BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Tinjauan Pustaka

Pada bagian ini, peneliti akan memaparkan teori yang relevan dengan masalah yang diteliti. Terdapat uraian mengenai kajian-kajian yang peneliti dapatkan dari jurnal-jurnal ilmiah, buku, atau hasil penelitian terdahulu. Uraian tersebut menjadi asumsi yang mendukung penalaran dalam menjawab permasalahan penelitian.

2.1.1. Tinjauan Tentang Penelitian Sejenis

Penelitian yang dilakukan peneliti merupakan penelitian dengan metode kualitatif dengan analisis wacana kritis. Untuk pengembangan dan menambah pengetahuan, peneliti melakukan tinjauan terhadap peneliti terdahulu mengenai analisis wacana kritis pada teks di media cetak.

Hasil pencarian ini menjadi masukan bagi peneliti mengenai bahasan-bahasan tersebut, serta pendekatan analisis wacana kritis. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang peneliti jadikan rujukan:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Judul	Korupsi Dalam Wacana Pers Lokal (Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough Terhadap Teks Berita Kasus Hambalang Tahun 2013 Pada Surat Kabar Malang Post)
Peneliti	Alda Laseta Ayatullah (Skripsi) Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Brawijaya Malang, 2014.
Metode Penelitian	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough
Hasil Penelitian	Teks memiliki proyeksi ideologi yang mengunggulkan posisi pelaku korupsi. Wacana Malang Post sebagai pers lokal dalam mengkonstruksi kasus Hambalang merupakan hasil penafsiran kembali dari teks JPNN (Jawa Pos National Network) yang dikondisikan dengan selera masyarakat lokal. Situasi sosial, ekonomi, dan politik yang terjadi di Indonesia mempengaruhi perkembangan kasus Hambalang dalam wacana Malang Post. Malang Post sebagai pers lokal merupakan "pers partisan"

	yang melegitimasikan kepentingan pemilik media yang berorientasi pada kapitalisme dan politik.
Perbedaan	Objek yang diteliti dalam penelitian ini merupakan enam teks berita yang terbit di Malang Post selama kurang lebih lima bulan.

Sumber: Penulis, 2017

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

Judul	Representasi Dialektika Hitam dan Putih dama Video Klip Superfine (Studi Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough dalam Video Klip Kontemplasi Dini Hari Karya Superfine
Peneliti	Melvhin Samuel Harapenta (Skripsi) Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik Universitas Komputer Indonesia, 2014.
Metode Penelitian	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough
Hasil Penelitian	Struktur teks konsep dualisme Hitam dan Putih di dalam video klip Kontemplasi Dini Hari menunjukan bahwa benar dan salah, baik dan tidak baik, hanyalah sebuah konsep. Semua orang

	memiliki pandangan yang berbeda terhadap satu hal, dan tidak bisa disama-ratakan. Toleransi dapat menjadi tiang yang menjaga keharmonisan dalam segala situasi.
Perbedaan	Disini analisis wacana kritis Norman Fairclough digunakan untuk menganalisis video klip musik dengan mencari representasi makna Hitam dan putih dalam video tersebut

Sumber: Penulis, 2017

Tabel 2.3
Penelitian Terdahulu

Judul	Analisis Wacana Kritis terhadap Pemberitaan Kasus Sampang (Aliran Sunni dan Syiah) dalam Harian Suara Merdeka (edisi Agustus – September 2012)
Peneliti	Citra Nita Filayati (Skripsi) Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Institut Agama Islam Negeri Walisongo, 2013.
Metode Penelitian	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough

Hasil Penelitian	Harian Suara Merdeka menggambarkan kasus di Sampang Madura antara aliran Sunni dan Syiah sebagai sebuah peristiwa kekerasan. Suara Merdeka tidak menyudutkan warga Sunni di Sampang sebagai pelaku dalam aksi penyerangan. Suara Merdeka lebih menekankan tentang penyelesaian konflik keagamaan tersebut.
Perbedaan	Dalam analisis ini meneliti berita, Peneliti meneliti tajuk rencana.

Sumber: Penulis, 2017

2.1.2. Tinjauan Tentang Komunikasi

Kata Komunikasi atau communication dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti "sama", communico, comunicatio, atau *communicare* yang berarti "membuat sama"(*to make common*). Istilah pertama (*communis*) adalah istilah yang paling sering disebut sebagai asal-usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata latin lainnya yang mirip. Komunkasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama. Akan tetapi definisi-definisi kontemporer menyarankan bahwa komunikasi merujuk pada cara berbagi hal-hal yang tersebut seperti dalam kalimat "kita berbagi pikiran", "kita mendiskusikan makna" dan "kita mengirimkan

pesan.” Dalam hal ini, yang dibagi adalah pemahaman bersama melalui pertukaran pesan.

Komunikasi sebagai kata kerja (*verb*) dalam bahasa Inggris, *communicate*, berarti:

1. Untuk bertukar pikiran-pikiran, perasaan perasaan, dan informasi;
2. Untuk membuat tahu;
3. Untuk membuat sama; dan
4. Untuk mempunyai sebuah hubuga yang simpatik.

