BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PENELITIAN

2.1. Penelitan Terdahulu yang Relevan

Tujuan memilah-milah penelitian terdahulu yang relevan adalah untuk dijadikan landasan dasar penelitian peneliti, bahan pengembangan serta referensi-referensi, agar data-data yang terkumpul bisa digunakan peneliti untuk penelitian yang peneliti lakukan. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang relevan, yang peneliti jadikan sebagai acuan, di antaranya:

Tabel 2.1.

Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
Karina Nur Shabrina (Universitas Pendidikan Indonesia), 2016	Pemberita-an "Setya Novanto" di Media Cetak (Analisis Wacana Kritis Pemberitaan Setya Novanto Tentang Kasus Freeport di Majalah Tempo Edisi 30 November	Penelitian Kualitatif. Desain penelitian Analisis Wacana Kritis Teun A. Van Dijk	Secara keseluruhan, wacana yang dibangun oleh majalah Tempo sangat mengkritisi tindakan politis Setya Novanto selama proses persidangan digelar.	Peneliti menggunakan Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough dan subjek penelitian merupakan isu kembalinya keluarga cendana ke dunia politik nasional

	-13 Desember 2015)			
Anita Dwi Utami (Universitas Padjadjaran) 2016.	Wacana Keterlibatan Intelegen Asing Dalam Tragedi 1965 di Majalah Berita Mingguan Tempo	Penelitian Kualitatif dengan desain Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough	Hasil penelitian menunjukkan, pada level teks menunjukkan MBM Tempo merepresentasikan keterlibatan intelijen asing dengan menekankan pada peran CIA yang dominan membantu Angkatan Darat Indonesia alam proses KAP-Gestapu. Pada level praktik wacana ditemukan bahwa MBM Tempo melaksanakan upaya kontra hegemoni dengan mengatakan bahwa PKI merupakan korban dari tragedi 1965. Pada level sosiokultural MBM Tempo melakukan upaya penelusuran sejarah terhadap	Peneliti meneliti subjek isu kembalinya keluarga cendana ke dunia politik nasional

			tragedi 1965 untuk menjadi salah satu sumber sejarah.	
Yulianto Budi Setiawam, 2015.	Analisis Wacana Kritis Pemberitaan Kekerasan Berbasis Gender Di Surat Kabar Harian Suara Merdeka	Penelitian deskriptif kualitatif desain Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough	Hasil penelitian menunjukkan, secara tekstual, teks-teks berita tentang kasus kekerasan terhadap wanita di atas menunjukkan bias gender. Hal ini dapat terlihat dari pilihan-pilihan kata yang dipakai jurnalis, seperti: 'dipaksa', 'digilir', 'digarap', 'ikut nimbrung mengerjai korban', 'tergiur', 'mendapat jatah mengerjai korban', 'gadis berparas ayu', 'dihajar hingga babak belur', 'dipukuli menggunakan tangan kosong', 'tutur Tyas bertubuh bahenol ukuran bra 36 B', 'perempuan berparas manis tamatan SD'.	Subjek peneliti ialah isu kembalinya keluarga cendana ke dunia politik nasional di Majalah Berita Mingguan Tempo, sedangkan Yulianto pada surat kabar Suara Merdeka mengenai Kekerasan Berbasis Gender.

			Secara konteks *sociocultural*, teks yang merendahkan atau memarjinalkan posisi wanita ini merepresentasikan ideologi patriarkal yang ada dalam masyarakat.	

(*Sumber: Peneliti, 2018*)

2.1.1. Pengertian Komunikasi

Kata "komunikasi" atau *communication* berasal dari bahasa Latin, *communis*, yang artinya sama. Apabila kita berkomunikasi (*to communicate*), ini berarti kita berada dalam keadaan berusaha untuk menimbulkan kesamaan (Suwardi, 1986:13 dalam Rohim, 2009:8).

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

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

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

1. Pertukaran simbol, pesan-pesan yang sama, dan informasi;
2. Proses pertukaran di antara individu-individu melalui sistem simbol-simbol yang sama;
3. Seni untuk mengekspresikan gagasan-gagasan; dan
4. Ilmu pengetahuan tentang pengiriman informasi (Stuart 1983 dalam Vardiansyah. 2004:3).

Hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antarmanusia. Yang dinyatakan itu adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya. Dalam "bahasa", komunikasi pernyataan dinamakan pesan (*message*), orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator (*communicator*), sedangkan orang yang menerima pernyataan diberi nama komunikan.

Berbicara mengenai definisi komunikasi, tentu tidak ada definisi yang benar, juga tidak ada definisi yang salah. Berbagai macam pengertian-pengertian komunikasi terdahulu masih populer untuk dijadikan bahan dasar/rujukan pengertian komunikasi dalam pembelajaran. Dalam hal ini, terdapat beberapa ahli/pakar komunikasi yang namanya masih eksis berkat pengertian komunikasinya.

