

BAB II

TINJAUAN ASPEK-ASPEK KOMUNIKASI DAN JURNALISTIK

2.1 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 manusia perlu mempertahankan hidup dan kebutuhan menyesuaikan dengan lingkungan.

2.1.1 Fungsi Komunikasi

Fungsi komunikasi menurut **William I. Gordon** yang dikutip dari buku **Ilmu Komunikasi** karya **Deddy Mulyana**. Ada empat fungsi komunikasi, yakni komunikasi sosial, komunikasi ekspresif, komunikasi ritual, dan komunikasi instrumental. Fungsi suatu peristiwa komunikasi (*communication event*) tampaknya

tidak sama sekali independen, melainkan berkaitan dengan fungsi-fungsi lainnya, meskipun terdapat suatu fungsi yang dominan.

- a. **Komunikasi Sosial.** Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan komunikasi penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain.
- b. **Komunikasi Ekspresif.** Erat kaitannya dengan komunikasi sosial adalah komunikasi ekspresif yang dapat dilakukan baik sendiri ataupun dalam kelompok. Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Perasaan-perasaan tersebut dikomunikasikan terutama melalui pesan-pesan nonverbal.
- c. **Komunikasi Ritual.** Erat kaitannya dengan komunikasi ekspresif adalah komunikasi ritual. Yang biasa dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebagai *rites of passage*, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun, siraman, pernikahan hingga upacara kematian.
- d. **Komunikasi Instrumental.** Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum; menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau gerakan tindakan, dan juga menghibur. Bila diringkas, maka kesemua tujuan tersebut dapat disebut membujuk (bersifat persuasif). Komunikasi yang bertujuan memberitahu atau menerangkan (*to inform*) mengandung muatan persuasif dalam arti bahwa pembicara menginginkan pendengar mempercayai bahwa fakta atau informasi yang disampaikan akurat dan layak diketahui. (2015:4-34)

2.1.2 Prinsip-prinsip Komunikasi

Deddy Mulyana mengungkapkan dalam bukunya yang berjudul **Ilmu**

Komunikasi : Suatu Pengantar. Terdapat 12 prinsip komunikasi yakni :

- a. **Komunikasi Adalah Proses Simbolik.** Salah satu kebutuhan pokok manusia, seperti yang dikatakan K. Langer, adalah kebutuhan simbolisasi atau penggunaan lambang. Manusia memang satu-satunya hewan yang menggunakan lambang, dan itulah yang membedakan manusia dengan makhluk lainnya.
- b. **Setiap Prilaku Mempunyai Potensi Komunikasi.** Kita tidak dapat berkomunikasi (*we can't not communicate*). Tidak berarti bahwa semua perilaku adalah komunikasi. Alih-alih, komunikasi terjadi bila seseorang memberi makna pada perilaku orang lain atau perilakunya sendiri.
- c. **Komunikasi Punya Dimensi Isi dan Dimensi Hubungan.** Dimensi isi disandi secara verbal, sementara dimensi hubungan disandi secara nonverbal. Dimensi isi menunjukkan muatan (isi) komunikasi, yaitu apa yang dikatakan. Sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakannya yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu.
- d. **Komunikasi Berlangsung dalam Berbagai Tingkat Kesenjangan.** Komunikasi dilakukan dalam berbagai tingkat kesenjangan, dari komunikasi disengaja sama sekali hingga komunikasi yang benar-benar direncanakan dan disadari.
- e. **Komunikasi Terjadi dalam Konteks Ruang dan Waktu.** Makna pesan juga bergantung pada konteks fisik dan ruang, waktu, sosial dan psikologis
- f. **Komunikasi Melibatkan Prediksi Peserta Komunikasi.** Komunikasi juga terikat oleh aturan atau tatakrama. Artinya orang-orang memilih strategi tertentu berdasarkan bagaimana orang yang menerima pesan akan merespon.
- g. **Komunikasi Bersifat Sistemik.** Setiap individu adalah sistem yang hidup. Organ dalam tubuh juga terhubung. Hal itu juga yang terjadi dalam komunikasi, semua hal terhubung menjadi satu.
- h. **Semakin Mirip Latar Belakang Sosialbudaya Semakin Efektiflah Komunikasi.** Komunikasi yang efektif adalah

komunikasi yang hasilnya sesuai dengan harapan para peserta komunikasi.

