

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Massa

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh **Bittner** yang dikutip oleh **Rahmat** dalam buku **Komunikasi Massa** 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 of people*). (2007:3)

Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti ketika rapat akbar di lapangan luas yang dihadiri oleh ribuan orang, bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa seperti surat kabar, majalah, televisi, dan radio maka itu semua tidak dapat dikatakan sebagai komunikasi massa. Sebab dalam proses penyampaiannya komunikasinya tidak menggunakan media massa, seperti media elektronik yang di dalamnya terdapat radio dan televisi, serta media cetak yaitu majalah dan surat kabar.

Adapun definisi komunikasi massa yang lebih perinci dikemukakan oleh ahli komunikasi lainnya yaitu **Gerbner** yang dikutip oleh **Rakhamat** dalam buku **Komunikasi Massa**, menurutnya komunikasi massa adalah :

“Mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies”.

Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri. (2007:3)

Definisi **Gerbner** menggambarkan bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebar, didistribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jangka waktu yang tetap. Proses produksi pesan tidak dapat dilakukan oleh perorangan, melainkan harus oleh lembaga, dan membutuhkan suatu teknologi tertentu.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa, komunikasi massa harus menggunakan media massa sebagai media penyampai informasi kepada khalayak dalam kegiatan berkomunikasi pada komunikasi massa. Dimana media yang termasuk media massa adalah radio, televisi, majalah, dan surat kabar yang dikenal sebagai media massa.

2.1.1 Proses Komunikasi Massa

Proses merupakan suatu peristiwa yang berlangsung secara kontinyu, tidak diketahui kapan mulainya dan kapan akan berakhirnya. Demikian pula dengan

komunikasi yang pada hakikatnya merupakan suatu proses, berlangsungnya komunikasi sudah pasti memerlukan berbagai komponen (elemen).

Schramm (dalam Ardianto) melalui bukunya yang berjudul **Komunikasi Massa** mengungkapkan bahwa untuk berlangsungnya suatu kegiatan komunikasi, minimal diperlukan tiga komponen yaitu *Source, Message, dan Destination* atau **komunikator, pesan, komunikan. (2007:27)** Apabila salah satu dari komponen tersebut tidak ada, maka komunikasi tidak dapat berlangsung.

Selain itu menurut **Lasswell** (dalam **Ardianto**) menyebutkan bahwa pengertian proses komunikasi dikenal dengan “**media cetak (*press*) media auditif (radio), media visual (gambar, lukisan) atau media *audio visual* (televisi dan film)**”. (2007:28)

Yang dimaksud dengan kutipan di atas, proses komunikasi massa dengan media atau alat yang dapat digunakan untuk mencapai massa (sejumlah orang yang tidak terbatas). Dalam penentuan media di atas pada proses komunikasi massa dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 2.1 Formula Lasswell

<i>WHO</i>	<i>SAY WHAT</i>	<i>IN WHICH CHANNEL</i>	<i>TO WHOM</i>	<i>WITH WHAT EFFECT</i>
SIAPA	BERKATA APA	MELALUI SALURAN APA	KEPADA SIAPA	DENGAN EFEK APA
KOMUNIKATOR	PESAN	MEDIA	PENERIMA	EFEK
<i>CONTROL STUDIES</i>	ANALISIS PESAN	ANALISIS MEDIA	ANALISIS KHALAYAK	ANALISIS EFEK

Sumber : Ardianto (2007:29)

Dengan formula **Lasswell** dapat dipahami bahwa proses komunikasi terdapat lima unsur dalam proses komunikasi, berikut penjelasan mengenai tabel formula **Lasswell** :

1. *Who* (siapa) : Komunikator, orang yang menyampaikan pesan dalam proses komunikasi massa, bisa perorangan atau mewakili suatu lembaga, organisasi maupun instansi. Segala masalah kontrol (*control analysis*) yaitu analisis yang merupakan subdivisi dari riset lapangan.
2. *Say What* (apa yang dikatakan) : pernyataan umum, dapat berupa suatu ide, informasi, opini, pesan, dan sikap yang sangat erat kaitannya dengan masalah analisis pesan.
3. *In Which Channel* (melalui saluran apa) : media komunikasi atau saluran yang digunakan untuk melaksanakan kegiatan komunikasi. Dalam hal ini dapat digunakan *primary technique, secondary technique, direct communication* atay *indirect communication*.
4. *To Whom* (kepada siapa) : komunikan atau *audience* yang menjadi sasaran komunikasi. Kepada siapa pertanyaan tersebut ditujukan, berkaitan dengan masalah penerimaan pesan. Dalam hal ini diperlukan adanya analisis khalayak (*audience analysis*).
5. *With What Effect* (dengan efek apa) : hasil yang dicapai dari usaha penyampaian pernyataan umum itu pada sasaran yang dituju. Berkaitan dengan efek ini diperlukan adanya analisis efek. (2007:29)

2.1.2 Karakteristik Komunikasi Massa

Komunikasi massa mempunyai beberapa karakteristik khusus yang membedakan tipe komunikasi ini dengan tipe komunikasi yang lain. Komunikasi massa mempunyai karakter, hal ini dijelaskan oleh **Ardianto** dalam buku **Komunikasi Massa**, yaitu:

1. **Komunikator Terlembaga**; bahwa komunikasi massa itu melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks.
2. **Pesan Bersifat Umum**; komunikasi massa itu bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditunjukkan untuk semua orang dan tidak ditunjukkan untuk sekelompok orang tertentu.
3. **Komunikasinya Anonim dan Heterogen**; komunikasi pada komunikasi massa bersifat anonim dan heterogen.
4. **Media Massa Menimbulkan Keserempakan**; ciri lain dari komunikasi massa yaitu kemampuannya untuk menimbulkan keserempakan pada pihak khalayak dalam menerima pesan-pesan yang disebarkan.
5. **Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan**; hal ini menunjukkan muatan atau isi komunikasi, yaitu apa yang dikatakan, sedangkan untuk hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakannya, yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu.
6. **Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah**; ini berarti bahwa tidak terdapat arus balik dari komunikasi ke komunikator. Dengan kata lain komunikator tidak mengetahui tanggapan para pembaca atau penonton tentang pesan yang disampaikan.
7. **Stimulasi Alat Indra Terbatas**; hal ini dianggap sebagai salah satu kelemahan dari komunikasi massa.
8. **Umpan Balik Tertunda**; umpan balik sebagai respon memiliki faktor penting dalam bentuk komunikasi, sering kali dapat dilihat dari *feedback* yang disampaikan oleh komunikasi. (2007:6-12)

2.1.3 Radio Sebagai Media Massa

Radio adalah media auditif yang murah, merakyat, bisa dibawa atau didengarkan dimana-mana dan mempunyai daya jangkau yang luas. Radio memiliki kemampuan menyajikan berita secara cepat dan instan (langsung). Sebagai media massa radio memiliki cara tersendiri, yakni apa yang disebut *broadcast style* atau gaya radio siaran. Gaya radio siaran ini disebabkan oleh sifat radio ini dijelaskan oleh **Ardianto** dalam buku **Komunikasi Massa** yang mencangkup sebagai berikut :

1. Auditori

Sifat auditori itu sebagai konsekuensi dari radio siaran untuk didengar. Karena kemampuannya mendengar manusia itu terbatas, maka pesan komunikasi melalui radio siaran diterima dengan selintas.