Sedangkan dalam kata benda (*noun*), communication, berarti :

1. Pertukaran simbol, pesan- pesan yang sama, dan informasi;
2. Proses pertukaran di antara inividu-individu melaluisistem simbol-simbol yang sama;
3. Seni untuk mengekspresikan gagasan- gagasan; dan
4. Ilmu pengetahuan tentang pengiriman informasi (Stuart, 1983).

Suatu pemahaman populer mengenai komunikasi manusia adalah komunikasi yang mengisyaratkan penyampaian pesan dari seseorang (atau suatu lembaga) kepada seseorang (sekelompok orang) lainnya, baik secara langsung (tatap muka) ataupun melalui media, seperti surat (selebaran), surat kabar, majalah, radio, atau televisi.

Banyak definisi komunikasi diungkapkan oleh para ahli dan pakar komunikasi seperti yang di ungkapkan oleh Carl. I. Hovland yang dikutip oleh Mulyana dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar komunikasi adalah

> "Proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikate)." (Mulyana,2007: 68).

Sedangkan menurut Gerald A. Miller yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy menjelaskan bahwa:

> *"In the main, communication has as its central interest those behavioral situations in which a source transmits a message to a receiver (s) with conscious intent to affect the latte's behavior"* (Pada pokoknya, komunikasi mengandung situasi keperilakuan sebagai minat sentral, dimana seseorang sebagai sumber menyampaikan suatu kesan kepada seseorang atau sejumlah penerima yang secara sadar bertujuan mempengaruhi perilakunya)." (Effendy, 2002: 49).

Adapun definisi lain dari komunikasi menurut Shannon & Weaver adalah bentuk interaksi manusia yang saling pengaruh-mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja. Tidak terbatas pada bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni, dan teknologi.

Berdasarkan definisi dari beberapa para pakar di atas dapat dijelaskan bahwa komunikasi merupakan suatu proses dimana seorang komunikator menyampaikan stimulinya atau perangsang yang biasanya berupa lambang bahasa kepada komunikan dan bukan hanya sekedar memberitahu sesuatu tetapi juga berusaha untuk

mempengaruhi seseorang atau sejumlah orang tersebut untuk melakukan tindakan tertentu atau merubah perilakunya.

2.1.2.1. Unsur-unsur Komunikasi

Dari pengertian komunikasi yang telah dikemukakan, jelas bahwa komunikasi antar manusia hanya akan terjadi jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu, artinya komunikasi hanya terjadi kalau di dukung oleh adanya sumber pesan, media, penerima dan efek. Unsur-unsur ini bisa juga disebut komponen atau elemen komunikasi. Adapun unsur-unsur tersebut adalah:

1. Komunikator

   Komunikator adalah pihak yang mengirim pesan kepada khlayak atau komunikan. Karena itu komunikator bisa disebut pengirim, sumber, source, encoder. Sebagai pelaku utama dalam proses komunikasi, komunikator memegang peranan yang sangat penting, terutama dalam mengendalikan jalannya komunikasi. Oleh karena itu, seorang komunikator harus terampil berkomunikasi, dan juga kaya ide serta penuh daya kreativitas.

2. Pesan

   Dalam Buku Pengantar Ilmu Komunikasi, pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Pesan pada dasarnya bersifat abstrak. Untuk membuatnya konkret agar dapat dikirim dan diterima oleh komunikan, manusia dengan akal budinya menciptakan sejumlah lambang komunikasi berupa suara, mimik, gerak-gerik, bahas lisan, dan bahasa tulisan (Cangara, 2006 : 23)

3. Media

   Dalam Buku Pengantar Ilmu Komunikasi (Cangara, 2006 : 119), media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Ada beberapa pakar psikologi memandang bahwa dalam komunikasi antarmanusia, maka media yang paling dominasi dalam berkomunikasi adalah pancaindera manusia seperti mata dan telinga. Pesan-pesan yang diterima selanjutnya oleh panca indera selanjutnya diproses

oleh pikiran manusia untuk mengontrol dan menentikan sikapnya terhadap sesuatu, sebelum dinyatakan dalam tindakan. Sedangkan dalam Buku Pengantar Ilmu Komunikasi, media bentuk jamak dari medium medium komunikasi diartikan sebagai alat perantara yang sengaja dipilih komunikator untuk menghantarkan pesannya agar sampai ke komunikan. Jadi, unsur utama dari media komunikasi adalah pemilihan dan penggunaan alat perantara yang dilakukan komunikator dengan sengaja.Artinya, hal ini mengacu kepada pemilihan dan penggunaan teknologi media komunikasi. (Vardiansyah, 2004:24-26)

4. Komunikan

   Komunikan atau penerima pesan adalah yang menganalisis dan menginterpretasikan isi pesan yang diterimanya.

5. Efek

   Efek komunikasi diartikan sebagai pengaruh yang ditimbulkan pesan komunikator dalam diri komunikannya. Terdapat tiga tataran pengaruh dalam diri komunikan, yaitu kognitif (seseorang menjadi tahu tentang sesuatu), afektif (sikap seseorang

terbentuk, misalnya setuju atau tidak setuju terhadap sesuatu), dan konatif (tingkah laku, yang membuat seseorang bertindak melakukan sesuatu).

