**BAB II**

**KAJIAN PUSTAKA**

* 1. **Konsep Dasar Komunikasi**

Sebagai makhluk sosial manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Salah satu unsur terpenting dalam hidup manusia adalah komunikasi.Komunikasi adalah saluran atau media. Seorang komunikator dalam proses komunikasi pastilah menggunakan unsur media sebagai alat penyampai pesan kepada komunikan. Tujuannya untuk mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Rasa ingin tahu ini memaksa manusia perlu berkomunikasi. Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan melalui media atau saluran. Komunikasi merupakan faktor fundamental dalam kehidupan manusia, sebab manuasia perlu mempertahankan hidup dan kebutuhan menyesuaikan dengan lingkungan.

* + 1. **Fungsi Komunikasi**

Fungsi komunikasi menurut **Wiliam I. Gorden** yang dikutip dri buku **Ilmu Komunikasi** karya **Deddy Mulyana**. Ada empat fungsi komunikasi, yakni komunikasi sosial, komunikasi ekspresif, komunikasi ritual, dan komunikasi intrumental. Fungsi suatu peristiwa komunikasi (*communication event*) tampakny atidak sama sekali independen, melaikan berkaitan dengan fungsi-fungsi lainnya, meskipun terdapat suatu fungsi yang dominan.

1. **Komunikasi Sosial. Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan komunikasi penting untuk membangun kosep diri kita, aktualisasi-diri., untuk kelangsungan hidupa, untuk memperoleh kebahagian, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain.**
2. **Komunikasi Ekpresif. Erat kaitannya dengan komunikais sosial adalah komuniaksi ekpresif yang dapt dilakukan baik sendiri ataupun dalam kelompok. Komunikasi ekpresif tidak ontomatis bertujuan mepengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejuah kimnukasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Perasaan-perassan tersebut dikomunikasikan terutama melalui pesan-pesan nonverbal.**
3. **Komunkasi Ritual. Erat kaitannya dengan komunikasi ekpresif adalah komunikasi ritula. Yang biasa dilakukan secara kolektif. Suatu komuntas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang hidup, yang disebut para ontropolog sebagai *rites of passage*, mulai dari upacara kelahira, sunatan, ulang tahun, siraman, pernikahan hingga upacara kematian.**
4. **Komunikasi Instrumental. Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum; menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan kenyakinan, dan mengubah prilaku atau gerakan tindakan, dan juga menghibur. Bila diringkas, maka kesemua tujuan tersebut dapat disebut membujuk (bersifat persuasif). Komunikasi yang bertujuan memberitahuakan atau menerangkan (*to inform*) mengandung muatan persuasif dalam arti bahwa pembicara menginnginkan pendengar mempercayai bahwa fakta atu informasi yang disampaikan akurat dan layak diketahui. (2015:4-34)**
   * 1. **Prinsip-prinsip Komunikasi**

**Deddy Mulyana** mengungkapkan dalam bukunya yang berjudul  **Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar.** Terdapat 12 prinsip komunikasi yakni :

1. **Komunikasi Adalah Proses Simbolik. Salah satu kebutuhan pokok manusia, seperti yang dikatan K. Langer, adalah kebutuhan simbolisasi atau penggunaan lambang. Manusia memang satu-satunya hewan yang menggunakan lambang, dan itulah yeng membedakan manusai dengan mahkluk lainnya.**
2. **Setiap Prilaku Mempunyai Potensi Komunikasi. Kita tidak dapt berkomunikasi (*we can’t not communicate*). Tidak berarti bahwa semua proilaku adalah komunikasi. Alih-alih, komunikasi terjadi bila sesorang memberi makan pada perilaku orang lain atau perilakuknya sendiri.**
3. **Komunkasi Punya Dimensi Isi dan Dimensi Hubungan. Dimensi isi disandi secara verbal, sementara dimensi hubungnan disandi secara nonverbal. Dimensi isi menunjukan muatan (isi) komunikasi, yaitu apa yang dikatakan. Sedangkan dimensi hubungan menunjukan bagaimana cara mengatakannya yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan pasa peserta komunikasi itu.**
4. **Komunikasi Berlangsun dalam Bebagai Tingkat Kesenjangan. Komunikais dilakukan dalam berbagai tingkat kesenjangan, dari komunikasi disengaja sama sekali hingga komunikasi yang yang benar-benar direncanakan dan disadari.**
5. **Komunikasi Terjadi dalam Konteks Ruang dan Waktu. Mkana pesan juga bergantung pada kontek fisik dan runag, waktu, sosial dan psikologis**
6. **Komunikasi Melibatkan Prediksi Peserta Komunikasi. Komuniksi juga terikat oleh aturan atau tatakrama. Artinya orang-orang memilih stategi tertentu berdasarkan bagaimana orang yang menerima pesan akan merespon.**
7. **Komunikasi Bersifat Sistemik. Setiuap indivisu adalah sistem yang hidup. Organ dalam tubuh juga terhubung. Hl itu juga yang terjadi dalam komunikasi, semua hal tehubung menjadi satu.**
8. **Semakin Mirip Latar Belakang Sosialbudaya Semakin Efektiflah Komunikasi. Komunikis yang efektif adalah komunikasi yang hasilnnya sesuai dngan harapan para peserta komunikasi.**
9. **Komunikais Bersifat Nonkonsekuensial. Sebenarnya komunikasi manusi adalam bentuk dasarnya(komunikais tatp muka) bersifat dua-arah.**
10. **Komunikasi Bersifat Prosensual, dinamis, dan Transaksional. Komunikasi tidak punya awal dan tidak punya akhir, melaikan proses yang sinambungan.**
11. **Komunikasi Bersifat  *Irreversible*.sekali mengirim pesan kita tidak bisa mengendalikan pengaruh pesan yang diberikan.**
12. **Komunikasi Bukan Panasea untuk Menyelesaikan Berbagai Masalah. Komunikasi bukanlah Panasea (obat mujarab). Untuk menyelesaikan persoalan atau konflik, karena tersebut mungkin berkaintan dengan masalah struktural. (2015:91-127)**

**2.2 Pengertian Komunikasi Massa**

Komunikasi massa sendiri berasal dari istilah bahasaa Inggris yakni *Mass Communication*. Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh **Bitter** (Ardianto, dkk. 2007:3) yakni “komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang” *(mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number people).*

Definisi Komunikasi massa dalam buku **Psikologi Komunikasi** karya **Jalaluddin Rakhmat** adalah sebagai berikut:

**Komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. (Rakhmat, 2008:189)**

Pendapat lain mengenai komunikasi massa diungkapkan oleh **Hikmat** dalam bukunya **Etika & Hukum Pers** mengartikan :

**Komunikasi massa atau *mass communication* ialah komunikasi melalui media massa modern yang meliputi surat kabar, majalah, siaran radio, dan televisi, bahkan internet. Komunikasi massa menyampaikan informasi, gagasan, dan sikap kepada komunikan yang beragam dalam jumlah yang banyak dengan menggunakan media massa. (2011:71)**

Dari beberapa pengertian komunikasi massa, dapat di simpulkan bahwa komunikasi massa merupakan jenis komunikasi yang menyampaikan pesan kepada komunikan berjumlah banyak berupa informasi, gagasan dan sikap dengan menggunakan media massa sebagai saluran masal.

**2.2.1 Karakteristik Komunikasi Massa**

Komunikasi massa mempunyai beberapa karakteristik khusus yang membedakan tipe komunikasi ini dengan tipe komunikasi yang lain. Komunikasi massa mempunyai ciri-ciri yang juga dijelaskan oleh **Ardianto dkk,** dalam buku **Komunikasi Massa: Suatu Pengantar** yaitu:

1. **Komunikator terlembaga. Komuniaksi itu melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks. Misalnya, proses penyusunan pesan itu diterima oleh komunikan, jika pesan itu sisampaikan melalui surat kabar, maka komikatornya adalah redaksi surat kabar tersebut.**

1. **Pesan bersifat umum. Artinya komunikasi massa itu ditunjukan untuk semua orang dan tidak ditunjukan untuk kelompok orang tententu. Oleh karenya, pesan komunikasi mass bersifat umum. Pesan komunikasi massa dapat berupa fakta, peristiwa atau opini.**
2. **Komunikannya anonim dan heterogen. Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Komunikan komunikasi massa juga adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yangh berbeda-beda.**
3. **Media massa menimbulkan keserempakan. Kelebihan komunikasi massa dengan komunikasi lain, adalah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapainya relative banyak dan tidak terbatas. Bahkan lebih dari itu, komunikan yang banyak memperoleh pesan yang sama pula.**
4. **Komunikasi mengutamakan isi ketimbangan hubungan. Deimensi ini menujukan muatan atau isi komuniksi, yaitu apa yang dikatakan,sedangkan dimensi hubungan menunjukan bagaimana cara mengatakannya yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu.**
5. **Komunikasi bersifat satu arah. Karena komunikasinya melalui media massa, maka komuniakto dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator lebih aktif menyampaikan pesan, komunkanpun aktif menerima pesan, namun diantara keduannya tidak dapat melakukan dialog sebagaimana halnya terjadi dalam komunikasi antar personal. Dengan kata lain, komunikasi massa itu bersifat satu arah.**
6. **Stimulus alat indra terbatas. Dalam komunikasi massa, stimulus alat indra bergantung pada jenis media massa. Pada surat kabar dan majalah, pembaca hanya melihat. Pada siaran radio dan rekaman auditif, khalayak hanya mendengar, sedangkan pada media televisi dan film, kita menggunakan penglihatan dan pendengaran.**
7. **Umpan balik tertunda (*delayed*) dan tidak langsung (*indirect*). Dalam prose komuniksi massa, unpan balik bersifat tidak langsung (indeirct) dan tertunda (delayed). Artinya komunikator komunikasi massa tidak dapt dengan segera mengetahui bagaimana reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikan.**

Komunikasi massa mempunyai ciri – ciri yang juga dijelaskan dalam karya **Cangara,** yaitu :

1. **Sumber dan penerima dihubungkan oleh saluran yang telah diproses secara mekanin. Sumber juga merupakan lembaga atau institusi yang terdiri dari banyak orang, misalnya reporter, penyiar, editor, teknisi dan sebagainya. Karena itu proses penyampaian pesannya lebih formal, terencana dan lebih rumit.**
2. **Pesan komunikasi massa berlangsung satu arah dan tanggapan baiknya lambat (tertunda) dan sangat terbatas. Tetapi dengan perkembangan komunikasi yang begitu cepat, khususnya media massa elektronik sperti radio dan televisi maka umpan balik dari khalayak bisa dilakukan dengan cepat kepada penyiar.**
3. **Sifat penyebaran pesan melalui media massa berlangsung begitu cepat, serempak dan luas, ia mampu mengatasai jarak dan waktu, serta tahan lama bila didokumentasikan. Dari segi ekonomi, biaya produksi komunikasi massa cukup mahal dan memerlukan dukungan tenaga kerja relatif banyak untuk mengelolanya (1998: 36).**

Pernyataan di atas menunjukan bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang berlangsung satu arah, media massa saluran komunikasi merupakan lembaga, bersifat umum dan sasarannya pun beragam.

