**BAB II**

**TINJUAN PUSTAKA**

**2.1 Pengertian Komunikasi**

Kata ‘komunkasi’ berasal dari kata atau bahasa latin *communis*  yang berarti ‘sama’, atau *communico, communication* atau *communicare* yang berarti ‘membuat sama’. Komunikasi menunjuk kepada kegiatan berbagi pikiran mendiskusikan makna dan mengirimkan pesan (Mulyana 2001. 41).

West dan Turner dalam buku *introducing Communications Theory: Analysis and Applicatinon* (2007,4) mendefinisikan komunikasi sebagai berikut: *communication is a social process in which individuals employ symbols to establish and interpret meaning in their environment.*

Komunikasi adalah proses sosial, dimana semua individu menggunakan simbol-simbol untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna dalam lingkungan mereka.

Dikutip dari Wood dalam bukunya yang berjudul *communication Mosaics: An Introduction to the field of communication* (2008, 10), komunikasi karena komunikasi akan terjadi di mana saja dan kapan saja. Itu sebabnya Paul Watzlawick, Janet Beavin Bavelas dan Donald D. Jackson dalam bukunya yang berjudul *Pragmatics of Human Communication* (1967)mengatakan bahwa manusia pasti akan terlibat komunikasi.

**2.2 Pengertian Jurnalistik**

Jurnalistik berasal dari kata *journ*, yang artinya catatan harian, atau catatan mengenai kejadian sehari-hari, atau berarti surat kabar. *Journ* dari bahasa Perancis yang mempunyai arti catatan atau laporan harian. Dari perkataan itulah lahir kata jurnalis yaitu orang yang melakukan kegiatan jurnalistik. Secara sederhana jurnalistik dapat didefinisikan sebagai kegiatan untuk menyiapkan, mengedit, dan menulis untuk surat kabar, majalah, atau media berkala lainnya.

**Hodgins** yang dikutip oleh **Sumadiris** dalam bukunya **“Jurnalistik Indonesia”** menjelaskan bahwa  **Jurnalistik adalah Pengirimian informasi dari sini ke sana dengan benar, seksama, dan cepat, dalam rangka membela kebenaran dan keadilan berpikir yang selaludibuktikan. (2004:23)**

Pernyataan di atas menunjukan bahwa jurnalistik mencakup kegiatan pengiriman informasi atau laporan harian yang benar, seksama, dan cepat, dalam rangka membela kebenaran serta keadilan berpikir yang selalu dapat dibuktikan dengan fakta-fakta yang ada di lapangan untuk kemudian disebarluaskan kepada khalayak luas. Jurnalistik menjadi sangat penting dan akan terus penting kapanpun dan dimanapun.

Kegiatan jurnalistik menuntut seorang wartawan memiliki unsur berita yaitu 5W + ! H agar berita tersebut dapat dikatakan layak untuk disampaikan kepada masyarakat. Hasil berita tersebut disebarluaskan melalui pers yang bersifat sebagai media.

**Romli** dalam bukunya **“Jurnalistik Praktis Untuk Pemula”** menjelaskan bahwa :

**Jurnalistik dapat dipahami sebagai proses kegiatan meliput, membuat, dan menyebarluaskan peristiwa (news) dan pandangan (views) kepada khalayak melalui saluran media massa (cetak atau elektrolit). Sedangkan pelakunya disebut jurnalis atau wartawan. (2004:17)**

UU No. 4o/1999 tentang Pers, yang terdapat di buku **Romli** yang berjudul **“Jurnalistik Praktis Untuk Pemula”** menyatakan bahwa wartawan adalah orang yang melakukan aktifitas jurnalistik secara rutin. Dengan demikian, ia bekerja di sebuah perusahaan penerbitan pers atau menjadi wartawan lepas (freelance) yang rutin mengirimkan tulisan ke media massa.

Penjelasan diatas menyebutkan bahwa jurnalistik adalah suatu pengolahan laporan harian mulai dari proses kegiatan mencari, meliput, mengolah hingga menyebarluaskannya kepada masyarakat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat harus benar, jelas, akurat dan menarik. Sehingga membangkitkan minat dan selera membaca surat kabar tersebut.

**2.2.1 Jenis-jenis Jurnalistik**

**Romli** dalam bukunya yang berjudul **Jurnalistik Praktis** menjelaskan mengenai jenis-jenis jurnalistik, yang meliputi :

1. ***Jazz Journalism***
2. ***Adversary Journalism***
3. ***Government say so journalism***
4. ***Checkbook Journalism***
5. ***Alcohol Journalism***
6. ***Crusade Journalism***
7. ***Electonic Journalism***
8. ***Junket Journalism***
9. ***Gutter Journalism***
10. ***Gossip Journalism***
11. ***Development Journalism***

***(1999:70)***

Penjelasannya, sebagai berikut :

1. ***Jazz journalism*, yaitu jurnalistik yang mengacu pada pemberian hal-hal sensasional, menggamparkan, mengegerkan**
2. ***Adversary journalism*, yaitu jurnalistik yang membawa misi pertentangan, yakni beritanya sering menentang kebijakan pemerintahan atau penguasa.**
3. ***Government say so journalism*, yaitu jurnalistik yang memberitakan apa saja yang disiarkan pemerintah layaknya Koran pemerintah.**
4. ***Checkbook journalism*, yaitu jurnalistik yang untuk memperoleh bahan berita harus memberi uang pada sumber berita.**
5. ***Alcohol journalism*, yaitu junalistik liberal yang tidak menghargai urusan pribadi sseseorang atau lembaga.**
6. ***Crusade journalism*, yaitu junalistik yang memperjuangkan nilai-nilai tertentu.**
7. ***Electronic journalism*, yaitu pengetahuan tentang berita-berita yang disiarkan melalui media massamodern seperti televise, film, radio kaset dan sebagainya.**
8. ***Junket journalism* (jurnalistik foya-foya), yaitu praktik jurnalistik yang tercela, yakni wartawan yang mengadakan perjalanan jurnalistik atas biaya dan perjalanan yang berlebihan dan diongkosi di pengundang.**
9. ***Gutter journalism* (jurnalistik got), yaitu jurnalistik yang lebih menonjolkan pemberitaan tentang seks dan kejahatan**
10. ***Gossip journalism* (jurnalistik kasak-kusuk), yaitu jurnalistik yang lebih menekankan berita-berita kasak-kusuk dan isu yang kebenarannya masih sangat diragukan.**
11. ***Development journalism* (jurnalistik pembangunan), yaitu jurnalistik yang mengutamakan peranan pers dalam rangka pembangunan nasional Negara dan bangsanya. (1999: 70)**

**2.3 Pengertian Pers**

Pers berasal dari perkataan Belanda *pers* yang artinya menekankan atau mengepres. Kata pers merupakan padanan dari kata *press* dalam bahasa Inggris yang juga berarti menekan atau mengepres. Secara harfiah, kata  *pers* atau *press* mengacu pada pengertian komunikasi yang dilakukan dengan perantaraan barang cetakan. Sekarang kata *pers* atau *press* digunakan untuk menunjuk semua kegiatan jurnalistik terutama kegiatan yang berhubungan dengan menghimpun berita baik oleh wartawan media elektronik maupun wartawan media cetak .

**Sumadiria**  dalam bukunya yang berjudul **“Jurnalistik Indonesia”,** menjelaskan bahwa pers adalah

**Pers dalam arti sempit hanya merujuk kepada media cetak berkala : surat kabar, tabloid, dan majalah. Sedangkan dalam arti luas, pers bukan hanya menunjuk pada media cetak berkala melainkan juga mencakup media elektronik auditif dan media elektronik audiovisual berkala yakni radio, televise, film dan media on line internet. Pers dalam arti luas disebut media massa. (2005 : 31)**

Secara Yuridis formal, dalam Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Pokok Pers no. 40/1999, yang terdapat di buku **Sumardirja** yang berjudul **Jurnalistik Indonesia**, menyatakan bahwa pers adalah :

**Pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik dan segala jenis saluran yang tersedia. (2005: 31)**

Definisi di atas, bahwa pers merupakan lembaga sosial sekaligus wahana komunikasi massa yang out putnya berupa kegiatan jurnalistik yakni mencari, memperoleh, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi, memberikan gambaran yang sangat jelas dimana ada keterkaitan antara jurnalistik dan pers. Sebenarnya kalian antara pers dan jurnalistik adalah pers sebagai lembaga atau organisasi yang menyebarkan berita sedangkan jurnalistik lebih kepada praktek atau kegiatan menyebarkan berita.

Pers dapat mempengaruhi dan juga merubah opini msayarakat karena bertindak sebagai komunikator massa. Agar pers dapat dipercaya oleh masyarakat, maka pers harus berusaha menyampaikan informasi yang factual dan actual serta terperinci. Masyarakat sebagai konsumen pers sangat efektif didalam memilih informasi karena mereka mencari informasi sesuai dengan apa yang mereka butuhkan.