6. Tanggapan Balik

   Respon yang diberikan oleh penerima pesan kepada pengirim sebagai tanggapan atas informasi yang dikirim. Akan tetapi sebenarnya umpan balik bisa juga berasal dari unsur lain seperti pesan dan media, meski pesan belum sampai pada penerima.

7. Lingkungan

   Lingkungan atau situasi ialah faktor-faktor tertentu yang dapat memengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan atas empat macam, yakni lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis, dan dimensi waktu.

2.1.2.2. Fungsi Komunikasi

Menurut Onong U. Effendy fungsi komunikasi adalah sebagai berikut:

1. Menyampaikan informasi (*to inform*)
2. Mendidik (*to educate*)
3. Menghibur (*to entertain*)

4. Mempengaruhi (*to influence*). (Effendy,2004:8)

Fungsi menyampaikan informasi (*to inform*) yaitu memberikan informasi kepada masyarakat, memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran, dan tingkah laku orang lain. Serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.

Fungsi mendidik (*to educate*) yaitu sebagai sarana pendidikan, dengan komunikasi manusia dapat menyampaikan ide dan pikirannya kepada orang lain sehingga orang lain mendapatkan informasi dan pengetahuan.

Fungsi menghibur (*to entertain*) yaitu komunikasi berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain.

Fungsi mempengaruhi (*to influence*) yaitu fungsi mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi, tentunya dengan cara saling mempengaruhi jalan pikiran komunikandan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan yang diharapkan.

2.1.2.3. Proses Komunikasi

Menurut Onong Uchana Effendy, proses komunikasi dikategorikan menjadi dua, diantaranya adalah:

1. Proses Komunikasi Secara Primer

   Proses komunikasi secara primer (*primary process*) adalah proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media saluran. Lambang-lambang yang digunakan dapat berupa kial (*gesture*), yakni gerak anggota tubuh, gambar, warna, dan lain sebagainya.

2. Proses Komunikasi Secara Sekunder

   Proses komunikasi secara sekunder adalah penyampaian pesan oleh komunikator dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. (Effendy. 2000: 38).

2.1.2.4. Tujuan Komunikasi

1. Mengubah Sikap (*to change the attitude*)

   Seperti telah dikemukaan sebelumnya, bahwa fungsi komunikasi adalah mempengaruhi seseorang. Tahap selanjutnya setelah khalayak terpengaruh maka secara

langsung ia akan merubah sikapnya. Inilah salah satu tujuan dari komunikasi. Mengubah sikap seseorang sehingga menjadi yang diharapkan si pemberi informasi.

2. Mengubah Opini/Pendapat/pandangan (*to change the opinion*)

   Tujuan selanjutnya mengubah opini, pendapat, atau pandangan seseorang, seperti yang diharapkan oleh pemberi informasi.

3. Mengubah Perilaku (*to change the behavior*)

   Mengubah perilaku seseorang sesuai dengan informasi dan pesan yang disampaikan, sehingga tercapai seperti yang diinginkan pemberi informasi.

4. Mengubah Masyarakat (*to change the society*)

   Dari ketiga point diatas tujuan komunikasi menitikberatkan kepada suatu individu. Namun, pada point keempat ini suatu informasi dapat mengubah masyarakat atau suatu khalayak yang besar atau banyak menjadi seperti apa yang diharapkan pemberi informasi. Sehingga perubahan yang terjadi, yakni perubahan secara masal.

2.1.3. Tinjauan Tentang Komunikasi Massa

Dalam komunikasi terdapat beberapa jenis-jenis komunikasi, yang memiliki pandangan dan tujuan komunikasi tersebut di fungsikan, salah satunya yaitu komunikasi massa.

Media Massa (*Mass Media*) singkatan dari Media Komunikasi Massa dan merupakan *Channel Of Mass Communication*, yaitu saluran, alat, atau sarana yang dipergunakan dalam proses komunikasi massa. Komunikasi Massa singkatan dari Komunikasi Media Massa dan artinya penyampaian pesan, gagasan, atau informasi yang ditujukan kepada orang banyak melalui media massa (*communicating with media*).

Dalam menjalankan fungsinya, komunikasi massa menggunakan media massa sebagai alat penyampai pesan. Ada dua jenis media massa yang digunakan yaitu media cetak dan media elektronik.

2.1.3.1. Pengertian Komunikasi Massa

Pada dasarnya komunikasi massa adalah sebuah proses komunikasi melalui media massa (Media cetak dan elektronik). Komunikator menyampaikan informasi tanpa harus tahu komunikannya siapa dan dari golongan mana. Penerimaan pesan komunikasi massa tidak hanya dalam jumlah yang besar (heterogen). Namun, komunikannya pun

terdiri dari orang-orang yang berbeda, diantaranya usia, agama, jenis kelamin, pekerjaan, tingkat sosial, dan lain sebagainya.

