**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

**2.1 Tinjauan Komunikasi**

**2.1.1 PengertianKomunikasi**

Sebagai Makhluk sosial setiap manusia secara alamiah memiliki potensi dalam berkomunikasi. Ketika manusia diam, manusia itu sendiripun sedang melakukan komunikasi dengan mengkomunikasikan perasaannya. Baik secara sadar maupun tidak, manusia pasti selalu berkomunikasi. Komunikasi sudah menjadi kebutuhan pokok manusia untuk berinteraksi dengan sesama manusia dan maupun lingkungan sekitarnya.

Secara etimologi komunikasi atau *Communication* dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa Latin yaitu *Communis* yang artinya “sama”, *communico, communication*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) adalah istilah yang paling sering disebut sebagai asal-usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip[[1]](#footnote-2).

Pengertian komunikasi lainnya menurut **Hovland**dalam bukunya**Dedy Mulyana Komunikasi Massa**, menjelaskan :

**Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang komunikator menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal untuk mengubah prilaku orang lain (komunikan).(2008 : 62)**

Selain itu, Komunikasi didefinisikan oleh **Devito** dalam bukunya**Effendy Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi** sebagai berikut :

**Kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih, yakni kegiatan menyampaikan dan menerima pesan yang mendapatakan distorsi dari gangguan-gangguan dalam suatu konteks, yang menimbulkan efek dan kesempatan arus balik. Oleh karena itu, kegiatan komunikasi meliputi komponen-komponen sebagai berikut : konteks, sumber, penerima, pesan, saluran, gangguan, proses penyampaian atau proses *encoding,* penerimaan atau proses *decoding,* arus balik dan efek. Unsur-unsur tersebut agaknya paling esensial dalam setiap pertimbangan mengenai kegiatan komunikasi. Ini dapat kita namakan kesemestaan komunikasi; Unsur-unsur yang terdapat pada setiap kegiatan komunikasi, apakah itu intra-personal, antarpersonal, kelompok kecil, pidato, komunikasi massa atau komunikasi antarbudaya.” (2005 : 5).**

Dari beberapa pengertian mengenai komunikasi yang dipaparkan di atas penulis memahami bahwa komunikasi adalah suatu proses pertukaran pesan atau informasi antara dua orang atau lebih, untuk memperoleh kesamaan arti atau makna diantara mereka.

Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama. Akan tetapi definisi-definisi kontenporer menyarankan bahwa komunikasi merujuk pada cara berbagai hal-hal tersbut, seperti dalam kalimat “kita berbagi pikiran”, “kita mendiskusikan makna”, dan “kita mengirimkan pesan”.

**2.1.2 Komponen- Komponen Komunikasi**

Berdasarkan beberapa pengertian komunikasi diatas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi terdiri dari proses yang didalamnya terdapat unsur atau komponen. Menurut **Effendy** dalam bukunya **Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi**. Ruang lingkup Ilmu Komunikasi berdasarkan komponennya terdiri dari : **“1. Komunikator *(communicator),* 2.Pesan *(message),* 3. Media *(media),* 4. Komunikan *(communican),* 5. Efek *(effect)”.* (2005:6)**

**2.1.2.1 Komunikator dan Komunikan**

Komunikator dan komunikan merupakan salah satu unsur terpenting dalam proses komunikasi. Komunikator sering juga disebut sebagai sumber *(source, sender,* atau *encoder).* Sesuai dengan yang dikatakan **Hafied Cangara** didalam bukunya **Pengantar Ilmu Komunikasi**, menyatakan bahwa :

**Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi anatar manusia, sumber bisa terdiri dari satu orang tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi atau lembaga.(2004 : 23).**

Begitu pula dengan komunikan *(audience/receiver)* **Hafied Cangara** dalam bukunya **Pengantar Ilmu Komunikasi**, menjelaskan :

**Penerima adalah elemen penting dalam proses komunikasi, karena dialah yang menjadi sasaran dari komunikasi. Jika suatu pesan tidak diterima oleh penerima, akan menimbulkan berbagai macam masalah yang seringkali menuntut perubahan, apakah pada sumber, pesan, atau saluran. (2004: 26 )**

**2.1.2.2 Pesan**

*Message* atau pesan, merupakan salah satu unsur dalam komunikasi yang sangat penting, karena pesan merupakan salah satu tujuan dari komunikasi yaitu menyampaikan atau mengkomunikasikan pesan itu sendiri.

**Hafied Cangara** dalam bukunya **Pengantar Ilmu Komunikasi**, menjelaskan bahwa :

**Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isisnya bisa berupa ilmu pengetahuan , hiburan, informasi, nasihat, atau propaganda. (2004 :23).**

**2.1.2.3 Media**

Dalam proses komunikasi, media merupakan alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Media yang digunakan bermacam-macam, tergantung dari konteks komunikasi yang berlaku dalam proses komunikasi tersebut. Misalnya dalam komunikasi antar pribadi, dalam hal ini media yang digunakan melalui pancaindera. selain itu, ada juga saluran komunikasi seperti telepon, surat, telegram yang digolongkan sebagai media komunikasi antarpribadi.

Dalam konteks media komunikasi massa, **Hafied Cangara** dalam bukunya **Pengantar Ilmu Komunikasi**, menjelaskan :

**Alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka, dimana setiap orang dapat melihat, membaca, dan mendengar. Media dalam komunikasi massa dapat dibedakan atasa dua macam, yakni media cetak dan media elektronik. Media cetak seperti halnya surat kabar, majalah, buku, leaflet, brosur, striker, buletin, *hand out,* poster, spanduk, dan sebagainya. Sedangkan media eletronik anatara lain : radio, film, televisi, video *recording,* komputer, *electronic board, audio casette,* dan semacamnya.” (2004 : 24).**

**2.1.2.4 Efek**

Efek atau dapat disebut pengaruh, juga merupakan bagian dari proses komunikasi. Namun, efek ini dapat dikatakan sebagai akibat dari proses komunikasi yang telah dilakukan . seperti yang dijelaskan **De Fleur (1982)** didalam bukunya**Hafied Cangara Pengantar Ilmu komunikasi**, menjelaskan :

**Perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap, dan tingkah laku seseorang. (2004 : 25).**

Oleh sebabitu, **Hafied Cangara** didalam bukunya **Pengantar Ilmu Komunikasi**, mengatakan :

**“Pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan”. (2004 : 25).**

**2.1.3 Tujuan Komunikasi**

Setiap individu yang berkomunikasi pasti memiliki tujuan, secara umum tujuan dalam berkomunikasi adalah agar lawan bicara mengerti dan memahami maksud akan makna dari pesan yang disampaikan, lebih lanjut diharapkan dapat mendorong adanya perubahan sikap, opini, maupun prilaku.

Menurut **Effendy** dalam bukunya yang berjudul **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik**, menyebutkan ada beberapa tujuan dalam berkomunikasi, yaitu :

**“a. Perubahan sikap *(attitude change),* b. Perubahan pendapat *(opinion change),* c. Perubahan Prilaku (*behavior change),* d. Perubahan sosial *(social change)*” (2006 : 8)**.

