

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Konseptual

Setiap penelitian memerlukan kejelasan titik tolak atau landasan berfikir dalam memecahkan atau menyoroti masalahnya. Untuk itu, perlu disusun sebuah kerangka teori yang memuat pikiran yang menggambarkan dari sudut mana penelitian akan disoroti (Nawawi, 1995:39).

Menurut Kerlinger, dalam buku **Teori Komunikasi**, oleh **Rakhmat** menyatakan bahwa :

Teori merupakan suatu himpunan konstruk (konsep) yang mengemukakan pandangan sistematis tentang gejala dengan menjabarkan relasi diantara variabel untuk menjelaskan dan meramalkan gejala tersebut. (2004: 6)

Sementara itu ia juga mengatakan, fungsi dari teori itu sendiri adalah untuk membantu penelitian menerangkan fenomena sosial atau fenomena alamai yang menjadi pusat perhatiannya, serta memberikan ketajaman analisis peneliti akan masalah yang diteliti.

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Hakikatnya komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia. Yang dinyatakan itu adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurannya. Dalam istilah komunikasi,

pernyataan tadi disebut pesan, orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator, dan orang yang menerima pesan disebut komunikan. Komunikasi bukan sekedar penerusan informasi dari suatu sumber kepada publik, ia lebih mudah dipahami sebagai penciptaan kembali gagasan – gagasan informasi oleh publik jika diberikan petunjuk simbol, slogan, atau tema pokok. Melalui simbol, diucapkan atau tidak, dituliskan atau tidak, orang bertukar atau berbagi citra dan dengan berbuat demikian, menciptakan makna – makna baru.

Kata komunikasi atau communication dalam bahasa inggris berasal dari kata latin communis yang berarti sama, communico, communications atau communicar yang berarti membuat sama. Istilah pertama komunis adalah istilah yang paling sering disebut sebagai asal usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata – kata latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama. Akan tetapi defisi – definis kontemporer menyarankan komunikas merujuk pada cara berbagai hal – hal tersebut seperti dalam kalimat “ kita berbagi pikiran”, kita mendiskusikan, makna”, dan kita mengirimkan pesan.”

Barnlund yang dikutip **Rakhmat** dalam buku **Komunikasi Politik**, mengatakan bahwa :

Komunikasi melukiskan evolusi makna, makna adalah sesuatu yang “diciptakan”, “ditentukan”, “diberikan” dan bukan sesuatu yang “diterima”. Jadi komunikasi bukanlah suatu reaksi terhadap sesuatu, melakukan sesuatu traksaksi yang didalamnya orang menciptakan dan memberikan makna untuk menyadari tujuan-tujuan orang itu. (2005:6)

Beberapa makna yang tersirat dari pandangan diatas **Barnlund** memperhatikan bahwa yang terpenting ialah perbuatan manusia yang dianggap sebagai proses komunikasi itu kreatif. Melalui pergaulan sosial, orang menurunkan dan bertindak menurut makna yang membuat mereka mampu menciptakan kembali dunia subyektif mereka. Banyak sekali pemahaman tentang komunikasi karena komunikasi merupakan sebuah wujud yang ada di masyarakat. Semua orang berkomunikasi untuk memahami apa yang harus mereka pahami dalam kehidupan. Lewat komunikasi orang berusaha mendefinisikan sesuatu, termasuk istilah komunikasi. **Laswell** dalam karyanya *The Structure and Function of Communication in Society* mengatakan kalau cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut : *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect* atau siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana.

Berdasarkan definisi Laswell, dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi membutuhkan lima komponen yang antara satu sama lainnya saling ketergantungan. Pertama, sumber atau sering disebut juga pengirim, pembicara, atau komunikator. Komponen kedua adalah pesan atau sesuatu yang dikomunikasi kan sumber kepada penerima. Ketiga, media atau saluran atau sarana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Keempat, penerima pesan atau biasa yang disebut pendengar, khalayak atau komunikan. Kelima, efek, yaitu apa yang terjadi setelah penerima pesan dari sumber.

Pendapat **Hovland** yang **Effendy** kutip dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek** menyebutkan bahwa ilmu komunikasi ialah: “Upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap.” (2002:10)

Akan tetapi, seseorang akan dapat mengubah sikap, pendapat, perilaku orang lain apabila komunikasinya memang komunikatif. Komunikasi yang efektif, menurut **Schramm** dalam karyanya *Communication Research In The United State* dapat terjadi apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator sesuai dengan kerangka acuan (*frame of reference*), yaitu perpaduan pengalaman dan pengertian yang pernah diterima komunikan. Untuk memahami pengertian komunikasi tersebut sehingga dapat dilancarkan secara efektif. **Bernard Berelson** dan **Gary A. Steiner** yang dikutip **Mulyana**, dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** mengemukakan :

Komunikasi adalah transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, figur, grafik, dan sebagainya. Tindakan dan proses transmisi itulah yang biasanya disebut komunikasi. (2001:62)

Berangkat dari paradigma **Laswell**, dalam buku **Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi**, **Effendy**, membagi proses komunikasi menjadi dua tahap, yaitu :

- 1. Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang atau symbol sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah pesan verbal (bahasa), dan pesan non verbal (kial/gestur, isyarat, gmbat, warna, dan lain sebagainya) yang secara**

langsung dapat/ mampu menerjemahkan pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan.

2. Proses komunikais secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh konikator kepada komunikan dengan enggunakan alat atau sarana sebagai media setelah memakai lambang sebagai media pertama. (1994:11)

Komunikasi akan berlangsung bila terjadi kesamaan makna dalam pesan yang diterima oleh komunikan. Dengan kata lain, komuniaksi adalah proses pembuatan pesan yang setara bagi komunikator dan komunikan.

Wilbur Schramm yang dikutip oleh **Effendy** dalam buku **Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi**, menyatakan bahwa :

Komunikasi akan berhasil (terdapat kesamaan makna) apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acauan (*frame of reference*), yakni paduan pengalaman dan pengertian (*collection of experience and meaning*) yang diperoleh komunikan. Schramm menambahkan, bahwa bidang (*field of experince*) merupakan faktor penting juga dalam komunikasi. (1994:17)

Intinya adalah jika bidang pengalaman komunikator sama dengan bidang pengalaman komunikan, komunikan akan langsung lancar. Sebaliknya, bila bidang pengalaman komunikan tidak sama bidang pengalaman komunikator, akan timbul kesukaran untuk mengerti satu sama lain. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam menyampaikan komunikasi sebagai sasaran berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan sebagainya adalah media yang sering digunakan dalam komunikasi. Proses komunikais secara skunder itu

menggunakan media yang dapat diklasifikasikan sebagai media massa (surat kabar, radio, televisi) dan media massa (telepon, surat, megaphone).