Untuk membatasi tentang komunikasi massa dan setiap bentuk komunikasi massa memilki ciri tersendiri. Dalam mendefinisikan komunikasi massa, para ahli memiliki perbedaan dalam memberikan batasan terhadap pengertian istilah ini.

Pengertian komunikasi massa yang dikemukakan oleh Severin dan Tankard Jr., (1992:3), dalam bukunya *Communication Theories: Origins, Methods, And Uses In The Mass Media* yang definisinya diterjemahkan oleh Effendy yaitu "Komunikasi massa adalah sebagian keterampilan, sebagian seni, dan sebagian ilmu. Ia adalah keterampilan dalam pengertian bahwa ia meliputi teknik-teknik fundamental tertentu yang dapat dipelajari seperti memfokuskan kamera televisi, mengoperasikan tape recorder atau mencatat ketika berwawancara. Ia adalah seni dalam pengertian bahwa ia meliputi tantangan-tantangan kreatif seperti menulis skripuntuk program televisi, mengembangkan tata letak yang estetis untuk iklan majalah atau menampilkan teras berita yang memikat bagi sebuah kisah berita. Ia adalah ilmu dalam pengertian bahwa ia

meliputi prinsip-prinsip tertentu tentang bagaimana berlangsungnya komunikasi yang dapat dikembangkan dan dipergunakan untuk membuat berbagai hal menjadi lebih baik".

Menurut Effendy (1993), komunikasi massa yaitu komunikasi melalui media massa moderen, seperti surat kabar, radio, film dan televisi. Melalui media massa sebuah informasi atau pesan dapat disampaikan kepada komunikan yang beragam dan jumlah yang banyak secara serentak.

Sementara itu, Djalaludin Rakhmat dalam bukunya Psikologi Komunikasi mengatakan ;

> "Komunikasi massa merupakan jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan anonim, melalui media cetak atau elekronik sehinga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat" (Rahkmat, 1993 : 177).

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa adalah suatu proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dan ditujukan kepada khalayak yang tersebar dengan suatu maksud tertentu.

2.1.3.2. Fungsi Komunikasi Massa

Setiap yang dilakukan dengan komunikasi massa pasti ada fungsi-fungsi dari komunikasi massa tersebut.

Adapun menurut buku *Aneka Suara, Satu Dunia* (*Many Voices One World*), dengan Mac Bride sebagai editornya, mengemukakan tentang fungsi komunikasi dalam tiap sistem sosial:

1. Informasi

   Pengumpulan, penyimpanan, pemprosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta dan pesan, opini dan komentar yang dibutuhkan seseorang agar dimengerti dan bereaksi terhadap kondisi internasional, lingkungan dan orang lain, serta dapat mengambil keputusan yang tepat.

2. Sosialisasi

   Penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan seseorang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif sehingga ia sadar akan fungsi sosialnya dan berperan aktif di masyarakat.

3. Motivasi

   Menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong orang menentukan pilihannya dan keinginannya, serta mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama.

4. Perdebatan dan diskusi

   Menyediakan dan saling menukar fakta dan informasi yang diperlukan, sehingga tercapai persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah publik, menyediakan bukti– bukti yang relevan, untuk kepentingan umum dan agar masyarakat lebih melibatkan diri dalam masalah yang menyangkut kegiatan bersama di tingkat internasional, nasional dan lokal.

5. Pendidikan

   Pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak, dan pendidikan keterampilan serta kemahiran.

6. Memajukan kebudayaan

   Penyebarluasan hasil kebudayaan dan seni untuk melestarikan warisan masa lalu, perkembangan kebudayaan dengan memperluas *horizon* seseorang, membangunkan imajinasi dan mendorong kreativitas serta kebutuhan estetikanya.

7. Hiburan

   Penyebarluasan sinyal, simbol, suara dan citra dari drama, tari, kesenian, kesusastraan, musik, komedi,

olah raga, permainan dan sebagainya untuk rekreasi dan kesenangan kelompok dan individu.

8. Integrasi

   Menyediakan bagi bangsa, kelompok dan individu kesempatan memperoleh berbagai pesan yang diperlukan mereka agar mereka dapat saling kenal dan mengerti dan menghargai kondisi, pandangan, dan keinginan orang lain.

Dalam buku Psikologi Komunikasi, Djalaludin Rakhmat menjelaskan tentang fungsi komunikasi massa, yaitu:

1. Bersifat langsung, dengan arti komunikasi massa harus memalui media perantara.
2. Bersifat satu arah, dengan artian tidak ada *feedback* secara langsung dari komunikan kepada komunikator, dari pesan yang disampaikan.
3. Bersifat terbuka, artinya ditunjau untuk khalayak luas yang tidak terbatas dan bersifat anonim.
4. Mempunyai massa atau komunikan yang secara geografis tersebar atau dalam jarak yang berjauhan. (Rahkmat, 1992:189)

2.1.4. Tinjauan Tentang Surat Kabar

Surat kabar bisa dibilang sebagai media massa tertua sebelum ditemukannya film, radio, dan TV. Surat kabar memiliki keterbatasan karena hanya bisa dinikmati oleh yang melek huruf, serta lebih disenangi oleh orang tua dibanding kaum remaja.