**2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa**

Fungsi komunikasi menurut Dominick (2001) dalam buku **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** karangan **Ardianto** dkk yakni :

1. ***Surveilance* (pengawasan)**

**Fungsi pengawasan komunikasi dibagi dalam bentuk utama: warning or bewere surveillance (pengawasan peringatan), instrumental suveilance (pengawansan instrumental)**

1. ***Interpretation* (penafsiran)**

**Fungsi penafsiran hamper mirip dengan fungsi pengawasan. Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian – kejadian penting. Organisasi atau industry media memilih dan menentukan peristiwa – peristiwa yang dimuat atau ditanyangkan.**

1. ***Linkage* (Pertalian)**

**Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk *linkpage* (pertalian) berdasarkan kepentingan da minat yang sama tentang sesuatu.**

1. ***Transmission of Value* (Penyebaran nilai-nilai)**

**Fungsi ini juga disebut *socialization* (sosialisasi) mengacu pada cara, individu mengadopsi perlaku dan nilai kelompok yang mewakili gambaran masyarakat itu di tonton, didengar dan dibaca**

1. ***Entertainment* (Hiburan)**

Sedangkan menurut **Cangara** dalam bukunya **Pengantar Ilmu Komunikasi** (2011) komunikasi massa dapat berfungsi sebagai berikut :

1. **Informasi; yaitu kegiatan untuk mengumpulkan, menyimpan bergagai pesan berupa opini komentar. Sehingga orang bisa mengetahui lingkungan sekitar nasional hingga internasional.**
2. **Sosialisasi; yaitu menyediakan mengajarkan ilmu pengetahuan sehingga orang bersikap sesuai dengan nilai-nilai yang ada sebagai anggota masyarakat.**
3. **Motivasi; yaitu mengikuti kemajuan orang lain, malalui apa yang mereka lihat, baca, dengar lewat media massa.**
4. **Bahgan Diskusi; menyediakan informasi sebagai bahan diskusi untuk memcapai persetujuan dalam hal perbedaan pendapat mengenai nilai-nilai yang menyangkut orang banyak.**
5. **Pendidikan; yaitu membuka kesempatan untuk memperoleh pendidikan seluas-luasnya, baik formal maupun informal. Juga meningkatkan kualitas penyajian materi di sekolah.**
6. **Memajukan Kebudayaan; yaitu bisa menyebarluaskan hasil-hasil kebudayaan melalui pertukaran program siaran radio dan televise ataupun cetak.**
7. **Hiburan; sifat estetika yang dituangkan dalam bentuk lagu, lirik dan bunyi maupun gambar dan bahsa, membawa orang menikmati hiburan seperti kebutuhan pokok.**
8. **Intergritas;komuniikasi seperti satelit dapat dimaafaatkan untuk memjembatani perbedaan-perbedaan itu dalma memupuk dan memperkokoh persatuan bangsa.**

Dewasa ini informasi merupakan bukan lagi sesuatu yang sulit untuk didapatkan. Berbeda pada saat zaman belum semaju sekarang, informasi sudah sangat dekat untuk di akses terlebih saat ini teknologi sudah sedemikian rupa canggihnya. Bahkan kejadian beberapa menit lalu saja sudah langsung dapat dikonsumsi publik dengan begitu cepat. Lewat media sosial siapapun dapat memberikan informasi yang diperoleh oleh si pengguna. Walaupun demikian ada sisi negatif yang menjadi akibat dari cepatnya informasi itu menyebar luas.

Salah satu efek itu adalah kita sangat sulit atau bahkan tidak bisa membedakan mana informasi yang dapat dipercaya maupun tidak. Hal ini tidak lain karena kecepatan berita yang tersebar luas tidak melalui meja redaksi atau disiplin verivikasi. Maka dari itu kita bisa melihat bagaima informasi yang sedemikian cepatnya itu belum tentu menjadi sebuah kebenaran.

* + 1. **Model Komunikasi Massa**

Di dalam buku karangan **Elvinaro Ardianto, Lukiati Komala dan Siti Karlinah** berjudul **Komunikasi Massa: Suatu Pengantar** **Masyarakat** ada beberapa model komunikasi massa yang terkenal yakni:

1. **Model Satu Tahap.**

**Model ini didasarkan atas anggapan bahwa media massa secara langsung sampai pada komunikannya. Tidak menggunakan pemuka sebagai penerus pesan arti media massa tersebut. Namun model ini juga mengakui bahwa media bukan merupakan alat yang teramat kuat pengaruhnya dan efek bagi tiap komunikannya berbeda satu sama lain.**

1. **Model Komunikasi Dua Tahap.**

**Model komunikasi ini beranggapan bahwa dalam penyampaian melalui media massa, tidak dapat langsung kepada publiknya tetapi pemuka pendapat. Artinya dari media massa sampai pada pemuka pendapat kemudian baru para pemuka inilah yang meneruskannya kepada komunikan yang dimaksud oleh media massa tadi. Di sini sering terjadi erosi dari pada volume informasi atau juga dapat terjadi penambahan volume informasi dari yang sebenarnya oleh para pemuka pendapat.**

1. **Model Komunikasi Banyak Tahap.**

**Model yang menyatakan lajunya komunikasi dari komunikator kepada komunikan terhadapa semua saluran yang berganti-ganti.**

1. **Model komunikasi Uses and gratifications.**

**Merupakan model pengembangan dari jarum hipodermik. Namun, model ini tidak tertarik kepada apa yang dilakukan orang-orang terhadap media. Khalayak hanya dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya.**

1. **Model Genda Setting**

**Dengan memperhatikan beberapa isu tertentu dan mengabaikan yang lainnya, akan mempengaruhi opini public. Artinya membentuk persepsi khalayak apa yang dianggap penting. Jadi, apa yang dianggap penting oleh media akan dianggap penting juga oleh khalayak**

Beberapa pernyataan model komunikasi, menunjukan bahwa komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang diajukan kepada khalayak yang terbesar, heterogen dan anonim melalui media cetak maupun elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak atau sesaat. Berbagai pengertian komunikasi yang dipaparkan oleh pakar komunikasi bisa disimpulkan bahwa model komunikasi massa dibuat dan dikembangkan secara berbeda sesuai dengan pemahaman para pakar.

* 1. **Pengertian Jurnalistik**

Secara harfiah, jurnalistik artinya kewartawanan atau hal-ihwal pemberitaan. Kata dasarnya “jurnal”, artinya laporan atau catatan, atau “*jour*” dalam Bahasa Prancis yang berarti “hari” atau “catatan harian”. Dalam bahasa Belanda artinya penyiaran atau catatan harian.

Asal muasal istilah jurnalistik berasal dari bahasa yunani kuno, “*de jour*” yang berarti hari, yakni kejadian hari ini yang diberitakan dalam lembaran tercetak, merujuk pada asal mula munculnya media massa yang disebut *acta durnal* pada zaman romawi kuno dibawah pemerintahan Raja Julius Cesar.

**F.Fraser Bond** (dalam **Sumadiria,** **2006:3**) menyebutkan bahwa jurnalistik adalah segala bentuk yang membuat berita dan ulasan mengenai berita sampai pada kelompok pemerhati **Rolan E Wosley** (dalam **Sumadiria,** **2006:3**) menyebutkan bahwa jurnalistik adalah pengumpulan, penulisan, penafsiran, pemorosesan, dan penyebaran informasi umum, pendapat pemerhati, hiburan umum secara sistematik, dan dapat dipercaya untuk diterbitkan pada surat kabar, majalah, dan disiarkan di stasiun siaran. **Adinergoro** (dalam **Sumadiria** **2006:3**) menejelaskan jurnalistik adalah semacam kepandaian mengarang yang pokoknya memberi perkabaran pada masyrakat dengan selekas-lekasnya agar tersiar secara luasnya.

Secara teknis, jurnalistik adalah kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan menyebarkan berita melalui media berkala kepada khalayak seluas-luasnya dengan secepat-cepatnya (**Sumadiria**, **2006:3**)

Menurut **Romli** (**2005,1-3**) Secara konseptual, jurnalistik dapat dipahami dari tiga sudut pandan : sebagai proses, teknik dan, ilmu.

* **Sebagai proses, jurnalistik adalah aktivitas mencari, mengolah, dan menulis, serta menyebarluaskan informasi kepada publik melalui media massa. Aktivitas ini dilakukan oleh wartawan (jurnalistik)**
* **Sebagai teknik, jurnalistik adalah keahlian atau keterampilan menulis karya jurnalistik, termasuk keahlian dalam pengumpulan bahan penulisan seperti peliputan peristiwa dan wawancara.**
* **Sebagai ilmu, Jurnalistik adalah bidang kajian mengenai pembuatan dan penyebar luasan informasi (peristiwa, opini, pemikiran, ide) melalui media massa. Jurnalistik termasuk ilmu terapan yang dinamis dan terus menerus berkembang sesuai dengan oerkembangan teknologi informasi dan komunikasi, dengan masyarakat sendiri.**

Secara praktik, jurnalistik adalah proses pembuatan informasi atau berita dan penyebarluasannya melalui media massa. Dari pengertian ini ada empat komponen dalam dunia jurnalistik, yaitu ;Informasi, Penyusunan Informasi, Penyebarluasan Informasi, Media Massa.