**2.3.1 Fungsi Pers**

**Sumardiria**, di dalam bukunya yang berjudul **“Jurnalistik Indonesia”** pers mempunyai lima fungsi, yaitu :

1. **Informasi**
2. **Edukasi**
3. **Koreksi**
4. **Rekreasi**
5. **Mediasi**

**(2006:32)**

Penjelasanya mengenai lima fungsi pers, sebagai berikut :

1. **Untuk Menginformasikan *(to inform)***

Fungsi utama pers ialah menyampaikan informasi secepat-cepatna kepada masyarakatyang seluas-luasnya. Setiap informasi harus actual, factual, menarik, penting, benar, lengkap, jelas, jujur, relevan dan bermanfaat.

1. **Untuk Mendidik *(to educate)***

Informasi yang disebarluaskan pers hendaknya dalam rangka mendidik *(to educate)*. Dalam hal ini pers harus mau dan mampu merencanakan dirinyasebagai guru bangsa. Sehingga pers dapat mencerdaskan masyarakat.

1. **Untuk Mengkoreksi *(to correct)***

Pers adalah pilar demokrasi keempat setelah legislative, eksekutif, dan yudikatif. Pers dalam kerangka ini dimaksudkan untuk mengkoreksi, mengawasi atau mengontrol kekuasaan agar mereka tidak menjadi korup dan absolut. Dengan fungsi control ini pers bias disebut sebagai institusi sosial yang tidak pernah tidur.

1. **Untuk Menghibur *(to entertain)***

Fungsi keempat pers adalah menghibur. Pers harus mampu memerankan dirinya sebagai wahana rekreasi yang menyenangkan sekaligus menyehatkan bagi semua lapisan masyarakat. Pers harus jadi sahabat setia pembaca yang menyenangkan.

1. **Untuk Menjadi Medasi *(to mediate)***

Menjadi mediasi artinya penghubung atau mediator. Dengan fungsi mediasi, pers mampu menghubungkan tempat yang satu dengan tempat yang lain, peristiwa dengan peristiwa lainnya, atau orang yang satu dengan orang yang lain pada saat yang sama.

**2.4 Komunikasi Massa**

Pentingnya peranan media massa sebagai pemberi informasi kepada khayalak menjadi salah satu factor penting agar komunikasi yang dilakukan berjalan efektif dan tepat sasaran. Komunikasi dengan menggunakan media massa disebut dengan komunikasi massa.

Komunikasi massa adalah proses penyampaian informasi, ide dan sikap kepada khayalak kepada orang banyak, biasanya dengan menggunakan mesin, atau media yang diklafikasikan ke dalam media massa seperti radio siaran, televise siaran, surat kabar atau majalah dan film.

**2.4.1 Pengertian Komunkasi Massa**

Kebutuhan akan informasi di era informasi saat ini, media massa memiliki perasaan yang sangat penting bagi tercapai kebutuhan mengingat proseskehidupan yang terjadi, pada masyarakat modern saat ini sudah tidak lagi mengenal batasan geografis

**Elvinaro** bersama  **Lukiati** dalam bukunya **Komunkasi Massa: Suatu Pengantar**, memberikan pengertian bahwa komunkasi massa adalah :

**Pengertian komunikasi massa, pada suatu sisi adalah prroses dimana organisasi media memproduksi dan menyebarluaskan pesan kepada public secara luas dan pada sisi lalu diartikan sebagai bentuk komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan anonym melalui media cetak maupun elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.(2005:31)**

Komunikasi massa *(mass communication)* dikemukakan oleh **Effendy** dalam buku **Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi** adalah :

**Komunikasi melalui media massa modern, yang meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas, siaran radio dan televise dan ditujukan kepada umum, dan film yang dipertunjukan digedung-gedung bioskop.(1993:79)**

Definisi di atas dapat diketahui bahwa komunikasi massa harus menggunakan media massa sebagai alat penyampaian pesan kepada khalayak luas. Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak seperti kampanye dilapangan luas yang dihadiri oleh puluhan, bahkan ratusan hingga ribuan orang. Jika tidak menggunakan media massa, maka dari itu tidak termasuk kedalam komunikasi massa. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah radio, televise, surat kabar, majalahdan film.

**2.4.2 Ciri-ciri Komunikasi Massa**

**Elvinaro** dalam bukunya **Komunikasi Massa: Suatu Pengantar** menjelaskan karakteristik media massa, yaitu :

1. **Komunikator Terlembagakan**
2. **Pesan Bersifat Umum**
3. **Komunikannya Anonim dan Heterogen**
4. **Media Massa Menimbulkan Keserempakan**
5. **Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan**
6. **Komunkasi Massa Bersifat Satu Arah**
7. **Stimuli Alat Indra “Terbatas”**
8. **Umpan Balik Tertunda. (2005:7-12)**

Penjelasannya karakteristik media massa, sebagai berikut :

1. **Komunikator Terlembagakan**

**Ciri komunikasi yang pertama adalah komunikatornya bergerak dalam sebuah organisasi (lembaga) yang kompleks, nyaris tak memiliki kebebasan individual. Lebih dari itu, pesan-pesan yang disebarkan melalui media massa merupakan hasil kerja sama *(collective)*, komunikatornya disebut sebagai *collectivive communicator.***

1. **Pesan Bersifat Umum**

**Komunikasi massa bersifat umum artinya komunikasi massa ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu. Pesan komunikasi massa dapat berupa fakta, peristiwa atau opini. Pesan komunikasi massa yang dikemas dalam bentuk apapun harus memenuhi kriteria penting atau menarik, atau penting sekaligus menarik bagi sebagian besar komunikan.**

1. **Komunikannya Anonim dan Heterogen**

**Komunikan pada komunikasi massa bersifat anonym dan heterogen. Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonym), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Di samping anonym, komunikan komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda, yang dapat dikelompokan berdasarkan factor: usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latar belakang budaya, agama dan tingkat ekonomi.**

1. **Media massa Menimbulkan Keserempakan**

**Kelebihan komunikasi massa dibandikan dengan komunkasi lainnya, adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapainya relative banyak dan tidak terbatas. Bahkan lebih dari itu, komunikan yang dicapainya relatif banyak dan tidak terbatas. Bahkan lebih dari itu, komunikan yang banyak tersebut secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama pula.**

1. **Komunikasi mengutmakan Isi Ketimbang Hubungan**

**Setiap komunikasi melihatkan unsur isi dan unsur hubungan sekaligus. Pada komunkasi massa yang penting adalah isi. Dalam komunikasi massa, pesan harus disusun sedemikian rupa berdasarkan sistem tertentu dan disesuaikan dengan karakteristik media massa yang akan digunakan.**

1. **Komunikasi Massa Bersifat Satu Arab**

**Komunikasi massa adalah komunikasi dengan menggunakan media massa, keran melalui media massa maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan tontak langsung. Komunikator yang aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif menerima pesan. Namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog. Dengan demikian, komunikasi massa itu bersifat satu arah.**

1. **Stimuli Alat Indra “Terbatas”**

**Ciri komunikasi lainnya yang dapat dianggap salah satu kelemahan adalah stimuli alat indra yang “terbatas”. Dalam komunikasi massa. Stimuli alat indra bergantung pada jenis media massa. Pada surat kabar dan majalah, pembacahanya dapat melihat.**

1. **Umpan Balik Tertunda *(delayed)***

**Komponen umpan balik *(feedback)* merupakan faktro penting dalam bentuk komunikasi. Efektivitas komunikasi dapat dilihat dari *feedback* yang disampaikan oleh komunikan. Tapi pada komunikasi massa *feedback* akan diperoleh setelah komunkasi berlangsung.**

Terdapat delapan elemen karakteristik dari media massa dengan berbagai macam karakter.

**2.4.3 Fungsi Komunikasi Massa**

**Elvinaro** dalam bukunya yang berjudul **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** yang menguntip dari **Dominick** menyebutkan fungsi komunikasi massa ialah :

1. ***Surveilance***
2. ***Interpretation***
3. ***Linkage***
4. ***Transmission of value***
5. ***Entertainment (2005:15-17)***

Penjelasan fungsi komunikasi, sebgai berikut :

1. ***Surveilance* (Pengawasan)**

**Fungsi pengawasankomunikasi massa dibagi dalam bentuk utama: (1) *warning of beware surveillance* (pengawasan peringatan) yaitu fungsi pengawasan peringatan terjadi ketika media massa menginformasikan tentang ancaman (2) *instrumental surveillance* (pengawasan instrumental) yaitu penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari.**

1. ***Interpretation* (Penafsiran)**

**Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Tujuan penafsiran media lain mengajak para pembaca atau pemirsa untuk memperluas wawasan dan membahasnya lebih lanjut.**

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

**Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk *linkage* (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu. Kelompok-kelompok yang memiliki kepentingan yang sama tetapi terpisah secara geografis dipertalikan atau dihubungkan oleh media.**

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

**Fungsi ini juga disebut *socialization* (sosialisasi), sosialisasi mengacu kepada cara, dimana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar dan di baca. Media massa memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang diharapkan mereka. Dengan perkataan lain, media mewakili kita dengan model peran yang kita amati dan harapan untuk menirunya.**

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

**Sulit dibantah lagi bahwa pada kenyataanya hamper semua media menjalankan fungsi hiburan. Fungsi dari media massa sebagai fungsi sebagai menghibur tiada lain tujuannya adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak, karena dengan membaca berita-berita riang atau melihat tayangan hiburan di televise dapat membuat pikiran khayalay segar kembali.**

Komunikasi massa atau media massa mempunyai peran yang penting dalam perkembangan kehidupan masyarakat. Media massa memang dibutuhkna oleh masyarakat karena fungsinya yang memang dapat mengubah pandangan masyarakat terhadap suatu masalah. Untuk hal ini, komunikasi massa mempunyai fungsi bagi masyarakat.