Surat kabar atau yang biasa disebut juga koran, merupakan salah satu kekuatan sosial dan ekonomi yang cukup penting dalam masyarakat. Pada awal perkembangannya, di Itali, surat kabar dalam bentuk "posted bulletins", tumbuh secara bertahap hingga radiasi publikasi kelas internasional (Asep Saeful Muhtadi, 1999 : 88).

Surat kabar adalah suatu penerbitan yang ringan, biasanya dicetak pada kertas. Koran berisi berita - berita terkini dalam berbagai topik. Topiknya bisa berupa even politik, kriminalitas, olahraga, tajuk rencana, cuaca.

Surat kabar berbeda dari tipe publikasi lain karena kesegarannya, karakteristik headlinenya dan keanekaragaman liputan yang menyangkut berbagai topik isu dan peristiwa. Ini terkait dengan kebutuhan pembaca, akan sisi menarik informasi yang ingin dibaca. Walau demikian, fungsi surat kabar bukan sekedar pelapor kisah – kisah human interest dari berbagai peristiwa atau kejadian orang lain.

Pada abad ke-19, surat kabar independen pertama memberikan kontribusi signifikan bagi penyebaran keaksaraan dan

berbagai konsep hak asasi manusia dan kebebasan demokratis. Surat kabar terus menerus mengasah pandangan – pandangan ihwal "*global village*", perkampungan dunia, di akhir abad ke-20. Surat kabar harian terbit untuk mewadahi kebutuhan masyarakat dalam mendapatkan kepastian informasi. Surat kabar biasanya integral dengan perkembangan paham demokrasi di sebuah masyarakat.

Perkembangan surat kabar, menurut ENCYCLOP/ EDIABRITANNICA terdiri dari tiga fase:

Fase pertama: fase para pelopor yang mengawali penerbitan surat kabar muncul secara sporadic, dan secara gradual kemudian menjadi penerbitan serta khalayak pembacanya. Berbagai surat kabar awal terbit di masyarakat yang belum paham betul akan fungsi media, ditambah cara membaca huruf – huruf berita cetak karena keterbiasaan retorika oral jadi penghubung antar individu sosial.

Fase kedua: pertumbuhan kemapanan jurnal – jurnal regular yang masih rentan terhadap berbagai tekanan masyarakat. Sistem otokrasi yang masih menguasai masyarakat membuat surat kabar kerap ditekan kebebasan menyampaikan laporan pemberitaannya. Penyensoran terhadap berbagai subyek materi informasinya kerap diterima surat kabar. Setiap pendirian surat kabar mesti memiliki izin (lisensi) dari berbagai pihak yang berkuasa. Semua itu akhirnya mengurangi independensinya sebagai instrument media informasi.

Fase ketiga: masa penyensoran telah tiada namun berganti dengan berbagai bentukan pengendalian. Kebebasan pers memang telah didapat, berbagai pemberitaan sudah leluasa disampaikan. Akan tetapi, sistem kapitalisasi industri masyarakat kerap jadi pengontrol. Ini dilakukan antara lain melalui pajak, penyuapan, dan sanksi hukum yang dilakukan kepada berbagai media dan pelaku - pelakunya (Septiawan Santana K, 2005 : 87 - 88).

2.1.4.1. Karakteristik Surat Kabar

Profesor Doktor Karl Baschwittz, dalam buku "Surat kabar Sepanjang Masa" memberikan persyaratan kepada barang cetakan yang dapat disebut dengan surat kabar atau Koran. Persyaratan itu adalah:

1. Publisitas adalah isi pesan harus bersifat umum, dalam arti semua saja dapat membaca.
2. Periodisitas adalah berkaitan dengan waktu terbit.
3. Universalitas adalah harus diterbitkan secara menyeluruh. Semua permasalahan yang ada di muka bumi harus diterbitkan secara menyeluruh.
4. Aktualitas adalah sesuatu yang masih baru atau hangat.
5. Kontinuitas adalah isi pesan harus berkesinambungan dan terus menerus, selama isi

pesan itu masih menjadi perhatian khalayak luas (J. B. Wahyudi, 1991 : 94).

Salah satu kelebihan surat kabar ialah mampu memberi informasi yang lengkap, bisa dibawa kemana – mana, terdokumentasi sehingga mudah diperoleh bila diperlukan. Surat kabar dapat dibedakan atas periode terbit, ukuran dan sifat penerbitannya.

Dari segi periode terbit ada surat kabar harian dan ada surat kabar mingguan. Surat kabar harian adalah surat kabar yang terbit setiap hari baik dalam bentuk edisi pagi maupun edisi sore, sementara surat kabar mingguan adalah surat kabar yang terbit paling sedikit satu kali dalam seminggu.

Dari segi ukurannya, ada yang terbit dalam bentuk plano dan ada pula yang terbit dalam bentuk tabloid. Sementara itu, isinya dapat dibedakan atas dua macam, yakni surat kabar yang bersifat umum yang sifatnya terdiri atas berbagai macam informasi untuk masyarakat umum, sedangkan surat kabar yang bersifat khusus, isinya memiliki ciri khas tertentu dan memiliki pembaca tertentu pula, seperti surat kabar khusus wanita, surat kabar pria (Hafied Cangara, 2010 : 127 - 128).