2.1.2 Fungsi Komunikasi

Menurut **Onong Uchjana Effendy** dalam buku **Pengantar Ilmu Komunikasi**, fungsi komunikasi secara umum dalam manfaat dan dampak yang ditimbulkan komunikasi memiliki fungsi-fungsi yang sangat berperan dalam kehidupan masyarakat. Secara umum fungsi komunikasi adalah sebagai berikut :

- 1. Sebagai kendali : Fungsi komunikasi sebagai kendali memiliki arti bahwa komunikasi bertindak untuk mengendalikan perilaku orang lain atau anggota dalam beberapa cara yang harus dipatuhi.**
- 2. Sebagai motivasi : Komunikasi memberikan perkembangan dalam memotivasi dengan memberikan penjelasan dalam hal-hal kehidupan kita.**
- 3. Sebagai pengungkapan emosional : Komunikasi memiliki peranan dalam mengungkapkan perasaan-perasaan kepada orang lain, baik itu senang, gembira, kecewa, tidak suka, dll.**
- 4. Sebagai informasi : komunikasi memberikan informasi yang diperlukan dari setiap individu dan kelompok dalam mengambil keputusan dengan meneruskan data guna mengenai dan menilai pemilihan alternatif. (2005:5)**

2.1.3 Tujuan Komunikasi

Menurut **Rudolf F. Verdebber** dalam buku **Ilmu Komunikasi**, tujuan komunikasi adalah sebagai berikut:

- 1. Supaya yang disampaikan komunikator dapat dimengerti oleh komunikan. Agar dapat dapat dimengerti oleh**

- komunikasikan, maka komunikator perlu menjelaskan pesan utama dengan jelas dan sedetail mungkin.**
- 2. Agar dapat memahami orang lain. Dengan melakukan komunikasi, setiap individu dapat memahami individu yang lain dengan kemampuan mendengar apa yang dibicarakan orang lain.**
 - 3. Agar pendapat kita diterima orang lain. Komunikasi dan pendekatan persuasif merupakan cara agar gagasan kita diterima oleh orang lain.**
 - 4. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu. Komunikasi dan pendekatan persuasive kita mampu membangun persamaan persepsi dengan orang kemudian menggerakannya sesuai dengan keinginan kita. (2001:1)**

2.1.4 Syarat Komunikasi

Menurut Hewitt dalam Buku Pengantar Ilmu Komunikasi, dalam berkomunikasi diperlukan syarat-syarat tertentu dalam penggunaannya sebagai berikut :

- 1. *Source* (sumber) : adalah dasar dalam penyampaian pesan dalam rangka memperkuat pesan itu sendiri. Sumber komunikasi adalah orang, lembaga, buku, dll.**
- 2. *Komunikator* : adalah pelaku penyampaian pesan yang berupa individu yang sedang berbicara atau penulis, dapat juga berupa kelompok orang, organisasi komunikasi seperti televisi, radio, film, surat kabar, dan sebagainya.**
- 3. *Pesan* : adalah keseluruhan yang disampaikan oleh komunikator. Pesan mempunyai tema utama sebagai pengarah dalam usaha mengubah sikap dan tingkah laku orang lain.**
- 4. *Saluran* : saluran adalah komunikator yang digunakan dalam penyampaian pesan. Saluran komunikasi berupa saluran formal (resmi) dan saluran-saluran informal (tidak resmi).**
- 5. *Komunikasikan* : komunikasikan adalah penerima pesan dalam komunikasi yang berupa individu, kelompok dan massa.**
- 6. *Effect* (hasil) : efek adalah hasil akhir dari suatu komunikasi dengan bentuk terjadinya perubahan sikap dan perilaku komunikasikan. Perubahan itu bias sesuai**

keinginan atau tidak sesuai dengan keinginan komunikator. (2005:11)

2.2 Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan suatu tipe komunikasi manusia (*Human Communication*) yang lahir bersamaan dengan mulai digunakannya alat-alat mekanik yang mampu melipat gandakan pesan-pesan komunikasi. **Pool** mendefinisikan komunikasi massa sebagai komunikasi yang berlangsung dalam situasi interposet ketika anatara sumber dan penerima tidak terjadi kontak secara langsung, pesan-pesan komunikasi mengalir kepada penerima melalui saluran-saluran media massa, seperti surat kabar, majalah, radio, film atau televisi.

Komunikasi massa (*mass communication*) menurut Deddy Mulyana dalam **Pengantar Ilmu Komunikasi**, pengertian komunikasi massa adalah :

Komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi) yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan yang ditunjukkan kepada sejumlah besar orang yang tersebar dibanyak tempat, anonim, dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak dan selintas (khususnya media elektronik).” (2005:72)

Komunikasi massa adalah proses di mana organisasi media membuat dan menyebarkan pesan kepada khalayak banyak (publik).

Organisasi - organisasi media ini akan menyebarluaskan pesan-pesan yang akan memengaruhi dan mencerminkan kebudayaan suatu masyarakat, lalu informasi ini akan mereka hadirkan serentak pada khalayak luas yang beragam. Hal ini

membuat media menjadi bagian dari salah satu institusi yang kuat di masyarakat.

Dalam komunikasi masa, media masa menjadi otoritas tunggal yang menyeleksi, memproduksi pesan, dan menyampaikannya pada khalayak.

2.2.1 Ciri-Ciri Komunikasi Massa

Nuridin dalam bukunya **Komunikasi Massa**

- 1. Komunikator terlembagakan**
- 2. Komunikannya anonim dan heterogen**
- 3. Pesannya bersifat umum**
- 4. Komunikasi berlangsung satu arah**
- 5. Media Massa menimbulkan keserempakan**
- 6. Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan (2007:7)**

2.2.2 Efek Komunikasi Massa

Menurut **Steven A. Chafee**, komunikasi masa memiliki efek-efek berikut terhadap individu:

- 1. Efek ekonomis: menyediakan pekerjaan, menggerakkan ekonomi (contoh: dengan adanya industri media massa membuka lowongan pekerjaan)**
- 2. Efek sosial: menunjukkan status (contoh: seseorang kadang-kadang dinilai dari media massa yang ia baca, seperti surat kabar pos kota memiliki pembaca berbeda dibandingkan dengan pembaca surat kabar)**
- 3. Efek penjadwalan kegiatan**
- 4. Efek penyaluran/ penghilang perasaan**
- 5. Efek perasaan terhadap jenis media**

Menurut **Kappler (1960)** komunikasi masa juga memiliki efek:

1. **conversi, yaitu menyebabkan perubahan yang diinginkan dan perubahan yang tidak diinginkan.**
2. **memperlancar atau malah mencegah perubahan**
3. **memperkuat keadaan (nilai, norma, dan ideologi) yang ada.**

2.3 Pengertian Jurnalistik

Secara teknis jurnalistik menurut **Sumadiria** dalam bukunya **Jurnalistik Indonesia**, adalah : **“Kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan menyebarkan berita melalui media berkala kepada khalayak seluas-luasnya dengan secepat-cepatnya” (2005:3)**

Setiap orang pasti membutuhkan berita, karena berita digunakan untuk dua hal, yaitu untuk mengambil keputusan, dan yang kedua sebagai alat pertimbangan. Oleh karena itu, hal-hal atau peristiwa-peristiwa yang bisa dijadikan obyek berita harus memenuhi beberapa syarat, diantaranya menarik, penting, actual, factual serta di sukai oleh khalayak. Jurnalistik adalah kegiatan pencarian berita untuk disebarkan kepada masyarakat, oleh karena itu, produk utama jurnalistik adalah berita. Sehingga semakin cepat berita didapat, akan menjadi prestasi tersendiri bagi sebuah media.