**2.5 Media Massa**

Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan-pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, TV. Dengan menggunakan alat-alat komunikasi tersebut siapapun dapat menyampaikan informasi kepada khalayak dengan cepat dan efisien.

**Media massa dapat menjadi faktor di dalam lingkungan yang mengubah prilaku khalayak melalui proses perizinan klasik, pelaziman operan atau proses imitasi (belajar sosial). Dua fungsi dari media massa adalah media massa memenuhi kebutuhan akan fantasi dan informasi (Rakhmat, 2001).**

Media menampilkan diri sendiri dengan peranan yang diharapkan agar dinamika masyarakat akan terbentuk, dimana media adalah pesan. Jenis media massa menurut **Liliweri (2001)** yaitu media yang berorentasi pada aspek:

1. **Penglihatan *(verbal visual*) misalnya media cetak,**
2. **Pendengaran *(audio)* semata-mata *(radio, Tape recorder)* verbal vokal, dan**
3. **Pada pendengaran dan pengelihatan (televisi, film, video) yang bersifat ferbal visual local.**

Keuntungan komunikasi dengan menggunakan media massa adalah bahwa media massa menimbulkan keserempakan artinya suatu pesan dapat diterima oleh komunikan yang jumlah relative banyak. Jadi untuk menyebarkan informasi, media massa sangat efektif yang dapat mengubah sikap, pendapat dan prilaku komunikasi.

**Media massa adalah alat-alat dalam komunikasi ayng bias menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada *audience* yang luas dan heterogen. Kelebihan media massa disbanding dengan jenis komunikasi lain adalah ia bias mengataasi hambatan ruang dan waktu, bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hamper seketika pada waktu yang tak terbatas (Nurudin, 2007)**

Jenis-jenis media massa yang ada telah berkembang pada saat ini adalah:

1. Media Massaa Cetak *(Printed media)*

Media massa dicetak dalam lembaran kertas. Dari segi formatnya dan ukuran kertas, media massa cetak secara rinci meliputi

1. Koran atau surat kabar,
2. Tabloid
3. Majalah,
4. Buku,
5. Buletin

Isi media massa umumnya terbagi tiga bagian atau tiga jenis tulisan berita, opini, dan feature.

1. Media Massa Elektronik *(Elektronic Media)*

Jenis media massa yang isinya disebarluaskan melalui suara atau gambar dan suara dengan menggunakan teknologi elektronik, seperti radio, televise, dan film.

1. Media Massa Online *(Online Media, Cybermedia)*

Jenis media massa ini merupakan media massa yang dapat kita temukan di internet (*situs web).*

**2.6 Media Massa Cetak**

Media Massa Cetak dalam **Kamus Komunikasi** diartikan sebagai:

**Lembaran yang tercetak yang memuat laporan yang terjadi di masyarakat dengan ciri; terbit secara periodic, bersifat umum, isinya termasa, actual, mengenai apa saja dan dari mana saja di seluruh dunia, yang mengandung nilai untuk diketahui khalayak pembaca. (Effendy,1986:241)**

Surat kabar merupakan sebauh media massa yang bersifat *visual*, yaitu dengan cara dilihat, dibaca dan dipahami maksud isi berita tersebut. Informasi atau berita yang disampaikan oleh surat kabar harus benar, jelas, akurat menarik minat selera pembaca bagi membacanya. Surat kabar juga harus dikemas dalam bahasa dan penyajian berita agar lebih menarik. Karena surat kabar lebih menyajikan berita dalam bentuk tulisan bukan suara.

Surat kabar sering disebut harian karena terbit setiap harinya. Sering pula di sebut Koran sejalan dengan perkembangannya terutama dalam usaha merebut pembaca. Sebenarnya tanpa diberikan pengertian apa itu surat kabar, masyarakat sudah mengetahui apa yang dimaksud surat kabar. Surat kabar di pandang sebagai media penyebaran informasi bagi khalayak dalam bentuk lembaran-lembaran kertas berisiinformasi atau berita.

Tujuan utama masyarakat membaca majalah yaitu keingintahuan akan setiap peristiwa yang terjadi di sekitarnya. Karena sebagian besar rubrik majalah terdiri dari berbagai jenis berita.

Kehidupan masyarakat sehari-harinya membutuhkan informasi kebutuhan manusia akan informasi sama halnya dengan kebutuhan manusia akan makan, minum, dan pakaian. Isi dalam majalah meliputi seluruh aspek kehidupan manusia, masalah sosial, ekonomi, budaya, agama, pendidikan sampai hiburan.

**2.7 Majalah**

**2.7.1 Pengertian majalah**

Menurut **Undang-undang Pers**

Di dorong oleh keberadaanya sebagai mahluk sosial, manuisa senantiasa berusaha untuk mengetahui hal-hal yang terjadi disekitarnya. Media massa menyediakan informasi yang diprelukan guna memenuhi kebutuhan akan informasi tersebut, baik media cetak maupun media elektronika, adapun peran spesifik media cetak dalam penyampainnya informasi, diantaranya berkaitan dengan reading habit dan tradisi menulis.

Majalah sebagai salah satu media cetak yaitu merupakan salah satu sumber informasi yang pada saat ini semakin popular di masyarakat. Majalah merupakan bagian dari pers yang membawa misi penerangan, pendidikan, hiburan. Penerbitan majalah sendiri dimulai pertama kali di Amerika oleh ***Benjamin Franklin*** bernama ***General Megazine*** pada tahun 1741 tetapi perkembangannya sendiri baru tampak sekitar abad XIX.

Karena termasuk sebagai media cetak, maka pesan-pesan dalam majalah bersifat permanen dan public dapat mengatur tempo dalam membacanya, selain itu pula kekuatan utamanya adalah dapat dijadikan sebagai bukti. (Assegaff, 1980:27).

Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan Peterson mengenai keunggulan-keunggulan yang dimiliki sebuah majalah, yaitu:

**Mirip dengan media cetak lainnya majalah tampil lebih berisikan pengetahuan dari pada hal-hal yang menyangkut selera dan perasaan dari komunikannya. Media ini bukan saran yang dibaca selintas saja seperti media actual *(broadcast Media)*, tidak juga membutuhkan perhatian waktu tertentu, media ini tidak dengan segera dapat dikesampingkan seperti Koran, majalah dapat disimpan oleh pembaca selama berminggu-minggu, berbulan-bulan, kadang bertahum-tahun. (Defleur Dennis:137).**

**Tetapi dari keunggulan yang dimikinya itu, kita dapat mengambila kelemahan yang utama dari majalah tersebut, yaitu bahwa majalah tidak terbit setiap hari seperti halnya surat kabar yang merupakan sumber berita (menyampaikan informasi) setiap harinya pada setiap orang. “Majalah diminati oleh mereka yang sibuk dan tidak sempat menekuni Koran Harian”.(Depdikbud, 1992:67**

Dalam istilah asing, majalah tersebut disebut The Prited Page, yang artinya segala barang yang dicetak, yang ditunjukan untuk menyalurkan komunikasi massa. Arti dari majalah seperti yang dikutip dari **The Random House Dictionary Of English Language**, adalah “majalah yang diterbitkan secara berkala senantiasa memiliki sampul muka, dan secara khas majalah memuat cerita-cerita, karangan-karangan, puisi-puisi dan sebagainya. Serta kadangkala berisikan foto-foto dan gambar-gambar yang secara khusus memfokuskan pada fakta *(subject area)* seperti; hobbi, berita, atau olah raga”. (Baird, 1980:60). Jadi dalam suatu majalah, pesan yang disampaikan bukan saja berupa berita-berita, akan tetapi bias pula dalam bentuk hiburan, seperti cerita-cerita, puisi atau sajak, foto atau gambar sesuatu yang hendak diperlihatkan pada pembacanya, dan sebagiannya. Menurut Edwin Emery dkk (1967:62-65) “ Majalah merupakan media opini”. Jadi dalam sebuah majalahpun terdapat tulisan-tulisan mengenai opini atau pendapat-pendapat, pandangan-pandangan seseorang mengenai sesuatu yang tentunya berkaitan dengan masalah-maslaah yang terjadi di masyarakat. Di samping itu pula, majalah dapat di definisikan sebagai:

**Salah satu jenis alat komunikasi dalam bentuk publikasi yang terbit secara berkala semingu sekali, atau sebulan sekali, atau pada waktu-waktu yang teratur. Majalah ini diterbitkan dengan isi yang antara artikel-artikel, berita-berita, cerita-cerita yang mengandung nilai sastra, fiksi dan non-fiksi, puisi, resens, kritik-kritik, karikatur, lelucon-lelucon, pengisi (filter), tajuk rencana, kadang-kadang iklan. (Komarudin,1984:149).**

Karena majalah diterbitkan lebih jarang dari pada surat kabar (minimal seminggu sekali), maka majalah dapat menelaah persoalan-persoalan dan keadaan-keadaan yang terjadi dalam masyarakat secara teliti dan mendalam. Pada umumnya tulisan-tulisan dalam membuat berita majalah tersebut menyesuaikan dengan waktu terbitnya. Pleh karena itu pula maka berita yang disampaikan bukan lagi berita hangat satu hari tertentu, karena berita-berita tersebut disesuaikan dengan waktu terbitnya majalah, maka penulisan-penulisan berita yang ada bias ditelaah secara lebih luas dan lebih mendalam lagi.