**MC. Dougali** menyebutkan bahwa *Journalism* adalah kegiatan menghimpun berita, mencari fakta, dan melaporkan peristiwa[[1]](#footnote-1). Jurnalisme sangat penting di mana pun dan kapan pun. Jurnalisme sangat diperlukan dalam suatu Negara Demokratis. Tak peduli apapun perubahan-perubahan yang terjadi di masa depan baik sosial, ekonomi, politik maupun yang lain-lainnya

**2.3.1 Bentuk Jurnalistik**

Menurut **Sumadiria** dalam karyanya **Jurnalistik Indonesia**, dilihat dari segi bentuk dan pengolahannya, jurnalistik dibagi dalam tiga bagian besar yaitu:

1. **Jurnalistik Media Cetak**

**Jurnlaitik media cetak meliputi, jurnalistik surat kabar harian, jurnalistik surat kabar mingguan, jurnalistik tabloid mingguan, dan jurnal majalah.**

1. **Jurnalistik Auditif**

**Jurnalistik auditif yaitu jurnalistik radio siaran.**

1. **Jurnalistik Media Elektronik Audiovisual**

**Jurnalistik media elektronik audiovisual adalah jurnalistik televisi siaran dan jurnalistik media on line *(internet*) (2014:4).**

Berdasarkan bentuk jurnalistik yang disebutkan diatas, memiliki ciri khasnya masing-masing. Tergantung pada media mana jurnalistik yang dihasilkan sesuai dengan persiapan, pegolahan, penerbitan, pernyebaran informasi serta dampak yang akan titimbulkan kepada khalayak.

Kelebihan dari bentuk jurnalistik, contohnya media cetak yang terbit mulai dari harian hingga bulan menekankan kelengkapan informasi meski berita yang dimuat membutuhkan waktu yang relatif lama untuk kelengkapan berita. Jurnalistik auditif yakni radio, kelebihannya pada kecepatan informasi. Siaran radio bisa memotong acara yang tengah berlangsung untuk memberikan informasi yang penting. Lain halnya dengan bentuk jurnalistik media elektronik audio visual, seperti Televisi yang menampilkan imformasi secara audio dan visual sehingga penonton bisa mendengar sekaligus melihat apa yang terjadi dalam suatu peristiwa.

* 1. **Jurnalisme adovkatif**

Sesuai dengan penamaanya, jurnalisme advokasi terdiri dari unsur jurnalisme, dan unsur advokasi. Secara harfiah, advokasi adalah aksi yang strategis dan terpadu, oleh perorangan atau kelompok masyrakat untuk memasukkan suatu masalah ke dalam agenda kebijakan, dan mengontorol para pengambil keputusan untuk mengupayakan solusi bagi masalah tersebut sekaligus membangun basis dukungan bagi penegakan dan penerapan kebijakan publik yang dibuat untuk mengatasi masalah tersebut**. (Manual Advokasi kebijakan Strategis. IDEA, juli 2003)***.* Istilah jurnalisme advokasi menggambarkan penggungaan teknik jurnalisme untuk mempromosikan suatu alasan politik atau sosial tertentu (**Jensen, 2008 :23**)

**Tabel 2.1.[[2]](#footnote-2)**

**Perbedaan Jurnalisme Umum dan Jurnalisme Advokasi**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Aspek Pembeda** | **Jurnalisme Umum** | **Jurnalisme advokasi** |
| Pentikberatan Berita | Menekankan pada tampilan formal wartawan dengan menunjukan identitas seperti kartu pers, surat tugas, kekuatan lobi, dan sebagainya. | Bila perlu menyamar seperti “Intel” dan bahkan menyamarkan narasumber yang rawan terhadap ancaman repressi dan penghilangan secara paksa |
| Model Pemberitaan | Masyrakat terhibur, tahu permasalahan mutakhir dan bisa mengikuti *trend* isu atau gossip (mode, kesehatan, iptek, dll) yang sedang jadi pemberitaan. | Muncul perdebatan dan polemik masyarakat yang pada akhirnya akan berujung pada penguatan hak-hak rakyat, pemerintah bisa memperbaiki kebijakan dan sebagaianya |
| Isu yang diangkat | Masalah nasional yang genting, perang di tingkat internasional, wabah penyakit, ulah selebritis, hingar binger dunia hiburan, keanehan warga/pejabat, dan lain-lain | Permasalahan orang kecil, pelanggaran HAM, terpinggirkannya hak sekelompok masyarakat, keberanian dan perlawanan rakyat kecil. |
| Narasumber Utama | Tokoh yang punya nama besar, tokoh yang mengaku punya massa, pejabat, selebritis. | Para “korban”, rakyat kecil, kelompok minoritas, saksi mata, aktivis organisasi non profit, dan kaum akademisi kritis. |
| Prioritas Kerja | Membuat tulisan menjadi “berbicara tentang banyak hal” seperti layaknya sebuah videoklip. | Memunculkan masalah pelanggaran negara terhadap “masyrakat” yang tak mampu bersuara (*voiceless*) |
| Aspek Legalitas | Menekankan pada tampilan formal wartawan dengan menunjukan identitas.  Seperti kartu pers, surat tugas, kekuatan lobi dan sebagainya. | Bila perlu menyamar seperti “Intel” dan bahkan menyamarkan narasumber yang rawan terhadap  Ancaman repressi dan penghilangan secara paksa |
| Harapan Pasca Penerbitan | Masyarakat terhibur, tahu permasalahan mutakhir dan bisa mengikuti *trend* itu atau gossip (mode, kesehatan, iptek, dll) yang sedang jadi pemberitaan | Muncul perdebatan dan polemik masyarakat yang pada akhirnya akan berujung pada penguatan hak-hak rakyat, pemerintah bisa memperbaiki kebijakan dan sebagaianya |

Ciri juranlisme di atas, dalam konteks pers mahasiswa bisa berarti sejauh mana Lembaga Pers mahasiswa mampu membuat medianya sebagai media yang mengadvokasi mahasiswa-mahasiswanya yang merasa tidak diperlakukan secara adil atau minimal mampu menjadi media pengawas kekuasaan agar tetap dalam koridor yang berlaku, dalm hal ini yakni pihak rektorat. Hal ini sejalan dengan fungsi dari jurnalisme advokasi itu sendiri, yakni berfungsi sebagai control atau *watchdog*, penyambung aspirasi masyarakat terutama hal-hal yang menyangkut kepentingan publik, dan pembela kepentingan rakyat yang tertindas

Nilai-nilai jurnalisme advokasi dalam penelitian ini akan digunakan sebagai panduan bagi peneliti untuk melihat lebih jauh seperti apa idealism pers mahasiswa yang identik dengan jurnalisme advokasi, diterapkan di lembaga LPM JUMPA Unpas.

**2.5. Pers**

**2.5.1. Pengertian Pers**

Pengertian *press* (Inggris) atau *pers* (Belanda) berasal dari bahasa latin *pressare* yang berarti tekanan atau cetak. Pers lalu diartikan sebagai media massa cetak.

Menurut **Weiner** (dalam **Masduki**, 2004:7), pers memiliki tiga arti yaitu :

1. **Wartawan media cetak**
2. **Publisitas atau peliputan**
3. **Mesin cetak-naik cetak**

Dalam pengertian yang sempit pers menyangkut kegiatan komunikasi yang hanya dilakukan dengan perantara barang cetakan. Sedangkan pers dalam arti kata luas adalah yang menyangkut kegiatan komunikasi baik yang dilakukan dengan media cetak maupun internet.

Secara yuridis formal, seperti dinyatakan dalam Pasal 1 ayat (1) UU Pokok Pers No. 40/1999, pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar suara dan gambaran serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia.

**2.5.2. Pers Mahasiswa**

Definisi singkat pers mahasiswa diungkapkan oleh **Siregar** yang mengatakan:

**Bahwa pers mahasiswa dalam pengertian yang sederhana adalah pers yang dikelola oleh mahasiswa”(Siregar, 1983:2)**

Menurut **Masduki (2003:114)** dalam bukunya mengungkapkan perbedaan pers umum dan pers mahasiswa adalah :

**Tabel 2.2**

**Perbedaan Pers Umum dan Pers Mahasiswa**

|  |  |
| --- | --- |
| **Pers Umum** | **Pers Mahasiswa** |
| Profit Oriented | Non Profit Oriented |
| Denpenden terhadap pemodal | Denpenden terhadap pendonor |
| Beredar di Mayor popular Area | Beredar di Minor Limited Area |
| Profesi berbasis stuktur (Konteks hubungan Perburuhan) | Profesi Berbasis Kultur (Konteks Hubungan Personal Emosional) |
| Unggul Manajemen | Unggul Isi (Sebelum 1998) |
| Stigma “pers professional” | Stigma “non pers” alternatif |

Peran pers mahasiswa dalam sejarah bangsa Indonesia, sama dinamisnya dengan pergerakan mahasiswa itu sendiri. **Rosihan Anwar (**dalam **Siregar 1989 :3 )** Berpendapat bahwa salah satu sumbangan dari pers mahasiswa kepada pers nasional pada suatu kurun zaman perjuangan bangsa kita ialah suntikan keberanian. Bahkan sikap berani ini menulari pers nasional yang masih berhati-hati.

Dalam Lokarya Pola Pendidikan dan Pengembangan Pers Mahasiswa di Malang, 1997, diberi batasan bahwa pers kampus adalah pers yang ditertibkan oleh perguruan tinggi dan dikelola oleh civitas akademika.dengan demikian, pers kampus bisa saja tidak diasuh oleh mahasiswa. Sedang yang dimaksud dengan pers mahasiswa adalah pers yang dikelola oleh mahasiswa.

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan sendiri menyebutkan pers dikelola mahasiswa dan diterbitkan dari dalam kampus sebagai pers kampus (Pidato Dirjen Perguruan Tinggi pada Pendidikan Pers di ITB Bandung, 1980). Tapi ada yang lebih menyetujui sebutan pers mahasiswa untuk pers yang dikelola oleh mahasiswa, baik yang ditertibkan dari dalam maupun luar kampus dengan alasan pers kampus yang dicanangkan pada dewasa itu punya konotasi politik.

