

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

Komunikasi sering dilakukan dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi merupakan kebutuhan yang mendasar bagi setiap manusia. Secara etimologis, kata komunikasi berasal dari bahasa latin yaitu *communication* yang bersumber pada kata *communis* yang berarti sama. Sedangkan secara terminologis, kata komunikasi merujuk kepada proses penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan.

Santropoetro yang dikutip **Hikmat** dalam buku **Komunikasi Politik**, menerangkan definisi komunikasi adalah :

Komunikasi adalah sebuah kegiatan manusia untuk saling memahami atau mengerti tentang suatu pesan yang dihadapi bersama antara pemberi pesan (komunikator) dan penerima pesan (komunikan), yang pada umumnya berakhir dengan suatu efek atau hasil. Efek komunikasi merupakan segala perubahan yang terjadi pada komunikan sebagai akibat diterimanya suatu pesan dari komunikator. (2010:4)

Dari kalimat diatas menjelaskan bahwa komunikasi tidak hanya menyampaikan pesan, namun harus adanya hasil atau suatu efek yang terjadi pada komunikan yang diakibatkan oleh pesan yang diterima oleh komunikan tersebut

Kemudian **Rogers dan Kincaid** dalam **Cangara**, dalam bukunya **Pengantar Ilmu Komunikasi**, mengatakan bahwa :

“Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam”.(2000:19)

Pada dasarnya, komunikasi dilakukan secara verbal oleh kedua belah pihak agar dapat dimengerti. Komunikasi dapat terjadi apabila ada persamaan antara penyampaian pesan dengan si penerima pesan. Tanpa adanya bahasa verbal diantara kedua belah pihak, komunikasi masih dapat digunakan dengan pergerakan badan dan menunjukkan sikap tertentu, seperti menggelengkan kepala yang bisa berarti tidak, mengangkat bahu yang bisa berarti tidak tahu, atau tersenyum. Cara ini biasanya disebut sebagai komunikasi nonverbal.

Sebagai makhluk sosial, komunikasi merupakan dasar bagi setiap orang untuk saling berinteraksi dengan orang lain dan berperan penting dalam kehidupan sehari-hari. Setiap kesempatan dan waktu, kita akan selalu berkomunikasi dengan orang lain dimanapun kita berada. Komunikasi antar manusia bukan hanya saling berbicara, menyapa, maupun menulis, komunikasi dimaksudkan tentang bagaimana kita dapat memahami maksud orang lain yang sebenarnya sehingga kita bisa saling memahami dan mengerti apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan orang lain kemudian dimanfaatkan untuk kepentingan bersama. Kebanyakan orang biasanya menjadikan komunikasi sebagai alat komunikasi semata tanpa berupaya untuk melihat dan memahami orang lain seutuhnya.

Aktifitas komunikasi harus mengandung kesamaan makna antara dua pihak yang terlibat. Karena kegiatan komunikasi tidak hanya informatif, yakni agar orang lain mengerti dan tahu, tapi juga persuasif, yaitu agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu perbuatan atau kegiatan dan lain-lain.

2.1.1 Proses Komunikasi

Menurut **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 simbol sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah pesan verbal (bahasa), dan pesan non verbal (kial/gestur, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya) yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator ke komunikan.**
- 2. Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator ke komunikan dengan menggunakan 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, komunikasi 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 acuan (*frame of reference*), yakni panduan pengalaman dan

pengertian (*collection of experience and meaning*) yang diperoleh oleh komunikan. Schramm menambahkan, bahwa bidang (*field of experience*) 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 dengan bidang pengalaman komunikator, akan timbul kesukaran untuk mengerti satu sama lain.

Seorang komunikator menggunakan media kedua sebagai sasaran berada ditempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, teks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film dan sebagainya adalah media yang sering digunakan dalam komunikasi. Proses komunikasi secara sekunder itu menggunakan media yang dapat diklasifikasikan sebagai media massa (surat kabar, radio, televisi) dan media nirmassa (telepon, surat, megapon)

2.2 Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Seiring dengan perkembangan komunikasi itu sendiri, saai ini khalayak dapat dengan mudah mendapatkan informasi melalui media massa yang ada seperti televisi, majalah, koran, internet, radio, dll. Hal ini tidak dapat kita pungkiri dari kehidupan bahwa kita telah terikat oleh media 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.

Elvirano Ardianto dan Lukiati Komala Erdinaya, dalam bukunya yang berjudul **Komunikasi Massa: Suatu Pengantar** mendefinisikan komunikasi massa adalah:

“Komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan anonym melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat” (Rakhmat, seperti yang dikutip Komala, dalam Karlinah, dkk. 1999)

Komunikasi massa dalam buku **Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek** karangan **Effendi** memiliki pengertian yaitu:

“Komunikasi yang menggunakan media massa.” (1984: 20)

Dari dua pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa harus dilakukan melalui media, baik media cetak maupun media eletronik dan disebarkan kepada khalayak luas yang berada dimana saja dan dalam waktu yang bersamaan. Jadi walaupun dalam proses penyampaian pesan komunikator kepada khalayak banyak, jika tidak menggunakan media, maka komunikasi tersebut tidak bisa dikatakan komunikasi massa.