Sedangkan **Joseph Devito** dalam bukunya **Komunikasi Antara Manusia** menyebutkan bahwa tujuan komunikasi adalah sebagai berikut :

1. **Menemukan. Dengan berkomunikasi kita dapat memahami secara baik diri kita sendiri dan diri orang lain yang kita ajak bicara. Komunikasi juga memungkinkan kita untuk menemukan dunia luara yang dipenuhi oleh objek, peristiwa dan manusia.**
2. **Untuk Berhubungan. Salah satu motivasi dalam diri manusia yang paling kuat adalah berhubungan dengan orang lain.**
3. **Untuk Meyakinkan. Sebagian besar media massa ada untuk meyakinkan kita agar mengubah sikap dan prilaku.**
4. **Untuk Bermain. Kita menggunakan banyak prilaku komunikasi kita untuk bermain dan menghibur diri kita dengan mendengarkan pelawak (1997 : 31).**

**2.1.4 Lingkup Komunikasi**

Menurut  **Effendy** dalam bukunya **Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi**, menyatakan :

**Ilmu komunikasi merupakan ilmu yang mempelajari, menelaah dan meneliti kegiatan-kegiatan komunikasi manusia yang luas luang lingkupnya dan banyak dimensinya. Para mahasiswa acap kali mengklasifikasikan aspek-aspek komunikasi ke dalam jenis-jenis yang satu sama lain berbeda konteksnya. (2003 :52)**

Berikut ini adalah pengklasifikasian komunikasi berdasarkan konteksnya.

**2.1.4.1 Bidang Komunikasi.**

Bidang ini adalah bidang pada kehidupan manusia, dimana diantara jenis kehidupan yang stau dengan jenis kehidupan lain terdapat perbedaan yang khas, dan kekhasan ini menyangkut pula proses komunikasi. Berdasarkan bidangnya, komunikasi meliputi jenis-jenis sebagai berikut :

1. Komunikasi Sosial *(social communication)*
2. Komunikasi organisasi *(organization communication)*
3. Komunikasi bisnis *(business communication)*
4. Komunikasi politik *(political communication)*
5. Komunikasi international *(international communication)*
6. Komunikasi antar budaya *(intercultural communication)*
7. Komunikasi pembangunan *(development communication)*
8. Komunikasi tradisional *(traditional communication)*

**2.1.4.2 Sifat Komunikasi**

Ditinjau dari sifatnya, diklasifikasikan sebagai berikut :

1. Komunikasi Verbal
2. Komunikasi lisan
3. Komunikasi tertulis
4. Komunikasi Non-Verbal
5. *Gestur* tubuh
6. Gambar
7. Tatap muka
8. Bermedia

**2.1.4.3 Tatanan Komunikasi**

Tatanan komunikasi adalah proses komunikasi ditinjau dari jumlah komunikan, apakah satu orang, dua orang, sekelompok orang, atau sejumlah orang yang bertempat tinggal secara tersebar. Berdasarkan situasi komunikasi seperti itu, maka diklasifikasikan menjadi bentuk-bentuk sebagai berikut :

1. Komunikasi pribadi *(personal communication)*
	* Komunikasi intrapersonal
	* Komunikasi antar personal
2. Komunikasi kelompok *(group communication)*
* Komunikasi kelompok kecil
* Komunikasi kelompok besar
1. Komunikasi Massa
* Komunikasi media Massa cetak
* Komunikasi media massa elektronik

**2.1.4.4 Teknik Komunikasi**

Istilah teknik komunikasi, secara etimologi berasal dari bahasa Yunani *“Technikos”* yang berarti keterampilan. Berdasarkan keterampilan komunikasi yang dilakukan komunikator, teknik komunikasi diklasifikasikan menjadi :

1. Komunikasi informatif
2. Persuasif
3. Pervasif
4. Koersiv
5. Instruktif
6. Hubungan manusia

**2.1.4.5 Metode Komunikasi**

Istilah metode dalam bahasa Inggris *“Method”* berasal dari bahasa Yunani *“methodos”* yang berarti rangkaian yang sistematis dan yang merujuk kepada tata cara yang sudah dibina berdasarkan rencana yang pasti, mapan, dan logis. Atas dasar pengertian diatas, metode komunikasi meliputi kegiatan-kegiatan yang terorganisasi sebagai berikut :

1. Jurnalisme
2. Jurnalisme cetak
3. Jurnalisme eletronik
4. Hubungan Masyarakat
5. Periklanan
6. Propaganda
7. Perang urat syarat
8. Perpustakaan.

**2.2 Komunikasi Massa**

**2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa**

Komunikasi massa berasal dari istilah bahasa Inggris yaitu *Mass Communication*. Artinya, komunikasi yang menggunakan media massa. Istilah *mass communication* diartikan sebagai salurannya, yaitu media massa. Massa mengandung pengertian orang banyak, mereka tidak harus berada di lokasi tertentu yang sama, mereka dapat tersebar atau terpencar di berbagai lokasi, yang dalam waktu yang sama atau hampir bersamaan dapat memperoleh pesan-pesan komunikasi yang sama.

Menurut **Rakhmat** dalam buku **Elvinaro Ardianto**yang berjudul **Komunikasi Massa** dijelaskan definisi Komunikasi Massa adalah sebagai berikut :

**Komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. (2007 : 6)**

Sedangkan **Effendi** dalam buku **Ilmu Komunikasi Dan Praktek** menjelaskan komunikasi massa memiliki pengertian : **“Komunikasi yang menggunakan media massa”. (2006: 20)**

Berbagai pengertian atau definisi mengenai komunikasi massa terlihat terlihat bahwa inti proses dari komunikasi ini adalah media massa sebagai salurannya untuk menyampaikan pesan kepada komunikan untuk mencapai tujuan tertentu. Media dalam komunikasi massa terdiri dari media elektronik yakni televisi dan radio, lalu media cetak yakni surat kabar, majalah dan tabloid.

Media dalam komunikasi massa harus di tekankan karena banyak media yang bukan media massa yakni diantaranya media tradisional seperti kentongan, angklung, gamelan dan lain-lain. Massa dalam komunikasi lebih menunjuk pada penerima pesan yang berkaitan dengan media massa. Massa disini menunjuk pada khalayak, penonton, pemirsa atau pembaca.

**2.2.2 Karakteristik Komunikasi Massa**

Komunikasi massa berbeda dengan komunikasi antar personal dan komunikasi kelompok. Perbedaan tersebut dapat terlihat dari komponen-komponen yang terlibat dalam terjadinya proses komunikasi. Kompone-komponen atau karakteristik Komunikasi massa adalah sebagai berikut:1. Komunikator terlembagakan 2. Pesan bersifat umum 3. Komunikannya anonim dan heterogen 4. Media massa menimbulkan keserempakan 5. Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan 6. Komunikasi massa bersifat satu arah 7. Stimulasi alat indera terbatas 8. Umpan balik tertunda (*delayed*) dan tidak langsung (*indirect*)[[2]](#footnote-3).

Komunikator terlembagakan, ciri komunikasi massa yang pertama adalah dapat dilihat dari komunikatornya. Komunikasi massa itu melibatkan lembaga dan komunikatornya merupakan bagian dari lembaga/ organisasi tersebut.