2. *Radio is the now*

Ditinjau dari nilai aktualitas berita, mestinya radio siaran dibandingkan dengan media massa lainnya adalah yang paling aktual. Selain hitungan waktunya dalam detik, proses penyampaian pesannya lebih simpel. Radio siaran juga seringkali melakukan liputan langsung dari tempat kejadian.

3. Imajinatif

Karena hanya indra pendengaran yang digunakan oleh khalayak dan pesannya pun selintas, maka radio siaran dapat mengajak komunikannya untuk berimajinasi. Dengan kata lain, pendengar radio siaran bersifat imajinatif.

4. Akrab

Sifat radio siaran yang lainnya adalah akrab atau intim.

5. Gaya Percakapan

“keep it simple, keep it short, keep it conversational” (Newsom 1985:107) adalah rumus-rumus penulisan berita radio.

6. Menjaga Mobilitas

Pada umumnya mendengarkan radio sambil melakukan aktivitas lain, seperti: mengendarai mobil, menyetrika baju, makan, menulis, bahkan berbicara dengan orang lain. Mobilitas pendengar terjaga, karena pendengar tidak meninggalkan pekerjaan ketika mendengarkan radio. (2007:131-134)

Radio sebagai salah satu media komunikasi massa yang mengandalkan *audio* (suara) dalam menyampaikan pesan-pesan komunikasi dan radio memiliki karakteristik yang berbeda dari media massa lainnya.

Berdasarkan penjelasan di atas radio merupakan media massa yang mengtransmisikan pesannya hanya melalui suara, dimana pendistribusian pesannya yang sangat aktual, dibandingkan televisi dan majalah. Serta waktu yang dibutuhkan dalam penyebaran informasi melalui radio terhitung cepat, sehingga menyebabkan radio menjadi media massa yang efisien.

2.2 Pengertian Radio

Ardianto dalam buku **Komunikasi Massa** menyebutkan bahwa “**radio adalah media massa elektronik tertua dan sangat luwe**”(2007:123). Selain itu menurut **Dominick** (dalam **Ardianto**) “**radio telah beradaptasi dengan perubahan dunia, dengan mengembangkan hubungan saling menguntungkan dan melengkapi dengan media lainnya**”. (2007:123)

Keunggulan radio siaran adalah berada dimana saja: di tempat tidur (ketika orang akan tidur atau bangun tidur) , di dapur, di dalam mobil, di kantor, di jalanan, di pantai, dan berbagai tempat lainnya.

Berdasarkan pengertian diatas, penggunaan radio merujuk pada sifat radio atau karakteristik radio yang dapat digunakan dengan praktis tanpa harus melibatkan banyak indera dalam menangkap pesan, pesan yang ditransmisikan melalui radio dapat di dengar bersamaan dengan melakukan aktivitas lainnya. Hal

tersebut yang menjadi point utama dalam pertimbangan radio menjadi media massa yang banyak dipilih orang masyarakat.

2.2.1 Program Acara Radio

Triartanto dalam buku *Broadcasting Radio (Panduan Teori dan Praktek)* menjelaskan bawah pengertian program dalam konteks *broadcasting* merupakan suatu cara yang berisi muatan kata-kata terucap dan tertulis, gambar statis, dan bergerak, lagu dan musik, efek suara, yang bertujuan atau disampaikan melalui media elektronik (radio dan televisi). Radio siaran hanya berisi bahasa tuturan kata-kata penyiar atau reporter atau narator atau narasumber, musik, dan lagu, efek suara, yang disusun dan dikemas sedemikian rupa dalam bentuk program agar menarik minat untuk didengar.

Ketika mendengar siaran radio yang tersaji dalam bentuk program-programnya, biasanya ada suatu keteraturan yang dirasakan pendengar. Artinya, keteraturan yang melingkupi waktu, durasi, komposisi, segmen acara, rotasi lagu, serta susunan acara. Dalam praktik kepenyiaran radio, agar penyampaian pesan-pesan tersebut dapat diterima secara baik dan apa adanya, tidak akan lepas dari peran seorang penyiar yang mampu mengolah pesan-pesan tersebut menjadi sesuatu yang menarik dan enak didengar.

Memproduksi suatu program siaran diperlukan unsur-unsur yang dapat menjadi daya tarik, dilihat dari radio sebagai media yang hanya mengandalkan suara atau bunyi tertentu memiliki keterbatasan dalam menyampaikan pesannya. Berkaitan dengan kategorisasi dan klasifikasi tentang penyajian dalam program

siaran radio, jenis-jenis dari masing-masing program karya artistik yaitu sebagai berikut :

Program musik, program drama radio, program kuis radio, program komedi atau humor, dan program sponsor. Jika memproduksi suatu program dilihat dari kegiatan jurnalistik dalam radio siaran, menurut **Triartanto** masih dalam buku yang sama yaitu sebagai berikut :

- 1. Program buletin berita. suatu sajian beragam berita aktual yang dikemas dalam tingkatan gradasi sangat penting, penting, dan kurang penting yang perlu diketahui masyarakat.**
- 2. Program dokumenter, program yang didasarkan pada peristiwa penting yang telah berlalu dan memiliki relevansi aktualitas dengan kekinian.**
- 3. Program majalah udara, program adopsi dari majalah cetak yang disajikan dalam bentuk versi auditif yang berisi mengenai aneka ragam topik, tema, serta peristiwa yang perlu diketahui masyarakat.**
- 4. Program talk show, program yang mengutamakan sajian perbincangan atau obrolan yang didasari penentuan tema, topik, serta bahasan yang dikemas secara dinamis dan aktual, faktual, menarik, juga menghibur. (2010:146-148)**

Menyajikan program siaran untuk disampaikan kepada pendengar, memerlukan pemahaman yang mendalam mengenai perilaku konsumen, dalam konteks pemahaman tentang konsep perilaku konsumen pendengar juga merupakan konsumen, artinya konsumen yang “mengonsumsi” atau mendengarkan media radio untuk memenuhi kebutuhannya.