Hal ini sesuai dengan karakteristik majalah yang membedakannya dengan surat kabar seperti yang ditanyakan oleh *Defleur* dan *Dennis,* yaitu :

**Disebabkan majalah di terbitkan sedikit lebih jarang dari surat kabar, maka majalah dapat menelaah persoalan-persoalan dan keadaan yang lebih hati-hati dan mendalam. Majalah kurang memberikan perhatian terhadapa berita yang sifatnya actual serta lebih menekankan pada penelaah hal-hal yang berhubungan secara luas.(Defleur Dennis :137).**

Untuk menarrik perhatian pembaca, maka suatu penerbitan majalah senantiasa berusaha untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan yang diminati oleh masyarakat tersebut. Pada saat sekarang ini sudah banyak beredar barenaka ragam jenis majalah. Hal ini dilakukan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pembaca yang beragam pula.

**Kepentingan pembaca, pendengar, dan pemirsa, harus selalu diperhatikan dan diutamakan, karena “laku” tidaknya isi pesan yang di “jual” sangat tergantung dari konsumen atau dengan kata lain surat kabar atau majalah, radio, televise, dan film akan “laku” bila, isi pesan sesuai dengan selera konsumen (audience). (wahyudi,1991:99).**

Bukan merupakan suatu kekeliruan bila kita memasukan majalah sebagai bagian dari media massa atau komunikasi massa, karena dengan melihat karakteristik komunikasi massa seperti bersifat tidak langsung (melalui media teknis) bersifat satu arah artinya tidak ada interaksi antara komunikan, terbuka, dan mempunyai public yang secara geografis tersebar, maka majalah termasuk sebagai salah satu media komunikasi massa.

**2.7.2 Teknik Penyajian Majalah**

Suatu pengorganisasian pesan ditetapkan sebelum kata-kata dituliskan dan sebelum gambar-gambar dibuat, atau keduanya digabungkan ke dalam suatu tata letak ***(lay out)***. Kegiatan tata letak meliputi penetapan keputusan-keputusan mengenai berbagai komponen judul, ilustrasi, naskah, dan tanda- tanda identifikasi yang akan disusun dan ditempatkan pada halaman. Lima buah pertimbangan bagi perkembangan tata letak adalah :

1. **Keseimbangan *(balance)*, penataan unsur-unsur untuk mencapai suatu kesan kasat mata atau penyebaran yang menyenangkan.**
2. **Lawanan (kontras), penggunaan ukuran, kepekatan, dan warna yang sangat berbeda-beda dalam rangka menarik perhatian dan keterbacaan.**
3. **Alunan pirsa *(gaze motion)*, penataan judul, ilustrasi, naskah, dan tanda-tanda identiffikasi yang demikian rupa dalam rangka pengurutan paling logis.**
4. **Perbandingan *(proportion)*, pertalian di antara objek dan latar belakang, keduanya tampak dan saling berinteraksi.**
5. **Kesatuan *(unity)*, berbagi mutu keseimbangan, lawanan, perbandingan, dan alunan pirsa, digabungkan untuk pengembangan kesatuan piker, penampilan, dan reka bentuk tata letak *(design in the lay out)*.(Sudiana, 1986:29).**

Suatu tata letak akan berhasil bila di dalamnya mengandung mutu kesatuan dan sederhana, artinya yang berhasil dengan mengusahakan tata letaksederhana, tidak kacau dan bersifat membantu dalam meringankan pembaca selama mencerna pesan yang dibacanya.

1. Huruf, ada bermacam-macam jenis dan ukuran huruf yang dapat dipilih menandaskan pokok-pokok tertentu atau untuk menarik perhatian pembaca terhadap beberapa aspek dalam naskah.
2. Foto atau gambar, alternative yang dapat diperkenalkan dalam hal ini sangat banyak dan bervariasi. Kita dapat memilih dan menyunting foto, gambar, sketsa, lukisan, kartun, dan dapat menyisipkan berbagai macam bentuk lainnya.
3. Judul, dengan pembubuhan judul pembaca dituntun dalam penyebrangan dari ilustrasi ke pesan. Dalam pengertian umu, judul memliki fungsi secara ringkas dan langsung menyarankan isi pesam, dan menampilkan daya tarik terhadap suatu kepentingan dasar pembaca setelah menyajikan pesan sumber. Secara umum penempatan judul harus tampak pada bagian atas suatu halaman atau iklan. Dan, bagaimanapun judul harus memeiliki ukuran huruf yang memadai untuk dapat menawan mata pembaca, dan secara tepat guna berpasangan dengan daya tarik ilustrasi.
4. Warna, pada dasarnya warna adalah suatu mutu cahaya yang dipantulkan dari suatu objek ke mata manusia. Pembubuhan warna mungkin dapat merebut perhatian awal komunikan. Tetapi pemilihan dan penerapan warna secara serampangan akan mengusir pemirsa segera setelah perhatiannya tergugah. Para peneliti menemukan bahwa warna-warna yang sering diamggap favorit ternyata tidak selalu menarik dalam penggunaan-penggunaan tertentu. Bagaimanapun, warna-warna termasuk hitam, abu, putih pada lembar tercetak perlu ditata sedemikan rupa sesuai dengan asas dasar yang sama dari tata letak, yakni mengandung kesan-kesan keseimbangan, kontras, proporsi, irama, keselarasan, gerakan, dan kesatuan. (Sudiana,1986:34-41).

**Agar pembaca tidak lekas bosan sewaktu membaca pesan yang di terimanya, maka seorang komunikator harus tepat, ringkas, jelas, sederhana, dapat dipercaya dalam menulis naskah beritanya. (wahyudi, 1991:102).**

Sedangkan menurut **James M. Neal** dan **Suzzane S. Brown :**

**Penulis Naskah berita itu harus objektif, ringkas, jelas tepat, dan mengandung daya rangsang. (wahyudi,1991:102)**

Untuk mudah menarik perhatian komunikan, maka surat kabar, majalah, ataupun media lainnya harus mampu menampilkan *lay out* yang menarik. Menurut **Teguh Meinanda**, ada tiga tujuan dari pengaturan tata letak, yaitu :

**Agar mudah dibaca dan menarik pembaca untuk menelaah tulisan-tulisan, dapat menciptakan atau menghasilkan hal-hal yang menarik dan mengasyikan, dan agar pembaca mudah mengenali surat kabar itu. (Meinanda, 1981:75).**

Walaupun begitu, semenarik apapun tata letak pesan dalam sebuah majalah, komunikator, yang dalam hal ini pereka bentuk dan penata letak memiliki keterbatasan-keterbatasan tertentu, seperti :

1. **Keterbatasan mekanis, sehubungan dengan sarana produksi.**
2. **Keterbatasan bahan, sehubungan dengan jenis kertas, tinta, dan sebagainya.**
3. **Keterbatasan biaya, sehubungan dengan biaya produksi**
4. **Keterbatasan fungsi, baik mengingat penggunaan maupun calon pembacanya.**
5. **Keterbatasan waktu, misalnya berkenaan dengan lingkungan kerja.(Sudiana, 1986:43)**

**2.7.3 Fungsi dan Peranan Majalah**

Media massa seperti halnya adalah merupakan suatu sumber yang dapat menyalurkan informasi serta menambah wawasan pengetahuan masyarakat di berbagai bidang kehidupan. Salah satu fungsi majalah ialah sebagai sarana pendidikan *(mass education*). Majalah memuat tulisan yang mengandung pengetahuan sehingga khalayak pembaca akan bertambah pengetahuannya. Di samping itu pula, sebagian dari pers, maka majalah akan memiliki fungsi yang sama dengan yang dimiliki oleh pers.

Menurut **Onong Uchjana Effendy**, fungsi-fungsi tersebut antara lain:

1. **Fungsi menyiarkan *(to inform)***
2. **Fungsi mendidik *(to educate)***
3. **Fungsi menghibur *(to entertain)***
4. **Fungsi mempengaruhi *(to Influence).***

**(Effendy, 1985:193)**

Berdasarkan pemuatan tulisan-tulisan dalam majalah yang ditulis secara lebih luas, terperinci dan mandala, maka tak salah bila pembacapun akan mendapatkan pengetahuan yang lebih luas dan lebih banyak lagi mengenai sesuatu hal, dan pemahaman pembaca terhadap sesuatu masalahpun tentunya bias lebih mendalam lagi karena dalam menggunakan media radio atau televise sehingga dalam menyerap tulisan-tulisan yang di muat dalam majalah bias secara perlahan dan teliti.

Dalam situasi dan kondisi kehidupan masyarakat modern, peranan majalah sebagai media komunikasi yang banyak di pergunakan oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-harinya semakin terasa penting. Dalam hal ini ada beberapa peranan utama majalah seperti yang disebutkan o;eh Peterson, yaitu:

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

**(Click dan Baird, 1980:60)**

Agar suatu majalah dapat dirasakan manfaatnya dan bernilai bagi para pembacanya, maka dalam pelaksanaanya diperlukan keahlian dari pengelola penerbitan majalah tersebut terutama para penulisnya, sebab isi dari majalah itu dapat menentukan karakter dan impactnya.