Pesan bersifat umum, komunikasi massa itu bersifat terbuka, pesan komunikasi yang disampaikan melalui media massa adalah terbuka untuk semua orang. Benda-benda tercetak, film, radio, dan televisi apabila dipergunakan untuk keperluan pribadi dalam lingkungan organisasi yang tertutup, tidak dapat dikatakan komunikasi massa.

Komunikannya anonim dan heterogen, dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikannya karena komunikasi dilakukan dengan menggunakan media dan tidak bertatap muka secara langsung. Disamping komunikan yang anonim, komunikan dalam komunikasi massa adalah heterogen karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda.

Media massa menimbulkan keserempakan, Dalam hal ini media massa menyebarkan informasi atau pesan *(message)* secara serempak dan menjalin hubungan dengan para komunikannya. Meskipun masyarakat berada dalam suatu wilayah yang berjauhan dengan jarak dan tempat yang berbeda namun khalayak dapat mendapatkan suatu informasi secara bersamaan.

Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan, salah satu prinsip komunikasi adalah bahwa komunikasi mempunyai dimensi isis dan dimensi hubungan. Dimensi isi menunjukan muatan atau isi komunikasi, yaitu pesan yang disampaikan, sedangkan dimensi hubungan menunjukan bagaimana cara menyampaikan pesan tersebut, yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu.

Komunikasi massa bersifat satu arah, karena komunikasinya melalui media massa, maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator aktif dalam menyampaikan pesan namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog.

Stimulasi alat indera terbatas, dalam komunikasi massa, stimulasi alat indera bergantung pada jenis media massa itu sendiri. Pada radio siaran dan rekaman auditif artinya khalayak hanya bisa mendengar.

Umpan balik tertunda (*delayed*) dan tidak langsung (*indirect*), komponen umpan balik atau yang akrab dengan sebuta *feedback* merupakan faktor penting dalam proses komunikasi massa. Efektifitas komunikasi sering dapat dilihat dari *feedback* yang disampaikan oleh komunikan.

**2.2.3 Fungsi Komunikasi Massa**

Segala sesuatu pasti memiliki fungsi, tak terkecuali dengan komunikasi massa. Komunikasi massa sendiri memiliki fungsi yang luas, dari setiap pakar komunikasi selalu memberikan pandangannya mengenai fungsi dari komunikasi massa. Dominick dalam bukunya Elvinaro Ardianto, Komunikasi Massa, menyebutkan bahwa fungsi komunikasi massa terdiri dari *surveillance* (pengawasan), *interpretation* (penapsiran), *linkage* (keterkaitan), *transmission of values* (penyebaran nilai) dan *entertainment* (hiburan)[[3]](#footnote-4).

Penjelasan dari setiap fungsi tersebut adalah :

1. ***Surveillance* (pengawasan)**

Fungsi Pengawasan komunikasi massa dibagi dalam bentuk utama : (a). *Warning or beware surveillance* (pengawasan peringatan); (b). *Instrumental surveillance* (pengawasan instrumental).

Fungsi pengawasan peringatan terjadi ketika media massa menginformasikan tentang ancaman dari angin topan, melestusnya gunung merapi, kondisi yang memperhatinkan, adanya serangan militer, peringatan ini dengan serta merta dapat menjadi ancaman. Sebuah stasiun televisi mengelola program untuk menayangkan sebuah peringatan atau menayangkannya dalam jangka panjang, kendati banyak informasi yang menjadi peringatan bagi masyarakat yang dimuat oleh media, banyak pula orang yang tidak mengetahui tentang ancaman itu.

Fungsi pengawasan instrumental adalah penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari- hari. Berita tentang film apa yang sedang dimainkan di bioskop, berita tentang kurs Rupiah dan saham di bursa efek, resep masakan dan sebagainya.

1. ***Interpretation* (penapsiran)**

Fungsi ini hampir mirip dengan fungsi pengawasan. Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penapsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Organisasi atau industri media memilih dan memutuskan peristiwa-peristiwa yang akan ditayangkan.

Tujuan penafsiran media ingin mengajak khalayak untuk memperluas wawasan dan membahasnya lebih lanjut dalam kominukasi antarpersonal atau komunikasi kelompok.

1. ***Linkage* (hubungan)**

Media massa mampu menghubungkan unsur-unsur yang terdapat di dalam masyarakat yang tidak bisa dilakukan secara langsung oleh saluran perseorangan. Misalnya, kegiatan periklanan yang menghubungkan kebutuhan dengan produk-produk penjual, hubungan para pemuka partai politik dengan pengikut-pengikutnya ketika membaca berita surat kabar mengenai partainya yang dikagumi oleh para pengikutnya itu.

Fungsi hubungan yang dimiliki media itu sedemikian berpengaruh kepada masyarakat sehingga dijuluki *“public making”ability of the mass media”* atau kemampuan membuat sesuatu menjadi umum dari media massa. Hal ini erat kaitannya dengan perilaku seseorang, baik yang positif konstruksif maupun yang destruktif, yang apabila diberitakan oleh media massa, maka segera seluruh masyarakat mengetahuinya.

1. ***Transmission of values* (penyebaran nilai)**

Fungsi ini disebut juga *sosialization* (sosialisasi), sosialisasi mengacu pada cara, dimana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar, dan dibaca. Media massa memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang mereka harapkan. Dengan kata lain, media mewakili kita dengan model peran yang kita amati dengan harapan untuk menirunya. Sebuah penelitian menunjukan bahwa banyak remaja belajar tentang perilaku berpacaran dari menonton film dan acara televisi yang mengisahkan tentang pacaran, termasuk pacaran yang agak bebas/ agak liberal.

Di antara media massa, televisi sangat berpotensi untuk terjadinya sosialisasi (penyebaran nilai-nilai) pada anak muda, terutama anak-anak yang telah melampaui usia 16 tahun, yang banyak menghabiskan waktunya menonton televisi dibanding kegiatan lainnya, kecuali tidur.

1. ***Entertainment* (hiburan)**

Sulit dibantah lagi bahwa pada kenyataannya hampir semua media menjalankan fungsi hiburan. Televisi adalah media massa yang mengutamakan sajian hiburan, hampir tiga perempat bentuk siaran televisi setiap hari merupakan tanyangan hiburan. Begitupun radio siaran, siaranya banyak memuat acara hiburan, memang ada beberapa stasiun televisi dan radio yang lebih mengutamakan tayangan berita tapi sayangnya presentasenya sangat kecil.

Pernyataan diatas menunjukan bahwa komunikasi massa memiliki beberapa fungsi. Berdasarkan penelitian yang akan peneliti angkat, fungsi lagu sendiri sesuai dengan beberapa fungsi komunikasi massa yang terdapat diatas, salah satunya yaitu memberikan hiburan kepada khalayak.