- i. **Komunikais Bersifat Nonkonsekuensial.** Sebenarnya komunikasi manusia dalam bentuk dasarnya (komunikais tatp muka) bersifat dua-arah.
- j. **Komunikasi Bersifat Prosensual, dinamis, dan Transaksional.** Komunikasi tidak punya awal dan tidak punya akhir, melainkan proses yang sinambungan.
- k. **Komunikasi Bersifat *Irreversible*.** Sekali mengirim pesan kita tidak bisa mengendalikan pengaruh pesan yang diberikan.
- l. **Komunikasi Bukan Panacea untuk Menyelesaikan Berbagai Masalah.** Komunikasi bukanlah Panacea (obat mujarab). Untuk menyelesaikan persoalan atau konflik, karena tersebut mungkin berkaitan dengan masalah struktural. (2015:91-127)

2.2 Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa sendiri berasal dari istilah bahasa 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.**
- 2. Pesan bersifat umum. Artinya komunikasi massa itu ditunjukan untuk semua orang dan tidak ditunjukan untuk kelompok orang tertentu. Oleh karena, pesan komunikasi mass bersifat umum. Pesan komunikasi massa dapat berupa fakta, peristiwa atau opini.**
- 3. 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.**

4. **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.**
5. **Komunikasi mengutamakan isi ketimbangan hubungan. Dimensi ini menunjukkan muatan atau isi komunikasi, yaitu apa yang dikatakan, sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakannya yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu.**
6. **Komunikasi bersifat satu arah. Karena komunikasinya melalui media massa, maka komunikato dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator lebih aktif menyampaikan pesan, komunikanpun aktif menerima pesan, namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog sebagaimana halnya terjadi dalam komunikasi antar personal. Dengan kata lain, komunikasi massa itu bersifat satu arah.**
7. **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.**
8. **Umpan balik tertunda (*delayed*) dan tidak langsung (*indirect*). Dalam prose komunikasi massa, umpan balik bersifat tidak langsung (*indirect*) dan tertunda (*delayed*). Artinya komunikator komunikasi massa tidak dapat 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 mekanis. 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 seperti 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 mengatasi 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 menunjukkan 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. *Surveillance* (pengawasan)

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

2. *Interpretation* (penafsiran)

Fungsi penafsiran hampir 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 ditayangkan.

3. *Linkage* (Pertalian)

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

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

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

5. *Entertainment* (Hiburan)

Sedangkan menurut Cangara dalam bukunya **Pengantar Ilmu**

Komunikasi (2011) komunikasi massa dapat berfungsi sebagai berikut :

1. **Informasi;** yaitu kegiatan untuk mengumpulkan, menyimpan berbagai 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, melalui apa yang mereka lihat, baca, dengar lewat media massa.
4. **Bahasan Diskusi;** menyediakan informasi sebagai bahan diskusi untuk mencapai 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 televisi ataupun cetak.
7. **Hiburan;** sifat estetika yang dituangkan dalam bentuk lagu, lirik dan bunyi maupun gambar dan bahasa, membawa orang menikmati hiburan seperti kebutuhan pokok.

8. Integritas; komunikasi seperti satelit dapat dimanfaatkan untuk menjembatani perbedaan-perbedaan itu dalam memupuk dan memperkuat persatuan bangsa.

Sarana seperti televisi, radio film serta surat kabar ataupun media online memang merupakan sarana yang paling baik untuk menyampaikan informasi dalam bentuk komunikasi massa. Pesan berupa informasi yang disampaikan melalui media massa dapat diserap dengan baik oleh masyarakat secara luas.

Dewasa ini, arus informasi memang tak bisa dibendung lagi. Informasi memang sangat di butuhkan untuk menunjang segala aspek kehidupan masyarakat mulai dari sosial, politik, ekonomi, hukum hingga gaya hidup. Namun tidak semua informasi yang disampaikan melalui media massa bersifat positif, ada informasi yang bersifat negative yang dikhawatirkan bisa merusak moral bangsa. Apalagi sekarang masyarakat Indonesia lebih condong kebaratannya. Oleh karena itu masyarakat yang berperan sebagai khalayak baik itu pendengar, pembaca, penonton atau pemirsa di tuntut agar lebih bisa memilih dan memilah informasi mana yang baik untuk di serap.

2.2.3 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.

2. 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.

3. Model Komunikasi Banyak Tahap.

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

4. 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.

5. 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, menunjukkan 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.

2.3 Internet

Perkembangan teknologi komunikasi informasi membawa paradigma baru yang mengubah cara pandang kita tentang berbagai masalah dan persoalan yang ada dimuka bumi ini, termasuk juga terhadap media massa. Media digital atau media baru dalam bentuk elektronik yang lalu lalang di jaringan internet adalah sebuah media informasi masa depan.

Secara harfiah, internet yang merupakan kependekan *interconnected-networking* ini adalah sistem global dari seluruh jaringan komputer yang saling terhubung menggunakan standar *Internet Protocol Suite* (TCP/IP) untuk melayani miliaran pengguna seluruh dunia. Internet juga merupakan sekumpulan jaringan komputer yang menghubungkan situs akademik, pemerintahan, komersial, organisasi, maupun perorangan. Layanan internet meliputi komunikasi langsung (*email, chat*) diskusi, (*Usenet, News, Email, Milis*), sumber daya informasi yang terdistribusi (*World Wide Web, Gopher*) dan aneka layanan lainnya.