Effendy dalam **Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi** mengatakan bahwa : **“Jurnalistik dapat diartikan sebagai teknik mengelola berita mulai dari mendapatkan bahan sampai menyebarluaskan bahan sampai menyebarluaskan kepada khalayak” (1993:94)**

Informasi dan peristiwa terbaru yang bisa mempengaruhi masyarakat adalah yang dijadikan sebagai bahan berita yang nantinya akan disebar luaskan

kepada khalayak. Ada banyak definisi asli mengenai jurnalistik berkaitan dengan kepandaian seseorang.

Secara etimologis, jurnalistik berasal dari kata *journal*. Dalam bahasa Perancis, *journal* berarti catatan atau laporan harian. Secara sederhana jurnalistik diartikan sebagai kegiatan berhubungan dengan pencatatan atau pelaporan. Dalam kamus bahasa Inggris, *journal* diartikan sebagai pelaporan, pencatatan, penulisan, atau perekaman kejadian. Kamus *The Oxford Paperback Dictionary* mengartikan *journal* sebagai “sebuah rekaman berita, kejadian, atau transaksi bisnis sehari-hari (a daily of news or events or business transaction) dan surat kabar atau berkala (a newspaper or periodical)” Berikut ini beberapa definisi mengenai jurnalistik :

Romli dalam bukunya *Kamus Jurnalistik*, bahwa jurnalistik ialah :

Proses atau teknik mencari, mengolah, menulis, dan menyebarkan informasi berita (news) dan opini (views) kepada publik melalui media massa. (2008:64)

Sementara itu, Sumaditama yang mengutip Adinegoro dalam bukunya *Jurnalistik Indonesia*, memaparkan beberapa definisi jurnalistik dari beberapa ahli.

Diantaranya : **“Jurnalistik adalah semacam kepandaian mengarang yang pokoknya memberi pekabaran pada masyarakat dengan selekasnya-lekasnya agar tersiar seluas-luasnya”. (2008:3)**

Dalam pemenuhan kebutuhannya dalam mengetahui informasi atau berita terbaru, masyarakat menginginkan penyebaran informasi secara cepat,

dan hal ini menuntut seorang jurnalis agar dapat memenuhi kewajibannya dengan baik dalam melaksanakan kegiatan jurnalistiknya.

2.3.1 Bentuk Jurnalistik

Sumadiria dalam bukunya **Jurnalistik Indonesia** membagi bentuk jurnalistik menjadi tiga bagian, sebagai berikut :

1. Jurnalistik Media Cetak

2. Jurnalistik Media Elektronik Auditif

3. Jurnalistik Media Elektronik Audio Visual. (2008:4-)

Dari ketiga bentuk diatas, masing-masing memiliki karakteristiknya sendiri. Bila media cetak menekankan kepada aspek penglihatan karena dikonsumsi dengan cara dibaca, sementara itu media elektronik auditif menitik beratkan kepada aspek pendengaran, sedangkan media elektronik audiovisual menekankan pada aspek pendengaran sekaligus penglihatan.

Sedangkan saat ini masyarakat mengenal tiga jenis media, yaitu Media Cetak (*printed media*), Media Elektronik (*electronic media*) yakni, televisi & radio, dan Media Siber (*cyber media*) atau media online. Kita juga mengenal tiga jenis utama jurnalistik dalam konteks media sebagai *channel* (saluran) pemberitaan : Jurnalistik Cetak (*printed journalism*), Jurnalistik Penyiaran (*broadcast journalism*), dan Jurnalistik Online (*cyber journalism, internet journalism, digital journalism*).

2.3.2 Bentuk Jurnalistik

Enam produk jurnalistik dijelaskan oleh **Sumadiria** dalam bukunya yang berjudul **Jurnalistik Indonesia** adalah :

1. **Tajuk Rencana**
Tajuk rencana atau editorial adalah opini berisi pendapat dan sikap resmi suatu media sebagai institusi penerbitan terhadap persoalan actual, fenomenal dan tau kontroversial yang berkembang dalam masyarakat.
2. **Karikatural**
Secara jenis jurnalistik, karikatur diartikan sebagai opini redaksi media dalam bentuk gambar yang sarat dengan muatan kritik social dengan memasukan unsur kelucuan, anekdot, atau humor agar siapapun yang melihatnya bias tersenyum, termasuk tokoh atau objek yang dikarikaturkan itu sendiri.
3. **Pojok**
Pojok adalah kutipan pernyataan singkat narasumber atau peristiwa yang tentunya dianggap menarik atau kontroversial, untuk kemudian dikomentari oleh pihak redaksi dengan kata-kata atau kalimat yang mengusik, menggelitik, dan ada kalanya reflektif.
4. **Artikel**
Artikel adalah tulisan lepas berisi opini seseorang yang mengupas tuntas suatu masalah tertentu yang sifatnya actual dan tau kontroversial dengan tujuan memberitahu (informatif), mempengaruhi dan meyakinkan (persuasif) atau gambar khalayak pembaca (rekreatif).
5. **Kolom**
Kolom adalah opini singkat seseorang lebih banyak menekankan aspek pengamatan dan pemaknaan terhadap suatu persoalan atau keadaan yang terdapat dalam masyarakat.
6. **Surat Pembaca**
Surat pembaca adalah opini singkat yang ditulis oleh pembaca dimuat dalam rubric khusus surat pembaca. (2006:6-17)

Produk Jurnalistik adalah hasil karya jurnalistik yang biasanya ditulis di halaman koran/media cetak atau editorial di sebuah media massa yang tentunya

dengan data dan fakta. Produk jurnalistik biasanya menjadi ciri khas sebuah media yang diterbitkan melalui rapat redaksi terlebih dahulu.