Dari penjelasan di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa dalam setiap pembuatan program acara radio harus berdasarkan kebutuhan dari konsumen pendengar radio. Dalam hal ini program acara radio juga dapat mengarahkan

pendengarnya untuk menyukai program-program acara radio, lewat pengemasan dari setiap acara di radio tersebut.

2.2.2 Kriteria Berita Radio

Menurut **Vivian** (dalam **Astuti**) pada buku yang berjudul **Jurnalisme Radio Teori dan Praktek**, cara menilai berita radio yang baik itu, jika telah memenuhi kriteria *Good Journalism*, yaitu :

- 1. Akurat, seimbang dan adil yang memenuhi syarat-syarat ideal jurnalisme yang objektif.**
- 2. Interpretasi, reporter mencoba membantu khalayak untuk memahami apa yang terjadi atau membiaskan informasi.**
- 3. Original conten, salah satu penyebab mengapa kerja jurnalistik di lapangan jarang dilakukan radio lokal adalah *cost nya yang lumayan karena radio menyiasatinya dengan mengambil berita dari media lain.* (2008: 65-66)**

Karakteristik berita tidak hanya dikenal pada berita televisi saja, berita radio pun memiliki karakteristik dan karakteristiknya tidak jauh berbeda. Dengan memenuhi karakteristik berita inilah radio mendapatkan kepercayaan dari para konsumen atau pendengarnya dalam menerima informasi-informasi yang disampaikan oleh radio tersebut.

2.2.3 Kelebihan dan Kekurangan Radio

Tidak bisa dipungkiri setiap media massa selalu memiliki kelebihan atau kekuatan serta kekurangan atau kelemahan, tak ada satupun media massa yang sanggup memenuhi kepuasan dari khalayak yang heterogen terhadap segala keinginan dan kebutuhannya. Hal inilah yang bisa saja terjadi pada media radio, ia

menginginkan adanya ulasan yang mendalam terhadap isu aktual, tapi tak terpenuhi keinginannya itu.

Kelebihan radio siaran, sebagai suatu kekuasaan atau kekuatan, radio siaran dijuluki sebagai kekuatan ke-5 (*the fifth estate*), setelah lembaga Eksekutif, Legislatif, Yudikatif, dan pers.

Menurut **Effendy** dalam bukunya yang berjudul **Ilmu dan Teori Filsafat Komunikasi**, bahwa “**media radio sebagai kekuatan ke-5 ada karakteristik fungsionalnya dimana pada awalnya radio siaran hanya mempunyai tiga fungsi yaitu, sarana hiburan, sarana penerangan, sarana pendidikan dan propaganda**”.

Tetapi timbul pertanyaan mengapa radio dianggap memiliki kekuasaan yang hebat, **Triartanto** pun menjelaskan mengenai penyebab itu semua dalam bukunya yang berjudul **Broadcasting Radio (Panduan Teori dan Praktek)**, dimana disebabkan oleh 3 faktor yaitu :

- 1. Radio bersifat langsung, program yang disampaikan tidak mengalami proses yang kompleks. Berita informasi, atau pesan yang disampaikan oleh penyiar dapat diterima pendengar secara langsung pada waktu itu juga.**
- 2. Radio siaran menembus jarak dan rintangan, pengertiannya adalah bahwa radio siaran dapat menembus jarak yang jauh walau dirintangi oleh gunung, lembah, padang pasir, maupun lautan. Jarak tidak menjadi soal dan rintangan dapat ditembus.**
- 3. Radio siaran mengandung daya tarik, maknanya radio siaran memiliki sifatnya, pesannya yang serba hidup dengan unsur yang menjadi daya tarik, yaitu musik, kata-kata atau suara manusia, dan efek suara. (2010)**

Kelemahan radio siaran, setiap media memiliki kelemahan, begitupun radio. Radio hanya bisa didengar, pesannya terbatas dan sekilas dengar, sehingga

informasi radio tidak bisa detail. Informasi yang terlanjur disampaikan secara langsung tidak bisa diulang. Idealnya, awak produksi program radio perlu melakukan cek dan cek ulang (*check and recheck*) tentang kebenaran berita sebelum disiarkan kepada publik agar terhindar dari kesalahan yang fatal.

Berikut kelemahan radio menurut **Triartanto** dalam bukunya yang berjudul ***Broadcasting Radio (Panduan Teori dan Praktek)*** yaitu:

- 1. Durasi program terbatas, radio siaran dalam setiap programnya dibatasi durasi waktu. Setiap programnya memiliki rentang waktu masing-masing, biasanya maksimal durasi waktu program selama 240 menit atau 4jam, yang terbagi-bagi dalam segmen acara.**
- 2. Sekilas dengar, sifat radio siaran adalah auditor untuk pendengar, maka isi siaran yang sampai ketelinga pendengar hanya sekilas dan sepintas lalu saja. Isi pesan atau informasi radio siaran gampang lenyap dari ingatan pendengar. Pendengar tidak bisa meminta mengulang informasi atau lagu yang sudah disiarkan.**
- 3. Mengandung gangguan, setiap penyampaian komunikasi dengan menggunakan bahasa lisan atau ucap melalui media mengalami gangguan. Radio siaran sebagai media massa juga tak lepas dari gangguan yang sifatnya teknis. Karena kekuatan radio siaran adalah suara atau bunyi, maka unsur ini pula yang bisa menjadi kelemahan karena adanya gangguan sinyal, suara terdengar menghilang atau *kresek-kresek* menjadi tak jelas suaranya. (2010:38)**

Tidak ada satu mediapun yang sempurna dalam pelaksanaan atau penyajiannya. Namun meski begitu setiap media seperti radio selalu mencoba untuk menanggulangi setiap kelemahannya, apalagi dengan perkembangan teknologi pada zaman ini yang membuat radio jauh lebih berkembang dan maju.

2.3 Pengertian Berita

Secara sosiologis berita adalah semua hal yang terjadi di dunia. Para pakar jurnalistik juga memberikan gambaran sederhana, dimana berita adalah apa yang ditulis surat kabar, apa yang disiarkan radio, dan apa yang ditayangkan televisi. Berita menampilkan fakta, tetapi tidak setiap fakta merupakan berita.