Jaringan yang membentuk internet bekerja berdasarkan suatu set protokol standar yang digunakan untuk menghubungkan jaringan komputer dan mengamati lalu lintas dalam jaringan. Protokol ini mengatur format data yang diijinkan, penanganan kesalahan (*error handling*), lalu lintas pesan, dan standar komunikasi lainnya. Protokol standar pada internet dikenal sebagai TCP/IP (*Transmission Control Protocol/Internet Protocol*). Protokol ini memiliki kemampuan untuk

bekerja diatas segala jenis komputer, tanpa terpengaruh oleh perbedaan [perangkat keras maupun sistem operasi yang digunakan.

Cikal bakal jaringan yang kita kenal sekarang ini pertama kali dikembangkan tahun 1969 oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat dengan nama ARPANet (*US Defense Advanced Research Projects Agency*). ARPANet dibangun dengan sasaran untuk membuat suatu jaringan komputer yang terbesar untuk menghindari pemusatan informasi di satu titik yang dipandang rawa untuk dihancurkan apabila terjadi peperangan. Dengan cara ini diharapkan apabila satu bagian dari jaringan terputus, maka jalur yang dilalui jaringan tersebut dapat secara otomatis dipindahkan ke saluran lain.

Sementara itu, di Indonesia baru bisa menikmati layanan Internet komersial pada sekitar tahun 1994. Sebelumnya, beberapa perguruan tinggi seperti Universitas Indonesia telah lebih dulu tersambung dengan jaringan internet melalui *gateway* yang menghubungkan universitas dengan *network* diluar negeri.

Tonggak penting dalam sejarah internet mungkin terjadi pada 11 September 1998, ketika *Star Report* muncul di internet. Itulah saat pengaksesan tertinggi yang pernah terjadi melalui internet. Saat itu beberapa orang bertanya tentang laporan, yang menyikapi kasus hubungan seksual Presiden Clinton dengan Lewinsky, yang diberitakan melalui internet. Kasus tersebut secara tidak langsung juga membuktikan bahwa internet merupakan sarana paling efisien dalam menyebarkan informasi yang mudah diakses tanpa batas ruang dan waktu.

Keterlibatan media komputer pada dunia jurnalisme dimulai sejak era 1970-1980 dimana saat itu teknologi sedang berkembang dengan sangat pesat. Metode penyimpanan data, *copy*, dan *paste* juga sudah digunakan, yang terakhir mengakibatkan kepanjangan tenggat waktu atau *deadline*. Proses percetakan berita dalam format cetakpun menjadi lebih mudah sehingga memungkinkan produksi secara massal. Hal ini akhirnya membawa kita semua kepada era 1990-an, dimana teknologi internet mulai berkembang.

Teknologi *nirkabel* atau *wireless* pada *notebook* (komputer jinjing) pun diciptakan, yang pada akhirnya memudahkan pelaksanaan proses-proses jurnalistik. Lahirnya pada tanggal 19 Januari 1998, dimana Mark Clinton, dengan Monica Lewinsky. Tanggal tersebutlah yang disebut sebagai tanggal lahirnya Jurnalisme Daring (dalam jaringan/*internet*), yang pada akhirnya berkembang di berbagai negara lain. Kemudian berulah pada tahun 2000an muncul situs-situs pribadi yang menampilkan laporan jurnalistik pemiliknya. Yang kemudian disebut sebagai *weblig* atau *blog*.

Inilah fenomena aktual yang saat ini terjadi, perkembangan teknologi difasilitasi” dan akan terus menjadi bagian dalam sebuah evolusi yang berakibat pada perubahan sosial. Teknologi digital dalam konteks jurnalisme waras menjadi katalis atau unsur yang memacu percepatan proses terjadinya evolusi tapi bukan bagi proses itu sendiri. **Paul Brandshaw** menyebutkan dalam **wikipedia** bahwa lima prinsip dasar jurnalisme digital berbasis online (dalam jaringan/*internet*), yang diperoleh dari http://id.wikipedia.org/wiki/Jurnalisme_daring, diakses pada 7 maret 2016 antara lain :

- a. **Keringkasan (*Brevity*)**. Berita dituntut untuk bersifat ringkas, untuk menyelesaikan kehidupan manusia dan tingkat kesibukan yang semakin tinggi. Hal ini sesuai dengan istilah umum komunikasi KISS, yakni *Keep It Short and Smile*.
- b. **Adaptabilitas atau kemampuan beradaptasi (*Adaptability*)**. Para *jurnalists online* dituntut agar mampu menyelesaikan diri ditengah kebutuhan dan preferensi publik. Dengan adanya kemajuan teknologi, jurnalis dapat menyajikan berita dengan cara membuat berbagai keragaman cara seperti dengan penyediaan format suara, video, gambar, dan lain-lain dalam suatu berita.
- c. **Dapat dipindai (*Scanability*)**. Untuk memudahkan para audiens, situs-situs terkait dengan jurnisme online hendaknya memiliki sifat yang dapat dipindai, agar pembaca tidak perlu merasa terpaksa dalam membaca informasi atau berita.
- d. **Interaktivitas (*Interactivity*)**. Komunikasi dari publik kepada jurnalis dalam jurnisme online sangat dimungkinkan dengan adanya akses yang semakin luas. Pemirsa dibiarkan untuk menjadi pengguna. Hal ini sangat penting karena semakin audiens merasa dirinya dilibatkan, maka mereka akan semakin dihargai dan senang membaca berita yang ada.
- e. **Komunitas dan percakapan (*Community and Conversation*)**. Media online memiliki peran yang lebih besar dari pada media cetak atau media konvensional lainnya, yakni sebagai penjaring komunitas. Jurnalis juga harus memberi jawaban atau timbal balik kepada publik sebagai sebuah balasan atau interaksi yang dilakukan publik. (2016)