**2.3 Jurnalistik**

**2.3.1 Pengertian Jurnalistik**

Secara etimologi jurnalistik terdiri dari dua kata yaitu jurnal dan istik. Kata jurnal berasal dari bahasa Perancis yaitu *journal* yang berarti catatan harian. Kata *istik* merujuk pada kata estetika yang berarti ilmu pengetahuan yang membahas tentang keindahan, keindahan yang dimaksud adalah menghasilkan produk seni keterampilan dengan bahan-bahan yang diperlukan, dengan demikian secara etimologis, jurnalistik diartikan sebagai suatu karya seni dalam hal membuat catatan tentang peristiwa yang terjadi sehari-hari, suatu karya yang memiliki keindahan yang dapat menarik perhatian khalayaknya sehingga dapat dinikmati dan dimanfaatkan untuk keperluan hidupnya.

 Istilah jurnalis pun berasal dari bunyi istilah *diurnarius* atau *diurnarii*, yang mengandung arti orang yang mencari dan mengolah (mengutip dan memperbanyak) informasi kemudian dijual kepada mereka yang membutuhkan. Sehingga istilah jurnalistik mengandung arti keterampilan atau karya seni para jurnalis, dalam arti mencari informasi, memilih dan mengumpulkan bahan berita, serta menyusun naskah berita tersebut untuk memenuhi kebutuhan khalayaknya.

**Haris Sumadiria** dalam bukunya **Jurnalistik Indonesia** menjelaskan bahwa:

**Jurnalistik adalah kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan menyebarkan berita, melalui media berkala kepada khalayak seluas-luasnya dengan secepat-cepatnya. (2005:3).**

Penjelasan diatas menunjukan bahwa jurnalistik merupakan suatu rangkaian kegiatan yang secara terstruktur, serta ditunjang oleh beberapa data pasti. Selain itu, setelah tersusunnya semua data yang menjadi berita kemudian disebarluaskan kepada khalayak.

**2.3.2 Bentuk Jurnalistik**

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

1. **Jurnalistik Massa Cetak**

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

1. **Jurnalistik Auditif**

**Jurnalistik auditif yaitu jurnalistik radio siaran.**

1. **Jurnalistik Media Elektronik Audiovisual**

**Jurnalistik media eletronik audiovisual adalah jurnalistik televisi siaran dan jurnalistik media online (internet). (2006 : 4)**

 Dilihat dari bentuk jurnalistiknya bahwa sebuah film merupakan termasuk pada jurnalistik Media Elektronik Audiovisual (televisi siaran) dan jurnalistik media online. Hal itu dikarenakan pesan yang disampaikannya menggunakan media massa berupa televisi dan internet, khususnya pada film “Hati Merdeka” yang peneliti teliti. Maka dari itu film merupakan bagian dari kegiatan jurnalistik karena dalam penyampaian pesan kepada khalayakanya menggunakan media massa, khususnya televisi dan internet.

**2.4 Televisi**

**2.4.1 Pengertian Televisi**

 Televisi adalah sebuah [media](http://id.wikipedia.org/wiki/Media_massa) [telekomunikasi](http://id.wikipedia.org/wiki/Telekomunikasi) terkenal yang berfungsi sebagai penerima siaran gambar bergerak beserta suara, baik itu yang [monokrom](http://id.wikipedia.org/wiki/Monokrom) (hitam-putih) maupun [berwarna](http://id.wikipedia.org/wiki/Warna). Kata televisi merupakan gabungan dari kata *tele* (jauh) dari [bahasa Yunani](http://id.wikipedia.org/wiki/Bahasa_Yunani) dan *visio* (penglihatan) dari [bahasa Latin](http://id.wikipedia.org/wiki/Bahasa_Latin), sehingga televisi dapat diartikan sebagai alat komunikasi jarak jauh yang menggunakan media visual/penglihatan.

 Penggunaan kata Televisi sendiri juga dapat merujuk kepada [kotak televisi](http://id.wikipedia.org/wiki/Kotak_televisi), [acara televisi](http://id.wikipedia.org/wiki/Acara_televisi), ataupun [transmisi televisi](http://id.wikipedia.org/wiki/Transmisi_%28telekomunikasi%29). Penemuan televisi disejajarkan dengan penemuan [roda](http://id.wikipedia.org/wiki/Roda), karena penemuan ini mampu mengubah peradaban dunia. Di Indonesia televisi secara tidak formal sering disebut dengan TV.

 Penyiaran TV biasanya disebarkan melalui gelombang [radio](http://id.wikipedia.org/wiki/Radio) VHF dan UHF dalam [jalur frekuensi](http://id.wikipedia.org/wiki/Jalur_%28radio%29) yang ditetapkan antara 54-890 [megahertz](http://id.wikipedia.org/wiki/Hertz). Kini gelombang TV juga sudah memancarkan jenis suara [stereo](http://id.wikipedia.org/wiki/Stereo) ataupun bunyi keliling di banyak negara. Hingga tahun [2000](http://id.wikipedia.org/wiki/2000), siaran TV dipancarkan dalam bentuk gelombang [analog](http://id.wikipedia.org/wiki/Televisi_analog), tetapi belakangan ini perusahaan siaran publik maupun swasta kini beralih ke teknologi penyiaran [digital](http://id.wikipedia.org/wiki/Televisi_digital).

 Menurut **Wikipedia**, menjelaskan bahwa definisi televisi adalah :

**Televisi memiliki kelebihan dibandingkan dengan media penyiaran lainnya, yakni dapat didengar sekaligus dilihat. Jadi apabila khalayak radio siaran hanya mendengar kata-kata, musik dan efek suara, maka khalayak televisi dapat melihat gambar yang bergerak. Maka dari itu televisi disebut sebagai media massa elektronik audiovisual. Namun demikian, tidak berarti gambar lebih penting dari kata-kata, keduanya harus ada kesesuaian secara harmonis.**

 Jika dihubungkan dengan masalah penelitian, pembuatan film menggunakan media televisi untuk menyampaikan pesan yang terdapat didalam film “Hati Merdeka” tersebut. Dengan menggunakan media televisi, film Hati Merdeka dapat dilihat oleh khalayak yang berada diberbagai penjuru dunia sehingga pesan yang disampaikan kepada khalayak dapat diterima secara serempak. Selain itu dengan menggunakan televisi pun pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak dapat diterima lebih cepat dan praktis.

**2.5 Film**

**2.5.1 Pengertian Pengertian Film**

 Film adalah media komunikasi yang bersifat audio visual untuk menyampaikan suatu pesan kepada sekelompok orang yang berkumpul di suatu tempat tertentu.

 Pada umumnya, sebuah film dapat mencakup berbagai pesan, baik itu pesan pendidikan, hiburan dan informasi. Pesan dalam film adalah menggunakan mekanisme lambang-lambang yang ada pada pikiran manusia berupa isi pesan, suara, perkataan, percakapan dan sebagainya. Menurut **Sobur** dalam bukunya **Semiotika Komunikasi** mengatakan :

**“Didalam film juga terdapat suatu unsur-unsur atau tanda , bentuk-bentuk simbol visual dan linguistik untuk mengodekan suatu pesan yang sedang disampaikan misalnya suara dan dialog. Pada tataran gambar bergerak, kode-kode gambar dapat diinternalisasikan sebagai bentuk reperesentasi mental. Sama halnya seperti adegan tertentu yang disertai dengan audio atau backsound tertentu. Backsound itu menjadi pengkodean pesan yang dapat menimbulkan makna tertentu.”(2009:131).**

Maka peneliti menyimpulkan bahwa film merupakan gabungan lambang-lambang yang ada pada pikiran manusia berupa isi pesan, suara, perkataan, percakapan dan sebagainya. Hal ini berhubungan dengan kasus yang diteliti mengenai film “ Hati Merdeka”.