Berita biasanya berisikan informasi mengenai orang-orang yang memiliki efek bagi masyarakat atau banyak orang, tetapi tidak semua orang dapat dijadikan sumber berita. Peristiwa-peristiwa penting yang terjadi di dunia merupakan bagian dari berita, akan tetapi hanya sebagian kecil saja yang dilaporkan.

Perlu disadari tidak ada satu pengertian khusus tentang berita, namun lewat buku yang berjudul **Jurnalistik Indonesia**, karya **Surmadiria** dijelaskan mengenai pemahaman sebagai berikut:

Berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik, dan atau penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau media online *internet*. (2011:65)

Dengan adanya penjelasan seperti di atas, maka dengan kata lain berita bukan hanya menunjuk pada pers atau media massa dalam arti sempit dan “tradisional”, melainkan juga radio, televisi, film, dan internet atau media massa lainnya dalam arti luas dan modern.

2.3.1 Jenis-jenis Berita

Sumadiria dalam bukunya yang berjudul **Jurnalistik Indonesia** menyebutkan ada 8 jenis berita yaitu:

1. *straight news report* adalah laporan langsung mengenai suatu peristiwa.
2. *Depth news report* merupakan laporan yang sedikit berbeda dengan *straight news report*.
3. *Comprehensive news* merupakan laporan tentang fakta yang bersifat menyeluruh ditinjau dari berbagai aspek.
4. *Interpretative report* lebih dari sekedar *straight news* dan *depth news*. Berita ini biasa memfokuskan pada isu, masalah, atau peristiwa-peristiwa kontroversial.
5. *Feature story* merupakan berita yang berisikan tentang informasi yang menarik.
6. *Depth reporting* adalah pelaporan jurnalistik yang bersifat mendalam, tajam, lengkap, dan utuh tentang suatu peristiwa.
7. *Investigative reporting* adalah berita yang berisikan hal-hal yang tidak jauh berbeda dengan laporan interpretatif. Berita ini biasanya memusatkan pada sejumlah masalah dan kontroversial.
8. *Editorial writting* adalah pikiran sebuah institusi yang diuji di depan sidang pendapat umum. (2011:69-71)

Dari delapan jenis berita yang dijelaskan oleh Sumadiria berita yang sering muncul di radio adalah berita *straight newsi report* atau berita yang disampaikan secara langsung oleh reporter kepada masyarakat tentang suatu peristiwa.

2.4 Pengertian Jurnalistik

Secara etimologis, jurnalistik berasal dari kata *journal*. Dalam Bahasa Perancis, *journal* berarti catatan atau laporan harian. Istilah jurnalistik lainnya berasal dari Bahasa Belanda “*journalistiek*” atau Bahasa Inggris “*journalism*” yang bersumber pada perkataan “*journal*” sebagai terjemahan

dari Bahasa Latin “*diurnal*” yang berarti “harian” atau “setiap hari”. Secara sederhana jurnalistik diartikan sebagai kegiatan yang berhubungan dengan pencatatan atau pelaporan setiap hari. Hal tersebut juga dapat diartikan sebagai suatu peristiwa yang mempunyai fakta dan kemudian dikemas menjadi sebuah laporan yang dapat diinformasikan kepada khalayak.

Pencarian, penyeleksian, dan pengolahan informasi yang mengandung nilai berita dan unsur berita dapat dibuat menjadi karya jurnalistik. Media yang digunakan untuk menyebarkan hasil karya jurnalistik sangat beragam, baik menggunakan media massa cetak, maupun media massa elektronik, dan media massa yang berbasis internet.

2.4.1 Definisi Jurnalistik

Menurut **Adinegoro** pada buku yang berjudul **Jurnalistik Indonesia** menegaskan, “**Jurnalistik adalah semacam kepandaian mengarang yang pokoknya memberi pekabaran pada masyarakat dengan selekas-lekasnya agar tersiar seluas-luasnya**”(2011:3).

Adapun definisi jurnalistik menurut pendapat **Romli** dalam buku **Jurnalistik Praktis**, mengemukakan :

Jurnalistik dapat dipahami sebagai proses kegiatan meliput, membuat, dan menyebarluaskan peristiwa yang bernilai berita (*news*) dan pandangan (*views*) kepada khalayak melalui saluran media massa baik cetak maupun elektronik. (2001:70)

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa, jurnalistik radio dilambangkan oleh kerja jurnalis pada umumnya. Ada proses pengumpulan

informasi berita, produksi atau pengolahan informasi yang berisi fakta menjadi bentuk-bentuk berita dan penyiaran berita, yang membedakan hanyalah sifat medianya sehingga cara kerjanya pun memiliki sedikit perbedaan.

2.4.2 Komponen dalam Jurnalistik

Dalam buku **Jurnalistik Suatu Pengantar Teori dan Praktik** ,
Suryawati menjelaskan tentang empat komponen jurnalistik, yaitu :

1. **Informasi : Berita dan Pendapat**, secara umum informasi adalah pesan, ide, laporan, keterangan, atau pemikiran. Setiap informasi merupakan hasil jurnalistik, dalam jurnalistik informasi dilihat dari berita. artinya laporan peristiwa yang bernilai aktual, faktual, penting, dan menarik atau bisa dibilang informasi terbaru. Kemudian informasi dilihat dari opini atau pendapat, pandangan mengenai suatu masalah atau peristiwa yang sedang berkembang dan menjadi pembicaraan hangat di masyarakat.
2. **Penyusunan informasi**, informasi yang disajikan sebuah media massa harus dibuat atau disusun lebih dahulu dengan penulisan yang baik dan benar, yang menyusun informasi tersebut adalah redaksi, wartawan, redaktur pelaksana dan hingga ke pemimpin redaksi.
3. **Penyebarluasan informasi**, informasi yang dikemas dan melalui proses *editing*/penyuntingan selanjutnya di sebarluaskan melalui perantara media massa. Artinya upaya media massa dalam menjalankan fungsi komersialnya disamping fungsi idealnya menyajikan informasi yang benar kepada masyarakat.
4. **Media Informasi**, media informasi disini adalah media massa atau sarana komunikasi massa, artinya proses diaman penyampaian makna yang terkandung dari penyajian pesan, gagasan, dan informasi yang ditujukan kepada khalayak secara serentak. (2011:5-6)

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan, inti dari informasi adalah data yang telah diolah menjadi suatu bentuk yang memiliki arti bagi penerima, artinya sesuatu disebut informasi jika disampaikan kepada penerima dimana data seseorang bisa dijadikan informasi bagi orang lain. Informasi berada disekitar kita dimana saja, artinya membutuhkan informasi, semua itu harus bermula dari fakta-fakta yang ada disekitar atau lingkungannya untuk dijadikan sebuah informasi.