2.1.4.2. Fungsi Surat Kabar

Saat ini persurat kabaran telah mampu meraih kredibilitas yang lebih baik lewat pembentukan organisasi professional. Pada awal abad 20, pengaruh individu dalam pers mulai rontok dan berubah menjadi bentuk perusahaan yang semakin besar. Secara bertahap perubahan itu terjadi, hingga surat kabar – surat kabar tumbuh membentuk press association yang cukup besar (Asep Saeful Muhtadi, 1999 : 90).

Disini kelangsungan pers ditunjang pula oleh kekuatan ekonomi yang terus berpacu mengikuti perkembangan zaman. Sebagai suatu perusahaan, pers terus berupaya melakukan perubahan – perubahan. Sehingga ditemukan gaya baru dalam sistem pengolahan pers. Fungsi utama dari surat kabar adalah menyiarkan informasi. Khalayak berlangganan atau membeli surat kabar karena memerlukan informasi mengenai berbagai peristiwa atau hal yang terjadi di bumi. Pada umumnya informasi ini berbentuk berita yang mencakup peristiwa yang terjadi, apa yang dilakukan orang, apa gagasan atau pikiran orang, apa yang dikatakan orang.

Adapun fungsi – fungsi lain seperti artikel yang mengandung pendidikan atau cerita bersambung dan cerita

bergambar yang mengandung hiburan, hanyalah fungsi pelengkap terhadap fungsi utama menyiarkan informasi. Ada ahli yang menambahkan fungsi lain terhadap fungsi surat kabar yaitu fungsi mempengaruhi (*to influence*), fungsi membimbing (*to guide*), fungsi mengkritik (*to criticise*) (Onong Uchyana Effendy, 1986 : 82).

2.1.5. Tinjauan Tentang Berita

Paul De Massenner dalam buku *Here's The News: Unesco Associate* menyatakan, *news* atau berita adalah sebuah informasi yang penting dan menarik perhatian serta minat khalayak pendengar. Charnley dan James M. Neal menuturkan, berita adalah laporan tentang suatu peristiwa, opini, kecenderungan, situasi, kondisi, interpretasi yang penting, menarik, masih baru dan harus cepat disampaikan kepada khalayak (Errol Jonathans dalam Mirza, 2000:68-69).

Doug Newsom dan James A. Wollert dalam *Media Writing: News for the Mass Media* (1985:11) mengemukakan, dalam definisi sederhana, berita adalah apa saja yang ingin dan perlu diketahui orang atau lebih luas lagi oleh masyarakat. Dengan melaporkan berita, media massa memberikan informasi kepada masyarakat mengenai apa yang mereka butuhkan.

William S. Maulsby dalam buku *Getting in News* menulis, berita dapat didefinisikan sebagai "suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta-fakta yang mempunyai arti penting dan baru terjadi, yang menarik perhatian para pembaca surat kabar yang memuat berita tersebut."

Williard C. Bleyer, dalam buku Newspaper Writing and Editing mengemukakan, berita adalah "sesuatu yang termasa yang dipilih oleh wartawan untuk dimuat dalam surat kabar karena dia dapat menarik minat atau mempunyai makna bagi pembaca surat kabar, atau karena dia dapat menarik para pembaca untuk membaca berita tersebut."

2.1.5.1. Jenis-Jenis Berita

Dalam dunia jurnalistik, berita berdasarkan jenisnya dapat dibagi kedalam tiga kelompok, yaitu: *elementary*, *intermediate* dan *advance*.

Berita *elementary* meliputi:

a. *Straight News*, pelaporan berita langsung.
b. *Depth News Report*, pelaporan berita mendalam.
c. *Comprehensive News Report*, pelaporan berita menyeluruh.

Berita *intermediate* meliputi:

a. *Interpretative News Report*, pelaporan berita interpretative.
b. *Feature Story Report*, pelaporan karangan khas.

Berita *advance* meliputi:

a. *Depth Reporting*, pelaporan mendalam.
b. *Investigative Reporting*, pelaporan penyelidikan.
c. *Editorial Writing*, penulisan tajuk rencana.

2.1.6. Tinjauan Tentang Tajuk Rencana

Secara teknis jurnalistik tajuk rencana dapat diartikan sebagai opini redaksi yang berisi aspirasi, pendapat, sikap resmi media pers terhadap suatu persoalan yang potensial, fenomenal, serta aktual.

Opini yang ditulis oleh pihak redaksi diasumsikan mewakili sekaligus mencerminkan pendapat dan sikap resmi pers yang bersangkutan secara keseluruhan sebagai suatu lembaga penerbitan media berkala. Suara tajuk rencana bukanlah suara perorangan atau pribadi-pribadi yang terdapat di jajaran redaksi, melainkan suara

kolektif seluruh wartawan dan karyawan dari lembaga penerbitan pers.