Jenis-jenis jurnalisme online dapat dilihat dari dua domain. Domain pertama rentangan dari situs-situs yang fokus pada *editorial content* hingga kepada situs-situs yang berbasis konektivitas publik. Domain kedua dilihat berdasarkan tindakan partisipasi yang ditawarkan oleh situs berita yang bersangkutan. Adapun empat jenis jurnalisme daring adalah :

1. *Mainstream News Sites*. Contoh situs-situs jenis jurnalisme daring ini adalah Detik.com, Astaga.com, maupun situs-situs surat kabar lainnya. Situs macam ini menawarkan informasi dan isi berita-berita faktual, dengan tingkat komunikasi partisipatoris yang kecil.
2. *Index and Category Sites*. Jenis jurnalisme daring ini sering dikaitkan dengan situs-situs *search engines*. Jenis jurnalisme daring ini menawarkan audiens berbagai pilihan link di seluruh World Wide Web. Contohnya adalah situs Google, *Altavista*, dan Yahoo.
3. *Meta and Comment Sites*. Jurnalisme daring jenis ini merupakan situs-situs mengenai media berita dan isu-isu media secara umum, dan kadang-kadang juga dikaitkan atau diasosiasikan sebagai pengawas media. Contohnya adalah *Mediachannel*, *Europemedia*, dan lain-lain.
4. *Share and Discussion Sites*. Jenis jurnalisme daring ini melingkupi situs-situs yang memanfaatkan potensi teknologi internet, sebagai wadah dan sarana untuk saling bertukar pikiran, cerita, dan sebagainya. Tingkat partisipatoris audiens jenis jurnalisme daring ini cukup tinggi karena memancing interaksi dari mereka. Misalnya adalah situs Indymedia dan *Slashdot*.
(http://id.wikipedia.org/wiki/Jurnalisme_daring) diakses 7 Maret 2016)

Dalam buku berjudul **Teori Komunikasi (Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa)** J. Serverin dan W. Tankard menyebutkan ada tiga figur utama internet :

- a. *Email*. Jutaan orang kini berkomunikasi dengan menggunakan pesan elektronik tau *email*. Tidak perlu menjadi pengguna internet yang canggih untuk mengirimkan pesan email.
- b. *News dan Maliling Lists*. *Newsgroups* dan *mailing lists* merupakan sistem berbagi pesan secara elektronik yang memungkinkan orang-orang yang tertarik pada masalah yang sama untuk saling bertukar informasi dan opini. Sekarang ada 20.000 *newsgroup* yang meliputi berbagai jenis topik. Beberapa orang merasa bahwa mereka mendapat berita secara lebih cepat dan lebih baik dari pada koran maupun majalah. Yang lebih penting lagi, *newsgroups* memungkinkan terjadinya respon langsung terhadap suatu berita yang tidak bisa dilakukan oleh koran dan majalah.
- c. *World Wide Web*. *World Wide Web* yang juga dikenal *www* tau *web* ini di merupakan sebuah sistem informasi yang dapat

diakses melalui komputer lain secara cepat dan tepat. Sekarang ini, webmengggunakan metafora halaman dan penggunaanya dapat membuka halaman perhalaman dengan mengklik mouse. Halaman berbeda tersebut bisa jadi ada di komputer yang berada di seluruh dunia. (2001:7)

Terkait dalam perkembangan *citizen journalism* itu sendiri, salah satu fitur paling terpengaruh justru keberadaan *weblog* atau yang lebih populer dengan nama *blog*. Dinyatakan penting dan berperan dalam perkembangan *citizen journalism* karena banyak aktivitas para *bloger* yang mengarah pada kegiatan *citizen journalism* itu sendiri. Pada dasarnya *blog* merupakan singkatan dari *web log*, yakni bentuk aplikasi *web* yang menyerupai tulisan-tulisan (yang dimuat sebagai posting) sebuah halamn *web* umum. Situs *web* seperti ini biasanya dapat diakses oleh semua penggu internet sesuai dengan topik dan tujuan dari si pengguna *blog* tersebut.

Blog mempunyai fungsi yang sangat beragam, dari sebuah catatan harian, media publikasi dan sebuah kampanye politik, sampai dengan program-program media dan perusahaan. Sebagian *blog* dipelihara oleh individu, sementara sebagian lainnya oleh beberapa penulis. Banyak juga *weblog* yang memiliki fasilitas interaksi dengan para pengunjunnya, yang dapt memperkanankan para pengunjung untuk meninggalkan komntar atas isi dari tulisan yang dipublikasikan, namun demikian ada juga yang sebaliknya yang bersifat *non-interaktif*.