2.3.3 Perbedaan Jurnalistik Cetak, Elektronik dan Online

Secara umum perbedaan utama antara jurnalistik cetak, elektronik dan online terletak pada :

1. Gaya Bahasa

- a). **Jurnalistik cetak & online menggunakan Bahasa tulisan. Penulisan tanda baca dan simbol berlaku sepenuhnya : titik, koma, lambing bilangan, lambing mata uang, dsb.**
- b). **Jurnalistik radio & TV menggunakan Bahasa lisan, Bahasa tutur, Bahasa percakapan . tanda baca dan simbol relative tidak berlaku karena merujuk pada kaidah “*Write the Way You Talk*” (tuliskan sebagaimana cara mengucapkannya). Dalam naskah radio/TV dikenal *Sign Posting*. Yakni tanda-tanda baca sebagai panduan intonasi, stressing, jeda dalam membacaknya untuk pendengar atau pemirsa.**

2. Kutipan Langsung

Kutipan langsung dalam berita berfungsi sebagai bukti (fakta/data) sekaligus pendukung laporan

- a) **Jurnalistik cetak & online menyajikan kutipan langsung dengan transkrip ucapan lisan narasumber, ditandai tanda petik dua (“). Misalnya, “Persib akan kembali Juara” kata pengamat.**
- b) **Jurnalistik radio menggunakan “*soundbite*” yakni petikan ucapan narasumber berupa suara (*sound/audio*). Sedangkan jurnalistik TV menggunakan “*video clip*” yakni potongan gambar disertai rekaman langsung narasumber yang sedang berbicara”**

Perbedaan lainnya tentu masih banyak antara jurnalistik cetak, radio, TV dan online, seperti audiens atau punlik jurnalistik cetak disebut pembaca (*reader*), audiens jurnalistik radio disebut pendengar (*listener*), audiens

jurnalistik TV disebut penonton (*watcher*), dan audiens jurnalistik online disebut pengguna (*user*) atau pengunjung (*visitor*).

2.4 Pengertian dan Nilai Berita

Peranan berita menjadi sangat penting bagi masyarakat informasi dan teknologi sekarang ini. Berita berisi tentang fakta atau ide yang terkini, yang dapat menarik perhatian pembaca karena peristiwa luar biasa, penting atau luas akibatnya, memiliki segi human interest, emosi, dan ketegangan. Materi berita yang disajikan dalam berita tersebut merupakan daya tarik yang mampu mengundang keingintahuan pembaca atau masyarakat. Semua itu merupakan salah satu kebutuhan manusia untuk mengetahui informasi terkini yang terjadi di dunia. Berita dapat diartikan sebagai laporan atas opini atau peristiwa yang penting bagi sejumlah besar khalayak. Berita yang besar adalah liputan opini atau peristiwa yang sangat dibutuhkan oleh orang banyak. **Sumadiria** dalam bukunya mengatakan :

Berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik, dan penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau media online internet (Jurnalistik Indonesia, 2005:65).

Wartawan dan orang yang bekerja didalamnya mempunyai kriteria berita yang baik yang kemudian disebut sebagai nilai berita. Peristiwa tidak lantas dapat disebut sebagai berita, tetapi ia harus dinilai terlebih dahulu apakah peristiwa tersebut memenuhi kriteria nilai berita. Nilai-nilai berita menentukan bukan hanya peristiwa apa saja yang akan diberikan, melainkan juga bagaimana

peristiwa tersebut dikemas. Hanya peristiwa yang mempunyai ukuran-ukuran tertentu saja yang layak dan bias disebut sebagai berita. Ini adalah prosedur pertama dari bagaimana peristiwa dikonstruksi.

Tidak semua aspek dari peristiwa juga dilaporkan, ia juga harus dinilai terlebih dahulu, bagian mana dari peristiwa mempunyai nilai berita tinggi, bagian itulah yang ditekankan untuk terus-menerus dilaporkan. Peristiwa itu baru disebut mempunyai nilai berita, dan karenanya, layak diberitakan kalau berita itu berhubungan dengan elit atau orang yang terkenal, mempunyai nilai dramatis, terdapat unsur humor, *human interest*, dapat memancing kesedihan, keharuan, dan sebagainya. Secara sederhana, semakin besar peristiwa maka semakin besar dampak yang ditimbulkannya, lebih memungkinkan dihitung sebagai berita. Bencana, perang, konflik, kejadian yang jarang lebih memungkinkan dihitung sebagai berita.

Nilai berita adalah prosedur standar peristiwa apa yang bisa disebarkan kepada khalayak. Nilai berita adalah produk dari konstruksi wartawan. Setiap hari ada jutaan peristiwa, dan jutaan peristiwa itu semuanya potensial dibentuk menjadi berita, namun hanya peristiwa tertentu saja yang diberitakan. Semua proses itu ditentukan oleh apa yang disebut sebagai nilai berita. Karenanya, nilai berita dapat dianggap sebagai ideology professional wartawan, yang memberi prosedur bagaimana peristiwa yang begitu banyak disaring dan ditampilkan kepada khalayak.

Sumadiria dalam **Jurnalistik Indonesia** memaparkan bahwa ada

sebelas kriteria umum nilai berita, yakni :

1. Keluarbiasaannya (*Unusualness*)

Berita adalah sesuatu yang luar biasa. Dalam pandangan jurnalistik, berita bukanlah suatu peristiwa biasa. Semakin besar suatu peristiwa, semakin besar pula nilai berita yang timbulkannya. Nilai berita peristiwa luar biasa, paling tidak dapat dilihat dari aspek: lokasi peristiwa, waktu peristiwa waktu itu itu terjadi, jumlah korban, daya kejut peristiwa, dan dampak yang ditimbulkan peristiwa tersebut, baik dalam bentuk jiwa dan harta, maupun menyangkut kemungkinan perubahan aktivitas kehidupan masyarakat.

2. Kebaruan (*Newsness*)

Berita adalah semua apa yang terbaru. Berita adalah apa saja yang disebut hasil karya terbaru, seperti sepadah motor baru, rumah baru, gedung baru, walikota baru, apapun namanya pasti memiliki nilai berita.

3. Akibat (*Impact*)

Berita adalah segala sesuatu yang berdampak luas. Dampak suatu pemberitaan bergantung pada beberapa hal: seberapa banyak khalayak yang terpengaruh, pemberitaan itu langsung mengena kepada khalayak atau tidak, dan segera tidaknya efek berita ini menyentuh khalayak media yang melaporkannya.

4. Aktual (*Timeliness*)

Berita adalah peristiwa yang sedang atau baru terjadi . secara sederhana actual berarti menunjuk pada peristiwa yang baru atau yang sedang terjadi.

5. Kedekatan (*Proximity*)

Berita adalah kedekatan. Kedekatan mengandung dua arti. Kedekatan geografis dan kedekatan psikologis. Kedekatan geografis menunjuk pada suatu peristiwa atau berita yang terjadi di sekitar tempat tinggal kita, sedangkan kedekatan psikologis lebih banyak ditentukan oleh tingkat ketertarikan pikiran, perasaan atau kejiwaan seseorang dengan suatu objek peristiwa atau berita.

6. Informasi (*information*)

Berita adalah informasi, menurut Wilbur Schramm, informasi adalah segala yang bias menghilangkan ketidakpastian.

