kerja keras, gotong royong, dan berpendidikan, yang kesemuanya membuat orang dapat mencapai hasangapon. Oleh karena hagabeon-hamoraon-hasangapon itu merupakan visi dan tujuan kehidupan orang Batak, maka itulah yang disebut dengan nilai terminal.

Akhirnya, nilai utama Budaya Batak, yakni identitas sebagai instrumental values, sistem interaksi sebagai interactional values, dan visi sebagai terminal values dapat difungsikan dan diwariskan dalam pembentukan sumber daya manusia untuk mencapai keberhasilan pembangunan suku bangsa Batak. Pewarisan, internalisasi, dan resosialisasi nilai-nilai budaya di atas sejak dini kepada masyarakat Batak akan menciptakan sumber daya manusia yang betul-betul menjadi human capital terutama di daerah bonapasogit.

Manusia sebagai sosok dan tokoh selalu menarik diperbincangkan dari aneka sudut pandang. Perbincangan akan lebih menarik bila sosok dan ketokohan seseorang relevan dan kontributif bagi pengembangan sumberdaya generasi muda. Sosok dan tokoh yang menyejarah dapat menjadi acuan untuk membangun sikap dan semangat patriotisme. Manusia dalam konteks budaya adalah individu yang mampu berperan sebagai penggagas, pelaku, dan

penghasil. Ketiga peran ini terakumulasi dan termanifestasi dalam prestasi (achievement). Gagasan, tindakan dan kinerja manusia yang berlandaskan pada prestasi gemilang sampai kapanpun akan menjadi idaman dan sumber inspirasi bagi tiap-tiap individu. McClelland, (1987) berkata bahwa ada tiga motif sosial yang dapat membuat orang berhasil, yakni motif berprestasi (*the achievement motive*), motif berkuasa (*the power motive*), dan motif persahabatan *(the affiliation motive*). Ketiga motif sosial itu ternyata ditentukan oleh lingkungan budayanya. Tanpa sistem marga Dalihan Na Tolu, sukubangsa Batak sudah lama lenyap oleh kemajuan zaman. Suku bangsa yan terdapat dala masyarakat Batak ialah Karo, Toba, dansimalungun. Dari suku bagsa ini terdiri dari beberapa marga dan submarga.

2.5.3 Falsafah Dalam Masyarakat Batak

Masyarakat Batak memiliki falsafah, azas sekaligus sebagai struktur dan sistem dalam kemasyarakatannya yakni yang dalam Bahasa Batak Toba disebut Dalihan na Tolu. Berikut penyebutan Dalihan Natolu menurut keenam puak Batak.

1. Dalihan Na Tolu (Toba)
    a. Somba Marhula-hula
    b. Manat Mardongan Tubu
    c. Elek Marboru
2. Dalian Na Tolu (Mandailing dan Angkola)
    a. Hormat Marmora
    b. Manat Markahanggi

c. Elek Maranak Boru

3. Tolu Sahundulan (Simalungun)
    a. Martondong Ningon Hormat, Sombah
    b. Marsanina Ningon Pakkei, Manat
    c. Marsanina Ningon Pakkei, Manat
    d. Marboru Ningon Elek, Pakkei
4. Rakut Sitelu (Karo)
    a. Nembah Man Kalimbubu
    b. Mehamat Man Sembuyak
    c. Nami-nami Man Anak Beru
5. Daliken Sitelu (Pakpak)
    a. Sembah Merkula-kula
    b. Manat Merdengan Tubuh
    c. Elek Marberru

2.6 Konstruksi Sosial

Membahas teori konstruksi sosial (*social construction*), tentu tidak bisa terlepaskan dari bangunan teoretik yang telah dikemukakan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Peter L. Berger merupakan sosiolog dari *New School for Social Reserach, New York*, Sementara Thomas Luckman adalah sosiolog dari *University of Frankfurt*. Teori konstruksi sosial, sejatinya dirumuskan kedua akademisi ini sebagai suatu kajian teoretis dan sistematis mengenai sosiologi pengetahuan.