2.4 Pengertian Jurnalistik

Jurnalistik atau *Journalisme* berasal dari perkataan *Journal*, artinya catatan harian, atau catatan mengenai kejadian sehari-hari, atau bisa diartikan surat kabar. *Journal* berasal dari perkataan Latin *diurnalis*, artinya harian atau tiap hari. Dari perkata itulah lahir kata jurnalis, yaitu orang yang melakukan pekerjaan jurnalis.

Pencarian, penyeleksian, dan pengolahan informasi yang mengandung nilai berita dan unsur berita dapat dibuat menjadi karya jurnalistik, dan Media yang digunakan pun sangat beragam, baik menggunakan Media massa cetak, maupun media massa elektronik, dan internet mengolah suatu fakta menjadi berita memerlukan keahlian, kejelian dan keterampilan tersendiri, yaitu keterampilan jurnalistik.

Menurut **MacDougall** di kutip dari buku **Jurnalistik : Teori dan Praktik** karya **Hikmat dan Purnama Kusumaningrat** yakni :

***Journalisme* adalah kegiatan menghimpun berita, mencari fakta, dan melaporkan peristiwa.(2012:12)**

Pendapat lain dikemukakan **Sumadiria** dalam bukunya yang berjudul **Jurnalistik Indonesia** yakni :

Jurnalistik secara teknis, adalah kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan dan menyebarkan berita melalui media berkala kepada khalayak seluas-luasnya dengan secepat-cepanya. (2014:3)

Dapat ditarik kesimpulan bahwa jurnalistik merupakan kegiatan meliputi mencari, memperoleh, memiliki menyimpan, mengolah dan menyampaikan

informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data grafik maupun dalam bentuk lainnya serta di sebarakan melalui media massa.

Bentuk jurnalistikpun beragam, sesuai dengan dimana jurnalis itu menyebarkan informasi di media massa. Informasi dapat berbentuk tulisan seperti Koran, majalah atau tabloid, berbentuk suara seperti radio siaran ataupun secara gambar dan suara layaknya di televisi.

2.4.1 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**

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

- 2. Jurnalistik Auditif**

Jurnalistik auditif yaitu jurnalistik radio siaran.

- 3. 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, pengolahan, penerbitan, penyebaran informasi serta dampak yang akan ditimbulkan 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, kelebihanannya 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 informasi secara audio dan visual sehingga penonton bisa mendengar sekaligus melihat apa yang terjadi dalam suatu peristiwa.

2.5 *Citizen Journalism*

Tidak ada yang berubah dari kegiatan jurnalisme yang didefinisikan seputar aktivitas mengumpulkan, mengolah dan menyebarluaskan berita. *Citizen journalism* pada dasarnya juga melibatkan kegiatan semacam itu, namun perbedaan yang mencolok timbul karena dalam penerapan jurnalisme konvensional yang melakukan aktivitas tersebut adalah seorang wartawan. Sementara dalam *citizen journalism*, dikatakan setiap warga bebas melakukan kegiatan tersebut dengan tanpa memandang latar belakang dia wartawan atau bukan.

Shayne dan Willis (dalam **Suwandi**) pada buku yang berjudul **Langkah Otomatis Menjadi *Citizen Journalism*** mendefinisikan *citizen journalism* sebagai berikut:

...the act of citizen playing an active role in the process of collecting, report, analyzing, and disseminating news and informations (kegiatan warga negara biasa yang diikuti dalam proses mengumpulkan, melaporkan menganalisis, dan menyebarluaskan berita serta informasi) (2010:29)

Setidaknya ada beberapa pokok yang menjadi tonggak kemunculannya trend *citizen journalism* sekarang ini. Pertama, komitmen pada suara-suara publik. Kedua, kemajuan teknologi yang mengubah sudut pandang modus komunikasi. Pendapat lainnya, **Nurudin** melalui bukunya berjudul **Jurnalisme Masa Kini** menyebutkan bahwa *citizen journalis* adalah :

Keterlibatan warga negara dalam memberitakan sesuatu. Seseorang tanpa memandang latar belakang pendidikan, keahlian dapat merencanakan, menggali, mencari, mengolah, melaporkan informasi (tulisan, gambar, foto, tutur video) kepada orang lain. (2009:2015)

Pendapat lain juga dikemukakan oleh **Pepih** dalam bukunya yang berjudul, *Citizen Journalism* mendefinisikan sebagai berikut :

Sebuah kegiatan warga biasa yang tidak terlatih, namun dengan peralatan teknologi informasi yang dimilikinya menjadi saksi mata atas sebuah peristiwa yang terjadi di sekitarnya, meliput, mencatat, mengumpulkan, menulis dan menyiarkannya di media online karena memiliki semangat berbagi dengan pembaca lainnya. (2012:11)

Citizen Journalism mampu menyajikan berita yang luput dari perhatian media massa umumnya. *Citizen Journalism* melaporkan pandangan mata pendengar untuk menghasilkan berita. *Citizen Journalism* muncul sebagai bentuk ketidakpuasan terhadap praktik jurnalisme di media *mainstream* sehingga menghasilkan pemikiran-pemikiran yang mengkritisi kegagalan media *mainstream*.