Menurut **Amir Effendi Siregar,** istilah kampus pun bisa diberdebatkan, mengapa bukan pers perguruan tinggi, pers universitas dan lain sebagainya. (Pers Mahasiswa Indonesia, PT. Karya Unpres, Jakarta ,1980). Sedang menurut **Dja’far Assegaf,** di AS dan Negara-negara Anglo Saxon, apa yang oleh kita disebut sebagai pers kampus lazim dikatakan sebagai *student newspaper* atau koran Mahasiswa. Isitlah pers kampus dan penerbitan kampus mencakup, misalnya majalah-majalah ilmiah yang ditertibkan fakultas dan departemen ilmu yang ada, baik berupa buku maupun monografi.

Selanjutnya dikatakan dengan ketegasan penyebutan pers mahasiswa dapat dihindari kemungkinan bercokolnya kemungkinan mahasiswa yang telah menjadi sarjana (lulus) masih memegang pimpinan pers mahasiswa. Dengan istilah pers kampus, kelemahan semacam tenaga pengajar muda atau bekerja di bidang penelitian. Ketegasan penyebutan pers mahasiswa. Dengan istilah pers kampus, kelemahan ini dimungkinkan karena mahasiswa yang telah sarjana itu menjadi tenaga pengarjar muda atau bekerja di bidang penelitian.

Ketegasan penyebutan pers mahasiswa jelas berarti, hanya boleh dikelola dan ditunjukan perederannya bagi mahasiswa. Di Indonesia, pers mahasiswa muncul pada periode Kebangkitan Nasional (1908) dan Sumpah Pemuda (1928), antara lain Jong Java, ditertibkan oleh pelajar dan mahasiswa pada 1914; Ganeca diterbitkan oleh organisasi mahasiswa pada 1923; Indonesia Merdeka, ditertibkan oleh mahasiswa-mahasiswa Indonesia di Belanda pada 1924. Soera Indonesia Muda diterbitkan pada 1928, Oesaha Pemoeda, diterbitkan oleh Mahasiswa THS (Sekarang ITB) pada 1930-1941. Pertumbuhan pers mahasiswa mencapai puncaknya pada 1955. Antara lain, di Jakarta terbit akademika, Mahasiswa, Sint (GMNII), Pulsus, Aesculapim (Kedokteran); di Bandung: Bumi Siliwangi (IKIP), Mesin, Suluh pengetahuan Idea (PMB), Scientiae (FIPIA), Syenthesia (CMB-CGMI), Ganeca; di Yogyakarta: Criterium (IAIN), Gadjah Mada (UGM), GAMA (UGM), Media (HMI), Tunas, Pulsus (PMKRI), Panta Rhei (Perhimi), Ukhuwah (Islam), Universitas (Komunis); di Surabaya: Ut Omnes Umum Sint (GMKI), Ta Hsueh Ta Chihah; di Makassar : Duta Mahasiswa (Dema Universitas Hassanudin); di Medan: Vidia, Gema Universitas; dan di Padang: Tifa Mahasiswa (DEMA Universitas Andalas).

Pada 8 Agustus 1955 di Kaliurang, diselenggarakan Konfrensi Pers Mahasiswa Indonesia I yang dihadiri oleh sepuluh majalah mahasiswa, yaitu : GAMA, Gadjah Mada, Criterium, Media, Vivar, Ta Hsueh, Ta Chih, Mahasiswa, Intelegensia, Duta Mahasiswa, dan Fiducia. Hasil Konferensi melahirkan dua organisasi yaitu Ikatan Wartawan Mahasiswa Indonesia (IWMI) dan Serikat pers Mahasiswa Indonesia (SPMI). Pada konferensi II, kedua organisasi itu dilebur menjadi Ikatan Pers Mahasiswa Indonesia (IPMI). Pada zaman orde baru, terbit antara lain Harian Kami, Mahasiswa Indonesia edisi Jabar, Mimbar Demokrasi, dan lain-lain.

Pers mahasiswa pada masa itu bersifat umum dengan mengutamakan aspek persnya. Pada persitiwa Malari, 1974, sejumlah pers umum dibredel, termasuk diantaranya Mahasiswa Indonesia di Bandung. Akan tetapi, menyusul terbit sejumlah surat kabar mahasiswa antara lain, Salemba, Gelora Mahasiswa (UGM), Atmajaya ( Unika Atmajaya), Derap Mahasiswa (IKIP Yogjakarta), Arena (IAIN), Airlangga (Unair Surabaya), dan lain-lain. Pada 1978 sejumlah surat kabar mahasiswa dilarang terbit. Gelora Mahasiswa dibekukan oleh rektor UGM dan Derap Mahasiswa juga dibekukan oleh rektor IKIP. Sedang Alamamater (IPB), Media (ITB), Airlangga (Unair Surabaya), Kampus (ITB), dan Salmeba (UI) dicabut izin terbitnya oleh Deppen RI. Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Dr. Daoed Joesof mengomentari penutupan itu sebagai sejalan dengan kebijaksanaan Normalisasi Kehidupan Kampus. Sementara, Deppen berdalih pencabutan izin terbit itu karena penertiban pers yang ber STT itu ternyata juga diedarkan untuk umum. Kemudian pemerintah melalui Depdikbud dan Deppen mencoba mengisi kekosongan pers mahasiswa dengan membentuk Tim Pembina Pers Kampus Mahasiswa Tingkat Nasional pada 31 Mei 1980. Tim terdiri dari pejabat kedua departemen dan perguruan tinggi, ditugaskan menjadikan pers kampus bukan saja dapat dipakai sebagai alat komunikasi, tapi juga sebagai salah satu sarana pendidikan dalam usaha menunjang proses belajar mahasiswa agar pers kampus sebagai lembaga dan kegiatan kampus yang merupakan subsistem pendidikan tinggi itu dapat mematuhi ketentuan-ketentuan di bidang pers, di sampng untuk mengembangkan penalaran dan pembinaan mahasiswa.

**2.5.3. Eksistensi Pers Mahasiswa**

Eksistensi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti hal berada atau keberaradaan. Seorang filsuf Yunani, **Thomas Aquinas** dalam **The Story of Philosophy (Bryan Magee, 2008:60)** menyebtukan bahwa ketika berbicara mengenai eksistensi, terlebih dahulu kita mengkajinya melalui bahasan mengenai essensi yang berarti “apa”nya sesuatu, yang terlepas dari persoalan apakah sesuatu ini ada atau tidak secara indrawi. Namun, hal tersebut merupakan pandangan eksistensi secara umum. Dalam penelitian ini, eksistensi dikhususkan kepada eksistensi pers.

Menurut **Abarar (1997:15)** dalam bukunya menjelaskan eksistensi itu seperti apa dan sangkut pautnya dengan eksitensi sebuah pers.

**Eksistensi adalah sebuah istilah yang diperuntukan keberadaan akan dirinya terhadap apa yang pernah dilakukan, sedang dilakaukanm dana pa yang akan dilakukan. Dalam artian, eksistensi pers adalah keberadaan diri pers berhubungan dengan realitas di luar dirinya. (Abarar1997:15).**

Eksistensi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kemampuan pers mahasiswa, dalam hal ini LPM Jumpa Unpas untuk tampil di tengah-tengah pembacanya dalam menghadaapi para pesaing serta mampu memenuhi atau mengakomodir berbagai kepentingan dari kekuatan-kekuatan sosial yang saling mempengaruhi dengan ditunjang oleh idealisme yang jelas, manajemen yang baik dan penerimaan atau apresiasi pembaca terhadap kehadirannya.

Saat ini, ruh gerakan pers mahasiswa sebagai control sosial melalui pemberitaan yang tajam, kritis, dan independen telah dianggap a-historik saat pers umum telah menemukan lagi peran idealnya, yang dimasa ORBA direprensentasikan oleh para mahasiswa. Ketidak percayaan ini sama besarnya terhadap anggapan bahwa pers umum kini telah memikat kebebasan secara maksimal. Sebab kedua anggapan, sekedar menempatakan Negara atau penguasa sebagai musuh *vis a vis* (berhadap-hadapan) gerakan kritis di masyarakat yang dimediasi pers. Seakan musuh besar pers adalah penguasa yang otoriter, yang ketika rezim ini runtuh dengan sendirinya dianggap musuh pers juga hilang. Dalam konteks itu pernyataan yang menghimbau agar mahasiswa kembali ke kampus, perlu diwaspadai. Himbauan ini dapat kembali menjerumuskan mahasiswa pada kondisi buruk era NKK/BKK.

Seperti halnya gerakan parlemen jalanan, eksistensi pers mahasiswa belm habis, bahkan tugas kulturalnya makin bervariasi, termasuk mengurusi friksi taktis dan ideologis yang terjadi pada gerakan mahasiswa pasca 21 Mei 1998. Adanya intervensi kepentingan kelompok politik, yang dikeluhkan dalam dinamika gerakan pers mahasiswa saat ini, mestinya tidak membuat pers mahasiswa ikut larut di dalamnya. Seperti halnya peran perdamaian   
(*peace journalism)* yang secara ideal diemban institusi pers, maka pers mahasiswa juga selayaknya mengambil posisi serupa.

Pasang surut kebebasan pers, baik pers umum maupun pers mahasiswa ditentukan oleh persepsi dan gerakan kebebasan pers situ sendiri, yang tercermin dari sikap penguasa Negara, baik yang demokratis apalagi otoriter. Disamping itu ia juga tergantung pada persepsi dan sikap masyarakat terhadap hak memperoleh informasi tanpa tekanan. Kedua hal ini justru tidak terjadi sekarang. UU pokok Pers Nomor 40 Tahun 1999 misalnya, masih saja belum ampun menahan laju tekanan massa dan penguasa terhadap perilaku pers. Mencermati kondisi demikian, mestinya tidak ada yang harus berubah dalam wacana dan pola gerakan sosial pers mahasiswa, baik di era ORBA mauapun era Reformasi dan kebebasan berkespresi.