**2.8 Berita**

**2.8.1 Pengertian Berita**

Kata “berrita” berasal dari bahasa Sansekerta, *vrit* (ada atau terjadi) atau *vritta* (kejadian atau peristiwa). *Kamus Besar Indonesia*  menyebutkan berita adalah “Laporan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat”.

Berita dalam bahasa Inggris disebut *news.* Dalam *The Oxfort Paperback Dictionary* terbitan Oxford University Press (1979) *news* diartikan sebgai“informasi tentang peristiwa-peristiwa terharu” *(information about recent events*). Kamus lain, *Meriam Webster’s Collegiate Dictionary*, mengartikan *news* sebgai laporan peristiwa terkini *(report of recent events)* dan informasi yang tidak diketahui sebelumnya *iunknow information)*, intinya makna farfiah berita *(news)*  adalah informasi atau laporan peristiwa yang *(new)* terjadi (Romli,2005:33).

**Sumadiria** dalam bukunya yang berjudul **Jurnalistik Indonesia**, menyatakan bahwa berita adalah :

**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, majalah, radio, televisi, atau media on line internet (2005:65)**

Pernyataan di atas mengungkapkan bahwa berita bukan hanya menunjuk pada pers atau media massa dalam arti sempit dan “tradisional”, melainkan juga pada radio, televisi dan internet atau media massa dalam arti luas dan modern. Berita pada awalnya hanya “milik” surat kabar. Tetapi sekarang, berita telah menjadi “daging-daging” majalah, radio, televisi dan internet. Berita telah tampil sebagai kebutuhan dasar *(basic need)* masyarakat modern di seluruh dunia.

Berbicara mengenai proses jurnalistik maupun berita maka tidak lepas dari wartawan yang berperan mencari berita. Wartawan atau jurnalis adalah orang yang terlihat dan bertugas mencari, mengumpulkan, dan mengolah informasi menjadi naskah berita untuk disiarkan melalui media massa.

Naskah berita ditulis dengan menggunakan pola penulisan piramida terbalik *(inverted pyramid)* dan mengacu kepada 5W + !H agar berita lengkap, akurat dan memenuhi standar teknis jurnalistik. Artinya berita mudah disusun dalam pola yang sudah baku, dan mudah dipahami isinya oleh pembaca. Dalam teknik melaporkan *(to report)* wartawan tidak boleh memasukan pendapat pribadi dalam berita yang ditulis, dibicarakan, atau ditayangkannnya. Naskah berita ditulis dengan menggunakan rumus 5W + 1H, yaitu :

**a. What = Apa yang terjadi**

**b. Who = Siapa yang terlibat dalam peristiwa itu**

**c. When = Kapan peristiwa itu terjadi**

**d. Where = Dimana peristiwa itu terjadi**

**e. Why = Mengaoa peristiwa itu terjadi**

**f. How = Bagaimana jalannya peristiwa itu**

**(Effendy,2003:253)**

Tugas seorang wartawan adalah mencari berita *(news hunting)* dapat dilakukan dengan beberapa teknik yakni reportase. Reportase adalah kegiatan jurnalistik berupa meliputi langsung ke lapangan. Ke tempat keajadian perkara (TKP). Wartawan mendatangi langsung tempat kejadian atau peristiwa lalu mengumpulkan fakta dan data seputar peristiwa tersebut. Fakta dan data yang dikumpulkan harus memenuhi unsur-unsur berita 5W + 1H.

Peliputan berita memerlukan proses wawancara *(interview)* dengan sumber berita atau narasumber. Wawancara bertujuan menggali, informasi, komentar, opini, fakta atau data tentang peristiwa dengan mengajukan pertanyaan keapada narasumber.

Sumber berita dalam wawancara harus dapat dipercaya dan menyebutkan nama sumber tersebut. Narasumber yang tidak menyebutkan identitasnya merupakan isu yang tidak bisa dipertanggungjawabkan. Jika memperoleh narasumber yang salah maka akan berdampak negatif atau menurunnya tingkat kepercayaan khalayak terhadap kredibilitas majalah tersebut. Dengan ini narasumber sangat dibutuhkan dalam proses pembuatan berita di dalam majalah ini.

**2.8.2 Jenis-jenis Berita**

Jenis-jenis berita menurut **Sumadiria** dalam bukunya **Jurnalistik Indonesia** adalah berikut :

1. ***Staright news report* adalah laporan langsung mengenai suatu peristiwa. Berita memiliki nilai penyajian objektif tentang fakta-fakta yang dapat dibuktikan. Biasanya, berita jenis ini ditulis dengan unsur-unsur yang dimulaidari *what, who, when, where, why,* dan *how* (5W1H)**
2. ***Depth news report* merupakan laporan yang sedikit berbeda dengan *straight news report*. Reporter (wartawan) menghimpun informasi dengan fakta-fakta mengenai peristiwa itu sendiri sebagai informasi tambahan untuk peristiwa tersebut. Jenis laporan ini memerlukan pengalihan informasi, bukan opini reporter. Fakta-fakta yang nyata masih tetap besar.**
3. ***Comprehensive news* merupakan laporan tentang fakta yang bersifat menyeluruh, sesungguhnya merupakan jawaban terhadap kritik sekaligus kelemahan yang terdapat dalam berita langsung *(staraight news)*. berita menyeluruh, mencoba menggabungkan berbagai serpihan fakta itu dalam satu bangunan cerita peristiwa sehingga benang merahnya terlihat dengan jelas.**
4. ***Interpretative report* lebih dari sekedar *straight news* dan *deph news*. Berita interprelatif biasanya mengfokuskan sebuah isu, masalah atau peristiwa-peristiwa kontroversial. Namun demikian, fokus laporan beritanya masih berbicara mengenai fakta yang terbukti bukan opini. Dalam jenis laporan ini, reporter menganalisi dan menjelaskan. Karena laporan interpretative bergantung keapda pertimbangan nilai dan fakta, maka sebagian pembaca menyebutnya sebagai “opini”**
5. ***Feature story* berbeda dengan *straight news*, atau *interpretative news*. dalam feature, penulis mencari fakta untuk menarik perhatian pembacanya. Penulis mencari fakta untuk menarik perhatian pembacanya. Penulis feature menyajikan suatu pengalaman pembaca *(reading experience)* yang lebih bergantung pada gaya *(style)* penulisan dan humor daripada pentingnya informasi yang disajikan**
6. ***Depth reporting*  adalah laporan jurnalistik yang bersifat mendalam, tajam, lengkap dan utuh tentang suatu peristiwa fenomenal atau actual. Dengan membaca karya pelaporan mendalam orang akan mengetahui dan memahami dengan baik duduk perkara suatu persoalan dilihat dari berbagai perspektif atau sudut pandang. Pelaopran mendalam ditulis oleh tim. Disisipkan dengan matang, memerlukan waktu beberapa hari atau minggu, dan membutuhkan biaya peliputan cukup besar.**
7. ***Investigative reporting* berisikan hal-hal yang tidak jauh berbeda dengan laporan interpreriatif. Berita jenis ini biasanya memusatkan pada sejumlah masalah dan kontrobersi. Namu demikian, dalam laporan investigative, para wartawan melakukan penyelidikan untuk memperolehfakta yang tersembunyi demi tujuan. Pelaksanaanya sering illegal atau tidak jelas.**
8. **Editorial writingadalah pikiran sebuah institusi yang diuji di depan siding pendapat umum. Editorial adalah penyajian fakta dan opini yang menafsirkan berita-berita yang paling dan mempengaruhi pendapat umum. (2005-6971)**

Jenis-jenis berita tersebut banyak terdapat pada surat kabar, tabloid, maupunmajalah

**2.8.3 Sumber Berita**

**Errol Jonathan** berdasarkan materi isinya yang dikutip oleh **Sumadiria** dalam bukunya **“Jurnalistik Indonesia”**, sumber berita dapat diklasifikasikan ke dala tiga kelompok besar yaitu :

1. ***Paper Trail***

**Sumber berita yang tertulis atau tercetak. Bentuknya berupa *press realase,* makalah dan dokumen. Khusus untuk teknik penggalian dokumen, seorang wartawan mesti paham besar, apakah dokumen dapat dipublikasikan atau tidak. Mka wartawan harus melakukan upaya *check and recheck* sebelum dokumen itu dipublikasikan.**

1. ***People Trail***

**Orang sebagai nara sumber merupakan tantangan bagi wartawan untuk menggali narasumber. Narasumber adalah mata rantai kegiatan jurnalistik yang penting, sehingga wartawan bergantung kepadanya. Dari narasumberlah wartawan memungut berita. Tanpa narasumber tidak mungkin kegiatan jurnalistik berjalan. Walaupun wartawan turun ke lapangan dan melakukan peliputan  *on the spot* bias dipastikan wartawan tetap memerlukan narasumber untuk melengkapi beritanya**

1. ***Electronic Trail***

**Sumber dari perangkat elektronik seperti internet yang sedang marak saat ini. Dalam menggali sumber di internet memerlukan kehati-hatian karena ketidakjelasan narasumber, wartawan harus melakukan *check and recheck* kembali karena internet telah menjadi ruang publik yang sangat terbuka bagi siapa saja untuk memberikan informasi. (2006:98).**

Pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa proses pencarian berita dapat dilakukan dengan cara turun ke lapangan langsung atau Tempat Kejadian Perkara (TKP) dan melakukan wawancara kepada narasumber. Setelah data yang diperoleh lengkap maka hasil berita tersebut dapat diolah menjadi sebuah berita yang akhirnya dipublikasikan. Dalam pencarian berita, keterengan dari narasumber harus dilakukan secara detail. Pencarian berita juga dapat dilakukan dengan menggunakan media *online* seperti internet. Sehingga fakta dan data yang akan dimulai menjadi suatu berita yang lengkap serta akuratdan publikasikan ke pada khalayak.