Menurut **Effendy** dalam bukunya **Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi** mengatakan :

**“Film adalah media komunikasi massa yang memiliki pengaruh besar, bukan saja untuk hiburan tetapi untuk penerangan, pendidikan, serta pengaruh besar didalam kehidupan sehari-hari.. Dalam ceramah-ceramah penerangan atau pendidikan kini banyak digunakan film sebagai alat bantu untuk memberikan penjelasan.”(2004:209).**

Dalam film tersebut, bukan saja gabungan dari berbagai Penyatuan gambar dan suara yang apik disertai dengan musik dan *backsound* dalam setiap adegan, tetapi film dapat diekspresikan sebagai satu kesatuan yang saling berkesinambungan karena itu setiap adegan harus saling terkait antara pikiran, perasaan, dan juga makna. Sehingga pada akhirnya film tersebut dapat dimengerti oleh masyarakat pada umumnya.

**2.6 Dialog**

**2.6.1 Pengertian Dialog**

Dialog adalah proses komunikasi antara 2 orang atau lebih, dalam dialog makna harus dipertimbangkan agar memenuhi kaidah semantis dan pragmatis. Sedangkan menurut Wikipedia, pengertian dialog adalah proses pertukaran pesan antara dua orang atau lebih hingga menjadi makna yang disampaikan.

Dari pengertian diatas penulis mengambil kesimpulan bahwa dialog adalah proses komunikasi antara dua orang atau lebih hingga akhirnya menjadi kumpulan sebuah kalimat yang memiliki makna. Jadi pengertian dialog adalah pertimbangan agar memenuhi kaidah semantis dan pragmatis ditujukan pada suatu teks yang telah dibuat oleh sutradara.

**2.6.2 Dialog Sebagai Bentuk Pesan Komunikasi**

Menurut Lasswell, komunikasi adalah pesan yang disampaikan kepada komunikan (penerima) dari komunikator (sumber) melalui saluran-saluran tertentu baik secara langsung atau tidak langsung dengan maksud memberikan dampak atau efek kepada komunikan sesuai dengan yang diinginkan komunikator. Yang memenuhi lima unsur *who, says what, in which channel, to whom, with what effect*. Dengan pola pikir dan hasil cipta, manusia dapat mengkomunikasikan segala sesuatu pemikiran kepada khalayak luas berupa gagasan, ideatau opini menjadi sebuah pesan komunikasi yang mudah dicerna.

Dalam sebuah proses penyampaian komunikasi, pesan merupakan hal yang utama. Definisi pesan sendiri adalah segala sesuatu, verbal maupun non-verbal yang disampaikan komunikator kepada komunikan untuk mewujudkan motif komunikasi. Pesan pada dasarnya bersifat abstrak, kemudian diciptakan lambang komunikasi sebagai media atau saluran dalam menghantarkan pesan berupa suara, mimik, gerak-gerik, bahasa lisan dan tulisan yang dapat saling dimengerti sebagai alat bantu dalam berkomunikasi.

Dalam film terjadi pertukaran pikiran, ide, gagasan antara sutradara dengan audiens sebagai penikmat film. Sutradara menyampaikan isi pikiran dibenaknya berupa audio-visual agar audiens mampu menerima pesan didalamnya. Disinilah terjadi proses komunkasi melalui audio-visual berupa teks/dialog dalam sebuah film antara sutradara dengan audiensnya.

Komunikasi antara sutradara dan penikmat film berjalan ketika sebuah film dipertontonkan kepada audiens. Pesan yang disampaikan dapat berupa cerita, curahan hati, atau sekedar kritik yang dituangkan dalam setiap adegannya. Dialog sendiri memiliki sifat istimewa. Tentunya dibandingkan pesan pada umumnya dialog atau adegan-adegan dalam film memiliki jangkauan yang luas didalam benak penikmat film.

**2.7 Nasionalisme**

**2.7.1 Pengertian Nasionalisme**

 Nasionalisme adalah suatu sikap politik dari masyarakat suatu bangsa yang mempunyai kesamaan kebudayaan, dan wilayah serta kesamaan cita-cita dan tujuan, dengan demikian masyarakat suatu bangsa tersebut merasakan adanya kesetiaan yang mendalam terhadap bangsa itu sendiri.

 Demikian juga ketika kita berbicara tentang nasionalisme. Nasionalisme merupakan jiwa bangsa Indonesia yang akan terus melekat selama bangsa Indonesia masih ada. Nasionalisme bukanlah suatu pengertian yang sempit bahkan mungkin masih lebih kaya lagi pada zaman ini.

**2.8 Moralitas**

**2.8.1 Pengertian Moralitas**

Moralitas berasal dari kata dasar “moral” berasal dari kata “*mos*” yang berarti kebiasaan, kata jumlahnya “*mores*” yang berarti kesusilaan, dari “*mos*”, “*mores*” adalah kesusilaan, kebiasaan. Sedangkan “*moral*” adalah ajaran tentang baik buruk yang diterima umum mengenai perbuatan, sikap, kewajiban, akhlak budi pekerti, dan susila. Kondisi mental yang membuat orang tetap berani, bersemangat, bergairah, berdisiplin dan sebagainya.

Moral adalah istilah manusia menyebut ke manusia atau orang lainnya dalam tindakan yang memiliki nilai positif. Manusia yang tidak memiliki moral disebut amoral artinya dia tidak bermoral dan tidak memiliki nilai positif dimata manusia lainnya. Sehingga moral adalah hal mutlak yang harus dimiliki oleh manusia. Moral secara eksplisit adalah hal-hal yang berhubungan dengan proses sosialisasi individu tanpa moral manusia tidak bisa melakukan proses sosialisasi. Moral dalam zaman sekarang memiliki nilai implicit karena banyak orang yang memiliki moral atau sikap amoral itu dari sudut pandang yang sempit. Moral itu sifat dasar yang diajarkan di sekolah-sekolah dan manusia harus memiliki moral jika ia ingin dihormati oleh sesamanya. Moral adalah nilai keabsolutan dalam kehidupan bermasyarakat secara utuh. Penilaian terhadap moral diukur dari kebudayaan masyarakat setempat. Moral adalah perbuatan atau tingkah laku atau ucapan seseorang dalam berinteraksi dengan manusia. Apabila yang dilakukan seseorang itu sesuai dengan nilai rasa yang berlaku di masyarakat tersebut dan dapat diterima serta menyenangkan lingkungan masyarakatnya, maka orang itu dinilai memiliki moral yang baik, begitu juga sebaliknya. Moral adalah produk dari budaya dan agama. Setiap budaya memiliki standar moral yang berbeda-beda sesuai dengan sistem nilai yang berlaku dan telah terbangun sejak lama. Moral juga dapat diartikan sebagai sikap, perilaku, tindakan, kelakuan yang dilakukan seseorang pada saat mencoba melakukan sesuatu berdasarkan pengalaman, tafsiran, suara hati, serta nasihat, dan lain-lain.