Hal yang sesungguhnya terjadi sekarang dan sulit diramalkan ketika penguasa ORBA masih eksis adalah begitu kuatnya represi dari masyarakat, yang antara lain disebabkan oleh dua hal. Pertama, karakter masryakat transisional yang cenderung anarkis, berpeluang dipergunakan penguasa kecil di daerah hingga pusat, untuk melakukan represi dengan strategis dan aktor yang baru pula. Kedua, sikap tidak professional dari kalangan institusi dan personil jurnalis sendiri, akibat booming pers dan sikap semata mengejar komersialitas. Menjadi pelajaran berharga bagi pers mahasiswa, untuk melakukan dua hal sekaligus, yaitu tetap menyelenggarakan penerbitan sebagai bagian dari pendidikan publik, khususnya mahasiswa untuk bersikap rasional, dan melakukan penertiban sebagai proses pengkaderan professional.

Problem pers mahasiswa sejak dahulu hingga sekarang sebetulnya tidak banyak berubah, soal ketergantungan pada pimpinan kampus dan personil yang tidak bisa terikat dalam manajemen yang hanya dikendalikan oleh sekeder komitmen. Meskipun begitu, pers mahasiswa tumbuh dan berkembang. Wadah organisasai pers mahasiswa antar kota seperti PPMI dan PPMY dengan segala dinamika konfliknya tetap berjalan. Jika ukurannya kontinuitas meskipun tidak pada tanggal dan bulannya, pers mahasiswa relatif mampun memenuhi. Tetapi ketika ukurannya melahirkan aktivis pers yang tulen dan ikut mempengaruhi dinamika masyarakat, harus diakui kian sulit.

Mencermati dari luar pertumbuhan pers mahasiswa pasca reformasi 1998, tampak ada gejala krisis kepercayaan diri yang amat parah (**Masduki, 2004 :112**). Krisis itu pertama, ketidakpercayaan diri sebagai agen perubahan sosial melalui bentuk pemberitaan yang kritis-akademis-konstruktid, hanya karena merasa peran itu telah diambil oleh pers umum. Kedua, krisis kepercayaan diri sebagai aktor gerakan mahasiswa yang memainkan peranan strrategis dalam konstelasi demokratisasi hanya karena merasa tidak efektif dibanding parlemen jalanan. Ketiga, dan ini cukup ironis, krisis kepercayaan diri untuk merumuskan sendiri agenda kerja yang perlu dilakukan dan standar profesionalisme berdasarkan basis sosial pengalaman panjang eksistensi di masa rezin ORBA.

Akibat dari ketiga krisis itu kini pers mahasiswa hadir di komunitasnya sekedar memenuhi jadwal penerbitan yang dibuat menurut logika birokratis paradigmatic sebuah unit kegiatan mahasiswa. Penerbitan itupun muncul bukan atas kesadaran penuh atau kebutuhan menyalurkan idealisme tapi tuntutan rutinitas agas legitimasi sebagai bagian dari kegiatan mahasiswa di kampus tetap terjaga. Sekali waktu pengelola berkesperimen intelektual dengan membuat jurnal sekedar memenuhi keharusan berdiskusi melalui media penerbitan atau sekedar ingin popular. Fenomena mayoritas pers mahasiswa tinggal papan nama, mati suri tanpa kepastian terbit. Jarak antara orientasi penyaluran hobi menulis dengan penyaluran idealisme makin tipis sehingga muatan isi pers mahasiswa makin mirip dengan bulletin birokrat kampus.

Meskipun bukan perkara mudah upaya keluar dari ketiga krisis tersebut mutlak dilakukan. Selain membangun komunitas pers mahasiswa berdasarkan kesamaan minta dan bakat menulis, kegemaran berorganisasi dan berkumpul, para aktivis pers mahasiswa perlu melakukan langkah strategis (**Masduki**, **2004:113**).

Pertama menegaskan kembali sikap untuk ikut menjaga momentum kebebasan pers yang telah bergulir sejak rezin presiden Habiebie. Peran itu dapat diimplementasikan terutama pada penerbitan yang bermuatan kontrol sosial tinggi. Ketika pers umum menghadapi kompleksitas permasalahan internal (SDM dan manajemen) dan eksternal (implikasi dan kebijakan non-liberalisme), pers mahasiswa harus menemukan perannya tanpa bergantung ada tidaknya *common enemy*

Menguatnya gejala kapitalisasi pers umum makin menjadikan etos kerja wartawan dan harapan publik terhadap peran perubahan sosial pers umum menipis. Pers umum mulai dicemari oleh jurnalisme preman dan media pornografis. Pers umum di era Gus Dur cenderung larut pada pertentangan elit legislatif dan eksekutif bahkan larut dalam irama yang dimainkan sekelompok elit politik yang haus kekuasaan. Masyarakat pembaca tidak memiliki alternatif bacaan karena pers mahasiswa tidur nyenyak setelah lelah memainkan peran kritisnya di era orde baru. Pers umum juga makin terjebak pada *talking news* atau jurnalisme kata-kata yang kering fakta empiris.

Kedua, pers mahasiswa perlu mengusung jurnalisme advokatif yang berbasis pada penguatan isu dan dinamika politik lokal seperti ekonomi kampus, komersialisasi pendidikan, dan reformasi pemerintahan daerah menuju *good governance*. Pers mahasiswa harus merambah diri ke isu-isu krusial yang bersentuhan langsung dengan kaum tertindas, meninggalkan jauh hasrat intelektualisme yang berada di menara gading. Pers mahasiswa menghindari peran notulensi pergulatan intelektual yang berhenti sebagai perdebatan akademis. Egoisme dan arogransi kekuatan disiplin ilmu tertentu saat analisis sosial yang tercermin pada dominasi isi dalam penertiban media mahasiswa akan membahayakan bagi persemaian kebersamaan dalam gerakan sosial.

Ketiga, konsolidasi orgnaisasi. Meskipun terdengan klasik dan klise, tetapi sejarah membuktikan pers mahasiswa selalu gagal melakukan konsolidasi baik sebagai organisasi penerbitan maupun organ gerakan dalam beragam aliansinya, belakangan perpecahan makin kentara misalnya antara Perhimpunan Penerbitan Mahasiswa Indonesia (PPMI) dengan organisasi otonom yang tumbuh dan berpusar di setiap kota seperti forum pers mahasiswa Yogyakarta (FORESMAYO) di Yogyakarta. Yang perlu ditekankan adalah, pengendalian kemampuan menurut logika dan standar pers umum memang bukan tujuan akhir dari konsolidasi pers mahasiswa itu. Sebab sebagaimana khittahnya, pers mahasiswa hanya bisa berkonsolidasi dalam kerangka membangun ikatan moral yang kuat. Gerakan sosial kolektif antar aktivisi dan inilah yang justru makin sulit diwujudkan.

Agar kembali kepada pijakan dasar pers mahasiswa, maka aktivis pers mahasiswa perlu mencermati adanya perbedaan kontrol objektif pers mahasiswa dan pers umum yang tetap ada sebelum maupun sesudah reformasi 1998. Adapun persoalan profesionalisme, ada ukuran prespektif bisnis yang berarti pers umum sebagai standarnya, ataukah sekedar *spirit* yang berarti bagaimana bisa agar dalam keterbatasannya pers mahasiswa berjalan normal dan *regular*. Kedua kriteria itu sangat berbeda implikasinya terutama terhadap perwadahan idealisme.

Perlu dirumuskan strategi baru gerakan dan profit pengelola pers mahasiswa sebagai pra kondisi menuju profesionalisme, yang ukurannya pengakuan dari publik. Penting diupayakan suatu ketegasan sikap memposisikan diri, apakah aktivis pers mahasiswa memang sedang berada dalam suatu kancah gerakan pers, bagian gerakan mahasiswa atau sekedar kegiatan akademik kilmuaan yang karena masalah sistematik kian jauh dari dinamika perubahan masyrakat. Krisis identitas kegamangan yang luar biasa setelah reformasi bergulir sebetulnya tidak perlu terjadi kalau saja sejak dulu ketegasan sikap itu telah ada. Ketegasan sikap itu jadi krusial, karena berkait langsung dengan pilihan identitas yang mau dibangun dari seluruh kinerja pers mahaiswa.

Profesionalisme pers mahasiswa dapat dibangun melalui model orgnaisasi pers mahasiswa dan jaringan orgnaisasi antar pers mahaiswa yang kondusif. Hubungan aktivis jurnalis pada jenis organisasi tertentu, termasuk organisasi kewartawanan, berpengaruh terhadap penumpulan atau sebaliknya peningkatan kreatifitas dan sikap kritisnya. Jurnalis yang aktif di institusi pendidikan yang relative independen misalnya, akan kentara perbedaannya dengan mereka yang berbau partisan. Peran pers mahasiswa sebagai pengawas penyelenggaraan Negara untuk kesejahteraan rakyat memerlukan SDM yang independen, yang tercipta dari organisasi yang independen pula.

Analaogi dengan hal ini adalah terdapat perbedaan cukup signifikan antara jurnalis yang aktif pada organisasi kewartawanan tertentu semisal PWI dengan AJI, dan seterusnya. Meminjam istilah **Robert Bryn** (**1980**), sebagai intelektual kelas menengah, jurnalis pada tingkatan tertentu terpengaruh oleh prespektif funsionalis. Mereka yang tadinya bebas atau independen, karena godaan berorganisasi termasuk terlibat dunia politik praktis, menjadi semakin terserap ke dalam supra-stuktur institusional, yang banyak diatur oleh kepentingan di luar dirinya. Kaum intelektual semacam itu mewakili sikap moderasi yang berujung pada hilangnya sikap radikal.