**2.8.4 Nilai-nilai Berita**

**Sumiadiria** dalam bukunya **Jurnalistik Indonesia** menjelaskan kriteria umum nilai berita, yaitu :

1. **Keluarbiasaan *(unsualness)*, yaitu sesuatau yang luar biasa. Kalangan praktisi jurnalistik sangat meyakini, semakin besar suatu peristiwa, semakin besar pula nilai berita yang ditimbulkan. Di dunia ini banyak peristiwa yang masukkategori luar biasa, seperti pesawat terbangmeledak udara, gunung meletus yang menelan korban jiwa. Peristiwa-peristiwa itu selalu, mendapat tempat utama dalam dunia jurnalistik karena menimbulkan dampak besar bagi manusia.**
2. **Kebaruan *(newness)*, yaitu semua apa yang terbaru. Apa saja perubahan penting yang terjadi dan dianggap berarti seperti berita mengenai pemilihan presiden.**
3. **Akibat *(inpact)*, yaitu segala sesuatu yang berdampak luas. Suatu peristiwa tidak jarang menimbulkan dampak besar dalam kehidupan masyarakat seperti kenaikan harga bahan bakar minyak (BBM) bagaimanapun sangat berpengaruh dan memiliki akibat yang besar bagi masyarakat.**
4. **Aktual *(timeliness)*, yaitu peristiwa yang sedang terjadi atau sedang terjadi.**
5. **Kedekatan *(proximity)*. Di sini berita yang mempunyai nilai ketika adanya kedekatan. Kedekatan mengandung dua arti. Kedekatan geografis dan kedekatan psikologis. Kedekatan geografis menunjukan pada suatu peristiwa yang terjadi sekitar tempat tinggal kita. Kedekatan psikologi lebih banyak ditentukan oleh tingkat ketertarikan pikiran, perasaan, atau kejiwaan seseorang dengan suatu objek peristiwa atau beriita.**
6. **Informasi *(information).* Berita adalah informasi. Menurut Wilbur Schrman, informasi adalah segala yang bias menghilangkan ketidakpastian.**
7. **Konflik *(confict)*. Berita adalah konflik atau segala sesuatu yang mengandung unsur atau sarat dengan dimensi pertentangan.**
8. **Orang penting *(public figure, news maker)*, yaitu mengenai orang-orang penting, orang-orang ternama, pesohor, selebriti, figure public. Mereka di mana pun, ucapan dan tingkah lakunya selalu menarik untuk di buat berita.**
9. **Kejutan *(surprising)*, kejutan adalah sesuatu yang datangnya tiba-tiba, di luar dugaan, tidak direncanakan, diluar perhitungan, tidak diketahui sebelumnya. Kejutan bias menunjuk pada ucapan dan perbuatan manusia, bias juga menyangkut binatang dan perubahanyang terjadi pada lingkungan kita.**
10. **Ketertarikan Manusiawi *(human interest)*, di sini kadang-kadang suatu peristiwa tak menimbulkan efek berarti pada seseorang, sekelompok atau bahakan lebih jauh lagi pada suatu masyarakat, tetapi telah menimbulkan getaran pada suasana hati, suasana kejiwaan dan alam perasaannya seperti contohnya humor yang disampaikan para mubalig seperti KH Abdullah Gymnastiar.**
11. **Seks *(sex)*, sepanjang sejarah peradaban manusia, segala hal yang berkaitan dengan perempuan, pasti menarik dan menjadi sumber berita. Seks memang identic dengan perempuan. Segala macam berita tentang perempuan, tentang seks, selalu banyak peminatnya, selalu dinanti dan bahkan dicari.**

**(2006:80-92)**

ada beberapa unsur atau aspek yang dijadikan untuk menetukan nilai berita suatu kejadian atau fakta.

**2.8.5 Karakterisitik Berita**

**Budiyanto** dalam bentuknya **Jurnalistik** **Teori dan Praktik** menjelaskan karakteristik berita, yaitu :

1. **Akurasi, yaitu masalah fakta secara benar, baik yang menyangkut nama orang, nmaa tempat, nama binatang, nama tumbuhan, nama benda, maupun yang menyangkut waktu, dan jumlah gelar, jabatan, pangkat, dan lain-lain.**
2. **Objektif dan jujur, yaitu fakta yang dilaporkan apa adanya (tanpa prasangka dan pesan ‘sponsor’).**
3. **Seimbang, yaitu kejadian/fakta terutama yang melibatkan dua atau lebih dekat, dilaporkan secara seimbang, baik secara kuantitatif atau secara kualitatif.**
4. **Ringkas dan jelas, yaitu kejadian/fakta dilaporkan secara jelas dan relative ringkas.**
5. **Berita harus hangat, yaitu fakta yang disampaikan haruslah merupakan berita yang terlalu hangat, dengan kata lain bukan merupakan informasi yang lama.**

**(2007:47)**

Selain unsur-unsur dan nilai-nilai berita wartawan juga harus memperhatikan karakteristik berita. Dari paparan singkat tentang karakeristik yang membuat news itu maka nilai sebuah berita yang layak dibaca atau diketahui pembaca atau pendengar tergantung dari factor-faktor tersebut. Untuk menentukan mana berita yang akan menjadi berita utama atau berita biasa tergantung pertimbangan aspek tersebut.

**2.8.6 Konsep Berita**

**George Fox Mott** dalam  ***News Survey of Journalism***yang dikutip oleh **Sumardiria** dalam buku  **Jurnalistik Indonesia** menjelaskan beberapa konsep berita sebagai berikut :

1. **Berita sebagai Laporan Tercepat**

**Berita adalah laporan tercepat yang disiarkan oleh surat kabar, radio, televisi atau media online internet mengenai opini atau fakta atau kedua-duanya, yang menarik perhatian dan dianggap penting oleh sebagian besar khalayak pembaca, pendengar atau pemirsa. Prinsip kecepatan dalam melaporkan berita mengharuskan para reporter dan editor mampu bekerja dengan cepat. Namun harus diimbangi pula dengan kelengkapan dan ketelitian, kecermatan dan ketepatan, sehingga berita apa pun yang dilaporkan tetap factual, benar dan akurat dan tidak malah membingungkan khalayak pembaca.**

1. **Berita sebgai Rekaman**

**Rekaman tidak hanya berlaku untuk radio. Untuk surat kabar, tabloid dan majalah dan lain sebagainy. Berita juga mengandung arti rekaman peristiwa. Ia dinyatakan dalam berbagai bentuk tulisan dan laporan, foto dan gambar dalam untaian kata dan kalimat yang tersusun dengan rapih dan baik, jelas cerma. Sifatnya terdokumentasikan.**

1. **Berita sebagai Fakta Objektif**

**Berita adalah laporan tentang fakta secara apa adanya *(das Sein)* dan bukan laporan tentang fakta yang seharusnya *(das Sollen)*. Sebagai fakta berita adalah rekonstruksi peristiwa melalui prosedur jurnalistik yang sangat ketat dan terukur. Dalam teori jurnalistik ditegaskan, fakta-fakta yang disajikan media kepada khalayak sesungguhnya merupakan tangan kedua *(second hand reality)*. Realitas tangan pertama adalah fakta atau peristiwa itu tersendiri *(first reality).***

1. **Berita sebagai Fakta Objektif**

**Tidak semua berita dapat berbicara sendiri. Sering terjadi berita yang diliput dan dilaporkan media hanya serpihan- serpihan fakta yang belum berbicara. Tugas media adalah membuat fakta yang seolah membisu itu menjadi dapat berbicara sendiri kepada khalayak pembaca, pendengar, atau pemirsa dalam bahasa yang enak dan mudah dicerna. Untuk itu, redaksi menyajikan analisi berita, menyelenggarakan wawancara dengan para ahli, menggelar diskusi, dan memberikan interpretasi terhadap berbagai fenomena dan fakta yang muncul, anatara lain melalui artikel dan tajuk rencana.**

1. **Berita sebagai sensasi**

**Tahap paling awal dalam penerimaan informasi adalah sensasi. Sensasi adalah pengalaman elementer yang segera, yang tidak memerlukan penguraian verbal, simbolis, atau konseptual dan terutama sekali berhubungan dengan kegiatan alat indra. Sensasi itu tersendiri merupakan bagian dari persepsi. Menurut Desiderato (1976:129), persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkanpesan.**