Model komunikasi Harold Lasswell dianggap oleh para pakar komunikasi sebagai salah satu teori komunikasi yang paling awal dalam perkembangan teori komunikasi (1948). Pengertian inipun dikutip oleh Onong Uchjana Effendy dalam buku Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi:

> "*Who says what in what channel to whom with what effect*".
> (Siapa mengatakan apa melalui media/saluran apa kepada siapa dengan efek apa) (Effendy, 2003:253).

Senada dengan Harold Lasswell, Sarah Trenholm dan Arthur Jensen (1996:4 dalam Rismawaty, Desayu Eka, dan Sangra Juliano (2014: 68)) mendefinisikan komunikasi sebagai *"A process by which a source transmits a message to a receiver through some channels".* (Komunikasi adalah suatu proses di mana sumber mentransmisikan pesan keapda penerima melalui beragam saluran).

Hoveland (1948:371 dalam Rismawaty, Desayu Eka, dan Sangra Juliano (2014: 68)) mendefinisikan komunikasi sebagai: "*The procces by which an individual (the communicator transmits stimuli (usually verbal symbol to modify, the behaviour of other individu".* (Komunikasi adalah proses di mana individu mentrasmisikan stimulus (biasanya simbol verbal) untuk mengubah perilaku individu lain).

Dari Shamon dan Weaver (1949), mereka menyatakan, komunikasi merupakan seluruh bentuk interaksi manusia yang saling memengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja dan tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni, dan teknologi (Wiryanto, 2008:7).

Berdasarkan penjelasan dari beberapa pakar komunikasi terkait pengertian komunikasi, maka kesimpulannya, komunikasi merupakan proses penyampaian pesan, gagasan, pikiran atau ide dengan bentuk interaksi baik langsung atau tidak (menggunakan saluran), yang

bertujuan untuk memengaruhi dan mengubah perilaku, baik individu maupun sekelompok orang.

2.1.2. Proses Komunikasi

Onong U. Effendy mengkategorikan proses komunikasi dengan tinjauan dari dua perspektif, yakni

1. Proses Komunikasi dalam Prespektif Psikologis

   Proses komunikasi perspektif ini terjadi pada diri komunikator dan komunikan. Ketika seorang komunikator berniat akan menyampaikan suatu pesan kepada komunikan, maka dalam dirinya terjadi suatu proses. Isi pesan umumnya adalah pikiran, sedangkan lambang umumnya adalah bahasa. Proses "mengemas" atau "membungkus" pikiran dengan bahasa, yang dilakukan komunikator dinamakan *encoding*. Pada diri komunikan, proses komunikasi yang terjadi ialah proses interpersonal. Proses dalam diri komunikan disebut *decoding* seolah-olah membuka kemasan atau bungkus pesan yang ia terima dari komunikator. Apabila isi bungkusan tersebut—yang berupa pikiran komunikator—dapat dipahami oleh komunikan, maka proses komunikasi pun terjadi.

2. Proses Komunikasi dalam Perspektif Mekanistis

   Proses komunikasi dalam perspektif ini kompleks atau rumit, sebab bersifat situasional, bergantung pada situasi ketika komunikasi itu berlangsung. Adakalanya komunikannya seorang, maka proses komunikasi dinamakan komunikasi interpersonal atau komunikasi

antarpribadi, bila komunikannya sekelompok, maka komunikasi yang terjadi komunikasi kelompok, dan bila komunikannya tersebar luas dalam jumlah yang relatif amat banyak sehingga membutuhkan alat/media untuk menjangkaunya, maka komunikasi dalam situasi seperti ini ialah komunikasi massa.

Ada dua klasifikasi lebih detail mengenai proses komunikasi dalam prespektif mekanistis, menurut Onong, yakni komunkasi secara primer dan secara sekunder.

a. Proses komunikasi secara primer

Proses komunikasi primer (*primary process*) adalah proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan suatu lambang (*symbol*) sebagai media atau saluran. Lambang ini pada umumnya adalah bahasa, tetapi dalam situasi-situasi komunikasi tertentu lambang-lambang yang digunakan dapat berupa kial (*gesture*), yakni gerak anggota tubuh, gambar, warna, dan lain sebagainya.

b. Proses komunikasi secara sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyammpaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua, setelah memakai lambang sebagai media pertama. Komunikator menggunakan media kedua ini karena komunikan yang dijadikan sasaran komunikasinya jauh tempatnya atau banyak jumlahnya

atau keduanya, jauh dan banyak. Komunikasi dalam proses secara sekunder ini semakin lama semakin efektif dan efisien karena didukung oleh teknologi komunikasi yang semakin canggih (Effendy 2003:38).

2.1.2.1. Konteks-Konteks Komunikasi

Bila mengacu pada proses komunikasi secara mekanistis, yang berorientasi pada siapa komunikan yang dituju, maka konteks-konteks komunikasi dibagi menjadi:

1. Komunikasi intrapersonal, komunikasi kepada diri sendiri.
2. Komunikasi interpersonal, komunikasi antarindividu.
3. Komunikasi kelompok, komunikasi yang dilakukan oleh dua atau tiga orang lebih.
4. Komunikasi organisasi, komunikasi yang terjadi di organisasi.
5. Komunikasi massa, komunikasi kepada khalayak luas/ramai.