Jika dibandingkan jurnalisme yang dilakukan oleh pihak *mainsstream* tau media massa konvensional yang memaknai berita sebagai kontruksi atas realitas sosial yang dianggap penting dan menarik bagi khlayak pembaca, jurnalisme warga menekankan pada aspek kontribusi mereka terhadap dunia jurnalistik.

2.5.1 Bentuk-bentuk *Citizen Journalism*

Untuk lebih mengenal *citizen journalism*, berikut **D. Lasica** lewat tulisan berjudul *Online Journalism Review* (dalam **Nurudin**) pada buku *Citizen Journalism* sebagai **Karatis Baru Masyarakat** membagi *citizen journalism* dalam beberapa bentuk yang antara lain :

- a. 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)
- b. Berita independen dan informasi yang ditulis dalam *website*
- c. Partisipasi pada berita situs. Berupa omentar-komentar pembaca atas sebuah berita yang disiarkan oleh media tertentu. Beberapa surat kabar seperti Media Indonesia, Koran Tempo membuka *space* komentar dari pembaca tentang tulisan berita yang disajikan.
- d. Tulisan ringan seperti dalam milis dan e-mail.
- e. Situs pemancar pribadi. (2010:62-63)

Analsis dan pengamatan mengenai *citizen journalis* sudah banyak dilakukan oleh ilmuan di bidang komunikasi. Salah satunya analisi yang paling terkenal disampiaka oleh **Steve Outing** (dalam **Pepih**) pada buku *Citizen Journalism* mengenali 11 lapisan dalam *citizen journalism* yaitu :

1. *Opening Up To Public Comment* : situs di internet menyediakan tempat (kolom) komentar publik. Pembaca diperbolehkan untuk bereaksi. Mengkritik, memuji atau memberikan tambahan ke dalam berita yang tertulis oleh jurnalistik profesional dalam kolom tersebut.
2. *The Citizen Add-On Report* : menambahkan pendapat warga segaia bagian yang tertulis oleh jurnalistik profesional. Warag diminta menuliskan pengalamannya yang berkaitan dengan berita tersebut.
3. *Open-Source Reporting*: sebuah bentuk kolaborasi liputan dengan sumber terbuka. Dimana jurnalis profesional bekerja sama dengan pembaca yang memiliki pengetahuan tentang suatu masalah yang sedang terjadi. Saling melengkapi dalam menghasilkan sebuah berita yang akurat. Berita tetap ditulis oleh reporter profesional.
4. *The Citizen Bloghouse* : *Bloghouse* warga, yaitu blog-blog gratis yang dimiliki oleh setiap orang, yang kemudian dapat digunakan untuk menuangkan cerita maupun gagasan kepada khalayak umum diseluruh penjuru dunia.
5. *Newsroom Citizen 'Transparency' Blogs* : sebuah blog yang dimiliki oleh sebuah organisasi media sebagai bentuk transparansi dan komunikasi dengan pembaca. Keluhan, kritik atau pujian terhadap apa yang ditampilkan organisasi media tersebut dapat disampaikan disini.
6. *The Stand Alone Citizen Journalism Site Edited Version* : laporan berita dari warga dengan melalui proses penyuntingan. Berita yang masuk melalui proses penyuntingan terlebih dahulu, dengan tetap mempertahankan keaslian tulisan.
7. *The Stand Alone Citizen Journalism Site Unedited Version* : Laporan berita dari warga pada sebuah situs, tanpa melalui proses penyuntingan. Dalam versi ini, berita bisa langsung muncul seketika setelah diposting.
8. *Add a Print Editio*: Merupakan gabungan dari *The Stand Alone Citizen Journalism Site Edited Version* dengan edisi cetak.
9. *The Hybrid: Pro+Citizen Journalism* : Penggabungan jurnalis profesional dengan jurnalis warga. Berita dari jurnalis profesional diperlakukan sama dengan berita dari jurnalis warga.

10. *Integrating Citizen Journalism and Pro Journalism Under One Roof* : Penggabungan jurnalisme profesional dengan jurnalisme warga dalam satu tahap. Menggunakan jurnalisme profesional namun menerima tulisan dari jurnalisme warga.
11. *Wiki Journalism : Where the Reader are Editors* : Jurnalisme wiki adalah model jurnalisme yang menepatkan pembaca sebagai penyunting. Setiap orang bisa menulis, menyunting, maupun memberikan komentar pada tulisan. Model jurnalisme ini dipopulerkan oleh Iwikipedia. (2012:26-35)

Citizen Journalist yang mempraktikkan *citizen Journalism* tidak harus mengikuti persis apa yang dilakukan jurnalis profesional, meski dalam etika dasar harus melaksanakan. Dalam bekal kerja *citizen journalist* tidak harus persis mengikuti cara kerja yang dilakukan jurnalis profesional. Karena justru dengan cara inilah khas *citizen journalism* sebagai sebuah tulisan dengan gaya berbeda dari laporan yang ditulis jurnalis sebagai tulisan pada media arus utama.