1. **Berita sebagai Minat Insani**

**Dengan adanya berita pada media massa bermaksud mengulang dan membangkitkan atensi serta motivasi kita untuk tetap bersatu, tetap bersaudara, tetap saling berkomunikasi dan saling mencintai. Tidak ada tragedy paling dahsyat di dunia ini yang dimilikinya, media massa terpanggil untuk senantiasa menumbuhkan kepekaan sosial masyarakat.**

1. **Berita sebagai Ramalan**

**Berita sesungguhnya tidak sekedar melaporkan perbuatan atau keadaan yang kasat mata. Berita sekaligus juga mengisyaratkan dampak dari perbuatan atau keadaan itu. Berita sanggup memberikan interpretasi, prediksi dan konklusi. Pandangan semacama ini mewajibkan siapapun yang yang kerap berhubungan dengan media massa, untuk tidak lari ke “dunia uji nyali” melalui “berbagai penampakan” yang mungkin menyesatkan.**

1. **Berita sebagai Gambaran**

**Dalam dunia jurnalistik dikenal aksioma; satu gambar seribu kata *(one picture one thousand word)*. Jadi betapa dahsyatnya efek sebuah gambar dibandingkan dengan kata-kata. Sekarang, tulis Muhtadi (1999:102) dalam dunia persuratakabaran gambar karikatur merupakan salah satu alat yang digunakan untuk memengaruhi khalayak setelah kolom editorial dan artikel, sikap dan bahkan perilaku public dapat digerakan dengan bantuan gambar karikatur. Sebuah gambar, foto dan karikatur merupakan pesan-pesan yang hidup sekaligas menghidupkan deskriptif verbal lainnya. Karena itu, surat kabar dan majalah hanya akan menjadi lembaran-lembaran mati yang membosankan jika hadir tanpa foto dan gambar. (2005:7279)**

Hasil penelitian menunjukan, menyampaikan pesan secara visual melalui media seperti surat kabar, buku atau poster jauh lebih cepat menimbulkan atensi serta lebih mudah dipahami maksud serta isinya oleh khalayak dibandingkan apabila pesan itu hanya disampaikan melalui rangkaian kata-kata secara verbal.

**2.8.7 Unsur-Unsur Layak Berita**

Sebuah berita layak diangkat sebagai berita karena berita tersebut dipandang memiliki nilai berita *(news value).* Semakin tinggi beritanya semakin layak berita diangkat sebagai berita. Menarik tidaknya sebuah kejadian atau peristiwa untuk diangkat sebagai berita akan sangat bergantung kepada berbagai factor. Peristiwa-peristiwa dan situasi-situasu tertentu bias dipandang sebagai layak berita *(newsworthy)* karena umumnya memiliki karakteristik.

**Subandy** dalam buku yang berjudul **Kecerdasan Komunikasi Seni Berkomunikasi Kepada Publik** menjelaskan sebuah berita layak atau memiliki nilai berita dengan ciri-ciri seperti berikut :

1. **Berita itu tidak biasa *(unusual)***
2. **Berita itu baru *(new)***
3. **Berita itu menginformasikan dan menjelaskan dengan cepat *(quickly informs and explain)***
4. **Berita itu memiliki daya tarik yang luas dan umu *(a board, general appeal)***
5. **Berita itu local *(local)***
6. **Berita itu memiliki dampak *(impact)***
7. **Berita itu menarik *(interesting)***
8. **Berita itu tepat pada waktunya *(timely)***
9. **Berita itu dekat *(nearby)***
10. **Berita itu informasi *(information)***
11. **Berita itu konflik *(conflict)***
12. **Berita itu tentang manusia *(about people)***
13. **Berita itu melibatkan orang terkenal *(prominent people)***
14. **Berita itu mengejutkan *(surprising)***

**(2007:7)**

Suatu berita dapat dikatakan layak apabila ciri-ciri tersebut ada di dalamnya. Penggunaan *news value* dalam sebuah lead sangat baik untuk penulisan sebuah berita. Berita yang ditulis wartawan akan semakin menarik jika wartawan itu menyadari betapa pentingnya penggunaan *news value* untuk menembak rasa keingintahuan pembaca.

**2.9 Analisis Wacana Van Dijk**

Model disini dapat dikatakan sebagai gambaran yang sistematis dan abstrak. Fungsinya untuk menerangkan potensi-potensi tertentu yang berkaitan dengan beranekaragam aspek dari suatu proses. Model komunikasi adalah gambaran yang sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara satu komponen komunikasi dengan komponen lainnya. Menurut **Gordon Wiseman dan Larry Barker**, model komunikasi mempunyai tiga fungsi, yaitu :

1. melukiskan proses komunikasi,
2. Menunjukan hubungan visual, dan membantu dalam menemukan dan memperbaiki kemacetan komunikasi.

Model disini dapat dikatakan sebagai gambaran yang sistematis dan abstrak. Fungsinya untuk menerangkan potensi-potensi tertentu dengan baraneka ragam aspek dari suattu proses. Model komunikasi adalah gambaran yang sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara satu komponen komunikasi dengan komponen lainnya.

Analisis Van Dijk disini menghubungkan analisis tekstual yang memusatkan perhatian melulu pada teks, kea rah analisis komperehensif bagaimana teks berita itu produksi, baik dalam hubungannya dengan individu wartawan maupun dari masyarakat. Model Van Djik dapat digambarkan sebagai berikut

**Gambar 2.1**

**Gambar Model Analisis Kritis Van Dijk**

Teks

Kognisi Sosial

Konteks

**(Sumber : Eriyanto, 2004 : 225)**

Van Dijk melihat suatu teks terdiri dari beberapa struktur/ tingkatan yang masing-masing bagian saling mendukung. Ia membaginya dalam tiga tingkatan, yaitu pertama Struktur makro. Ini merupakan pemaknaan global/ umum dari suatu teks yang dapat diamati dengan melihat topik tema yang di kedepankan dalam suatu berita. Kedua, Super Struktur. Ini merupakan struktur wacana yang berhubungan dengan kerangka suatu teks, bagaimana bagian-bagian teks tersusun ke dalam berita secara utuh. Ketiga, Struktur Mikro adalah makna wacana yang dapat diamati dari bagian kecil suatu teks yakni kata, kalimat, proporsi, anak kalimat, parafrasem dan gambar.

Analisis wacana tidak hanya membatasi perhatian pada struktur teks, tetapi juga, bagaimana teks diproduksi. Van djik menawarkan suatu analisis yang dinamakan kognisi sosial. Kesadaran mental dari pembuat teks yang membentuk teks tersebut. Untuk membongkar bagaimana makna tersembunyi di dalam teks, kita membutuhkan suatu analisis kognisi dan konteks sosial.

**Eriyanto** menjelaskan, ada beberapa bentuk skema yang terjait dengan analisis kognisi sosial, diantaranya : **skema person *(person schemas)*, skema diri *(self schemas)*, skema peran *(role schemas)*, dan skema peristiwa *(event schemas)*. (2003)**

Wacana adalah bagian dari wacana yang berkembang dalam masyarakat, sehingga untuk meneliti teks perlu dilakukan analisis interektual dengan meneliti bagaimana wacana tentang suatu hal diproduksi dan dikonstruksi dalam masyarakat. Van djik dalam analisis mengenai wacana yang berkembang di tengah masyarakat lewat dua point penting yaitu kekuasaan dan askes.

Suatu realitas tidaklah hadir apa adanya langsung ditengah-tengah kita. Realitas di banging secara sosial dan tidaklah bersifat tunggal tetapi jamak, sebab setiap individu yang satu dengan yang lainnya memiliki persepsi yang berbeda dalam suatu realitas. Seperti contohnya realitas yang hadir dalam media. Realitas dalam suatu media, hasil dari konstruksi, pandangan, pemikiran subjektivitas seorang wartawan pada umumnya. Atas dasar pemikiran semacam itulah kaum konstuksionis memiliki pandangan tersendiri dalam melihat wartawan, media dan berita.

Konsep mengenai konstruksionisme ini diperkenalkan oleh **Peter L. Berger** dan **Thomas Luckmann** melalui *“The Social Construction of Reality, A Treatise in the Socioligical of Knowledge”* :

**Teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas terjadi secara simultan melalui tiga proses sosial yaitu eksternalisasi, objektivitas, dan internalisasi. Tiga proses ini terjadi di antara individu satu dengan individu lainnya dalam masyaraka. Eksternalisasi (penyesuaian diri) dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia. Objektivitas, yaitu interaksi sosial yang terjadi dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi. Dan internalisasi yaitu proses di mana individu mengidentifikasi dirinya dengan lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial tempat individu menjadi anggotanya. (2008:15)**

Selanjutnya **Berger** mengemukakan :

**Substaasi teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas adalah pada proses simultan yang terjadi secara alamiah melalui bahasa dalam kehidupan sehari-hari pada sebuah komunitas primer dan semi-sekunder. Substasi : teori konstruksi sosial media massa” adalah pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan cepat dan sebenarnya merata. Realitas terkonstruksi itu juga membentuk opini. (2008:193)**

Posisi konstruksi sosial atas realitas media massa adalah mengoreksi substansi kelemahan dan melengkapi konstruksi sosial atas realita, dengan menempatkan seluruh kelebihan media massa dan efek media massa pada keunggulan konstruksi sosial media massa atas konstruksi sosial atas realita. Namun, proses simultan yang digambarkan di atas tidak bekerja secara tiba-tiba tetapi melalui beberapa tahap penting.