7. Konflik (*Conflict*)

Berita adalah konflik atau segala sesuatu yang mengandung unsur atau surat dengan dimensi pertentangan, konflik atau pertentangan, merupakan sumber berita yang tak pernah kering dan tak akan pernah habis.

8. Orang Penting (*Public Figure, News Maker*)

Berita adalah tentang orang-orang penting, orang-orang ternama, pesohor, selebriti, figure public. Orang-orang penting, orang-orang terkemuka, di mana pun selalu membuat berita

9. Kejutan (*Surprising*)

Kejutan adalah sesuatu yang datangnya tiba-tiba, di luar dugaan, tidak direncanakan, di luar perhitungan, tidak diketahui sebelumnya.

10. Ketertarikan Manusiawi (*Human Interest*)

Apa saja yang dinilai mengaundang minat insane, menimbulkan ketertarikan manusiawi, mengembangkan hasrat dan naluri ingin tahu, dapat digolongkan ke dalam cerita *human interest*.

11. Seks (*Sex*)

Sepanjang sejarah peradaban manusia, segala hal yang berkaitan dengan perempuan, pasti menarik dan menjadi sumber berita. Seks bias menunjuk pada keindahan anatomi perempuan, dan seks juga bias menyentuh masalah poligami. (1994:21)

2.5. Pengertian Internet

Menurut Laquey (1997), internet merupakan jaringan longgar dari ribuan komputer yang menjangkau jutaan orang diseluruh dunia. Misi awalnya adalah menyediakan sarana bagi para peneliti untuk mengakses data dari sejumlah sumber daya perangkat keras komputer mahal. Namun, sekarang internet telah berkembang menjadi ajang komunikasi yang sangat cepat dan efektif, sehingga telah menyimpang jauh dari misi awalnya. Dewasa ini, internet telah tumbuh menjadi sedemikian besar dan berdaya sebagai alat komunikasi yang tak dapat diabaikan.

Penggunanya kini mencakup berbagai kalangan, para pengelola media massa (penerbit surat kabar dan majalah, radio siaran dan televisi), penerbit buku, guru dan dosen, pustakawan, penggemar komputer dan pengusaha. Alasan penggunaannya pun beraneka ragam, mulai sekedar untuk berkomunikasi hingga mengakses informasi dan data yang penting.

Nilai yang didapatkan internet dapatlah dikiaskan sebagai sistem jalan raya dengan transportasi berkecepatan tinggi yang memperpendek perjalanan, atau diibaratkan sebuah perpustakaan yang dapat dikunjungi setiap saat dengan kelengkapan buku, sumber informasi dan kemungkinan penelusuran informasi yang tak terbatas.

2.5.1 Pengertian Media Online

Pengertian Media Online secara khusus yaitu terkait dengan pengertian media dalam konteks komunikasi massa. Media --singkatan dari media komunikasi massa-- dalam bidang keilmuan komunikasi massa mempunyai karakteristik tertentu, seperti publisitas dan periodisitas.

Pengertian media online secara khusus adalah media yang menyajikan karya jurnalistik (berita, artikel, feature) secara online. **Asep Syamsul M. Romli** menyebutkan **“Media online adalah media massa yang tersaji secara online di situs web (website) internet”**

dalam buku *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online* (2012: 89-90). mengartikan media online sebagai berikut: Masih menurut Romli dalam buku tersebut, media online adalah media massa ”generasi ketiga” setelah media cetak (printed media) –koran, tabloid, majalah, buku– dan media elektronik

(electronic media) –radio, televisi, dan film/video. Secara teknis atau ”fisik”, media online adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Termasuk kategori media online adalah portal, website (situs web, termasuk blog), radio online, TV online, dan email.

2.5.2 Keunggulan Media Online

Setelah munculnya media *online* bukan berarti menggeser media cetak dan elektronik karena media *online* memiliki keunggulan yang lebih dari pada media cetak dan elektronik. Media *online* memiliki wilayah konsumen (pembaca/komunikan) tersendiri hanya saja media *online* memiliki keunggulan yang tidak dimiliki oleh media cetak dan elektronik.

Media *online* merupakan salah satu jenis media massa yang populer dan bersifat khas. Kekhasan media *online* terletak pada keharusan memiliki jaringan teknologi informasi dan menggunakan perangkat komputer, di samping pengetahuan tentang program komputer untuk mengakses informasi/berita. Keunggulan media *online* adalah informasi/berita bersifat *up to date*, *real time*, dan praktis.

- 1). *Up to date*, media *online* dapat melakukan *upgrade* (pembaharuan) suatu informasi atau berita dari waktu ke waktu dan dimana saja, tidak melulu menggunakan bantuan komputer, tetapi fasilitas teknologi pada *handphone* (telepon genggam) atau lebih spesifik dengan kata *smart phone* (telpon genggam yang telah memiliki fasilitas teknologi

internet). Hal ini terjadi karena media *online* memiliki proses penyajian informasi/berita yang lebih mudah dan sederhana.

- 2). *Real time*, cara penyajian berita yang sederhana tersebut menjadikan media *online* dapat langsung menyajikan informasi dan berita saat peristiwa berlangsung hal ini yang dimaksud dengan *real time*. Wartawan media *online* dapat mengirimkan informasi langsung ke meja redaksi dari lokasi peristiwa dengan bantuan telepon atau fasilitas internet seperti *E-Mail* dan lainnya.
- 3). Praktis, media *online* terbilang praktis karena kemudahan untuk mendapatkan berita dan informasinya, kapan saja bila diinginkan media *online* dapat dibuka dan dibaca sejauh didukung oleh fasilitas teknologi internet. *Handphone* yang memiliki fasilitas koneksi internet, komputer yang memiliki sambungan internet baik di perkantoran atau di rumah, dan dapat pula di warung internet (warnet).

Menyertakan unsur-unsur multimedia adalah keunggulan lain media *online*, yang membuat media ini mampu menyajikan bentuk dan isi publikasi yang lebih kaya ketimbang media tradisional. Keunggulan ini, terutama sekali, berlangsung pada media *online* yang berjalan di atas web.

Selain itu, media *online* dapat dengan mudah bersifat interaktif. Dengan memanfaatkan *hyperlink* yang terdapat pada web, karya-karya jurnalisisme *online* dapat menyajikan informasi yang terhubung dengan sumber-sumber lain. Ini berarti, pengguna/pembaca dapat menikmati informasi secara efisien dan efektif

namun tetap terjaga dan didorong untuk mendapatkan pendalaman dan titik pandang yang lebih luas—bahkan sama sekali berbeda.

Interaktivitas media *online* tentu bukan hanya didukung oleh kemampuan teknologi internet dalam menyediakan *hyperlink*. Teknologi internet juga membuka peluang kepada para media *online* untuk menyediakan features yang memungkinkan sajiannya bersifat *customized*—tersaji sesuai dengan preferensi masing-masing pengguna/pembacanya; yang memungkinkan para pengguna/pembaca berinteraksi dengan lebih cepat, lebih sering, lebih intens dengan sesama pengguna/pembaca, narasumber, bahan-bahan berita, dan jurnalisnya sendiri. Ujung-ujungnya, media *online* mampu membangun hubungan yang partisipatif dengan pemirsanya.