2.6 Fenomenologi

Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani *Phainomi* yang berarti “menampak”. *Phainomi* merujuk pada “yang nampak”. Fenomena tiadalah lain adalah fakta yang disadari, dan masuk ke dalam pemahaman manusia. Jadi suatu objek itu ada dalam relasi dengan kesadaran. Fenomenologi bukanlah dirinya seperti tampak secara kasat mata, melainkan justru ada di depan kesadaran, dan disajikan dengan kesadaran pula. Berkaitan dengan hal ini, maka fenomenologi merefleksikan pengalaman manusia, sejauh pengalaman itu secara intersif berhubungan dengan suatu objek.

Dewasa ini fenomenologi dikenal sebagai aliran filsafat sekaligus metode berpikir, yang mempelajari fenomena manusiawi (*human phenomena*) tanpa mempertanyakan penyebab dari fenomena itu, realitas objektifnya, dan penampakkannya. Fenomenologi tidak beranjak dari kebenaran fenomena seperti yang tampak ada adanya, namun sangat menyakini bahwa fenomena yang tampak itu, adalah objek yang penuh dengan makna transendental. Oleh karena itu untuk mendapatkan hakikat kebenaran, maka harus menerobos melampaui fenomena yang tampak itu.

Seperti yang dikutip dari buku **Fenomenologi** karya **Engkus**, “**tujuan fenomenologi adalah mempelajari fenomena dialami dalam kesadaran, pikiran, dan dalam tindakan seperti bagaimana fenomena tersebut bernilai atau diterima secara estis**”. Fenomenologi mencoba mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi makna dan konsep-konsep penting, dalam kerangka intersubjektivitas. Intersubjektif karena pemahaman kita mengenai dunia dibentuk oleh hubungan kita dengan orang lain. Walaupun makna yang kita capai dapat ditelusuri dalam tindakan, karya dan aktivitas yang kita lakukan, tetap saja ada peran orang lain di dalamnya.

Ahli matematika Jerman **Edmun Husserl**, dalam tulisannya yang berjudul *Logical Investigation* (1990) mengawali sejarah fenomenologi. Ide-ide Husserl ini sangat abstrak dan luas. Fenomenologi sebagai salah satu cabang filsafat, pertama kali dikembangkan di Universitas-universitas Jerman sebelum Perang Dunia I. Husserl adalah pendiri dan tokoh utama dari aliran filsafat fenomenologi. Bagi Husserl fenomenologi adalah ilmu yang fundamental dalam “kesenjangan”.

Oleh karena itu secara metodologis, fenomena bertugas untuk menjelaskan *thing in themselves*, mengetahui apa yang masuk sebelum kesadaran, dan memahami makna dan esensinya, dalam intuisi dan refleksi diri. Proses ini memerlukan penggabungan dari apa yang nampak, dan apa yang ada dalam gambaran orang yang mengalaminya. Jadi gabungan antara yang nyata (real) dan yang ideal.

Dengan demikian pengalaman hidup sejumlah orang tentang suatu konsep atau gejala, dalam hal citizen journalism ini termasuk konsep diri atau pandangan hidup mereka. Seperti dijelaskan oleh **Meleong** yang dikutip oleh **Engkus** dalam bukunya berjudul **Fenomenologi** yaitu :

Fenomenologi tidak berasumsi bahwa peneliti mengetahui arti sesuatu bagi orang-orang yang sedang diteliti oleh mereka. inkuiri fenomenologi dimulai dengan diam. Diam merupakan tindakan untuk menangkap pengertian sesuatu yang sedang diteliti. Mereka berusaha untuk masuk ke dalam dunia konseptual para subjek yang ditelitinya sedemikian rupa sehingga mereka mengerti apa dan bagaimana suatu pengertian yang dikembangkan oleh mereka di sekitar peristiwa dalam kehidupan sehari-hari. (2013:127)

Berikut adalah komponen konseptual atau unit-unit analisis dalam fenomenologi transedental *Husserl* yang dikutip dari buku **Fenomenologi** karya Engkus:

a) **Kesengajaan (*Intentionality*)**

Menurut Aristoteles, kesengajaan adalah orientasi pikiran terhadap objek tertentu. Husserl pertama kali menemukan konsep ini dalam tulisan Brentano yang banyak menginspirasi sehingga melahirkan fenomenologi. Namun demikian, Husserl memiliki pemikiran yang berbeda dengan Brentano. Apabila menurut Brentano objek haruslah selalu berwujud, menurut Husserl objek tidak selamanya berwujud. Akhirnya mereka sepakat bahwa kesengajaan adalah internal dalam diri manusia, yang berhubungan dengan objek tertentu. Oleh karena diawali kesadaran, maka faktor yang berpengaruh terhadap kesengajaan antara lain kesenangan (minat) penilaian awal, dan harapan terhadap objek.