2.1.2.2. Tinjauan tentang Komunikasi Massa

Dalam konteks-konteks komunikasi, ada satu jenis komunikasi yang melibatkan situasi proses komunikasi kepada komunikannya, yakni komunikasi massa.

Komunikasi massa menyiarkan informasi, gagasan dan sikap kepada komunikan yang beragam dalam jumlah yang banyak, dengan menggunakan media. Inti komunikasi massa ialah komunikan yang heterogen nan banyak, serta melibatkan media massa dalam penyampaian pesannya.

2.1.2.3. Pengertian Komunikasi Massa

Dalam buku *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, Onong U. Effendy (2006:21) menukil pengertian komunikasi massa Josep A.

Devito dari bukunya yang bertajuk, *Communicology: An Intoduction to the Study of communication*, yang pengertiannya sebagai berikut:

> *"First, mass communication is communication addressed to the massess, to an extremely large audience. This does not mean that the audience includes all people or everyone who reads or everyone who watches television; rather it means an audience that is large and generally rather poorly defined.*
> *Second, mass communication is communication mediated by audio and/or visual transmitters. Mass communication is perhaps most easily and most logically defined by its forms: television, radio, newspaper, magazines, films, books, and tapes."*
> (Pertama, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang yang menonton televisi, agaknya ini berarti bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar untuk didefinisikan.
> Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar audio dan atau visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya: televisi, radio, koran, majalah, film, buku, dan pita rekaman.)

Wiryanto, dalam bukunya *Teori Komunikasi Massa* (2006:45), mengutip definisi komunikasi massa menurut Pool (1973), yang berarti komunikasi massa ialah komunikasi yang berlangsung dalam situasi *interposed* ketika antara sumber dan penerima tidak terjadi kontak secara langsung, pesan-pesan komunikasi mengalir kepada penerima melalui saluran-saluran media massa, seperti surat kabar, majalah, radio, film atau televisi."

Dan pengertian yang paling sederhana mengenai komunikasi massa ialah apa yang dikemukakan oleh Bittner pada buku *Psikologi Komunikasi* Jalaluddin Rahmat (2012:185-186), yakni "*Mass communication is messages communicated through a mass medium*

to a large number of people" (Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang).

Dari uraian penjelasan pengertian komunikasi massa, dapat disimpulkan, komunikasi massa merupakan proses penyampaian pesan yang dituju untuk khalayak luas nan heterogen dengan menggunakan media-media massa, seperti surat kabar, radio, majalah, televisi, buku, film, dan lain-lain.

2.1.3. Tinjauan Media Massa

Media massa dikenal dengan lingkupnya yang mampu menjangku masyarakat luas juga heterogen Media massa adalah institusi yang menghubungkan seluruh unsur masyarakat satu dengan lainnya melalui produk media massa yang dihasilkan. Secara spesifik, institusi media massa adalah

1. Sebagai saluran produksi dan distribusi konten simbolis;
2. Sebagai institusi publik yang bekerja sesuai dengan aturan yang ada;
3. Keikutsertaan baik sebagai pengirim atau penerima sukarela;
4. Menggunakan standar profesiolan dan birokrasi; dan
5. Media sebagai perpaduan antara kebebasan dan kekuasaan (Tamburaka, 2013:55).

Dalam menjalankan fungsinya sebagai penyalur infromasi-informasi yang edukatif, menghibur, mengajak, dan mengontrol keadaan sosial, maka media massa pun dikategorikan berdasar cara

penyampaian informasi-informasi tersebut. Ada tiga kategori media massa, yakni media cetak (koran, majalah, tabloid, buletin), media elektronik (radio dan televisi), dan media *online*.

2.1.3.1 Media Cetak

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) daring, media cetak merupakan sarana media massa yang dicetak dan diterbitkan secara berkala seperti surat kabar, majalah. Dalam buku *Media Pembelajaran*, Azhar Arsyad (2013:54) mendefinisikan media cetak sebagai cara untuk menghasilkan atau menyampaikan materi, misalnya buku dan materi visual statis. Penyampaian materi ini dilakukan melalui proses percetakan mekanis dan fotografis.

Dalam buku *Pemilihan dan Pengembangan Media untuk Pembelajaran* Ronald H Anderson (1994:34) memberikan pernyataan mengenai media cetak, yakni media yang merupakan segala bahan bacaan yang diproduksi secara professional, misalnya buku dan majalah dengan tujuannya untuk menyebarkan informasi atau pesan komunikasi.

Menurut Suranto Aw dalam *Komunikasi Sosial Budaya*, media cetak adalah segala bentuk barang cetak yang dipergunakan sebagai sarana penyampaian pesan (2010:228).

Maka, pengertian media cetak berdasar pada pemahaman para ahli ialah, sarana media massa yang diproduksi untuk menyebarkan informasi yang dicetak dan diterbitkan secara berkala. Terdapat

empat jenis media cetak, yakni surat kabar, majalah, tabloid, dan buletin.