Media dipandang bukan hanya sekedar sebagai saluran yang bebas melainkan juga dianggapsebagai subjek yang mengkonstruksi realitas, lengkapdengan pandangan luas dan segala yang mengikutinya.media dipandang sebagai agen konstruksi sosial yang mengartikan dan menggambarkan realitas.

Menurut **Van djik**  dalam bukunya **News as Discourse** :

**Bahwa media merupakan hasil dari konstruksi sosial di mana selalu melibatkan pandangan dan ideology, dan nilai-nilai wartawan atau media itu sendiri. Selain itu, teori ini juga meniai berita bersifat subjektif, misalnya sebuah pendapat tidak dapat dihilangkan karena dalam melipat wartawan melihat dengan perspektif dan pertimbangkan subjektif. (1998:96)**

Selanjutnya **Van Djik** mengemukan :

**Konteks berita harus dipandang sebgai konstruksi atas realitas. Karenanya sangat potensial terjadi peristiwa yang sam dikonstruksi secara berbeda. Setiap wartawan mempunyai padnangandan konsepsi yang berbeda atas suatu peristiwa. Hal ini dapat dilihat bagaimana wartawan mengkonstruksi peristiwa dalam pemberitaannya. Berita dalam pandangan konstruksi sosial bukan merupakan fakta yang nyata. Berita adlah produk interaksi waratawan dengan fakta realitas sosial tidak begitu saja menjadi berita tetapi melalui proses. Diantaranya proses internalisasi di mana wartawan dilanda oleh realitas yang diamati dan diserap dalam kesadarannya. Kemudian proses selanjutnya adalah eksternalisasi. Kemudian proses selanjutnya adalah eksternalisasi. Dalam proses ini waratawan menceburkan diri dalam memaknai realitas. Hasil dari berita adalah produk dari proses interaksi dan dialektika ini. (1998:96)**

Seperti semua gerakan, konstruksi sosial tidak sepenuhnya konsisten dan mempunyai beragam vers, meskipun demikian, sebagian besar mempunyai serangkaian asumsi yang sama. **Robyn Penman** seperti yang ditulis oleh **Littlejohn** merangkum asumsi-asumsi Konstruksi Realitas Sosial sebagai berikut:

1. **Tindakan komunikatif bersifat sukarela. Seperti halnya perspektif interaksionisme simbolik, kebanyakan konstruksi sosial memandang komunikator sebagai makhluk pembuat pilihan. Namun demikian, ini tidak berarti bahwa setiap orang memiliki pilihan bebas. Lingkungan sosial memang membatasi apa yang dapat dan sudah dilakukan, tetapi dalam kebanyakan situasi, ada elemen pilihan tertentu.**
2. **Pengetahuan adalah sebuah produk sosial. Pengetahuan bukan sesuatu yang ditemukan secara objektif, melakukan diturunkan dari interaksi di dalam kelompok-kelompok sosial. Selanjutnya bahasa membentuk realitas dan makna menentukan mengenai apa yang kita ketahui.**
3. **Pengetahuan bersifat konstektual. Pengertian kita terhadap peristiwa selalu merupakan produk interaksi di tempat dan waktu tertentu serta pada lingkungan sosial tertentu. Oleh karena itu, pemahaman kita atau suatu hal akan terus berubah sesuai dengan berjalannya waktu.**
4. **Teori-teori menciptakan dunia-dunia. Teori-teori dan aktivitas ilmiah serta penilitian pada umumnya bukanlah alat-alat yang subjektif untuk suatu penemuan, melakukan ia lebih berperan dalam menciptakan pengetahuan. Dengan demikian, pengetahuan sosial selalu menyela dalam proses-proses yang tengah dikaji. Pengetahuan itu sendiri membawa pengaruh pada apa yang sedang diamati dan diteliti.**
5. **Petahuan sarat dengan nilai. Apa yang kita amati dalam suatu penelitian atau apa yang kita jelaskan dalam suatu teori senantiasa dipengaruhi oleh nilai-nilai yang tertanam di dalam pendekatan yang dipakai. (2005: 176)**

Berangkat dari apa yang dikemukakan pemikir komunikasi di atas, dapat dianalisislebih dalam bahwa pemikiran konstruksionis bahwa dalam konteks media massa sebagai sumberinformasi juga tidak bebas nilai. Artinya, menurut paradigm konstruksionis, berita-berita yang disajikan kepada khalayak adalah berita yang surat dengan muatan nilai-nilai dari pengelola medianya.

Masih dalam kerangka asumsi dasar konstruksionis, dapat kita tarik dalam konteks media massa bahwa pemaknaan terhadap realitas seringkali didasarkan pada kerangka berpikir dan kerangka pengalaman pembaca yang bersifat interaktif. Sebagai hasilnya, pengetahuan yang dimiliki oleh pengelola media massa sangat berpengaruh pada hasil karya jurnalistiknya, interaksi satu orang pengelola media dengan sebuah realitas sosial tentu akan berbeda dengan interaksi pengelola media lain terhadap realitas itu.

Adapun pembentukan Konstruksi Realitas Sosial antara lain :

1. Tahap Pembentukan Konstruksi Realitas Sosial

Tahap ini adalah di mana pemberitaan telah sampai pada pembaca dan permisanya yang terjadi pembentukan konstruksi di masyarakat melalui tiga tahap yang berlangsung secara generik. *Pertama*, konstruksi sosial atas realitas pembenaran; *Kedua,* kesediaan dikonstruksikan oleh media massa;  *Ketiga,* sebagai pilihan konsumtif.

1. *Tahap pertama* adalah konstruksi sosial atas realitas pembenaran sebagai suatu bentuk konstuksi media massa yang terbangun dimasyarakat yang cenderung membenarkan apa saja yang ada (tersaji) di media massa sebagai seluruh realitas kebenaran. Dengan kata lain, informasi media massa sebagai otoritas sikap untuk membenarkan sebuah kejadian.
2. *Tahap kedua* adalah kesediaan dikonstruksikan oleh media massa, yaitu sikap generik dari tahap yang pertama. Bahwa pilihan seseorang untuk menjadi pembaca dan pemirsa media massa adalah karena pilihannya untuk bersedia pikiran-pikirannya dikonstruksikan oleh media massa.
3. *Tahap ketiga* adlaah menjadikan konsumsi media massa sebagai pilihan konsumtif, di mana seseorang secara habit tergantung pada media massa. Media massa adalah bagian kebiasaan hidup yang tidak bisa dilepaskan. Tanpa hari tanpa menonton televise, tanpa hari tanpa membaca majalah, tanpa hari tanpa mendengar radio, dan sebagainya. Pada tingkat tertentu, seseorang merasa tak mampu beraktifitas apabila belum membaca majalah atau menonton televise pada hari itu.
4. Pembentukan Konstruksi Citra

Pembentukan konstruksi citra adalah bangunan yang diinginkan oleh tahap konstruksi. Di mana bangunan konstruksi citra yang dibangun oleh media massa ini terbentuk dalam dua model: (1) Model *good news* dan (2) Model *bad news.* Model *good news* adalah sebuah konstruksi yang cenderung mengkonstruksikan suatu pemberitaan sebagai pemberitaan yang baik. Pada model ini objek pemberitaan dikonstruksikan sebagai sesuatu yang dimiliki citra baik sehingga terkesan lebih baik dari sesunngguhnya kebaikan yang pada objek itu sendiri. Sedangkan model *bad news* adalah sebuah konstruksi yang cenderung mengkonstruksikan kejelekan atau cenderung memberi citra yang buruk pada objek pemberitaan sehingga terkesan lebih jelek, lebih buruk, lebih jahat dari sesungguhnya sifat jelek, buruk dan jahat yang ada pada objek pemberitaan itu sendiri.

Analisis wacana menurut **Eriyanto** dalam bukunya yang berjudul **Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media** :

**Analisis wacana sebagai suatu upaya pengungkapan maksud tersembunyi dari sang subjek yang mengemukakan suatu pernyataan. Wacana merupakan praktik sosial (mengkonstruksikan realitas) yang menyebabkan sebuah hubungan dialektis antara peristiwa yang diwancanakan dengan konteks sosial budaya ideologi tertentu. Di sini bahwa dipandang sebagai faktor penting untuk merepresentasikan maksud si pembuat wacana. (2008)**

**Eriyanto** menjelaskan tentang ada 3 (tiga) dalam model **Van Djik** tentang analisis wacan, yaitu :

1. **Dimensi teks, yang diteliti adlah bagaimana struktur teks dan strategi wacana yang dipakai untuk menegaskan suatu tema tertentu.**
2. **Kognisi sosial dipelajari proses produk teks beriti yang melibatkan kognisi individu dari wartawan. Konteks mempelajari bangunan wacana yang berkembang dalam masyarakat akan suatu masalah. (2008)**

Dalam model Van Djik tentang analisis wacana adalah suatu upaya pengungkapan maksud tersembunyi dari sang subjek yang mengemukakan suatu pernyataan. Dan bagaimana struktur teks dan strategi wacana yang dipakai untuk menegaskan tema tertentu.