Istilah konstruksi atas realitas sosial (*social construction of reality*) menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman melalui bukunya yang berjudul *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociological of Knowledge (1966)*. Ia menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, dimana individu menciptakan secara terus menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif. Asal usul konstruksi sosial dari filsafat konstruktivisme yang dimulai dari gagasan-gagasan konstruktif kognitif. Menurut Von Glaserfeld, pengertian konstruktif kognitif muncul pada abad ini dalam tulisan Mark Baldwin yang secara luas diperdalam dan disebarkan oleh Jean Piaget. Namun, apabila ditelusuri, sebenarnya gagasan-gagasan pokok konstruktivisme sebenarnya telah dimulai oleh Giambatissta Vico, seorang epistemolog dari italia, ia adalah cikal bakal konstruktivisme (Suparno dalam Bungin, 2008:13)

Dalam aliran filsafat, gagasan konstruktivisme telah muncul sejak sokrates menemukan jiwa dalam tubuh manusia, sejak Plato menemukan akal budi dan ide. Gagasan tersebut semakin lebih konkret lagi setelah Aristoteles mengenalkan istilah, informasi, relasi, individu, substansi, materi, esensi dan sebagainya. Ia mengatakan bahwa, manusia adalah makhluk sosial, setiap pernyataan harus dibuktikan kebenarannya, bahwa kunci pengetahuan adalah logika dan dasar pengetahuan adalah fakta (Bertens dalam Bungin, 2008:13). Aristoteles pulalah yang telah memperkenalkan ucapannya ‘Cogoto, ergo sum’ atau ‘saya berfikir karena itu saya ada’ (Tom Sorell dalam Bungin, 2008:13). Kata-kata Aristoteles yang terkenal itu menjadi dasar yang kuat bagi perkembangan gagasan-gagasan konstruktivisme sampai saat ini.

Berger dan Luckman (Bungin, 2008:14) mulai menjelaskan realitas sosial dengan memisahkan pemahaman ‘kenyataan dan pengetahuan’. Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat di dalam realitas-realitas yang diakui sebagai memiliki keberadaan (*being*) yang tidak tergantung kepada kehendak kita sendiri. Pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik yang spesifik. Berger dan Luckman (Bungin, 2008:15) mengatakan terjadi dialektika antara indivdu menciptakan masyarakat dan masyarakat menciptakan individu. Proses dialektika ini terjadi melalui eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Berger menyebutnya sebagai momen. Ada tiga tahap peristiwa. Pertama, eksternalisasi, yaitu usaha pencurahan atau ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik dalam kegiatan mental maupun fisik. Ini sudah menjadi sifat dasar dari manusia, ia akan selalu mencurahkan diri ke tempat dimana ia berada. Manusia tidak dapat kita mengerti sebagai ketertutupan yang lepas dari dunia luarnya. Manusia berusaha menangkap dirinya, dalam proses inilah dihasilkan suatu dunia dengan kata lain, manusia menemukan dirinya sendiri dalam suatu dunia.

Kedua, objektivasi, yaitu hasil yang telah dicapai baik mental maupun fisik dari kegiatan eksternalisasi manusia tersebut. Hasil itu menghasilkan realitas objektif yang bisa jadi akan menghadapi si penghasil itu sendiri sebagai suatu faktisitas yang berada di luar dan berlainan dari manusia yang menghasilkannya. Lewat proses objektivasi ini, masyarakat menjadi suatu realitas *suigeneris*. Hasil dari eksternalisasi kebudayaan itu misalnya, manusia menciptakan alat demi kemudahan hidupnya atau kebudayaan non-materiil dalam bentuk bahasa. Baik alat tadi maupun bahasa adalah kegiatan eksternalisasi manusia ketika berhadapan

dengan dunia, ia adalah hasil dari kegiatan manusia. Setelah dihasilkan, baik benda atau bahasa sebagai produk eksternalisasi tersebut menjadi realitas yang objektif. Bahkan ia dapat menghadapi manusia sebagai penghasil dari produk kebudayaan. Kebudayaan yang telah berstatus sebagai realitas objektif, ada diluar kesadaran manusia, ada "di sana" bagi setiap orang. Realitas objektif itu berbeda dengan kenyataan subjektif perorangan. Ia menjadi kenyataan empiris yang bisa dialami oleh setiap orang.

Ketiga, internalisasi. Proses internalisasi lebih merupakan penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial. Berbagai macam unsur dari dunia yang telah terobjektifkan tersebut akan ditangkap sebagai gejala realitas diluar kesadarannya, sekaligus sebagai gejala internal bagi kesadaran. Melalui internalisasi, manusia menjadi hasil dari masyarakat. Bagi Berger, realitas itu tidak dibentuk secara ilmiah, tidak juga sesuatu yang diturunkan oleh Tuhan. Tetapi sebaliknya, ia dibentuk dan dikonstruksi. Dengan pemahaman semacam ini, realitas berwajah ganda/plural. Setiap orang bisa mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas suatu realitas. Setiap orang yang mempunyai pengalaman, preferensi, pendidikan tertentu, dan lingkungan pergaulan atau sosial tertentu akan menafsirkan realitas sosial itu dengan konstruksinya masing-masing.