Mengingat kesamaan musuh dan keleluasaan yang relatif untuk terbit, maka pers mahasiswa dan pers umum juga perlu menjalin kerjasama. Dua target kerja sama yang dapat dilakukan adalah, pertama hal advokasi. keberlangsungan pers tidak lepas dari berbagai represi legal stukutural, dan represi massa, sehingga kedua institusi itu perlu saling melakukan pembelaan. Kedua, dalam hal pengembangan SDM untuk eksplorasi berita. Isu yang masih tergolong sulit muncul di pers umum bisa dialokasikan ke pers mahasiswa, demikian pula sebaliknya berdasarkan profesionalisme untuk saling menjadi etika dari pembinaan. Bukan rahasia umum, yang baru bisa ditiru pers umum dari pers mahasiswa adalah soal berita yang lebih kritis. Kalau soal independensi dan kerja gotong royong, pers umum harus belajar, sementara pers mahasiswa perlu banyak menimba ilmu soal profesionalisme dalam kerangka manajemen SDM dan kelembagaan.

Pada akhirnya pembicaraan mengenai eksistensi media bukan lagi membicarakan mengenai sebuah media itu ada atau tidak, terlebih eksistensi dalam hal ini adalah sebuah keragaman bentuk atau variatif kinerja yang dikerahkan dengan tujuan mempertahankan suatu media yang didasrkan pada faktor-faktor internal dan eksternal media tersebut.

* 1. **Idelisme**

Idelisme adalah cita-cita, obsesi, sesuatu yang harus dikejar untuk bisa dijangkau dengan segala daya dan cara yang dibenarkan menurut etika dan norma profesi yang berlaku serta diakui oleh masyarakat dan negara. Menegakan nila-nila demokrasi dan hak asasi manusia, memperjuangkan keadilan dan kebenaran, adalah contoh idealisme yang harus senantiasa diperjuangkan pers. Dasarnya, sebagaimana dinyatakan dalam pasal 3 ayat 1 UU Pokok Pers No 40/1999, pers nasional mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial.

Dalam konteks pers mahasiswa, maka idealisme pers mahaiswa terkait pada perlu pengusungan jurnalisme advokatif yang berbasis pada penguatan isu dan dinamika politik lokal seperti otonomi kampus, komersialisasi pendidikan, dan reformaso pemerintahan daerah menuju *good governance* **(Masduki, 2003:116).**

Idealisme itulah yang mulai luntur dan tidak dimiliki oleh pers mahasiswa saat ini.

**pada prinsipnya, pers mahasiswa harus tetap mempertahankan kehadirannya sebagai bagian dari alternatif bacaan mahasiswa dengan coraknya yang khas. Dengan mengambil segmentasi mahasiswa, sesungguhnya pers mahasiswa sudah dapat menemukan sebuah pasar yang khas dan tidak dimiliki pers secara umum[[3]](#footnote-3)**

Nilai alternatif pers mahasiswa juga harus dipandang sebagai bentuk sarana untuk melakukan sebuah perubahan sosial sesuai dengan fungsi mahasiswa itu sendiri yaitu sebagai agen perubahan sosial, dibutuhkan sebuah amunisi, dan amunisi paling penting bagi mahasiswa adalah idealisme dan intelektualisme transfomatif yang menyentuh realitas. Sesuai dengan karakter pers mahasiswa, yakni radikal, intelektuak, namun tetap popular.

Idealisme ini terungkap dalam visi dan misi media massa dan dalam praktik kesehariannya yang dapat dilihat dari isi, atau nilai-nilai pesan yang disampaikan, baik dalam bentuk pemberitaan, ulasan-ulasan, maupun pandangan-pandangan. Visi suatu penerbitan media massa adalah serangkaian nilai dasar yang menjadi sumber dan kerangka acuan penertiban pers yang bersangkutan. Jacob Utama mengatakanan bahwa visi adalah kerangka acuan hidup sehingga menjadi perangkat atau kontur yang membuat media secara konsisten mempunyai kepribadian yang tertentu, dalam seluruh isi pesan, bentuk, stuktur, gaya, warna, lantas juga membangun satu tingkat kredibilitas tertentu untuk menyikapi permasalahan-permasalahan sumber berita sehingga refrensi menentukan bagi watak dan kepribadian penerbitnya.

Ini tentu merupakan konsep ideal yang umum. Lebih dalam, idealisme suatu pers mahasiswa sangat berantung akan tujuan awal diberdirikannya pers mahasiswa tersebut. LPM JUMPA Unpas sebagai salah satu sub sistem dibawah Universitas Pasundan pun memiliki maksud dan tujuan awal pendiriannya yang termaktub dalam Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga LPM JUMPA. Salah satu maksud dan tujuan yang disebutkan adakah sebagai wadah untuk memfasilitasi seluruh elemen baik itu mahasiswa, dosen, dan pegawai Unpas menumbuhkan minat, bakat dan kreatifitas. Selain itu idealisme yang harus terus dijaga adalah soal kekritisan, sebab awal dibangun dan didirikannya LPM JUMPA ini adalah sebagai pembentuk atau embrio mahasiswa-mahasiswa yang nantinya tumbuh menjadi seorang yang kritis baik di dalam kampus maupun di luar kampus.

* 1. **Manajemen Media**

Manajemen berasal dari bahasa Inggris *management* yang berarti memipin, membimbing dan mengatur. Menurut **Henry Fayol** yang dikutip oleh **Djuroto** dalam bukunya **“Manajemen penerbitan pers”** manajemen adalah :

**proses menginterprtaskan, mengkoordinasikan sumber daya, sumber dana, dan sumber lainnya untuk mencapi tujuan dan sasaran melalui tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, pengawasan, dan penilaian. (2002:95-96)**

Sedangkan menurut **G.R Terry** yang dikutip oleh buku yang ditulis **Soehoet** menyatakan bahwa manajemen adalah :

**Suatu proses atau kerangka kerja yang melibatkan bimbingan atau pengarahan suatu kelompok orang-orang kerarah tujuan-tujuan organisasional atau maksud-maksud yang nyata (Terry, 1996:1)**

Lebih lanjut **Terry** dalam **Soehoet,**) menyebutkan bahwa:

**proses manajemen terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian. Penggerakan, dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran atau tujuan-tujuan yang telah ditetapkan melalui pemanfaat sumber daya manusia serta sumber-sumber lain.( 2003:1)**

Apa yang dimaksud dengan sumber lain di sini adalah *men* (manusisa), *materials* (bahan-bahan), *machines* (mesin/peralatan). *methods* (metode/cara), *money* (uang), dan *market* (pasar) atau disingkat menjadi 6M.

Jadi, manajemen merupakan suatu proses yang khas dari tindakan-tindakan POAC atau 4P. Disebut proses yang khas karena tindakan 4P selalu dilakukan terus menerus dan berkesinambungan di dalam suatu persuhaan untuk menentukan dan mencapai sasaran-sasaran melalui pemanfaat 6M. dalam konteks ini, manajemen media massa berarti pengaplikasian tindakan-tindakan 6P (Penelitian, Perencanaa, Pengorganisasaian, Penggerakan, Pengawasan, dan Penilaian) yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran media masssa melalui pemanfaat 6M (*men, matherials, machines, method, money* dan *market)*. Dengan memperhatikan PIRO (*people, ideas, Resources, Objective* ). (**Soehet:2003:6**).

Dalam hal ini peneliti akan melihat bagaimana proses kerja LPM JUMPA untuk mencapai idealismenya melalui pemanfaatan 6M, yakni *men* (manusia) yang menyangkut sumber daya manusia Jumpa, *Matherials* (Bahan-bahan) yang menyangkut perihal bahan baku produksi tabloid, bulletin, dan Tabloid JUMPA, *machines* (mesin/peralatan) yang menyangkut percetakan, *methods* (cara/metode) yang menyangkut alur kerja Jumpa, *money* (uang) yang menyangkut darimana saja sumber pendanaan dan bagaimana pengelolaannya, dan *market* (pasar) yang menyangkut konsumen Jumpa, serta segala cara yang dilakukan Jumpa untuk bisa mendapatkan konsumennya.

**2.8. Apresiasi Pembaca**

Istilah apresiasi berasal dari bahasa latin *apreciato* yang berarti mengindahkan atau menghargai. Dalam konteks yang lebih luas, istilah apresiasi menurut **Gove megandung** makna (1) pengebalan melalui perasaan atau kepekaan batin dan (2) pemahaman dan pengakuan terhadap nilai-nilai keindahan yang diungkapkan pengarang. Pada sisi lain, **Squire** dan **Taba** berkesimpulan bahwa sebagai suatu proses, apresiasi melibatkan tiga unsur, yaki 1) Aspek kognitif 2) aspek emotif 3) asepek evaluative **(Aminudin**, **2003:34)**

Menurut **Hornby** (**1987**) kata apresiasi berasal dari bahasa Inggris *Appreciation* yang berarti pemahaman dan pengenalan yang tepat, pertimbangan dan penilaian serta pernyataan yang memberikan nilai. Dalam kamus Umum Bahasa Indonesia karangan **W.J.S Poerwadinata** berarti penilaian baik, penghargaan terhadap suatu produk budaya. Penilaian atau penghargaan yang diberikan oleh pembaca didahului dengan adanya pengenalan, pemehaman, dan menikmati. Sedangkan menurut **Echols** dan **Shadily** (**1982**) berarti penghargaan dan pengertian (**Atmazaki**, **1991:133**)

Batasan di atas sejiwa dengan arti leksikal dari kamus *The New Method English Dictionary* yang ditulis oleh oleh **Michael Philps west, M.A., D. Phil cs** dan dikutip oleh **Natawidjaya** dalam bukunya :

***“Appreciate is to judge the value of, to feel that a thing is a good and understand what way it is good” (*Natawidjaya, 1982:1)**

Sedangkan **Witherington** memberikan pengertian lain mengenai kata apresiasi yaitu sebagai berikut :

**Apresiasi adalah jawaban seseorang yang sudah matang dan berkembang kea rah nilai yang lebih tinggi sehingga ia siap untuk melihat dan mengenal nilai dengan tepat dan menjawabnya dengan hangat dan simpatik.**

Berdasarkan hasil studi yang dilakukan **Square, Taba, F.B. Davis** dan **Haris** (**1948**), Aminudin menyimpulkan bahwa terdapat tiga aspek penting dalam apresiasi yaitu :

1. Aspek Kognitif
2. Asepk Emotif
3. Asepek Evaluatif

Aspek Kognitif berkaitan dengan keterlibatan intelek pembaca dalam upaya memahami unsur wacana/teks yang bersifat obyektif, yaitu unsur intrinsik meliputi bahasa, tulisan, dan stukutr wacana dan unsur lain dari teks yang bersifat subyektif seperti biografi pengarang/kredibilitas, latar kreatif penicptaan maupun latar sosial budaya yang menunjang kehadiran teks sastra. Aspek Emotif berkaitan dengan keterlibatan unsur emosi pembaca dalam upaya menghargai, menghayati ide dan nilai rasa dalam teks yang dibaca. Aspek evaluatif berhubungan dengan kegiatan memberikan penilaian terhadap teks dengan ragam penilain tertentu.