2.4.3 Bentuk-bentuk Jurnalistik

Dilihat dari segi bentuk dan pengelolaannya, jurnalistik dibagi dalam tiga bagian besar: jurnalistik media cetak (*newspaper and magazine journalism*), jurnalistik media elektronik auditif (*radio broadcast journalism*), jurnalistik media audiovisual (*television journalism*).

Jurnalistik media cetak meliputi jurnalistik surat kabar harian, jurnalistik tabloid mingguan, dan jurnalistik majalah. Jurnalistik media elektronik auditif adalah jurnalistik radio siaran. Jurnalistik media elektronik audiovisual adalah jurnalistik televisi siaran dan jurnalistik media *on line* (internet).

Adapun bentuk-bentuk jurnalistik menurut **Zaenudin** pada buku *The Journalist* adalah sebagai berikut :

1. Jurnalistik media cetak, dalam sejarahnya jurnalistik media cetak adalah bentuk jurnalistik pertama sebelum munculnya radio, televisi dan internet. Akan tetapi dari segi format dan ukurannya, media massa cetak terbagi dalam segi surat kabar, tabloid, dan format majalah. Sehingga dapat dijelaskan jurnalistik media cetak adalah berita-berita yang disiarkan melalui bentuk-bentuk cetakan.

2. **Jurnalistik Media Elektronik**, dalam beberapa hal media elektronik telah mengungguli media cetak, terutama karena kekuatan audio-visualnya. Radio dan televisi memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing, kecenderungannya adalah jangkauan siaran radio kian menyempit sehingga yang paling mampu bertahan ialah radio-radio yang hanya melayani wilayah kecil. Sedangkan televisi merupakan media dominan dalam komunikasi massa diseluruh dunia sampai sekarang dan masih terus mengalami perkembangan.

3. **Jurnalistik Media Online**, memiliki sejumlah keunggulan dibanding jurnalistik media cetak, sejak dunia internet berkembang dengan sangat pesat dan canggih. Jurnalistik lewat dunia maya pun berkembang, kita menyebutnya jurnalistik media *online*. Di Indonesia perkembangan jurnalistik media *online* dapat dilihat dari bermunculannya situs-situs berita seperti *detik.com*, *okezone.com*, *inilah.com*, dan *kapalagi.com*. (2011:3-8)

2.4.4 Karakteristik Bahasa Jurnalistik

Bahasa jurnalistik dapat dibedakan menurut bentuknya, yaitu bahasa jurnalistik surat kabar, bahasa jurnalistik tabloid, bahasa jurnalistik majalah, bahasa jurnalistik radio siaran, bahasa jurnalistik televisi dan bahasa jurnalistik media *online* internet. **Sumadiria** membagi karakteristik bahasa jurnalistik, ini dijelaskan pada bukunya yang berjudul **Jurnalistik Indonesia** sebagai berikut :

1. **Sederhana**, sederhana berarti selalu mengutamakan dan memilih kata atau kalimat yang paling banyak diketahui maknanya oleh khalayak pembaca yang sangat heterogen.
2. **Singkat**, singkat berarti langsung kepada pokok masalah (*to the point*), tidak bertele-tele, tidak berputar-putar, tidak memboroskan waktu pembaca yang sangat sederhana.
3. **Jelas**, berarti mudah ditangkap maksudnya tidak baur dan kabur. Maksudnya adalah jelas artinya, jelas susunan kata atau kalimatnya sesuai dengan kaidah (SPOK) dan jelas sasarannya.
4. **Menarik**, artinya mampu membangkitkan minat dan perhatian khalayak pembaca, memicu selera baca, serta membuat orang yang sedang tertidur terbangun seketika.

5. Logis, berarti apapun yang terdapat dalam kata, istilah, kalimat, atau paragraf jurnalistik harus dapat diterima dan tidak bertentangan dengan akal sehat. (2006:14-16)

Tujuan dari adanya karakteristik mengenai bahasa jurnalistik adalah semata-mata untuk memberikan pengemasan terhadap produk jurnalistik agar memiliki nilai jual, daya tarik ketika disebarkan kepada masyarakat sehingga informasi yang dimiliki dapat tersampaikan dengan sesuai.

2.4.5 Bahasa Jurnalistik

Berdasarkan sifat-sifat radio yang *auditife* mengandung gangguan dan akrab maka bahasa radio harus memenuhi lima syarat, seperti yang dijelaskan oleh **Sumadiria** dalam buku **Jurnalistik Indonesia** sebagai berikut :

- 1. Kata-kata sederhana, sederhana berarti selalu mengutamakan dan memilih kata atau kalimat yang paling banyak diketahui oleh khalayak umum yang sangat heterogen. Kalimat yang rumit, yang hanya dipahami maknanya oleh segelintir orang, tabu digunakan dalam bahasa jurnalistik.**
- 2. Angka-angka dibulatkan, gunakanlah cara pembulatan agar mudah disebutkan sekaligus mudah untuk diingat.**
- 3. Kalimat-kalimat ringkas, karena dibatasi waktu dan daya tangkap telinga sangat terbatas maka kalimat harus disajikan secara ringkas.**
- 4. Kata umum dan lazim dipakai, khalayak pendengar radio berada diberbagai tempat, seperti; digunung, kota, desa. Maka, tulislah kata-kata umum dan kata yang lazim dipakai, yang paling mudah dipahami maksudnya oleh pendengar.**
- 5. Pengulangan kata-kata penting, karena sifatnya yang selintas maka bahasa radio dibolehkan melakukan pengulangan terhadap kata-kata penting. (2008:117-120)**

2.5 Pengertian Citizen Journalism

Istilah dari *Citizen Journalism* terdiri dari dua kata yaitu kata *citizen* dan *journalism*. Dalam kamus kata “*citizen*” artinya “warga negara” dan kata “*journalism*” memiliki arti “jurnalisme”. *Citizen Journalism* merupakan media baru yang timbul secara khusus dalam industri media massa dalam arus utamanya memberikan kesempatan kepada siapapun atau untuk mengungkapkan, melaporkan peristiwa yang baru dan disajikan layaknya seorang reporter.

Kegiatan jurnalisme dalam *Citizen Journalism* pemaknaannya masih sama yaitu seperti kegiatan jurnalisme yang biasanya dimaknai sebagai kegiatan seputar aktivitas mengumpulkan fakta, mengolah fakta, dan menyebarluaskan fakta-fakta yang sudah menjadi informasi tersebut baik berupa tulisan, gambar, foto, video, atau laporan secara lisan.