2.7 Kerangka Pemikiran

2.7.1 Kerangka Pemikiran Teoritis

Teori merupakan suatu pernyataan mengenai apa yang terjadi terhadap suatu fenomena yang ingin kita pahami. Teori yang berguna adalah teori yang memberikan pencerahan, serta pemahaman yang lebih mendalam terhadap fenomena yang ada di hadapan kita. Akan tetapi perlu dijelaskan sebagai suatu arahan atau pedoman peneliti untuk dapat mengungkap fenomena agar lebih terfokus. Sekumpulan teori ini dikembangkan sejalan dengan penelitian itu berlangsung.

Peneliti mememilih konstruksi sosial media massa sebagai kerangka berpikir utama disamping menggunakannya dalam pengertian sebagai sebuah konsep teori. Dalam menjelaskan konstruksi sosial serta untuk memperjelas kerangka berfikir konstruksi sosial peneliti menggunakan beberapa teori antara lain komunikasi massa dengan topik kajian utama ialah media massa dan konstruksi sosial atas realitas sosial.

2.7.2 Konstruksi Sosial Media Massa

Suatu realitas tidaklah hadir apa adanya langsung ditengah-tengah kita. Realitas dibangun secara sosial dan tidaklah bersifat tunggal tetapi jamak, sebab setiap individu yang satu dengan yang lain, memiliki persepsi yang berbeda dalam suatu realitas. Seperti contohnya realitas yang hadir dalam media. Realitas dalam suatu media, hasil dari konstruksi, pandangan, pemikiran subjektivitas seorang wartawan atau penyiar pada umumnya.

Teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas terjadi secara simultan melalui tiga proses sosial yaitu eksternalisasi, objektivitas, dan internalisasi. Tiga proses ini terjadi di antara individu satu dengan individu lainnya dalam masyarakat. Eksternalisasi (penyesuain diri) dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia. Objektivitas, yaitu interaksi sosial yang terjadi dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi. Dan internalisasi yaitu proses di mana individu mengidentifikasi dirinya dengan lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial tempat individu menjadi anggotanya. (Bungin, 2008:15)

Substansi teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas adalah pada proses simultan yang terjadi secara alamiah melalui bahasa dalam kehidupan sehari-hari pada sebuah komunitas primer dan semi-sekunder. Substansi "teori konstruksi sosial media massa" adalah pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan cepat dan sebenarnya merata. Realitas terkonstruksi itu juga membentuk opini. (Bungin, 2008:194)

Atas dasar pemikiran semacam itulah kaum konstuksionis memiliki pandangan tersendiri dalam melihat wartawan, media dan berita. Konsep mengenai konstruksionisme ini diperkenalkan oleh Peter L.Berger dan Luckmann melalui *"The Social Construction of Reality, A Treatise in the Sociological of Knowledge"* (1966). Ia menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, dimana individu menciptakan secara terus-

menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif. (Berger,1966:13)

Realitas menurut Berger tidak di bentuk secara ilmiah. Tidak juga sesuatu yang diturunkan oleh Tuhan. Tetapi dibentuk dan di konstruksi. Dengan pemahaman ini realitas berwujud ganda. Setiap orang mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas suatu realitas, berdasarkan pengalaman, preferensi, pendidikan dan lingkungan sosial, yang dimiliki masing-masing individu.

Posisi konstruksi sosial media massa adalah mengoreksi substansi kelemahan dan melengkapi konstruksi sosial atas realita, dengan menempatkan seluruh kelebihan media massa dan efek media massa pada keunggulan konstruksi sosial media massa atas konstruksi sosial atas realita. Namun, proses simultan yang digambarkan di atas tidak bekerja secara tiba-tiba, tetapi melalui beberapa tahap penting.

Media dipandang bukan hanya sekedar sebagai saluran yang bebas, melainkan juga dianggap sebagai subjek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan luas dan segala yang mengikutinya. Media dipandang sebagai agen konstruksi sosial yang mengartikan dan menggambarkan realitas.