Dengan keunggulan-keunggulan tersebut, media *online* tidak hanya dimiliki oleh institusi media yang menerbitkan secara *online* namun saat ini media cetak dan media elektronik juga memiliki versi *online* untuk melengkapai kekurangannya hal ini dimaksudkan untuk memaksimalkan audien.

2.6 Kerangka Teoritis

2.6.1 Teori Konstruksi Realitas

Tuchman menyebutkan, Konstruksi Realitas menyebutkan suatu upaya menyusun realitas dari satu atau sejumlah peristiwa yang semula terpenggal-penggal (acak) menjadi tersistematis hingga membentuk cerita atau wacana. Pandangannya ini melihat berita atau hasil liputan merupakan hasil konstruksi realitas, seperti yang dikutip dalam bukunya, *Making News, A Study in the Construction of Reality* (NY : The Free Press, 1980)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori konstruksi sosial atas realitas dari **Peter L. Berger dan Luckmann** yang dipaparkan dalam bukunya yang berjudul *The Social Construction of Reality, A Treatise in the Sociological of Knowledge* (1996). Pada proses konstruksi realitas, bahasa adalah unsur utama. Dalam substansi teori dan pendekatan ini adalah pada proses simultan yang terjadi secara alamiah melalui bahasa dalam kehidupan sehari-hari pada sebuah komunitas primer dan semi sekunder.

Konsep konstruksi sosial yaitu suatu proses pemaknaan yang dilakukan oleh setiap individu terhadap lingkungan dan aspek diluar dirinya yang terdiri dari proses eksternalisasi, internalisasi dan obyektivasi. Eksternalisasi adalah penyesuaian diri dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia, obyektivasi adalah interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi, dan internalisasi adalah individu mengidentifikasi diri ditengah lembaga-lembaga sosial dimana individu tersebut menjadi anggotanya.

Istilah konstruksi sosial atas realitas (*sosial construction of reality*) didefinisikan sebagai proses sosial melalui tindakan dan interaksi dimana individu menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif. (Poloma, 2004:301).

Asal usul konstruksi sosial dari filsafat Konstruktivisme yang dimulai dari gagasan-gagasan konstruktif kognitif. Menurut Von Glasersfeld, pengertian konstruktif kognitif muncul dalam tulisan Mark Baldwin yang secara luas

diperdalam dan disebarakan oleh Jean Piaget. Namun apabila ditelusuri, sebenarnya gagasan-gagasan pokok Konstruktivisme sebenarnya telah dimulai oleh Giambattista Vico, seorang epistemologi dari Italia, ia adalah cikal bakal Konstruktivisme (Suparno, 1997:24).

Dalam aliran filsafat, gagasan konstruktivisme telah muncul sejak Socrates menemukan jiwa dalam tubuh manusia, sejak Plato menemukan akal budi dan ide. (Bertens, 1999:89). Gagasan tersebut semakin lebih konkret lagi setelah Aristoteles mengenalkan istilah, informasi, relasi, individu, substansi, materi, esensi, dan sebagainya. Ia mengatakan bahwa, manusia adalah makhluk sosial, setiap pernyataan harus dibuktikan kebenarannya, bahwa kunci pengetahuan adalah fakta (Bertens, 1999:137).

Aristoteles pulalah yang telah memperkenalkan ucapannya '*Cogito ergo sum*' yang berarti "saya berfikir karena itu saya ada". Kata-kata Aristoteles yang terkenal itu menjadi dasar yang kuat bagi perkembangan gagasan-gagasan konstruktivisme sampai saat ini. Pada tahun 1710, Vico dalam '*De Antiquissima Italorum Sapientia*', mengungkapkan filsafatnya dengan berkata 'Tuhan adalah pencipta alam semesta dan manusia adalah tuan dari ciptaan'. Dia menjelaskan bahwa 'mengetahui' berarti 'mengetahui bagaimana membuat sesuatu' ini berarti seseorang itu baru mengetahui sesuatu jika ia menjelaskan unsur-unsur apa yang membangun sesuatu itu. Menurut Vico bahwa hanya Tuhan sajalah yang dapat mengerti alam raya ini karena hanya dia yang tahu bagaimana membuatnya dan dari apa ia membuatnya, sementara itu orang hanya dapat mengetahui sesuatu yang telah dikonstruksikannya (Suparno, 1997:24).

Sejauh ini ada tiga macam Konstruktivisme yakni konstruktivisme radikal; realisme hipotesis; dan konstruktivisme biasa:

- 1. Konstruktivisme radikal hanya dapat mengakui apa yang dibentuk oleh pikiran kita. Bentuk itu tidak selalu representasi dunia nyata. Kaum konstruktivisme radikal mengesampingkan hubungan antara pengetahuan dan kenyataan sebagai suatu kriteria kebenaran. Pengetahuan bagi mereka tidak merefleksikan suatu realitas ontologis obyektif, namun sebuah realitas yang dibentuk oleh pengalaman seseorang. Pengetahuan selalu merupakan konstruksi dari individu yang mengetahui dan tidak dapat ditransfer kepada individu lain yang pasif karena itu konstruksi harus dilakukan sendiri olehnya terhadap pengetahuan itu, sedangkan lingkungan adalah saran terjadinya konstruksi itu.**
- 2. Realisme hipotesis, pengetahuan adalah sebuah hipotesis dari struktur realitas yang mendekati realitas dan menuju kepada pengetahuan yang hakiki.**
- 3. Konstruktivisme biasa mengambil semua konsekuensi konstruktivisme dan memahami pengetahuan sebagai gambaran dari realitas itu. Kemudian pengetahuan individu dipandang sebagai gambaran yang dibentuk dari realitas obyektif dalam dirinya sendiri. (Suparno, 1997:25).**

Dari ketiga macam konstruktivisme, terdapat kesamaan dimana konstruktivisme dilihat sebagai sebuah kerja kognitif individu untuk menafsirkan dunia realitas yang ada karena terjadi relasi sosial antara individu dengan lingkungan atau orang di sekitarnya. Individu kemudian membangun sendiri pengetahuan atas realitas yang dilihat itu berdasarkan pada struktur pengetahuan yang telah ada sebelumnya, inilah yang oleh Berger dan Luckmann disebut dengan konstruksi sosial.

Sedangkan pijakan dan arah pemikiran teori konstruksi sosial merupakan sebuah teori sosiologi kontemporer yang dicetuskan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman. Dalam menjelaskan paradigma konstruktivis, realitas sosial

merupakan konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu. Individu adalah manusia yg bebas yang melakukan hubungan antara manusia yang satu dengan yang lain. Individu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksi berdasarkan kehendaknya. Individu bukanlah korban fakta sosial, namun sebagai media produksi sekaligus reproduksi yang kreatif dalam mengkonstruksi dunia sosialnya (Basrowi dan Sukidin, 2002 : 194).