Menurut **Kusumaningati** dalam bukunya yang berjudul **Jadi Jurnalis Gampang** arti yang sesungguhnya dari *citizen journalism* adalah sebagai berikut **“Citizen journalism adalah suatu bentuk kegiatan jurnalisme yang dilakukan oleh warga biasa, maksud dari warga biasa yaitu warga yang bukan berstatus sebagai jurnalis profesional”.** (2012:5)

Dengan adanya penjelasan seperti itu menjelaskan bahwa warga biasa yang tanpa harus berlatang belakang pendidikan jurnalistik atau ilmu kewartawanan dapat melakukan kegiatan jurnalisme dan menyampaikan berita dengan gayanya sendiri.

2.5.1 Bentuk-bentuk Citizen Journalism

Dalam *Citizen Journalism* juga mengenal bentuk-bentuk kegiatan kejournalisan, seperti yang disebutkan oleh **J.D Lasica** lewat tulisannya berjudul *Online Journalism Review* yang dikutip oleh **Nurudin** dalam bukunya yang berjudul **Citizen Journalism Sebagai Kataris Baru Masyarakat**, membagi *citizen journalism* dalam beberapa bentuk sebagai berikut:

1. Partisipasi audiens (seperti komentar-komentar yang dilampirkan untuk mengomentari kisah berita, blog pribadi, foto atau video gambar yang ditangkap dari kamera HP, atau berita lokal yang ditulis oleh penghuni sebuah komunitas).
2. Berita Independen dan informasi yang ditulis dalam website.
3. Partisipasi pada berita situs. Berupa komentar-komentar pembaca atas sebuah berita yang disiarkan oleh media tertentu.
4. Tulisan ringan seperti dalam milis dan e-mail.
5. Situs pemancar pribadi. (2010:62-63)

Selain itu juga ada **Steve Outing** (dalam **Nurudin**) pada buku **Citizen Journalism Sebagai Kataris Baru Masyarakat** yang mengklasifikasikan bentuk-bentuk *Citizen journalism* sebagai berikut:

1. *Citizen Journalism* membuka ruang untuk komentar publik. Dalam ruang itu, pembaca atau khalayak bisa bereaksi, memuji, mengkritik, atau menambahkan bahan tulisan jurnalisme profesional.
2. Menambahkan pendapat masyarakat sebagai bagian dari artikel yang ditulis.
3. Kolaborasi antara jurnalis profesional dengan non jurnalis yang memiliki kemampuan dalam materi yang dibahas.
4. *Bloghous* warga, melalui blog orang bisa berbagi cerita tentang dunia dan bisa menceritakan dunia berdasarkan pengalaman dan sudut pandangnya.
5. *Newsroom citizen transparency blogs* bentuk ini merupakan blog yang disediakan sebuah organisasi media

sebagai upaya transparansi, dalam hal ini pembaca bisa melakukan keluhan, kritikan, atau pujian atas apa yang ditampilkan organisasi media tersebut

6. *Stand-alone Citizen Journalism site*, yang melalui proses *editing*.

7. *Stand-alone Citizen Journalism* yang tidak melalui proses *editing*.

8. Gabungan *Stand-alone Citizen Journalism* website dan edisi cetak.

9. *Hybrid: pro + citizen journalism* suatu organisasi media yang menggabungkan pekerjaan jurnalis profesional dengan jurnalis warga.

10. Penggabungan antara jurnalis profesional dengan jurnalis warga dalam satu tahap. *Website* membeli tulisan dari jurnalis profesional dan menerima tulisan jurnalis warga.

11. Model *Wiki*, dalam *wiki* pembaca juga seorang editor. Setiap orang bisa menulis artikel dan setiap orang juga bisa memberi tambahan atau komentar. (2010:63-64)

2.5.2 Kekurangan dan Kelebihan Citizen Journalism

Suwandi dalam bukunya yang berjudul *Langkah Otomatis Menjadi Citizen Journalism* menjelaskan beberapa kekurangan yang dimiliki oleh *citizen journalism* sebagai berikut :

1. Masalah Profesionalisme

Jurnalis adalah seorang profesional yang memiliki basic ilmu atau teknik dalam bidang jurnalistik, ia bekerja sesuai profesinya untuk mencari, mengolah, dan mempublikasikan informasi pada khalayak. Sementara mayoritas mereka yang menjadi *citizen journalism* dalam media online, melakukan kegiatan jurnalisnya secara otodidak tanpa disertai dasar ilmu jurnalistik.

2. Kualitas Isi Tulisan

Seorang jurnalis profesional dituntut untuk memperhatikan kualitas tulisan, kualitas bisa diartikan: sesuai kaidah penulisan, akurasi fakta, dan lain-lain. Sementara itu, kegiatan *citizen journalism* sangat independen. Artinya, mereka boleh menulis apa saja yang disukai dengan gaya pengemasan apapun tanpa terikat kaidah-kaidah jurnalistik.

3. Permasalahan “anonim” dan aturan hukum

Jurnalis profesional bukan orang yang bebas membuat berita tanpa aturan yang ada. Selain memang ada aturan UU ITE, jurnalis profesional juga memiliki kode etik jurnalistik yang apabila dilanggar akan terkena sanksi tertentu. (2010:33)

Dengan adanya penjelasan seperti di atas, hal yang dapat dipahami adalah jurnalis profesional pasti memiliki identitas yang resmi, serta cara kerja yang telah disesuaikan, selain itu juga mereka hidup dalam aturan-aturan yang mengatur kejournalisan mereka. Sedangkan *Citizen Journalism* tidak memiliki itu semua, yang membuat apabila nantinya mereka melakukan pembohongan atas berita yang mereka berika, akan sulit untuk dimintai klarifikasi ataupun dijatuhi hukum yang dapat membuat *citizen journalism* itu kapok. Karena identitas yang dimiliki oleh *citizen journalism* dapat disamarkan atau bahkan dipalsukan. Hal ini akan memicu timbulnya polusi informasi yang bisa saja tidak memiliki muatan isi yang tidak berkualitas.

Namun dibalik pro-kontra yang menyertai *citizen journalism* tetap saja tidak bisa dipungkiri bahwa *citizen journalism* memiliki beberapa kelebihan yang membuatnya semakin digandrungi oleh penikmat berita. **Nurudin** dalam bukunya yang berjudul **Citizen Journalism Sebagai Kataris Masyarakat** memaparkan kelebihan dari kegiatan *citizen journalism*, sebagai berikut:

1. *Citizen Journalism* mendorong terciptanya iklim demokrasi. Fasilitas yang dimiliki media online seperti web, blog, dan situs pribadi lainnya mampu mewacanakan informasi alternatif dan tidak terikat oleh sistem seperti halnya dalam mainstream media. Dengan adanya kebebasan semacam ini tentu memberikan beragam informasi kepada masyarakat.