2.1.4. Tinjauan Tentang Majalah

Pengertian majalah menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi kelima ialah terbitan berkala yang isinya meliputi berbagai liputan jurnalistik dan pandangan tentang topik aktual yang patut diketahui pembaca, menurut waktu penerbitannya dibedakan atas majalah bulanan, tengah bulanan dan mingguan, menurut pengkhususan isinya dibedakan atas majalah berita, wanita, remaja, olahraga, sastra, ilmu pengetahuan tertentu dan sebagainya.

Majalah merupakan tempat untuk menyampaikan informasi kepada pembaca baik berupa iklan maupun berita. Selain itu, majalah dapat mengangkat topik-topik tertentu yang sedang hangat dan berkembang di masyarakat (Darmastuti, 2012: 65).

Karena termasuk sebagai media cetak, maka pesan-pesan dalam majalah bersifat permanen dan publik dapat mengatur tempo dalam membacanya, selain itu pula kekuatan utamanya adalah dapat dijadikan sebagai bukti. (Assegaff, 1991:27).

Dalam istilah asing, majalah disebut *The Printed Page*, yang artinya segala barang yang dicetak, yang ditujukan untuk menyalurkan komunikasi massa. Arti majalah seperti yang dikutip dari *The Random House Dictionary of English Language* (1987), adalah:

> "Majalah yang diterbitkan secara berkala senantiasa memiliki sampul muka, dan secara khas majalah memuat cerita-cerita, karangan-karangan, puisi-puisi dan sebagainya. Serta kadang kala berisikan foto-foto dan gambar-gambar yang secara khusus memfokuskan pada fakta (*subject of area*) seperti; *hobby*, berita, atau olah raga". (Baird, 1980:60 dalam Ardianto & Erdinaya, Lukiati Komala, 2005:111)

Dalam sebuah majalah, pesan yang disampaikan bukan saja berupa berita, bisa juga berupa *feature* yang menghibur, seperti cerita, puisi atau sajak, foto atau gambar yang hendak diperlihatkan pada pembacanya. Salah satu jenis alat komunikasi dalam bentuk publikasi yang terbit secara berkala seminggu sekali, atau sebulan sekali, atau pada waktu-waktu yang teratur.

Berdasarkan pada pemahaman-pemahaman para ahli mengenai pengertian majalah, maka majalah merupakan suatu bentuk media cetak, diterbitkan secara berkala yang bersikan artikel-artikel, kritikan-kritikan, cerita-cerita fiksi/non fiksi, berita mendalam, dengan berfokus pada fakta dalam sajian yang menghibur dan mendidik.

2.1.4.1. Karakteristik Majalah

Majalah dapat dibedakan dengan media cetak lainnya, karena majalah mempunyai karakteristik tersendiri, di antaranya:

1. **Penyajian Lebih Mendalam**

   Frekuensi terbit majalah pada umumnya adalah mingguan, selebihnya dwi mingguan, bahkan bulanan (satu kali sebulan). Majalah berita biasanya terbit mingguan, sehingga para

reporternya memiliki waktu yang cukup untuk memahami dan mempelajari suatu peristiwa.

2. Nilai Aktualitas Lebih Lama

Apabila nilai aktualitas surat kabar hanya berumur satu hari, maka nilai aktualitas majalah bisa satu minggu. Sebagai contoh, kita akan menganggap usang surat kabar kemarin atau dua hari yang lalu bila kita membaca saat ini. Akan tetapi kita tidak pernah menganggap usang majalah yang terbit dua atau tiga hari yang lalu.

3. Gambar atau Foto yang Lebih Banyak

Jumlah halaman majalah lebih banyak, sehingga selain penyajian berita yang mendalam, majalah dapat menampilkan gambar atau foto yang lengkap dengan ukuran besar kadang-kadang berwarna, serta kualitas kertas yang digunakan pun lebih baik, foto-foto yang ditampilkan majalah mempunyai daya tarik tersendiri, apalagi apabila foto tersebut bersifat eksklusif.

4. *Cover* (sampul) sebagai Daya Tarik

Di samping foto, *cover* atau sampul majalah merupakan daya tarik tersendiri. Sampul adalah ibarat pakaian dan aksesorisnya pada manusia. Sampul majalah biasanya menggunakan kertas bagus dengan gambar dan warna yang menarik. Menarik tidaknya sampul suatu majalah serta konsentrasi atau keajegan suatu

majalah tersebut dalam menampilkan ciri khasnya. (Ardianto dan Erdinaya, 2005:113).

Meski majalah merupakan salah satu bentuk media massa berbasis cetak, tapi majalah memiliki karakteristik-karakterisik tersendiri dari media cetak lainnya, yakni memiliki penyajian lebih dalam, nilai aktualitas lebih lama, gambar atau foto yang lebih banyak, dan *cover* (sampul) majalah sebagai daya tarik massa.