Sosiologi pengetahuan Berger dan Luckman adalah deviasi dari perspektif yang telah memperoleh “lahan subur” di dalam bidang filsafat maupun pemikiran sosial. Aliran fenomenologi mula pertama dikembangkan oleh Kant dan diteruskan oleh Hegel, Weber, Husserl dan Schutz hingga kemudian kepada Berger dan Luckman. Akan tetapi, sebagai pohon pemikiran, fenomenologi telah mengalami pergulatan revisi. Dan sebagaimana kata Berger bahwa “*posisi kami tidaklah muncul dari keadaan kosong (ex nihilo)*”, akan jelas menggambarkan bagaimana keterpegaruhannya terhadap berbagai pemikiran sebelumnya. Jika Weber menggali masalah mengenai *interpretatif understanding* atau analisis pemahaman terhadap fenomena dunia sosial atau dunia kehidupan, Scheler dan Schutz menambah dengan konsep *life world* atau dunia kehidupan yang mengandung pengertian dunia atau semesta yang kecil, rumit dan lengkap terdiri atas lingkungan fisik, lingkungan sosial, interaksi antara manusia (*intersubjektifitas*) dan nilai-nilai yang dihayati. Ia adalah realitas orang biasa dengan dunianya. Di sisi lain, Manheim tertarik dengan persoalan ideologi, dimana ia melihat bahwa tidak ada pemikiran manusia yang tidak dipengaruhi

oleh ideologi dan konteks sosialnya, maka dalam hal ini Berger memberikan arahan bahwa untuk menafsirkan gejala atau realitas di dalam kehidupan itu.

Usaha untuk membahas sosiologi pengetahuan secara terotitis dan sistematis melahirkan karya Berger dan Luckman yang tertuang dalam buku *The Social Construction of Reality, A Treatise in the Sociology of Knowledge* (tafsiran sosial atas kenyataan, suatu risalah tentang sosiologi pengetahuan). Ada beberapa usaha yang dilakukan Berger untuk mengembalikan hakikat dan peranan sosiologi pengetahuan dalam kerangka pengembangan sosiologi.

Pertama, mendefinisikan kembali pengertian “kenyataan” dan “pengetahuan” dalam konteks sosial. Teori sosiologi harus mampu menjelaskan bahwa kehidupan masyarakat itu dikonstruksi secara terus-menerus. Gejala-gejala sosial sehari-hari masyarakat selalu berproses, yang ditemukan dalam pengalaman bermasyarakat. Oleh karena itu, pusat perhatian masyarakat terarah pada bentuk-bentuk penghayatan (*Erlebniss*) kehidupan masyarakat secara menyeluruh dengan segala aspek (kognitif, psikomotoris, emosional dan intuitif). Dengan kata lain, kenyataan sosial itu tersirat dalam pergaulan sosial, yang diungkapkan secara sosial termanifestasikan dalam tindakan. Kenyataan sosial semacam ini ditemukan dalam pengalaman intersubyektif (*intersubjektivitas*). Melalui intersubyektifitas dapat dijelaskan bagaimana kehidupan masyarakat tertentu dibentuk secara terus-menerus. Konsep intersubyektifitas menunjuk pada dimensi struktur kesadaran umum ke

kesadaran individual dalam suatu kelompok khusus yang sedang saling berintegrasi dan berinteraksi.

Kedua, menemukan metodologi yang tepat untuk meneliti pengalaman intersubyektifitas dalam kerangka mengkonstruksi realitas. Dalam hal ini, memang perlu ada kesadaran bahwa apa yang dinamakan masyarakat pasti terbangun dari dimensi obyektif sekaligus dimensi subyektif sebab masyarakat itu sendiri sesungguhnya buatan kultural dari masyarakat (yang di dalamnya terdapat hubungan intersubyektifitas) dan manusia adalah sekaligus pencipta dunianya sendiri. Oleh karena itu, dalam observasi gejala-gejala sosial itu perlu diseleksi, dengan mencurahkan perhatian pada aspek perkembangan, perubahan dan tindakan sosial. Dengan cara seperti itu, kita dapat memahami tatanan sosial atau orde sosial yang diciptakan sendiri oleh masyarakat dan yang dipelihara dalam pergaulan sehari-hari.

Ketiga, memilih logika yang tepat dan sesuai. Peneliti perlu menentukan logika mana yang perlu diterapkan dalam usaha memahami kenyataan sosial yang mempunyai ciri khas yang bersifat plural, relatif dan dinamis. Yang menjadi persoalan bagi Berger adalah logika seperti apakah yang perlu dikuasai agar interpretasi sosiologi itu relevan dengan struktur kesadaran umum itu? Sosiologi pengetahuan harus menekuni segala sesuatu yang dianggap sebagai “pengetahuan” dalam masyarakat.

Berger berpandangan bahwa sosiologi pengetahuan seharusnya memusatkan perhatian pada struktur dunia akal sehat (*common sense world*). Dalam hal ini, kenyataan sosial didekati dari berbagai pendekatan seperti

pendekatan mitologis yang irasional, pendekatan filosofis yang moralitis, pendekatan praktis yang fungsional dan semua jenis pengetahuan itu membangun akal sehat. Pengetahuan masyarakat yang kompleks, selektif dan akseptual menyebabkan sosiologi pengetahuan perlu menyeleksi bentuk-bentuk pengetahuan yang mengisyaratkan adanya kenyataan sosial dan sosiologi pengetahuan harus mampu melihat pengetahuan dalam struktur kesadaran individual, serta dapat membedakan antara “ pengetahuan” (urusan subjek dan obyek) dan “kesadaran” (urusan subjek dengan dirinya).

Di samping itu, karena sosiologi pengetahuan Berger ini memusatkan pada dunia akal sehat (common sense), maka perlu memakai prinsip logis dan non logis. Dalam pengertian, berpikir secara “kontradiksi” dan “dialektis” (tesis, antitesis, sintesis). Sosiologi diharuskan memiliki kemampuan mensintesis gejala-gejala sosial yang kelihatan kontradiksi dalam suatu sistem interpretasi yang sistematis, ilmiah dan meyakinkan. Kemampuan berpikir dialektis ini tampak dalam pemikiran Berger, sebagaimana dimiliki Karl Marx dan beberapa filosof eksistensial yang menyadari manusia sebagai makhluk paradoksal. Oleh karena itu, tidak heran jika kenyataan hidup sehari-hari pun memiliki dimensi-dimensi obyektif dan subjektif (Berger dan Luckmann, 1990 : 28-29).