Moral adalah ajaran yang berkaitan dengan kelakuan, yang hendaknya merupakan pencerminan akhlak dan budi pekerti. Secara keseluruhan ajaran moral merupakan kaidah dan pengertian yang menentukan hal-hal dianggap baik dan buruk. Pertimbangan baik atau buruknya suatu hal akan menghasilkan moral. Moral itu sesuatu yang benar-benar ada dan manusia tidak ada yang dapat memungkirinya. Adanya keyakinan tentang moral dan kebenarannya dapat dilihat dalam kehidupan sehari-hari. Manusia yang melakukan hal yang benar akan menjadi manusia yang baik tetapi sebaliknya jika melakukan perbuatan yang salah menjadi manusia yang jahat.

Dideskripsikan juga bahwa moralitas adalah sikap hati yang terungkap dalam perbuatan lahiriah. Moralitas ada dalam diri manusia apabila orang tersebut mengambil sikap yang baik karena ia sadar akan kewajiban dan tanggungjawabnya dan bukan mencari keuntungan. Moralitas sebagai sikap dan perbuatan baik yang betul-betul tanpa pamrih.

**2.9Analisis Wacana Kritis**

**2.9.1 Pengertian Analisis Wacana Kritis**

Analisis wacana dalam pandangan kritis, bahwa pandangan kritis ingin mengoreksi pandangan konstruktivitisme yang kurang sensitif pada proses produksi dan reproduksi makna yang terjadi secara historis maupun institusional, pandangan konstruksivisme masih belum menganalisis faktor-faktor hubungan kekuasaan yang inheren dalam setiap wacana, yang pada gilirannya berpearna dalam membentuk jenis-jenis subjek tertentu berikut prilaku-prilakunya. Hal ini yang melahirkan paradigma kritis.

Analisis wacana tidak dipusatkan pada kebenaran/ketidakbenaran struktur tata bahasa atau proses penafsiran seperti analisis konstruktivisme. Analisis wacana dalam paradigma ini menekankan pada konstelasi kekuatan yang terjadi pada proses produksi dan reproduksi makna. Individu tidak dianggap sebagai subjek yang netral yang bisa menafsirkan secara bebas sesuai dengan fikirannya, karena sangat berhubungan dan dipengaruhi oleh kekuatan sosial yang ada dalam masyarakat.

Bahasa disini tidak dipahami sebagai medium netral yang terletak diluar diri si pembicara. Bahasa dalam pandangan kritis dipahami sebagai representasi yang berperan dalam membentuk subjek tertentu, tema-tema wacana tertentu, maupun strategi-strategi didalamnya. Oleh karena itu, analisis wacana dipakai untuk membongkar kuasa yang ada dalam setiap proses bahasa : batasan-batasan apa yang diperkenankan yang jadi wacana, perspektif yang mesti dipakai, topik apa yang dibicarakan. Dengan pandangan semacam ini, wacana terlihat bahasa selalu terlibat dalam hubungan kekuasaan, terutama dalam pembentukan subjek, dan berbagai tindakan representasi yang terdapat dalam masyarakat. Karena memakai perspektif kritis, analisis wacana kategori ini disebut sebagai analisis wacana kritis *(CDA)*. Ini untuk membedakan dengan analisis wacana kategori sebelumnya.

**2.9.2 Karakteristik Analisis Wacana Kritis**

Dalam analisis wacana kritis *(Critical Discourse Analisis/CDA)* wacana disini tidak dipahami semata sebagai studi bahasa. Pada akhirnya, analisis wacana memang menggunakan bahasa dalam teks untuk dianalisis, tetapi bahasa yang dianalisis disini agak berbeda dengan studi bahasa dalam pengertian linguitik tradisional. Bahasa dianalisis bukan dengan menggambarkan semata dari aspek kebahasan, tetapi juga menghubungkan dengan konteks. Konteks disini berarti bahasa itu dipakai untuk tujuan dan praktik tertentu, termasuk didalamnya praktik kekuasaan.

Menurut Fairclough dan Wodak, analisis wacana kritis melihat wacana (pemakaian bahasa dalam tutur dan tulisan) sebagai bentuk dari praktik sosial. Menggambarkan wacana sebagai praktik sosial yang menyebabkan sebuah hubungan dialektis diantara peristiwa diskursif tertentu dengan situasi, institusi, dan struktur sosial yang membentuknya.

Praktik wacana pun bisa jadi menampilkan ideologi, wacana dapat memproduksi dan mereproduksi hubungan kekuasaan yang tidak imbang anatara kelas sosial, laki-laki dan wanita, kelompok mayoritas dan minoritas memlalui mana perbedaan itu direpresentasikan dalam posisi sosial yang ditampilkan. Sebagai contoh, melalui wacana, bahwa keadaan yang rasis, seksis, atau ketimpangan dalam kehidupan sosial dianggap sebagai suatau *common sense,* suatu kewajaran atau alamiah, dan memang seperti itu kenyataanya.

Analisis wacana kritis melihat wacana sebagai faktor penting, yaitu bagaimana bahasa digunakan untuk memperlihatkan ketimpangan kekuasaan yang terjadi dalam masyarakat. Menurut Fairclough dan Wodak, analisis wacana kritis menyelidiki bagaimana melalui bahasa kelompok sosial yang ada saling bertarung dan mengajukan versinya masing-masing, dan karkteristik penting dari analsis wacana kritis yang diambil dari tulisan Teun A. Van Dijk, Fairclough, dan Wodak sebagai berikut :

1. **Tindakan**

Prinsip pertama, wacana dipahami sebagai sebuah tindakan *(action).* Dengan pemahaman semacam ini wacana ditempatkan sebagai bentuk interaksi, wacana bukan ditempatkan seperti dalam ruang tertutup internal. Bahwa seseorang bebrbicara atau menulis mempunyai maksud tertentu, baik besar maupun kecil. Selain itu wacana dipahami sebagai sesuatu betuk ekspresi sadar dan terkontrol, bukan sesuatu diluar kendali ataupun ekspresi sadar dan terkontrol, bukan sesuatu diluar kendali ataupun ekpresi diluar kesadaran.

1. **Konteks**

Analisis wacana kritis memperhatikan konteks dari wacana, seperti latar, situasi, peristiwa, dan kondisi. Wacana dipandang, diproduksi, dimengerti, dan dianalisis pada suatu konteks tertentu. Wacana dianggap dibentuk sehingga harus ditafsirkan dalam situasi dan kondisi yang khusus. Wacana dianggap dibentuk sehingga harus ditafsirkan dalam situasi dan kondisi yang khusus. Wacana kritis mendefinisikan teks dan percakapan pada situasi tertentu, bahwa wacana berada dalam situasi sosial tertentu.