2.1.4.2. Fungsi Majalah

Dalam situasi dan kondisi kehidupan masyarakat modern, peranan majalah sebagai media komunikasi yang banyak dipergunakan oleh masyarakat semakin terasa penting. Ada beberapa peranan utama majalah seperti yang disebutkan oleh Peterson, yaitu:

1. Membantu perkembangan perubahan-perubahan sosial dan politik.
2. Menafsirkan persoalan-persoalan dari kejadian-kejadian dan menjadikannya sebagai pandangan nasional.
3. Membantu perkembangan suatu pengertian nasional dalam masyarakat.
4. Memberikan hiburan yang murah kepada jutaan orang.
5. Menjadi penyuluh dalam kehidupan masyarakat sehari-hari.
6. Menjadi pendidik pada warisan-warisan kebudayaan manusia, melalui tulisan serta perhatian terhadap seni, juga mengenai tokoh-tokoh masyarakat. (Ardianto dan Erdinaya, 2005:115)

Dengan demikian, peranan atau fungsi majalah sebagai media penyalur informasi kepada masyarakat khususnya modern, memiliki peranan yang penting. Karena, dengan adanya majalah, masyarakat modern masih bisa terhibur oleh hiburan-hiburan murah tatkala

kenaikan harga kebutuhan masyarakat yang meninggi, menjadi pembantu masyarakat dalam hal memantau dan mengamati keberagaman perkembangan perubahan-perubahan sosial dan politik nasional, memberikan wawasan dan pengetahuan lebih terhadap tafsiran-tafsiran kejadian yang terjadi di tengah masyarakat melalui berbagai sudut pandang, dan juga menjadi pendidik serta pewaris kebudayaan, seni-seni kepada masyarakat melalui tulisan.

2.1.5. Tinjauan Tentang Berita

Pada *Jurnalistik Teori & Praktik* karya Hikamt Kusumaningrat dan Purnama Kusumaningrat (2014:32), berita terbagi menjadi dua sudut pandang, yakni menurut Pers Timur dan Pers Barat. Dalam Pers Timur, berita tidak dipadang sebagai "komoditi": berita bukan "barang dagangan". Direktur kantor berita Uni Soviet, TASS, N.G. Palgunov, pada tahun 1956 menyatakan: "Berita seharusnya tidak hanya memperhatikan laporan fakta atau peristiwa ini dan itu saja, berita harus mengejar tujuan yang pasti. Berita seharusnya tidak melaporkan semua fakta dan peristiwa apa saja. Berita harus bersifat mendidik dan mengandung pelajaran."

Pers Barat memandang berita itu sebagai "komoditi', sebagai "barang dagangan" yang dapat diperjualbelikan. Tidak heran kalau Pers Barat mendefinisikan berita seperti yang diberikan oleh "raja pers" dari Inggris, *Lord Northcliffe*, yang mengatakan bahwa "*News is anything out of ordinary*" (Berita adalah segala sesuatu yang tidak biasa), dan

seorang wartawan bernama Walkley menambahkan "-combined with the element of surprise" (Digabungkan dengan unsur kejutan).

Masih pada *Jurnalistik Teori & Praktik* karya Hikamt Kusumaningrat dan Purnama Kusumaningrat (2014:39), Mitchell V. Charnley mendefinisikan berita sebagai berikut, "*News*", katanya, "*is the timely report of facts or opinion that hold interest or importance, or both, for a considerable number of people."* (Berita adalah laporan aktual tentang fakta-fakta dan opini yang menarik atau penting, atau keduanya, bagi sejumlah besar orang). Menurut *The New Grolier Webster International Dictionary*, berita adalah (1) *current information about something that has taken place, or about something not known before;* (2) *News is information as presented by a news media such as papers, radio, or television;* (3) *News is everything or anyone regarded by a news media as a subject worthly of treatment.* ((1)Berita adalah informasi hangat tentang sesuatu yang telah terjadi, atau sesuatu yang belum diketahui sebelumnya; (2) Berita adalah informasi seperti yang disajikan oleh media semisal suratkabar, radio, atau televisi; (3) Berita adalah sesuatu atau seseorang yang dipandang oleh media merupakan subjek yang layak untuk diberitakan).

Jadi, bila disatukan dari beberapa definisi-definisi berita menurut para ahli, maka definisi berita ialah sebuah informasi baru/hangat yang berupa fakta-fakta atau opini, atau keduanya, laik disebarluaskan untuk sejumlah besar orang.