2. *Citizen Journalism* memupuk budaya tulis dan baca masyarakat. Selama ini budaya tersebut kalah oleh budaya dengar dan lihat, ini karena media elektronik seperti tv dan radio lebih populer dikalangan masyarakat ketimbang surat kabar.

3. *Citizen Journalism* menjadi manifestasi fungsi *wach dog* (kontrol sosial) media. Ketika kekuasaan media tidak bisa terkontrol secara efektif, partisipasi warga untuk berbagi informasi, gagasan maupun fakta-fakta tertentu dalam media online (website, blog, dan lain-lain) memberikan suntikan vitamin untuk melakukan kontrol atas ketimpangan informasi yang dilakukan oleh mainstream media. (2010:65)

2.6 Fenomenologi

Secara etimologi, istilah fenomenologi berasal dari bahasa Yunani *phainomai* yang berarti “menampak”. *Phainomai* merujuk pada “yang menampak”. Menurut **The Oxford English Dictionary**, yang dikutip oleh **Engkus** dalam buku **Fenomenologi** ialah :

(a)The science of phenomena as distinct from being (ontology), (b) division of any science which describes and classifies its phenomena. Fenomenologi adalah ilmu mengenai fenomena yang dibedakan dari sesuatu yang sudah menjadi, atau disiplin ilmu yang menjelaskan dan mengklasifikasikan fenomena atau studi tentang fenomena.(2009:1)

Dalam bahasa Indonesia, fenomenologi terbentuk dari kata fenomena yang secara harfiah diartikan sebagai gejala atau sesuatu yang menampakkan. **Engkus** dalam bukunya yang berjudul **Fenomenologi** menyatakan bahwa “fenomena tidak lain adalah fakta yang disadari dan masuk kedalam pemahaman manusia”. (2009:1)

Menurut **LittleJohn** dalam bukunya yang berjudul **Teori Komunikasi** (*Theories of Human Communicate*), menyatakan bahwa “istilah fenomenologi

mengacu pada sebuah benda, kejadian atau kondisi yang dilihat”. (2009:57)

Hal ini mendorong **LittleJohn** dan **Foss** dalam buku yang sama yaitu **Teori Komunikasi (*Theories of Human Communicate*)** menyederhanakan fenomenologi sebagai **“cara yang digunakan manusia untuk memahami dunia melalui pengalaman langsung” (2009:57).**

Dengan pengertian diatas, maka fenomenologi menggunakan pengalaman nyata sebagai data pokok sebuah realitas. Dimana untuk mengetahui sesuatu atau yang seseorang ketahui adalah apa yang orang tersebut juga alami. Bahkan **LittleJohn** dan **Foss** dalam buku yang berjudul **Teori Komunikasi (*Theories of Human Communicate*)** menganalogikan jika seseorang ingin mengetahui apa arti cinta, maka orang tersebut jangan bertanya kepada ahli psikologi, ia justru harus mengalami jatuh cinta dan berpegang pada pengalamannya tentang cinta.

Abad ke-18 menjadi awal digunakannya istilah fenomenologi sebagai nama teori tentang penampakan, yang menjadi dasar pengetahuan empiris (penampakan yang diterima secara inderawi). Namun, kini fenomenologi dikenal sebagai aliran filsafat sekaligus metode berpikir yang mempelajari fenomena manusiawi (*human phenomena*).

Teori-teori dalam tradisi fenomenologi berasumsi bahwa orang-orang secara aktif menginterpretasi pengalaman-pengalamannya dan mencoba memahami dunia melalui pengalaman pribadinya. **Engkus** kembali menekankan dalam bukunya yang berjudul **Fenomenologi** bahwa **“fidelity to the phenomenon as it is lived** atau **kebenaran fenomena itu ada bersama dengan fenomena tersebut”.** (2009:2)

Tujuan utama fenomenologi adalah mempelajari bagaimana fenomena dialami dalam kesadaran, pikiran, dan dalam tindakan, seperti bagaimana fenomena tersebut bernilai atau diterima. Fenomenologi mencoba mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi makna konsep-konsep penting dalam kerangka intersubjektivitas. Dikatakan intersubjektivitas karena pemahaman kita mengenai dunia juga ikut dibentuk oleh orang lain, sekalipun pemahaman makna yang kita ciptakan dapat ditelusuri melalui tindakan, karya, dan aktivitas yang kita lakukan, tetapi tetap saja ada peran orang lain didalamnya.

Edmund Husserl atau yang lebih dikenal dengan **Husserl** merupakan seorang ahli matematika Jerman dan sekaligus merupakan tokoh utama dari aliran filsafat fenomenologi. Dalam tulisannya yang berjudul *Logical Investigation* menjadi awal sejarah fenomenologi. Ia menghubungkan antara psikologi deskriptif dengan logika, pemikiran tersebut memperlihatkan bahwa **Husserl** terinspirasi oleh **Bolzano** mengenai logika ideal dan psikologi deskriptif. Menurut **Husserl**, fenomena harus dipertimbangkan sebagai muatan objektif yang disengaja dari tindakan sadar subjektif. **Husserl** memperkenalkan dua istilah Yunani untuk mengganti istilah **Bolzano** (ide objektif dan ide subjektif). Istilah tersebut yakni *noesis* dan *noumena*.

Noumena dari tindakan sadar disebut **Husserl** sebagai makna idea, sementara *noesis* atau fenomena adalah objek sebagaimana yang tampak. *Noumena* menurut **Littlejohn** dan **Foss** dalam bukunya berjudul **Teori Komunikasi (Theories of Human Communicate)** sebagai “sesuatu dalam dirinya sendiri, sedangkan apa yang menjadi citra atau bayangan dari

noumena oleh Kant disebut sebagai fenomena”. (2009:309) Pengetahuan empiris lewat penelitian-penelitian sains merupakan pengetahuan fenomena. Segala sesuatu yang kita dapatkan melalui indera kita, baik itu perasaan, emosi, apa yang kita lihat lewat mata, apa yang kita dengar lewat telinga, rasa dari sentuhan kulit, rasa dari kita mengecap menggunakan lidah, dan segala sesuatunya hanyalah merupakan entitas fenomena.