Wacana dianggap dibentuk sehingga harus ditafsirkan dalam situasi dan kondisi yang khusus. Wacana kritis mendefinisikan teks dan percakapan pada situasi tertentu, bahwa wacana berada dalam situasi sosial tertentu.

1. **Historis**

Menempatkan wacana dalam konteks sosial tertentu, berarti wacana diproduksi dalam konteks tertentu dan tidak dapat dimengerti tanpa menyertakan konteks tertentu dan tidak dapat dimengerti tanpa menyertakan konteks yang menyertainya. Salah satu aspek penting untuk bisa mengerti teks adalah dengan menempatkan wacana dalam konteks historis tertentu.

1. **Kekuasaan**

Analisis wacana kritis juga mempertimbangkan elemen kekuasaan *(power)* dalam analisisnya. Bahwa setiap wacana yang muncul, dalam teks, percakapan, atau apapun, tidak dipandang sebagai sesuatu yang alamiah, wajar dan netral tetapi meruapak bentuk pertarungan kekuasaan. Konsep kekuasaan adalah salah satu kunci hubungan antara wacana dengan masyarakat.

1. **Ideologi**

Ideologi juga konsep yang sentral dalam analisis wacana yang bersifat kritis. Hal ini karena teks , percakapan, dan lainnya adalah bentuk dari praktik ideologi atau pencerminan dari ideologi tertentu. Teori- teori klasik tentang ideologi diantaranya mengatakan bahwa ideologi dibangun oleh kelompok yang dominan dengan tujuan untuk mereproduksi dan melegitimasi dominasi mereka.

**2.9.3 Analisis Wacana Norman Fairclough**

Fairclough berpendapat bahwa analisis wacana adalah bagaimana bahasa menyebabkan kelompok sosial yang ada bertarung dan mengajukan ideologinya masing-masing. Konsep ini mengasumsikan dengan melihat praktik wacana bisa jadi menampilkan efek sebuah kepercayaan (ideologis) artinya wacana dapat memproduksi hubungan kekuasaan yang tidak imbang antara kelas sosial, laki-laki dan wanita, kelompok mayoritas dan minoritas dimana perbedaan itu direpresentasikan dalam praktik sosial. Analisis wacana melihat pemakaian bahasa tutur dan tulisan sebagai praktik sosial. Praktik sosial dalam analisis wacana dipandang menyebabkan hubungan yang saling berkaitan antara peristiwa yang bersifat melepaskan diri dari sebuah realitas dan struktur sosial.

Dalam hal ini dari penjelasan Norman Fairclough dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam analisis wacana seorang peneliti atau penulis melihat teks sebagai hal yang memiliki konteks baik berdasarkan “*process of production*” atau “*text production*” ; “*process of interpretation*” atau “*text consumption*” maupun berdasarkan praktik sosio-kultural. Dengan demikian, untuk memahami wacana (naskah/teks) kita tak dapat melepaskan dari konteksnya. Untuk menemukan “realitas” dibalik teks kita memerlukan penelusuran atas konteks produksi teks, konsumsi teks, dan aspek sosial budaya yang mempengaruhi pembuatan teks. Dikarenakan dalam sebuah teks tidak lepas akan kepentingan yang bersifat subjektif.

Didalam sebuah teks juga dibutuhkan penekanannya pada makna (meaning) (lebih jauh dari interpretasi dengan kemampuan integrative, yaitu inderawati, daya pikir dan akal budi). Artinya : setelah kita mendapatkan sebuah teks yang telah ada dan kita juga telat mendapatkan sebuah gambaran tentang teori yang akan dipakai untuk membedah masalah, maka langkah kita selanjutnya adalah memadukan kedua hal tersebut menjadi kesatuan yaitu dengan adanya teks tersebut dan kita memakai sebuah teori untuk membedahnya.

Kemudian Norman Fairclough mengklasifikasikan sebuah makna dalam analisis wacana sebagai berikut :

1. Translation (mengemukakan substansi yang sama dengan media).

Artinya : pada dasarnya teks media massa bukan realitas yang bebas nilai. Pada titik kesadaran pokok manusia, teks selalu memuat kepentingan. Teks pada prinsipnya telah diambil sebagai realitas yang memihak. Tentu saja teks dimanfaatkan untuk memenangkan pertarungan idea, kepentingan atau ideologi tertentu kelas tertentu. Sedangkan sebagai seorang peneliti memulainya dengan membuat sampel yang sistematis dari isi media dalam berbagai kategori berdasarkan tujuan penelitian.

1. Interpretation (berpegang pada materi yang ada, dicari latar belakang, konteks agar dapat dikemukakan konsep yang lebih jelas).

Artinya : kita konsen terhadap satu pokok permasalahan supaya dalam menafsirkan sebuah teks tersebut kita bisa mendapat latar belakang dari masalah tersebut sehingga kemudian kita bisa menentukan sebuah konsep rumusan masalah untuk membedah masalah tersebut.

1. Ekstrapolasi (menekankan pada daya pikir untuk menangkap hal dibalik yang tersajikan).

Artinya : kita harus memakai sebuah teori untuk bisa menganalisis masalah tersebut, karena dengan teori tersebut kita bisa dengan mudah menentukan isi teks yang ada.

1. Penafsiran/Pemaknaan (lebih jauh dari interpretasi dengan kemampuan integrative, yaitu inderawi, daya pikir dan akal budi).

Artinya : setelah kita mendapatkan sebuah teks yang telah ada dan kita juga telah mendapatkan sebuah gambaran tentang teori yang akan dipakai untuk membedah masalah, maka langkah kita selanjutnya adalah memadukan kedua hal tersebut menjadi kesatuan yaitu dengan adanya teks tersebut dan kita memakai sebuah teori untuk membedahnya.

Dalam analisis wacana Norman Fairclough juga memberikan tingkatan seperti berikut Pertama, analisis mikro, yakni analisis teks pada teks semata, terutama unsur bahasa yang dipakai. Kedua analisis makro, yakni analisis struktur sosial, ekonomi, politik, dan budaya masyarakat. Analisis ini pada dasarnya ingin menggambarkan bagaimana kekuatan-kekuatan yang dominan yang ada dalam masyarakat yang menentukan wacana yang dikembangkan dan disebarkan kepada khalayak. Ketiga analisis meso, yakni analisis pada diri individu sebagai pemproduksi teks, termasuk juga analisis pada sisi khalayak sebagai konsumen teks[[4]](#footnote-5).

Dengan demikian, menurut Norman Fairclough untuk memahami wacana (naskah/teks) kita tak dapat melepaskan dari konteksnya. Untuk menemukan “realitas” dibalik teks, kita memerlukan penelusuran atas konteks produksi teks, konsumsi teks, dan aspek sosial budaya.

Dalam pelaksanaannya, analisis wacana untuk ilmu komunikasi ditempatkan sebagai bagian dari metode penelitian sosial dengan pendekatan kualitatif. Sebagaimana dimaklumi dalam penelitian sosial, setiap permasalahan penelitian selalu ditinjau dari perspektif teori sosial (dalam hal ini teori-teori komunikasi). Analisis wacana sebagai metode penelitian sosial tidak hanya mempersoalkan bahasa (wacana) melainkan pula dikaitkan dengan problematika sosial. Lebih dari itu, sebagai bagian dari metode penelitian sosial dengan pendekatan kualitatif, analisis wacana ini juga memakai paradigma penelitain. Dengan demikian proses penelitiannya tidak hanya berusaha memahami makna yang terdapat dalam sebuah naskah, melainkan acapkali menggali apa yang terdapat dibalik naskah menurut paradigm penelitian yang dipergunakan.