2.1.5.1. Jenis-jenis Berita

Jenis-jenis berita menurut Sumadiria dalam bukunya *Jurnalistik Indonesia* (2016:69-71) adalah berikut :

1. ***Straight news report*** adalah laporan langsung mengenai suatu peristiwa. Berita memiliki nilai penyajian objektif tentang fakta-fakta yang dapat dibuktikan. Biasanya, berita jenis ini ditulis dengan unsur-unsur yang dimulai dari *what, who, when, where, why*, dan *how* (5W+1H).
2. ***Depth news report*** merupakan laporan yang sedikit berbeda dengan *straight news report*. Reporter (wartawan) menghimpun informasi dengan fakta-fakta mengenai peristiwa itu sendiri sebagai informasi tambahan untuk peristiwa tersebut. Jenis laporan ini memerlukan pengalihan informasi, bukan opini reporter. Fakta-fakta yang nyata masih tetap besar.
3. ***Comprehensive news*** merupakan laporan tentang fakta yang bersifat menyeluruh, sesungguhnya merupakan jawaban terhadap kritik sekaligus kelemahan yang terdapat dalam berita langsung (*straight news).* Berita menyeluruh mencoba menggabungkan berbagai serpihan fakta itu dalam satu bangunan cerita peristiwa sehingga benang merahnya terlihat dengan jelas.
4. ***Interpretative report*** lebih dari sekedar *straight news* dan *depth news*. Berita interpretatif biasanya mengfokuskan sebuah isu,

masalah atau peristiwa-peristiwa kontroversial. Namun demikian, fokus laporan beritanya masih berbicara mengenai fakta yang terbukti bukan opini. Dalam jenis laporan ini, reporter menganalisi dan menjelaskan. Karena laporan interpretatif bergantung kepada pertimbangan nilai dan fakta, maka sebagian pembaca menyebutnya sebagai "opini".

5. ***Feature story*** berbeda dengan *straight news* atau *interpretative news*. Dalam *feature*, penulis mencari fakta untuk menarik perhatian pembacanya. Penulis *feature* menyajikan suatu pengalaman pembaca (*reading experience*) yang lebih bergantung pada gaya (*style*) penulisan dan humor daripada pentingnya informasi yang disajikan.
6. ***Depth reporting*** adalah laporan jurnalistik yang bersifat mendalam, tajam, lengkap dan utuh tentang suatu peristiwa fenomenal atau aktual. Dengan membaca karya pelaporan mendalam orang akan mengetahui dan memahami dengan baik duduk perkara suatu persoalan dilihat dari berbagai perspektif atau sudut pandang. Pelaopran mendalam ditulis oleh tim. Disisipkan dengan matang, memerlukan waktu beberapa hari atau minggu, dan membutuhkan biaya peliputan cukup besar.
7. ***Investigative reporting*** berisikan hal-hal yang tidak jauh berbeda dengan laporan interpreriatif. Berita jenis ini biasanya memusatkan pada sejumlah masalah dan kontroversi. Tapi,

dalam laporan investigatif, para wartawan melakukan penyelidikan untuk memperoleh fakta yang tersembunyi demi tujuan. Pelaksanaannya sering illegal atau tidak jelas.

8. ***Editorial writing*** adalah pikiran sebuah institusi yang diuji di depan siding pendapat umum. Editorial adalah penyajian fakta dan opini yang menafsirkan berita-berita yang paling dan memengaruhi pendapat umum.

2.1.5.2. Berita Investigasi

Investigative reporting menurut Atmakusumah, pengertiannya bisa ditelusuri dari asal katanya. Reportase berasal dari kata *reportare*, yang berarti "membawa pulang sesuatu dari tempat lain". Bila dikaitkan dengan dunia jurnalisme, hal itu menjelaskan, seorang wartawan membawa laporan kejadian dari suatu tempat di mana telah terjadi sesuatu.

Sementara, *investigative* berasal dari kata Latin *vestigum*, yang berarti "jejak kaki". Pada sisi ini, hal itu menyiratkan pelbagai bukti yang telah menjadi suatu fakta, berbentuk data, dan keterangan dari sebuah peristiwa.

Dengan demikian, bila digabungkan, reportasi investigatif, secara harfiah artinya, kegiatan orang yang melaporkan "jejak-jejak kaki" peristiwa tertentu dari tempat kejadian perkara. Dalam kaitan kegiatan pers, hal itu bisa mengkonotasikan pelbagai bukti yang dapat dijadikan fakta, yang sengaja dicari dan diselidiki.

Ulmann dan Hogeyman menggambarkan *investigative reporting* sebagai reportase atau kerja menghasilkan produk dan inisiatif, yang menyangkut hal-hal penting orang banyak atau organisasi, yang sengaja dirahasiakan. Menurut Mencher, kerja peliputannya meliputi pengkajian berbagai dokumen dan rekaman, pemakaian informan, keseriusan dan keperluan riset.

Steve Weinberg dalam *Jurnalistik Teori dan Praktik* (Hikmat Kusumaningrat dan Purnama Kusumaningrat, 2014:258) mengatakan, reportase investigatif adalah reportase hasil inisiatif sendiri dan hasil kerja pribadi, yang penting bagi pembaca, pemirsa, dan pemerhati. Dalam banyak hal, subjek yang diberitakan menginginkan bahwa perkara yang berada dalam penyelidikan tetap tidak tersingkap

Reportase investigatif menekankan pada observasi langsung pada kejadian, dan sumber informasinya. Liputannya melakukan verifikasi, pengecekkan latar belakang, observasi langsung, reportase-lanjutan. Hal ini untuk mengoreksi orsinilitas sumber. Inisiatif investigatif tidak menunggu masalah atau peristiwa diberitakan. Tapi, justru memunculkan masalah, sesuatu, atau berita baru.