Berger dan Luckmann berpandangan bahwa kenyataan itu dibangun secara sosial, sehingga sosiologi pengetahuan harus menganalisis proses terjadinya itu. Dalam pengertian individu-individu dalam masyarakat itulah yang membangun masyarakat, maka pengalaman individu tidak terpisahkan dengan masyarakatnya. Waters mengatakan bahwa “*they start from the premise*

that human beings construct sosial reality in which subjectives process can become objectivied". (Mereka mulai dari pendapat bahwa manusia membangun kenyataan sosial di mana proses hubungan dapat menjadi tujuan yang panta). Pemikiran inilah barangkali yang mendasari lahirnya teori sosiologi kontemporer "kosntruksi sosial". (Basrowi dan Sukidin, 2002 : 201)

Dalam sosiologi pengetahuan atau konstruksi sosial Berger dan Luckmann, manusia dipandang sebagai pencipta kenyataan sosial yang obyektif melalui proses eksternalisasi, sebagaimana kenyataan obyektif mempengaruhi kembali manusia melalui proses internalisasi (yang mencerminkan kenyataan subjektif). Dalam konsep berpikir dialektis (tesis-antitesis-sintesis), Berger memandang masyarakat sebagai produk manusia dan manusia sebagai produk masyarakat. Yang jelas, karya Berger ini menjelajahi berbagai implikasi dimensi kenyataan obyektif dan subjektif dan proses dialektis obyektivasi, internalisasi dan eksternalisasi.

Salah satu inti dari sosiologi pengetahuan adalah menjelaskan adanya dialektika antara diri (*the self*) dengan dunia sosiokultural. Proses dialektis itu mencakup tiga momen simultan, yaitu eksternalisasi (penyesuaian diri dengan dunia sosio kultural sebagai produk yang dilembagakan atau mengalami institusionalisasi), dan internalisasi (individu mengidentifikasi dengan lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial tempat individu menjadi anggotanya).

2.6.2 Analisis *framing* pada media

Entman dalam Bharata (2004:181) mengemukakan : ide perihal framing pertama kali dilontarkan oleh Baterson pada tahun 1995. Frame pada awalnya dimaknai sebagai struktur konseptual yang mengorganisasi pandangan politik, kebijakan, dan wacana, serta menyediakan kategori-kategori standard untuk mengapresiasi realitas. Framing pada dasarnya merupakan pemberian definisi, penjelasan, evaluasi, dan rekomendasi dalam suatu wacana untuk menekankan kerangka berfikir tertentu terhadap peristiwa yang diwacanakan

Dimensi framing dimulai dengan pemilihan berita dan memberikan penekanan atau penonjolan aspek atau isu tertentu dalam berita. Hal tersebut dilakukan dengan penempatan berita di halaman utama, penulisan kata atau kalimat tertentu pada gambar pendukung, pemakaian grafis yang kontras sehingga memiliki peluang untuk diingat dalam peta mental pembaca. Selanjutnya framing berkaitan dengan penggunaan kata, kalimat dalam berita, simbol, konsepsi, ide, penggambaran dsb, sehingga frame berita dapat dilihat dari makna dibalik kata, kalimat, simbol, ide dsb yang memberikan gambaran tertentu dan makna tertentu dari teks media tersebut.

Suatu realitas yang sama yang dikemas oleh wartawan yang berbeda akan menghasilkan berita yang berbeda, karena perbedaan sudut pandang dan penekanan dari aspek-aspek yang berbeda. Dengan demikian ada realitas yang sebenarnya dan realitas-realitas yang merupakan bentukan media yang nota bene merupakan konstruksi-pemaknaan pemahaman wartawan beserta dewan redaksional atas realitas yang sebenarnya.

Analisis Framing menurut Entman yaitu melihat *Framing* dalam dua dimensi besar yaitu seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek realitas. Kedua faktor ini dapat lebih mempertajam *framing* berita melalui proses seleksi isu yang layak ditampilkan dan penekanan isi beritanya. Perspektif wartawanlah yang akan menentukan fakta yang dipilihnya, ditonjolkannya, dan dibuangnya. Di balik semua itu, pengambilan keputusan mengenai sisi mana yang ditonjolkan tentu melibatkan nilai dan ideologi para wartawan yang terlibat dalam proses produksi sebuah berita. *Framing* memiliki implikasi penting bagi komunikasi politik. Sebab *framing* memainkan peran utama dalam mendesak kekuasaan politik, dan *frame* dalam teks berita sungguh merupakan kekuasaan yang tercetak—ia menunjukkan identitas para aktor atau *interest* yang berkompetisi untuk mendominasi teks. Konsep *framing* menurut Entman, secara konsisten menawarkan sebuah cara untuk mengungkap *the power of a communication text*. *Framing analysis* dapat menjelaskan dengan cara yang tepat pengaruh atas kesadaran manusia yang didesak oleh transfer informasi dari sebuah lokasi, seperti pidato, ucapan/ungkapan, *news report*, atau novel. *Framing*, secara esensial meliputi penseleksian dan penonjolan. Membuat *frame* adalah menseleksi beberapa aspek dari suatu pemahaman realitas, dan membuatnya lebih menonjol di dalam suatu teks yang dikomunikasikan sedemikian rupa sehingga mempromosikan sebuah definisi permasalahan yang khusus, interpretasi kausal, evaluasi moral, dana atau merekomendasikan penanganannya.

Tabel 2.1
Konsep Framing

Robert Entman	Proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa lebih menonjol dibandingkan aspek lain. Ia juga menyertakan penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapatkan alokasi lebih besar daripada sisi yang lain.
William A. Gamson	Cara bercerita atau gugusan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Cara bercerita itu terbentuk dalam sebuah kemasan (<i>package</i>). Kemasan itu semacam skema atau struktur pemahaman yang digunakan individu untuk mengkonstruksi makna pesan-pesan yang ia sampaikan, serta untuk menafsirkan makna pesan-pesan yang ia terima.
Todd Gitlin	Strategi bagaimana realitas/dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak pembaca. Peristiwa-peristiwa ditampilkan dalam pemberitaan dalam pemberitaan agar tampak menonjol dan menarik perhatian khalayak pembaca. Itu dilakukan dengan seleksi, pengulangan, penekanan, dan presentasi aspek tertentu realitas.
David E. Snow and Robert Benford	Pemberian makna untuk menafsirkan peristiwa dan kondisi yang relevan. Frame mengorganisasikan sistem kepercayaan dan diwujudkan dalam kata kunci tertentu, anak kalimat, citra tertentu, sumber informasi, dan kalimat tertentu
Amy Binder	Skema interpretasi yang digunakan oleh individu untuk menempatkan, menafsirkan, mengidentifikasi, dan melabeli peristiwa secara langsung atau tidak langsung. Frame mengorganisir peristiwa yang kompleks kedalam bentuk dan pola yang mudah dipahami dan membantu individu untuk mengerti makna dan peristiwa.
Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki	Strategi konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dan dihubungkan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita.

(Sumber : Eriyanto, Analisis Framing, 2002:68)