Menurut Assegaff (1983: 64), tajuk rencana sedikitnya mengandung lima unsur yang saling terkait: (1) menyatakan suatu pendapat, (2) pendapat itu disusun secara logis, (3) singkat, (4) menarik, serta di maksudkan untuk (5) mempengaruhi pendapat para pembuat kebijakan dalam pemerintah atau masyarakat.

Apa pun yang dibahas atau diulas, tajuk rencana tidak boleh mengeyampingkan pendapat redaksi sebagai representasi pendapat dan sikap seluruh wartawan serta karyawan suatu lembaga penerbitan pers. Dalam kerangka inilah, media pers memenuhi fungsinya sebagai penyalur sekaligus pembentuk pendapat umum secara kreatif, kritis, dinamis, dan konstruktif.

2.1.6.1. Fungsi Tajuk Rencana

Menurut William Pinkerton dari Harvard University, Amerika Serikat (Rivers, 1994: 23-24), fungsi tajuk rencana adalah:

a. Menjelaskan berita (*explaining the news*)

   Tajuk rencana menjelaskna berita-berita penting kepada para pembaca. Tajuk rencana berfungsi sebagai guru, menerangkan bagaimana suatu kejadian

tertentu berlangsung, serta faktor apa yang diperhitungkan untuk menghasilkan perubahan dalam kebijkana pemerintah.

b. Menjelaskan latar belakang (*filling in background*)

Tajuk rencana dapat menggabarkan kejadian tersebut dengan latar belakang sejarah, yaitu menghubungkannya dengan sesuatu yang telah terjadi sebelumnya. Tajuk rencana dapat menunjukkan hubungan antara berbagai peristiwa yang terpisah: politik, ekonomi, sosial. Kadang-kadang tajuk rencana memuat suatu pandangan dan menunjukkan kesamaan dengan sejarah, yaitu kesamaan yang bertujuan untuk mendidik masyarakat.

c. Meramalkan masa depan (*forecasting the future*)

Suatu tajuk rencana menyajikan analisis yang melewati batas berbagai peristiwa sekarang dengan tujuan meramalkan sesuatu yang akan terjadi pada masa mendatang.

d. Menyampaikan pertimbangan moral (*passing moral jugment*)

Menurut tradisi lama, para penulis tajuk rencana bertugas mempertahankan kata hati masyarakat.

> Mereka diharapkan memertahankan isu-isu moral dan mempertahankan posisi mereka. Jadi, para penulis tajuk rencana akan berurusan dengan "pertimbangan nilai". Mereka berkata pada para pembaca tentang sesuatu yang benar dan salah. Mereka berjuang untuk sesuatu yang benar dan menyerang kebatilan (Rivers, 1994: 23-24)

2.1.6.2. Jenis-Jenis Tajuk Rencana

Tajuk rencana juga dapat dikenali lebih jauh berdasarkan jenis dan sifat yang dimiliknya, yaitu:

a. Tajuk rencana yang bersifat memberikan informasi semata

   Tajuk semacam ini jarang kita jumpai. Kalaupun ada, pada umumnya karena si penulis tajuk masih belum mengetahui kebijakan apa yang telah diambil oleh surat kabarnya.

b. Tajuk rencana yang bersifat menjelaskan

   Jenis tajuk ini hamper serupa dengan interpretasi yang memberikan penjelasan kepada suatu peristiwa atau berita.

c. Tajuk rencana yang bersifat memberikan argumentasi

   Tajuk rencana ini bersifat analitis dan memberikan argumentasi mengapa sampai terjadi sesuatu hal dan apa akibatnya.

d. Tajuk rencana yang bersifat menjuruskan timbulnya aksi

   Tajuk rencana semacam ini merupakan tajun yang mendorong timbulnya aksi dari masyarakat. Si penulis tajuk ingin menjuruskan timbulnya tindakan secara cepat. Tetapi pembaca surat kabar sekarang sudah terbiasa dengan keadaan, dan kurang lagi terdorong untuk mengambil aksi.

e. Tajuk rencana yang bersifat jihad

   Tajuk rencana semacam ini umumnya dating berturut-turut, dan dengan sikap yang jelas terhadap suatu masalah. Tujuannya juga jelas untuk mengadakan perubahan. Contohnya tajuk rencana yang terus menerus tentang anti judi dan kemudian menghapuskan judi.

f. Tajuk rencana yang bersifat membujuk

   Jenis tajuk rencana yang bersifat membujuk ditujukan secara halus kepada masyarakat pembaca untuk

mengambil tindakan atau membentuk pendapat umum.

g. Tajuk rencana yang bersifat memuji

Jika ada tajuk yang mendorong aksi maka sudah wajar jika ada tajuk yang ditujukan untuk memuji atau memberikan pujian atas suatu prestasi yang terjadi pada masyarakat.

h. Tajuk rencana yang bersifat menghibur

Tajuk jenis ini sering terdapat dalam suatu surat kabar yang isinya semata-mata hiburan dan sering dikaitkan dengan human interest history. Misalnya ada tajuk duka karena meninggalnya gajah tertua di Kebun Binatang Ragunan, Jakarta (Assegaff, 1983: 65-66).