Aplikasi analisis wacana dimulai dengan pemilihan naskah (*text, talk, act and artifact*) dalam suatu bidang masalah sosial, misalnya naskah (berita) tentang politik. Selanjutnya kita memilih tiga perangkat analisis wacana yang saling berkaitan : perspektif teori, paradigma penelitian dan metode analisis wacana itu sendiri. Dari penerapan ketiga perangkat tadi secara simultan terhadap naskah yang dipilih akan diperoleh hasil penelitian analisis wacana.

Untuk perspektif teori, dalam analisis wacana sebagai metode penelitian sosial lazimnya memakai dua jenis teori : teori substantif dan teori wacana. Teori substantif disini adalah teori tertentu yang sesuai dengan tema penelitian, misalnya teori politik, teori kekuasaan, teori gender, teori ekonomi-politik, teori ideologi, dan sebagainya. Teori substantive diperlukam untuk menjelaskan bidang permasalahan penelitian analisis wacana dari perspektif teori yang bersangkutan.

Lebih lanjut, Fairclough dan Wodak berpendapat bahwa analisis wacana adalah bagaimana bahasa menyebabkan kelompok sosial yang ada bertarung dan mengajukan ideologinya masing-masing.

**2.10 Konstruksi Sosial**

**2.10.1 Pengertian Konstruksi Sosial**

 Istilah konstruksi sosial atas realitas didefinisikan sebagai proses sosial melalui tindakan dan interaksi dimana individu menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif. Konstruksi sosial merupakan sebuah teori sosiologi kontemporer yang dikenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Berger dan Luckman meyakini secara substantif bahwa realitas merupakan hasil ciptaan manusia kreatif melalui kekuatan konstruksi sosial terhadap dunia sosial di sekelilingnya. Realitas sosial adalah bentuk dari konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu. Individu adalah manusia bebas yang melakukan interaksi antar sesama manusia yang satu dengan yang lain. Individu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksikanya berdasarkan kehendaknya. Individu bukanlah korban sosial, namun merupakan sebagai mesin produksi sekaligus reproduksi yang kreatif dalam mengkonstruksi dunia sosialnya[[5]](#footnote-6).

 Suatu realitas tidak begitu saja hadir diantara kita dengan apa adanya, melainkan suatu realitas itu dibangun secara sosial dan tidak bersifat tunggal. Sebab setiap individu yang satu dengan yang lain, memiliki persepsi yang berbeda dalam memandang realitas. Dalam disiplin ilmu Psikologi tahap awal dalam menerima informasi ialah melaui sensasi. Sensasi sendiri artinya alat pengindaraan yang berasal dari kata ”sense”, alat penginderaan adalah yang menghubungkan antara organisme dengan lingkungan.

 Persepsi adalah proses internal yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita, dan proses tersebut mempengaruhi prilaku kita. Persepsi ditentukan oleh faktor personal dan faktor situasional. Faktor lain yang sangat mempengaruhi persepsi adalah perhatian.

 Eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi menjadi tiga proses penting dalam teori konstruksi sosial atas realitas. Tiga proses ini terjadi secara simultan antar satu individu lainnya dalam masyarakat. Dalam teori konstruksi atas realitas, eksternalisasi merupakan penyesuaian diri dengan dunia sosiokultural sebagai produksi manusia. Kemudian interaksi sosial yang terjalin dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses dimana individu mengindentifikasikan dirinya dengan lembaga-lembaga sosial atau organisasi tempat individu menjadi anggotanya [[6]](#footnote-7).

 Pemahaman mengenai konstruksi makna dapat dikaji melalui konsep dalam paradigma konstruktivis, yaitu konsep atau teori dari aliran konstruktivisme yang didasarkan pada bagaimana pengetahuan tentang gambaran dunia nyata dikonstruksi oleh individu. Dalam hal ini, dunia nyata merupakan hasil konstruksi kognitif individu berdasarkan pengetahuan yang diperoleh dari pengalaman-pengalamannya. Makna dari objek yang terdapat dalam dunia nyata dihasilkan melalui pengalaman individu dengan objek tersebut.

 Pada konteks penelitian ini, gagasan Berger dalam konstruksi realitas yang terdapat di film Hati Merdeka. Proses yang pertama kali terjadi adalah eksternalisasi, sutradara ([Yadi Sugandi](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Yadi_Sugandi&action=edit&redlink=1) dan [Conor Allyn](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Conor_Allyn&action=edit&redlink=1)) memiliki konsepsi dan kerangka pemikiran tersendiri yang diangkat dari kisah nyata kondisi negara Indonesia. Ia memiliki pandangan bahwa rasa kebersatuan semangat nasionalisme masyarakat tidak dibatasi oleh perbedaan suku, ras bahkan agama. Berbagai skema dan pemahaman tentang negara ini digunakan untuk mendeskripsikan fenomena yang ada. Proses selanjutnya adalah internalisasi, dimana [Yadi Sugandi](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Yadi_Sugandi&action=edit&redlink=1) dan [Conor Allyn](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Conor_Allyn&action=edit&redlink=1) mengamati dan mengobservasi mengenai realitas sebenarnya dari kondisi negri ini. Dan dari proses-proses ini terjadilah suatu proses dalam pikiran pembuatan film, yang kemudian menjadi suatu objektivasi yang termanifestasikan dalam bentuk sebuah wacana semangat nasionalisme film Hati Merdeka.

1. Deddy Mulyana. 2010. *Ilmu Komunikasi (suatu pengantar)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. Hal. 46 [↑](#footnote-ref-2)
2. Elvinaro Ardianto dkk. 2007. *KOMUNIKASI MASSA (Suatu Pengantar)*. Bandung. Simbiosa Rekatama. Hal 7-11 [↑](#footnote-ref-3)
3. Elvinaro Ardianto dkk. 2007. *KOMUNIKASI MASSA (Suatu Pengantar)*. Bandung. Simbiosa Rekatama. Hal 14 [↑](#footnote-ref-4)
4. Eriyanto. 2001. *Analisis Wacana; Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta. PT. Lkis Printing Cemerlang. Hal. 344-345 [↑](#footnote-ref-5)
5. Burhan Bungin. 2011.*KONSTRUKSI SOSIAL MEDIA MASSA; Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi, dan Keputusan Konsumen Serta Kritik Terhadap Peter L. Berger & Thomas Luckmann.* Jakarta: Kencana. Hal. 11-12 [↑](#footnote-ref-6)
6. Burhan Bungin. 2014.*KONSTRUKSI SOSIAL MEDIA MASSA; Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi, dan Keputusan Konsumen Serta Kritik Terhadap Peter L. Berger & Thomas Luckmann.* Jakarta: Kencana. Hal. 15 [↑](#footnote-ref-7)