Apresiasi seseorang tidak mungkin langsung tinggi atau luas melainkan berangsur-angsur dari tempat yang rendah sampai taraf yang paling tinggi. Dari yang sempit, sampai ke yang paling luas. (**Atmazaki**, **1991:134**). Apresiasi merupakan kegiatan mental atu fisik seseorang dalam merespon sesuatu sehingga di dalamnya aka nada efek, ada resepsi dan ada persepsi terhadap sesuatu itu. Mungkin respon-respon itu dalam bentuk tanggapan-tanggapan, mungkin dalam bentuk pemahaman, atau mungkin dalam bentuk penerimaan, dan juga tentu bentuk lainnya.

Adapun tingkat-tingkatan apresiasi menurut **Natawidjaya** dalam bukunya dapat diurutkan sebagai berikut :

1. **Tingkat penikmatan, tindak oprasionalnya dalam bentuk membaca, mendengat, menonton, yang mungkin tidak disertai pemahaman.**
2. **Tingkat penghargaan, seseorang mampu melihat kebaikan, nilai dan guna, mampu mengambil suatu manfaat, merasakan suatu pengaruh yang menyusup ke dalam jiwa dan sebagainya.**
3. **Tingkat pemahaman, bersifat studi, mencari pengertian, dan mencari sebab akibat.**
4. **Tingkat penghayatan, seseorang mulai meyakini apa dan bagaimana sesuatu itu, membuat analisa, dan mengungkapkan nilai pandangan**
5. **Tingkat implikasi, bersifat makfirat, memperoleh nilai material, moral, ataupun spiritual untuk kepentingan sosial dan lainnya. (1982:2-3)**

Apresiasi pembaca yang dimaksudkan dalam penilitian ini adalah untuk melihat bagaimana apresiasi pembaca Jumpa dilihat dari tingkat apresiasi. Apresiasi ini terkait dengan eksistensi Jumpa di tengah-tengah civitas akademika Unpas yang tak lepas dari peran merka yang membaca dan merasa membutuhkan Jumpa. Kurangnya apresiasi bisa menjadi turunnya oplah dan posisi tawar yang hal ini bisa menganggu eksistensi dari sebuah media.

Berbagai faktor bisa menjadi penyebab kemunduran pers mahasiswa, ada beberapa pandangan yang melihat pers mahasiswa mundur sejak media *mainstream* memiliki kebebasan yang luas untuk bisa memberikan apapun, apalagi media *mainstream* juga memiliki modal yang besar, dikelola dengan manajemen yang professional, dan disebarluaskan dengan menawarkan berbagai sajian yang lebih aktual dan menarik perhatian.

Dalam penelitian ini, pembaca yang akan diminta untuk mengapresiasi ditentukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling,* yakni pengumpulan sampel yang memiliki kriteria khusus yang mendekati ciri populasi. Purposive sampling dalam penelitian ini secara umum menggunakan metode heterogeneity sampling dimana sampel terdiri dari orang-orang dari berbagai pendapat pandangan atau karakteristik yang tidak mempertimbangkan proposisi populasi sesungguhnya. Adapun pengumpulan data untuk apresiasi pembaca ini akan dilakukan dengan cara wawancara yang dilakukan terpisah masing-masing informan kunci.

**2.9. Tabloid**

Tabloid adalah sejenis surat kabar yang terbit dengan ukuran setengah dari ukuran surat kabar biasa dan dengan gaya jurnalistik yang khas, missal reportase foto dan gambar khusus (**Assegaf, 1995:47**). Tabloid pertama kali muncul di Indonesia pada 1870-an. Tujuan awal pembuatannya adalah agar surat kabar lebih mudah dibawa dengan ukuran yang lebih kecil, yaitu rata-rata setengah dari ukuran surat kabar normal biasanya. Ukuran baku tabloid adalah setengah dari ukuran surat kabar biasa, yaitu 28,4 x 41 cm.

Keunggulan tabloid jika dibandingkan dengan media cetak lainnya adalah bahwa tabloid memilik isi yang lebih khusus dan mendalam. Boleh dikatakan isisnya serupa dengan majalah. Adapun yang membedakannya terletak pada mutu kertas, format, ketebelan isi, dan harga. Format tabloid hadir lebih besar denga nisi yang lebih tipis dan harga yang lebih murah.[[4]](#footnote-4)

Karakteristik tabloid hampir sama dengan surat kabar, tetapi sifatnya tidak harian dan lebih cenderung berisi *feature,* artikel, wawancara, dan foto. Selain itu, adapula karakteristik lainnya yaitu :

1. Terbit mingguan dengan peminat baca tertentu dan bisa menayangkan iklan secara berturut-turut. Misalnya tabloid berdasarkan umur, hobi, dll.
2. Fleksibel, dapat dibaca dimana saja dan kapan saja.
3. Bersifat massal, tabloid juga mempunyai pembaca yang memiliki minat khusus.

Sifat-sifat tabloid sama seperti majalah, hanya saja yang membedakn tabloid tidak dapat dijilid, beritanya ringan dan mudah dicerna, serta menampilkan banyak gambar atau foto. Berikut kelebihan-kelebihan yang dimiliki tabloid yang membedakannya dengan media lain :

* Harga lebih murah daripada majalah dengan sifat isi yang hampir sama
* Segmentasi jenis tabloid jelas, sehinnga target pembaca juga jelas
* Dapat dibaca siapa saja karena beritanya ringan
* Market coverage tinggi sehingga distribusi sampai ke pelosok-pelosok
* Dapat dibeli tanpa menjadi pelanggan
* Ukurannya lebih kecil sehinggal lebih *handy*
* Bisa dibaca dengan frekuensi panjang, karena biasanya tabloid hadir mingguan
* Kualitas kertas lebih baik dari surat kabar

Selain memiliki kelebihan tentunya tabloid memliki kekurangan sehingga ada beberapa hal yang membuat tabloid tidak terlalu baik diantaranya :

* Clutter yang tinggi sehingga iklan tidak tersegmen dengan jelas
* Kualitas cetak yang buruk daripada majalah
* Berita yang tidak aktual
* Medium statis, tidak dilengkapi audio-video, dan
* Tidak dapat disimpan dalam jangka waktu lama. Dibandingkan dengan majalah yang punya kertas lebih bagus dan dijilid, maka tabloid susah bila disimpan lebih lama.

Beberapa alasan penyebab kalangan media massa memilih tabloid sebagai format, atau bentuk produk medianya antara lain[[5]](#footnote-5):

1. *Manage ability* : pertimbangan ini lebih didasarkan pada pembaca yang diperkirakan akan lebih mudah memegang tabloid dibanding surat kabar.
2. *Design possibility* : tabloid lebih memungkinkan untuk menciptakan halaman yang atraktif dan bereksperimen dengan lebih banyak desain.
3. *Advertising potential* : format tabloid lebih menguntungkan karena pemasang iklan lebih suka memasang iklan 1 halaman penuh dengan biaya lebih murah
4. *Departementalizing* : format tabloid menawarkan lebih banyak pendekatan praktis untuk memisahkan berita dengan *feature* jadi bagian perbagian

**2.10 Berita**

Dalam definisi jurnalistik seperti dikutip oleh **Assegaf** dalam buku **sumadiria** (2006:64) dikatakan bahwa :

**Berita adalah laporan tentang fakta yang termasam yang dipilih oleh staf redaksi suatu harian untuk disiarkan, yang dapat menerik perhatian pembaca, entah karena dia luar biasa, entah karena penting, atau akibatnya, entah pula karena dia mencakup segi-segi human interest seperti humor, emosi, dan ketegangan.**

Sementara itu, **Paul De Massener** dalam buku **Here’s The News: Unesei Associate** menyatakan bahwa :Berita adalah sebuah informasi yang penting dan menarik perhatian serta minat khalayak pendengar.

Sedangkan menurut **Charnley** dan **James M.Neal** yang dikutip oleh **Sumadiria** dalam bukunya menuturkan bahwa:

**Berita adalah laporan tentang suatu persitiwa, opini, kecenderungan, situasi, kondisi, interpretasi yang penting, menarik, masih baru, dan secepatnya disampaikan kepada khalayak**

Dalam pers timur, berita tidak baik dipandang sebagai komoditi, berita bukan barang dagangan. Berita adalah suatu proses yang ditentukan arahnya. Berita tidak baik didasarkan pada maksud untuk memuaskan nafsu ingin tahu segala sesuatu yang luar biasa dan menakjubkan, melainkan pada keharusan ikut berusaha mengorganisasikan pembangunan dan pemeliharaan Negara sosialis.

Berbeda dengan pers timur, pers barat memandang berita itu sebagai komoditi, sebagai barang dagangan yang diperjual belikan. Oleh karena itu, sebagai barang dagangan ia harus menarik. Tidak heran jika pers barat mendefinisikan berita seperti yang diberikan oleh raja pers dari Inggris, *Lord Northcliffe*, yang mengatakan bahwa berita adalah sesuatu yang tidak biasa, dan seorang wartawan bernama *Walkley* menambahkan, digabungkan dengan unsur kejutan (**Kusumaningrat, 2007:32**)

**2.11. Teori Media-Masyarakat III: Fungsionalisme Stuktural Mc.Quail**

Teori fungsionalis (*functionalist theory*) menjelaskan praktik sosial dan lembaga yang berkaitan dengan kebutuhan masyarakat dan individu (**Merton**, **1957**, dalam **Mc Quail**, **2011: 107**). Masyarakat dipandang sebagai sistem yang berjalan dari subsistem atau bagian yang saling berhubungan, masing-masing memiliki kontribusi yang penting bagi keberlangsungan dan keteraturan, media dapat dilihat sebagai satu bagian dari sistem ini. Kehidupan sosial yang teratur membutuhkan pemeliharaan terus menerus yang kurang lebih akurat, konsisten, mendukung, dan gamabaran utuh dari pekerjaan masyarakat, serta lingkungan sosial.