2.1.7. Tinjauan Tentang Wacana

Wacana menurut J.S. Badudu (2000) merupakan: 1) rentetan kalimat yang berkaitan, yang menghubungkan proposisi yang lainnya, membentuk satu kesatuan, sehingga terbentuklah makna yang serasi diantara kalimat-kalimat itu; 2) kesatuan bahasa yang terlengkap dan tertinggi atau terbesar di atas kalimat atau klausa dengan kohorensi dan kohesi yang tinggi yang berkesinambungan, yang mampu mempunyai awal dan akhir nyata, disampaikan secara lisan atau tertulis. (Eriyanto, 2009)

Definisi yang relatif penting berkaitan dengan wacana ialah definisi yang dikemukakan oleh Cook, yaitu wacana adalah suatu penggunaan bahasa dalam komunikasi, baik secara lisan maupun tulisan. Halliday dan Hasan berpendapat wacana merupakan satu kesatuan semantik, dan bukan kesatuan gramatikal. Kesatuan yang bukan lantaran bentuknya (morfem, kata, klausa, atau kalimat). Dalam pengertian linguistik, wacana adalah unit bahasa yang lebih besar dari kalimat. Analisis wacana, kebalikan dari linguistik formal, justru memusatkan perhatian pada level di atas kalimat seperti hubungan gramatikal yang terbentuk pada level yang lebih besar daripada kalimat. Sementara dalam lapangan politik, analisis wacana adalah praktik pemakaian bahasa, terutama politik bahasa. Karena bahasa adalah aspek sentral dari penggambaran suatu subjek, dan lewat bahasa ideologi tererap di dalamnya, maka aspek inilah yang dipelajari dalam analisis wacana.

2.1.7.1. Wacana dan Ideologi

Ada banyak definisi tentang ideologi. Raymond William mengklasifikasikan penggunaan ideologi tersebut dalam tiga ranah. *Pertama*, sebuah sistem kepercayaan yang dimiliki oleh kelompok atau kelas tertentu. Definisi ini terutama dipakai oleh kalangan psikologi yang melihat ideologi sebagai seperangkat sikap yang dibentuk dan

diorganisasikan dalam bentuk yang koheren. *Kedua*, sebuah sistem kepercayaan yang dibuat—ide palsu atau kesadaran palsu—yang bisa dilawankan dengan pengetahuan ilmiah. Ideologi dalam pengertian ini adalah seperangkat kategori yang dibuat dan kesadaran palsu dimana kelompok yang berkuasa atauu dominan menggunakannya untuk mendominasi kelompok lain yang tidak dominan. *Ketiga*, proses umum produksi makna dan ide. Ideologi disini adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan produksi makna.

Menurut Sobur (2015) bagi kebanyakan orang, kata ideologi memiliki konotasi negatif, sebagai *claim* yang tidak wajar, atau sebagai teori yang tidak berorientasi pada kebenaran, melainkan pada kepentingan pihak yang mempropagandakannya.

Eriyanto menempatkan ideologi sebagai konsep sentral dalam analisis wacana yang bersifat kritis. Hal ini menurutnya karena teks, percakapan, dan lainnya adalah bentuk dari praktik ideologi atau pencerminan dari ideologi tertentu (Eriyanto, 2001:13).

Fairclough dan Wodak menggambarkan wacana sebagai praktik sosial menyebabkan sebuah hubungan

> dialektis diantara peristiwa diskursif tertentu dengan situasi, institusi, dan struktur sosial yang membentuknya. Praktik wacana bisa jadi menampilkan efek ideologi: ia dapat memproduksi dan mereproduksi hubungan kekuasaan yang tidak imbang antara kelas sosial, laki-laki dan wanita, kelompok mayoritas dan minoritas, melalui mana perbedaan itu dipresentasikan dalam posisi sosial yang ditampilkan. Melalui wacana, sebagai contoh, keadaan yang rasis, seksis dan ketimpangan dari kehidupan sosial dipandang sebagai suatu *common sense*, suatu kewajaran/alamiah, dan memang seperti itu kenyataannya. (Norman Fairclough dan Ruth Wodak dalam Teun A. Van Dijk 1997:25)

2.2. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran mengemukakan alur berpikir peneliti berdasarkan teori yang relevan dengan masalah yang diambil peneliti. Tujuannya adalah agar tercipta sebuah kesamaan alur pikir antara peneliti dengan orang lain yang membaca peneitian ini.

Penelitian ini akan mencoba menggali wacana penguatan KPK yang terdapat dalam tajuk rencana “Menguatkan KPK” Harian Umum Pikiran Rakyat yang terbit pada 13 Februari 2017. Wacana ini akan digali

menggunakan analisis wacana kritis yang fokus untuk mengungkap proses produksi dan reproduksi makna dari sebuah teks.

Analisis wacana kritis yang digunakan adalah analisis wacana kritis dari Norman Fairclough yang memfokuskan pada linguistik kritis, dimana bahasa dipergunakan sebagai praktik sosial.

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran Analisis Wacana Kritis "*Wacana Penguatan Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) dalam Tajuk Rencana Harian Pikiran Rakyat Edisi 13 Februari 2017"*