b) **Noema dan Noesis**

Noesis merupakan bahan dasar pikiran dan roh manusia. Noesis juga yang menyadarkan kita akan makna, ketika kita mempersepsi, mengingat, menilai, merasa, dan berpikir. Noesis adalah sisi ideal objek yang ada dipikiran kita bukan objek yang sebenarnya. Jadi noesis ialah makna yang ada dipikiran kita. Sedangkan noema adalah sesuatu yang ditangkap oleh panca indra manusia. Dalam arti kata noema itu tetap dan disertai dengan bukti-bukti akurat.

c) **Intuisi**

Intuisi adalah proses kehadiran esensi fenomena dalam kesadaran. Intuisi ialah yang menggabungkan noema dan noesis. Dengan kata lain intuisi ialah yang mengubah noema menjadi noesis. Inilah sebabnya mengapa konsep fenomenologi Husserl dinamakan fenomenologi transedental, karena terjadi pada dalam diri individu secara mental (transenden) dengan demikian ego memiliki peran yang sangat penting. Oleh karena ego dan super ego lah yang meneggerakan intuisi, guna mengubah noema menjadi noesis.

d) **Intersubjektivitas**

Husserl menyakini betul, bahwa proses intuitif reflektif (berpikir secara intuisi) terjadi karena faktor ego dan super ego, dia tidak menolak sama sekali faktor intersubjektif yang juga berperan besar dalam pembentukan makna. Makna yang kita berikan pada objek turut juga dipengaruhi oleh

empati yang kita miliki terhadap orang lain. Karena secara alamiah, kita memiliki kecenderungan untuk membandingkan pengalaman kita dengan pengalaman milik orang lain.

Hal tersebut cukup menjelaskan gambaran bagaimana bahwa fenomenologi rupannya berusaha memahami pendalaman informan terhadap suatu fenomena yang muncul sesuai dengan kesadaran, artinya oleh kaum fenomenologi menekankan empat analisis fenomenologi untuk mengetahui perilaku dan kesadaran manusia. Konsepsi ini sesuai dengan teori fenomenologi transendental yang dianut oleh *Husserl*.

2.7 Hubungan Fenomenologi Dengan Fenomena *Citizen Journalism* Sebagai

Bentuk Jurnalistik Modern

Mengingat penelitian berupaya menggambarkan fenomena *citizen journalism* ini, maka tradisi yang digunakan pada penelitian ini adalah tradisi fenomenologi. Fenomenologi berupaya untuk menjelaskan makna pengalaman hidup sejumlah orang tentang suatu konsep atau gejala, yang dalam hal *citizen journalism* ini termasuk didalamnya tentang konsep diri atau pandangan hidup pewarta menyikapi jurnalistik modern.

Untuk mengungkap realitas sosial, seperti *citizen journalism*, peneliti perlu mengadopsi paradigma teoretis yang telah mengembangkan metodologi kualitatif. Untuk mengungkapkan realitas yang sesungguhnya. Seperti yang

dikutif oleh **Engkus** (dalam **Wett** dan **Berg**) pada bukunya yang berjudul

Fenomenologi menuliskan :

...One of the basic concerns in development of qualitative methodologies was, and remains, that adoption of particular theoretical to the point of view perspective or orientation of member of a communication community in deciding what is to constitute the nature of objective phenomenon. Indeed, in contrast to the realist or objectivist assumption underpinning a good deal of quantitative work in the field, most qualitative communication researchers adopt the view that what counts as real or objective is a function of the reasoning, concepts, and orientation of the members of a communication community.

(salah satu keprihatian dasar dalam pengembangan metodologi kualitatif, bahwa adaptasi sikap teoretis tertentu ke titik perspektif melihat atau orientasi anggota sebuah komunitas komunikasi dalam memutuskan apa yang merupakan sifat dari sebuah fenomena objektif. Memang, berbeda dengan asumsi realis atau objektivis underpinning banyak pekerjaan kualitatif di lapangan, yang paling kualitatif komunikasi penelitian mengadopsi pandangan bahwa apa yang dianggap sebagai nyata atau tujuan adalah fungsi dari penalaran, konsep dan orientasi anggota sebuah komunitas komunikasi). (2013:125)

Lebih lanjut dijelaskan pula bahwa paradigma teori fenomenologi yang mengembangkan metode kualitatif untuk penelitian komunikasi dapat mengungkap konstruksi realitas. Menurut **Thomas Lindlof** dalam buku *Qualitative Communication Research Methods* yang kemudian dikutip oleh **Engkus** disebutkan bahwa metode kualitatif untuk penelitian komunikasi dengan paradigma fenomenologi sering disebut sebagai paradigma interpretatif (interpretative paradigm), yang merupakan tradisi sosiologi dan antropologi, akan tetapi menjadi bagian penting dalam penelitian komunikasi.