Reportase investigatif mengembangkan interpretatif ketika membangun beritanya (Santana, 2017:70). Penambahan interpretatif ini menurut Mancher mengakibatkan adanya kisah-kisah berita

bersambung dan mendalam. Pelaporan macam ini disebut *the long story*.

Bentukan pemberitaan *the long story*, di dalam jurnalisme, kerap diistilahkan dengan pelaporan yang disebut *Depth reporting*, reportase mendalam. Dalam berbagai seginya, pelaporan *depth* memiliki kekhususan teknis penulisan. Dan, bagi jurnalisme investigasi, pelaporan tipe *Depth reporting* ini sangat erat kaitannya. Bahkan, sangat signifikan di dalam peliputan investigasi. Beberapa unsur fundamennya merupakan bangunan teknik dari peliputan dan penulisan investigasi (Septiawan Santana Kurnia, Perjalanan *Depth Reporting,* 2001).

Investigative reporting bisa mencapai cakupan yang jauh lebih luas dan juga dapat menjangkau pelaporan tafsiran mendalam (*inter-pretative in-Depth reporting*)," tulis Al Hester dalam Pelaporan Selidikan: Pokok Persoalan dan Metoda. Sebagai sebuah pelaporan jurnalistik, investigasi memliki unsur kemendalaman. Berita yang ditulis wartawan investigasi disusun secara mendalam. *Depth reporting* menjadi salah satu cara/alat bagaimana investigasi diliput dan ditulis.

M.V. Kamath mengumpulkan berbagai definisi *Depth Reporting,* di antaranya: (1). *Depth reporting* ialah segala sesuatu yang membuat pembaca tahu mengenai seluruh aspek yang terjadi pada sebuah subjek dari kepastian informasi yang diberikan,

termasuk latar belakang dan atmospirnya; (2). *Depth reporting* menekankan sebuah kisah berita dengan semacam ketelitian detil dan latar belakang. Pembaca tidak hanya diberi tahu mengenai apa yang terjadi melainkan mengapa hal itu dapat terjadi; (3) ·*Depth reporting* bukan hendak mempresentasikan fakta-fakta di dalam pendekatan pertamanya, melainkan hendak memasuki sebuah penyelidikan (*delves*) yang orisinal, logis, memasukan pelbagai tekanan dan kepentingan, membuat pembaca paham bukan kepada siapa dan apa, namun bagaimana, dan yang terpenting, mengapa.

Tujuan dari pelaporan *in-depth reporting*, menurut Ferguson & Patten, ialah untuk mendapatkan "kelengkapan pengisahan (*com-plete stories*)—pengisahan dengan substansi". Maka itulah, *Depth reporting* kerap disebut juga dengan "*investigative reporting by nature*", peliputan investigatif yang terjadi secara natural (Santana, 2017:71-72).

2.1.6. Tinjauan Tentang Wacana

Istilah wacana sekarang ini dipakai sebagai terjemahan dari perkataan bahasa Inggris *discourse.* Kata *discourse* berasal dari bahasa Latin, *discursus,* yang berarti *lari kian-kemari* (diturunkan dari *dis-* 'dari, dalam arah yang berbeda', dan *currere* 'lari').

Dalam definisi kerja, wacana dipandang sebagai penggunaan bahasa untuk menggambarkan realitas. Menurut definisi kerja ini,

wacana dibedakan ke dalam dua jenis (Gee, 2005:26 dalam artikel Ibnu Hamad 2005), yaitu:

1. "discourse" (d kecil), yang melihat penggunaan bahasa pada tempatnya ("on site") untuk memerankan kegiatan, pandangan, dan identitas atas dasar-dasar linguistik. Biasanya, *discourse* ini menjadi perhatian para ahli bahasa (*linguists or sociolinguists*).
2. "Discourse" (D besar) yang mencoba merangkaikan unsur linguistik pada "discourse" (dengan d kecil) bersama-sama dengan unsur non-linguistik (*non-language* "stuff") untuk memerankan kegiatan, pandangan, dan identitas. Bentuk "non-language stuff" ini dapat berupa kepentingan ideologi, politik, ekonomi, dan sebagainya. Komponen "non-language stuff" itu juga yang membedakan cara beraksi, berinteraksi, berperasaan, kepercayaan, penilaian satu komunikator dari komunikator lainnnya dalam mengenali atau mengakui diri sendiri dan orang lain.

Dari uraian singkat ini, baik "discourse" (dengan d kecil) maupun "Discourse" (dengan D besar) adalah hasil dari pekerjaan si pembuat wacana memakai bahasa (verbal atau nonverbal) untuk merepresentasikan realitas. Keduanya, "discourse" dan "Discourse" tidaklah lahir dengan sendirinya; melainkan lahir dari tangan yang membentuknya. Adapun proses pembentukan wacana dilakukan melalui proses yang disebut realitas sosial.