Pada intinya, Teori konstruksionis ini menilai bahwa media merupakan hasil dari konstruksi sosial dimana selalu melibatkan pandangan dan ideologi, dan nilai-nilai wartawan atau media itu sendiri. Selain itu, teori ini juga menilai berita bersifat subjektif, misalnya sebuah opini tidak dapat

dihilangkan karena dalam meliput, wartawan melihat dengan perspektif dan pertimbangan subjektif.

Konteks berita harus dipandang sebagai konstruksi atas realitas. Karenanya sangat potensial terjadi peristiwa yang sama dikonstruksi secara berbeda. Setiap wartawan mempunyai pandangan dan konsepsi yang berbeda atas suatu peristiwa. Hal ini dapat dilihat bagaimana wartawan mengonstruksi peristiwa dalam pemberitaannya.

Berita dalam pandangan konstruksi sosial bukan merupakan fakta yang riil. Berita adalah produk interaksi wartawan dengan fakta. Realitas sosial tidak begitu saja menjadi berita tetapi melalui proses. Diantaranya proses internalisasi dimana wartawan dilanda oleh realitas yang diamati dan diserap dalam kesadarannya. Kemudian proses selanjutnya adalah eksternalisasi. Dalam proses ini wartawan menceburkan diri dalam memaknai realitas. Hasil dari berita adalah produk dari proses interaksi dan dialektika ini.

2.7.3 *Uses And Gratifications Theory*

Hebert Blumer dan Elihu Katz adalah orang pertama yang mengenalkan teori ini. Teori *uses and gratifications* (kegunaan dan kepuasan) ini dikenal pada tahun 1974 dalam bukunya *The Uses on Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research.* Teori milik Blumer dan Katz ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi.

Penguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya teori ini mengamsumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan untuk memuaskan kebutuhannya.

Teori ini jelas merupakan kebalikan dari teori peluru. Dalam teori peluru media sangat aktif dan *all powerfull*, sementara *audience* berada di pihak yang pasif. Sementara itu, dalam teori *uses and gratifications* ditekankan bahwa *audience* aktif untuk menentukan media mana yang harus dipilih untuk memuaskan suatu kebutuhannya. Kalau dalam teori peluru peluru terpaan media akan mengenai *audience* sebab ia berada dipihak yang pasif, semntara dalam teori *uses and gratifications*justru sebaliknya.

Teori ini lebih menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa. Artinya manusia itu mempunyai otonomi, wewenang untuk memperlakukan media. Blumer dan Katz percaya bahwa tidak hanya ada satu jalan bagi khalayak untuk menggunakan media. Sebaliknya, mereka percaya bahwa ada banyak alas an khalayak untuk menggunakan media. Menurut pendapat teori ini, konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (lewat meida mana) mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya. Teori ini juga menyatakan bahwa media dapat mempunyai pengaruh jahat dalam kehidupan.

2.8 Kerangka Pemikiran Konseptual

Dalam penelitian ini mengupas studi konstruksi sosial media massa mengenai budaya batak di Radio Mora 88,50 FM Bandung dalam program acara Eksepsi. Kegiatan acara eksepsi tersebut ialah memberikan suatu informasi mengenai budaya batak untuk para pendengar diacara tersebut dan bagaimana radio Mora mengkonstruksi budaya tersebut menjadi suatu informasi yang layak diperdengarkan oleh khalayak banyak.

Kegiatan kebudayaan batak di radio Mora berawal dari program "Eksepsi", kemudian media dalam hal ini ialah sebagai pelaku yang mengkonstruksi acara tersebut kepada pendengar. Dalam pengkonstruksiannya radio Mora melakukan program-program untuk para pendengar agar acara tersebut dapat berjalan dan terlihat menarik.

Hal tersebut menjadi subtansi teori konstruksi sosial media massa sebagai sirkulasi informasi yang cepat dan luas, sebagai suatu tujuan penyebaran yang merata dalam menyapaikan informasi kebudayaan dalam hal ini ialah budaya batak.

Maka implementasinya dalam penelitian ini ialah dimana peran aktif masyarakat sebagai pendengar, dengan memanfaatkan acara eksepsi sebagai fasilitas pemberian informasi dalam hal ini pengkonstruksian budaya batak ke pada pendengar diranah sunda dan bagaimana media mengkonstruksikan budaya batak di acara eksepsi itu sendiri.

Gambar 2.1

Model Kerangka Pemikiran