Walaupun fungsionalisme awalnya berasal dari sosiologi, pendekatan ini bertahan kepada bentuk media baru (Misalnya **Luhman**, **2000**) dan masih berperan besar dalam rangka memberikan kerangka dan menjawab pertanyaan penelitian mengenai media. Pendekatan ini masih berguna dengan tujuan menggambarkan dan menawarkan bahasa untuk membahas hubungan antara media massa dengan masyarakat dan memiliki seperangkat konsep yang sulit digantikan. Terminologi ini memiliki keuntungan karena dipahami secara luas oleh para komunikatir massa dan kahalayaknya.

Berikut seperangkat ide tentang tuas (fungsi) media dalam masyarakat informasi.

* Menyediakan informasi mengenai peristiwa dan kondisi dalam masyarakat dunia
* Menunjukan adanya hubungan kekuatan
* Memberikan sarana bagi inovasi, adaptasi, dan pertumbuhan

Korelasi

* Menjelaskan, menafsirkan, dan memberikan komentar atas makna peristiwa dan informasi
* Menyediakan dukungan untuk kekuasaan dan norma yang mapan
* Sosialisasi
* Mengatur aktivitas yang terpisah
* Membangun konsesus
* Mengatur tatanan prioritas dan melambangkan status relatif

Keberlanjutan

* Mengekspresikan budaya dominan dan memahami perkembangan kultur dan subkultur yang baru
* Mendiring dan memelihara kesamaan nilai

Hiburan

* Menyediakan kesenangan, pengalihan, dan sebagai alat relaksasi
* Mengurangi tekanan sosial

Mobilisasi

* Mengampayaken tujuan sosial di ranah politik, perang, perkembangan, ekonomi, pekerjaan, dan terkadang agama

Setidaknyanya ada lima poin yang disebut **Mc Quail** sebagai proposisi utama teori fungsionalis media, yakni:

1. Media adalah lembaga dalam masyrakat
2. Media menjalankan tugas yang diperlukan dalam hal mengawasi, menata, dan menyatukan
3. Fungsi media dapat dilihat pada efek media
4. Manajemen tekanan
5. Adapula efek berbahaya yang tidak disengaja yang dikelompokkan sebagai disfungsi. (**Mc. Quail,** **2011:109**)

Studi kasus mengenai eksistensi Tabloid JUMPA ini secara eksplisit bisa digambarkan dalam pendekatan stuktural fungsional yang tleh diaplikasikan oleh Mc Quail (**1989:74**), dalam konsep Hubungan Media Massa dengan Masyarakat yang melihat media massa sebagai sub sistem dari sistem sosial politik yang berlaku dimana media massa tersebut berasa, dan juga berusaha melihat hubungan timbal balik antara media massa dengan masyarakat, masing-masing sebagai kesatuan organis yang berdialog sebagai partner melalui proses pembentukan pendapat umum. Tidak hanya kausal.

Asumsi dasar dari pendekatan stukutural fungsional dari Talco Parson dan dikutip oleh Ritzer dalam bukunya adalah :

**“...bahwa setiap stuktur dalam sistem sosial, fungsional terhadap yang lain. Sebaliknya kalua tidak fungsional maka stuktur tersebetu tidak aka nada atau hilang dengan sendirinya.” (Rizer, 1985:25)**

Sebagai bagian dari suatu sistem sosial, kajian tentang permasalahan media tidak dapat dilepaskan dari kajian tentang sistem sosial-politik, ekonomi, budaya yang berlaku.

Seperti yang diungkapkan oleh Mc Quail dalam bukunya bahwa

**Fungsi dan tujuan media massa ditemukan oleh beberapa pihak, seperti sistem masyakat setempat, khalayak media, dan pemilik media (Mc Quail, 1989:74)**

Sebagai sebuah media yang berkembang di suatu lingkungan akademis, LPM JUMPA pun mendapar tuntutan dari masyarakat setempat, dalam hal ini lingkungan civitas akademika Universitas Pasundan. Tuntutan tersebut berupa keinginan dan harapan kepada LPM JUMPA agar menjadi sarana untuk menampung daya kreatifitas dan kritis dari mahasiswa. Adapaun khalayak media memiliki tuntutan kepada Jumpa untuk memenuhi kebutuhan informasi terkait kampus. Adapun dalam hal pemilik media yang dalam media umum lebih kental dengan bisnis, maka dalam hal tersebut Jumpa berbeda. Pemilik media ini bisa dikatakan mahasiswa, karenanya kepentingan redaksional pun disesuaikan dengan kebutuhan mahasiswa.

Teori stuktur media banyak berfokus pada pertanyaan mengenai keseragaman dan keragaman. Sebagian besar teori sosial berkaitan dengan kepentingan publik yang menempatkan nilai atas keragaman, dan terdapat juga dimensi ekonomi yang terlibat, yaitu monopoli versus kompetisi.

Terkait hal tersebut, dalam pembahasan mengenai ekonomi media, terdapat tiga aspek utama terhadap pertanyaan ini: kompetisi intermedia, kompetisi intramedia, dan kompetisi interfirm. Kompetisi intermedia bergantung pada apakah produk dapat menggantikan satu sama lain dan apakah iklan dapat diganti dari satu media ke media lainnya. Dalam hal ini, peneliti melihat gejala kompetisi intermedia inilah yang tenghn dialami oleh LPM JUMPA.

Dalam teori Mc Quail, konsep mengenai hubungan media massa dengan masyarakat digambarkan dengan lebih luas yakni :

**Gambar 2.1**

**Konsep Hubungan Media Massa dengan Masyarakat**

**Sumber : (Mc Quail, 1989:74)**

Masyarakat -> intergrasi kontrol pencapaian tujuan

Pemilik Media -> Keuntungan Status

Kelas Dominan -> Kekuasaan

Kelas Lemah -> Sarana Kontrol

Komunikasi Massa -> Kepuasan Kerja

Khalayak Media -> Sumber Informasi

Suara Masyarakat -> Kesempatan perolehan

**2.12. Kepemilikan dan Kontrol**

Hal fundamental bagi pemahaman stuktur media adalah persoalan kepemilikan dan bagaimana kekuasaan kepemilikan dijalankan. Kepercayaan kepemilikan sangat menentukan sifat media tidak sekedar teori Maris, tetapi merupakan aksioma logis yang dirangkum ke dalam hukum kedua jurnalisme milik **Altschull** (**1984**): “konten media selalu mencerminkan kepentingan mereka yang membiayayinya”. Tidak mengeherankan bila terdapat beberapa bentuk kepemilikan media yang berbeda dan kekuatan kepemilikan dapat dijalankan dengan berbagai cara.

Sebagian besar media termasuk ke dalam satu dari tiga katagori kepemilikan yaitu : perusahaan komersial, badan swasta nirlaba, dan sektor publik. Bagaimanapun, masing-masing katagori ini memiliki pembagian yang berbeda. Berikut empat poin proposisi mengenai kepemilikan dan kontrol media yang ditulis oleh **Mc Quail** (**2011:255**) :

1. **Kebebasan pers mendukung hak pemilik untuk memutuskan konten.**
2. **Bentuk kepemilikan tidak dapat menghindar dari pengaruh terhadap konten.**
3. **Keragaman kepemilikan dan kompetisi bebas adalah perlawanan yang tanggung melawan penyalahgunaan kekuasaan kepemilikan**
4. **Biasanya terdapat mekanisme *‘check and balance’* di dalam sistem untuk membatasi pengaruh dari pemilik yang tidak diinginkan.**

Dalam jurnal berjudul *Campus Press, Inc ; A critical analysis of tehe corporatization of collegiate media* yang disusun oleh **Thomas F Corrigan and Jennifer M Proffitt,** kepemilikan pers kampus atau pers mahasiswa juga menjadi salah satu titik pembahasan.

***“the campus press is a publication that is a university entity, often funded by the university or student fees, but retaining it’s own editorial control, independent of the administration. These publications are the “traditional” newspaper found at most public and private universities (fischer, 1973: 62). The university has no prior restraint over content and is not legally hable for any content.”***

Penjelasan tersebut mewakili keberadaan LPM JUMPA sebagai suatu organisasi di bawah entitas Universitas, dalam hal ini Universitas Pasundan. Dengan begitu, tidak dapat dipungkiri bahwa LPM JUMPA masih dibawah pembiayaan Universitas, meski sumber tersebutpun sebenarnya berasal dari mahasiswa. Meski begitu, tetap mahasiswa memiliki kebebasan editorial sendiri yang tidak bisa diganggu gugat oleh pihak universitas.

Dengan mengutip kalimat bahwa konten akan mewakili kepemilikan media, maka dalam hal ini, seharusnya konten LPM JUMPA akan mewakili kepentingan mahasiswa sebagai pihak yang membiyayai secara tidak langsung keberadaan mereka.

1. Curis D. MacDougal,1972 *Interpretative Reporting,* Macmilian Publishing Co, Inc, New York, [↑](#footnote-ref-1)
2. Allan Nur Lasido, dalam Artikel “Medan Priaji:Pelopor Jurnalisme Advokasi” [↑](#footnote-ref-2)
3. Roni Tabroni dalam Artikel “Mencari Identitas Pers Mahasiswa”

   Http://Roni-Tabroni.blogspot.com2007/06/mencari-identitas-pers-mahasiswa. Html diakses pada kamis, 30 Juni pukul 15:46 [↑](#footnote-ref-3)
4. Materi kuliah periklanan jurusan komunikasi STAIN Purwokerto oleh Warto S.I.Kom [↑](#footnote-ref-4)
5. Diambil dari [www.belajardekavetiga.blogspot.com](http://www.belajardekavetiga.blogspot.com), diakses 30 Juni 2016, pukul 13:00 [↑](#footnote-ref-5)