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, 2011: 11).

Bagi analisis wacana kritis, wacana merupakan bentuk praktik sosial yang menyusun dunia sosial dan disusun oleh praktik-praktik sosial lain. Sebagai praktik sosial, wacana berada dalam hubungan dialektik dengan dimensi-dimensi sosial lainnya. Wacana tidak hanya memberikan kontribusi pada pembentukan struktur sosial, tapi merefleksikan pembentukan kembali struktur sosial tersebut.

2.2. Kerangka Pemikiran

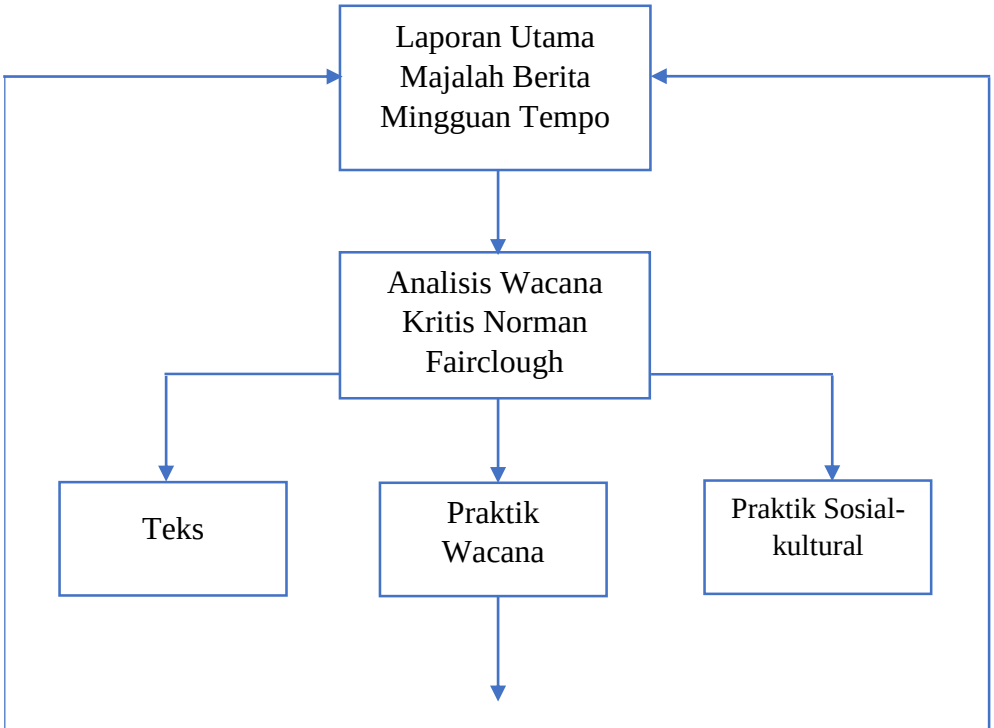
Kerangka pemikiran mengemukakan alur berpikir peneliti berdasarkan teori yang relevan dengan masalah yang diambil peneliti. Tujuannya adalah agar tercipta sebuah kesamaan alur pikir antara peneliti dengan orang lain yang membaca peneitian ini.

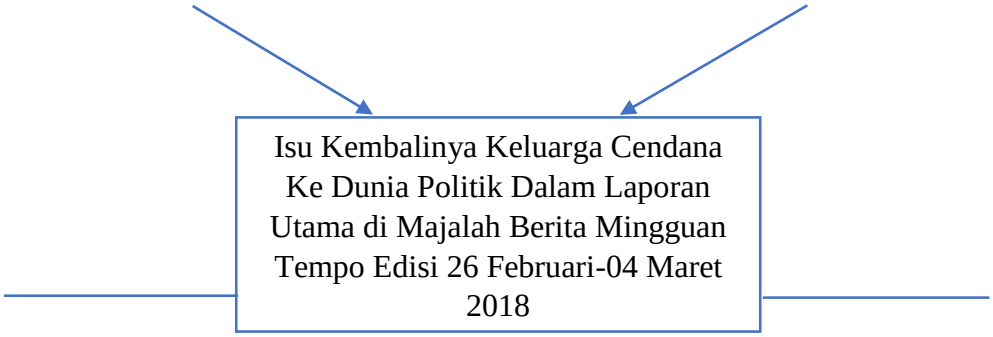
Penelitian ini akan mencoba menggali Isu Kembalinya Keluarga Cendana ke Dunia Politik, yang terdapat dalam Laporan Utama “Yang Rindu Daripada Soeharto” pada Majalah Berita Mingguan Tempo edisi 26 Februari-04 Maret

2018. 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 Norman Fairclough, yang memfokuskan pada linguistik kritis; bahasa digunakan sebagai praktik sosial.

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran Analisis Wacana Kritis Isu Kembalinya Keluarga Cendana Ke Dunia Politik Dalam Laporan Utama "Yang Rindu Daripada Soeharto" di Majalah Berita Mingguan Tempo





(*Sumber: Peneliti, 2018*)