Fenomenologi untuk **Husserl** adalah gabungan antara psikologi dan logika. Hal ini juga ditegaskan oleh **Engkus** dalam bukunya **Fenomenologi**, bahwa **“Fenomenologi membangun penjelasan dan analisis psikologi, untuk menjelaskan dan menganalisis tipe-tipe aktivitas mental subjektif, pengalaman serta tindakan yang dilakukan secara sadar”**(2009:2).

Husserl menggaris bawahi sebuah sistem yang kompleks dari filsafat. Menurutnya, dengan adanya fenomenologi kita dapat mempelajari suatu kondisi tanpa perlu ada kondisi yang sesungguhnya melalui pengalaman-pengalaman orang yang mengalaminya secara langsung, sehingga membuat seolah-olah kita mengalaminya sendiri. Fenomenologi tidak saja mengklasifikasikan setiap tindakan sadar yang dilakukan, namun juga meliputi prediksi terhadap tindakan di masa yang akan datang, dilihat dari aspek-aspek yang terkait dengannya.

Fenomenologi **Husserl** pada prinsipnya bercorak idealistik, karena menyerukan untuk kembali kepada sumber asli diri subjek dan kesadaran. Ada beberapa pokok pikiran **Husserl** (dalam **Engkus**) pada bukunya **Fenomenologi** sempat mengulas pokok-pokok pikiran **Husserl** mengenai fenomenologi, yang antara lain sebagai berikut :

1. **Fenomena adalah realitas sendiri yang tampak.**
2. **Tidak ada batas antara subjek dengan realitas.**
3. **Kesadaran bersifat intensional.**
4. **Terdapat interaksi antara tindakan kesadaran (neosis) dengan objek yang disadari (noema). (2009:12)**

Fenomenologi **Husserl** ini mempengaruhi filsafat kontemporer secara mendalam, terutama sekitar tahun 1950-an. Pada saat itu banyak tokoh-tokoh yang menggunakan fenomenologi untuk memahami realitas. Namun, tidak sedikit juga yang memperdebatkan pemikiran-pemikiran **Husserl**, walau demikian, ambisi **Husserl** menjadikan fenomenologi sebagai cabang filsafat yang mampu melukiskan seluk beluk pengalaman manusia, semakin menjadi kenyataan.

2.7 Kaitan Studi Fenomenologi dengan Judul Skripsi

Hal yang diangkat pada penelitian saat ini mengenai fenomena *citizen journalism* yang ada di Kota Bandung yang membahas mengenai kemacetan lalu lintas, maka sesuai dengan pembahasan tersebut peneliti menggunakan studi fenomenologi sebagai pisau bedah untuk mengupas fenomena *citizen journalism* yang sedang terjadi pada saat ini.

Studi fenomenologi sendiri dianggap sesuai untuk menjelaskan makna atas setiap pengalaman hidup sejumlah orang, mengenai apa yang mereka rasakan dan coba mereka bagi baik itu suatu konsep atau gejala dan ide, dalam hal ini *citizen journalism* dianggap sebagai sebuah pandangan hidup, dimana *citizen journalism* menjadi sebuah ladang untuk berbagi baik itu ide, gagasan, atau informasi yang memiliki nilai penting bagi orang lain. *Citizen journalism* juga

dianggap sebagai sebuah realitas sosial yang bersifat positif namun memiliki pro dan kontra dalam perkembangannya.

Untuk mengungkap realitas sosial, seperti fenomena *citizen journalism*, peneliti perlu mengadopsi paradigma teoritis yaitu metodologi kualitatif. Paradigma teori fenomenologi yang mengembangkan metode kualitatif untuk penelitian komunikasi dapat mengungkapkan konstruksi realitas. Menurut **Tomas Lindlof** dalam buku **Qualitative Communication Research Methods** yang kemudian dikutip oleh **Engkus** menyebutkan bahwa metode kualitatif untuk penelitian komunikasi dengan paradigma fenomenologi sering disebut sebagai paradigma interpretif (*interpretative paradigm*) yang merupakan tradisi sosiologis dan antropologis, akan tetapi hal tersebut menjadi bagian penting dalam penelitian komunikasi.

Dalam mengaplikasikan studi fenomenologi terhadap judul “***Citizen Journalism Dalam Penyebaran Informasi Lalu Lintas Kota Bandung***” peneliti akan melakukan usaha untuk memahami dunia *citizen journalism*, melalui pengalaman langsung dari masyarakat-masyarakat yang memiliki hubungan langsung di dunia *citizen journalism*. Hal ini dilakukan oleh peneliti sebagai langkah awal dalam mencari penyelesaian masalah yang telah dirumuskan untuk memahami fenomena *citizen journalism*.

Fenomena *citizen journalism* sendiri merupakan sebuah situasi dimana masyarakat yang bukan dari dunia jurnalis dan bukan seorang wartawan atau wartawan namun mereka melakukan kegiatan jurnalistik dan berperan seperti wartawan atau wartawan. Kegiatan yang mereka lakukan yaitu mereka mengolah

informasi yang mereka punya untuk selanjutnya disebarakan melalui media kepada khalayak sebagai berita.

Hal inilah yang akan coba dicari penjelasannya oleh peneliti menggunakan teori fenomenologi, tentang mengapa dan bagaimana masyarakat ini bisa menjadi *citizen journalism*. Apakah hal yang mereka lakukan berasal dari pengalaman dan apakah mereka melakukan itu dengan kesadaran dari diri mereka sendiri. Atau hanya sebuah sikap yang spontan yang mereka lakukan menanggapi kejadian atau peristiwa yang terjadi dihadapan mereka.

Peneliti melakukan penelitian mengenai *citizen journalism* dengan menggunakan studi fenomenologi, bertujuan agar apa yang menjadi masalah dari fenomena *citizen journalism* ini dapat dicari solusinya serta setiap dampak positif yang terjadi melalui kegiatan *citizen journalism* ini dapat dipertahankan bahkan besar harapan peneliti agar dampak positif itu dapat lebih ditingkatkan kedepannya.

Inti dari semua penjelasan diatas adalah, studi fenomenologi dipilih sebagai pisau bedah untuk mengupas tuntas mengenai fenomena *citizen journalism* karena studi fenomenologi memiliki pemahaman sebagai studi yang mempelajari pengalaman seseorang sebagai cara untuk memahami dunia secara langsung. Lewat studi fenomenologi juga, peneliti akan mengetahui atau memahami sesuatu dari sudut pandang orang lain yang mengalami secara langsung. Dalam hal ini peneliti akan mencari pemahaman tentang *citizen journalism* melalui pengalaman langsung orang-orang yang melakukan kegiatan *citizen journalism* di Radio Elshinta.