2.2.1 Karakteristik Komunikasi Massa

Komunikasi massa mempunyai beberapa karakteristik khusus yang membedakan tipe komunikasi ini dengan tipe komunikasi yang lain. karakteristik Komunikasi massa menurut **Effendy** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek**:

1. **Komunikasi berifat satu arah.**
Ini berarti bahwa tidak terdapat arus balik dari komunikan kepada komunikator dengan lain perkataan wartawan sebagai komunikator tidak mengetahui tanggapan para pembacanya terhadap pesan atau berita yang disiarkannya itu. Demikian pula penyiar radio, penyiar televise atau sutradara film tidak mengetahui tanggapan khalayak yang dijadikan sasarannya.
2. **Komunikator pada komunikasi masa melembaga.**
Media massa sebagai saluran komunikasi massa merupakan lembaga, yakni suatu institusi atau organisasi. Karena itu komunikatornya melembaga atau dalam bahasa asing disebut *institutionalized communicator* atau *organized communicator*. Komunikator pada komunikasi massa, misalnya wartawan surat kabar atau penyiar televise, dikarenakan media yang ia pergunakan adalah suatu lembaga dalam menybarluaskan pesan komunikasinya ia bertindak atas nama lembaga sejalan dengan kebijaksanaan surat kabar dan stasiun televisi yang diwakilinya
3. **Komunikasi komunikasi massa bersifat heterogen**
Komunikasi atau khalayak yang merupakan kumpulan anggota-anggota masyarakat yang terlibat dalam proses komunikasi massa sebagai sasaran yang dituju komunikator, bersifat heterogen. Dalam keberadaannya secara terpecah-pecah dimana antara satu sama lainnya tidak saling mengenal dan tidak terdapat kontak pribadi, masing-masing berbeda dalam berbagai hal: jenis kelamin, usia, agama,

ideology, pekerjaan, pendidikan dan lain sebagainya

4. **Media komunikasi massa menimbulkan keserempakan** ciri lain dari media massa adalah kemampuannya untuk menimbulkan keserempakan (*simultaneity*) pada pihak khalayak dalam menerima pesan-pesan yang disebarkan. Hal inilah yang merupakan ciri yang paling hakiki dibandingkan dengan media komunikasi lainnya.
5. **Pesan pada komunikasi massa bersifat umum**
Pesan yang disebarkan melalui media massa bersifat umum (*public*), karena ditujukan kepada umum dan menegnai kepentingan umum. Jadi tidak ditujukan kepada umum. Jadi tidak ditujukan kepada perorangan atau sekelompok orang tertentu (1986:27-34)

dalam bukunya, **Komunikasi Massa: Suatu Pengantar**, Elvinaro

menyebutkan pula karakteristik komunikasi massa, yaitu sebagai berikut:

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

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi berlangsung satu arah diaman media yang mempengaruhi, namun tidak bisa mempengaruhi, media massa saluran komunikasi merupakan lembaga, bersifat umum dan sasarannya pun beragam.

2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi dari komunikasi massa dijelaskan **Dominic** dan dikutip oleh **Elvinaro, Lukiati dan Siti Karlinah** di dalam karyanya yang berjudul **Komunikasi Massa: Suatu Pengantar**, adalah:

1. *Surveillance* (Pengawasan)
 Dalam fungsi pengawasan komunikasi massa terbagi dalam bentuk utama, yaitu fungsi pengawasan peringatan, terjadi ketika media massa menginformasikan tentang ancaman badai topan, meletusnya gunung berapi. Hal ini dapat menjadi ancaman dan fungsi pengawasan instrumental, yaitu penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari.
2. *Interpretation* (penafsiran)
 Fungsi penafsiran hampir mirip dengan fungsi pengawasan. Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Organisasi atau industri media memilih dan memutuskan peristiwa-peristiwa yang dimuat atau ditayangkan.
3. *Linkage* (Pertalian)
 Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam sehingga membentuk *linkage* (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.
4. *Transmission of Values* (penyebaran nilai-nilai)
5. Fungsi penyebaran nilai tidak kentara. Fungsi ini juga disebut *socialization* (sosialisasi). Sosialisasi mengacu kepada cara, dimana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok.
6. *Entertainment* (hiburan)
 Melalui berbagai macam program acara yang ditayangkan televisi, khalayak dapat memperoleh hiburan yang dikehendakinya. Melalui berbagai macam acara di radio siaranpun masyarakat memperoleh hiburan. Sementara surat kabar

dapat melakukan hal tersebut dengan membuat cerpen, komik, teka-teki silang (TTS), dan berita yang mengandung *human interest* (sentuhan manusiawi). (2007:15)

Komunikasi massa dalam buku Elvinaro, Lukiaty dan Siti Karlinah,

Komunikasi massa: suatu pengantar, Effendi menjelaskan fungsi komunikasi massa secara umum ada tiga, yakni:

1. Fungsi Informasi.

Diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa. Berbagai informasi yang dibutuhkan khalayak media massa yang bersangkutan sesuai dengan kepentingannya. Khalayak sebagai makhluk sosial akan selalu merasa haus akan informasi yang terjadi.

2. Fungsi Pendidikan

Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya (*mass education*). Karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik. Salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa atau pembaca. Media massa melakukannya melalui drama, cerita, diskusi dan artikel.

3. Fungsi Mempengaruhi

Fungsi mempengaruhi dari media massa secara implicit terdapat pada tajuk/editorial, *features*, iklan, artikel dan sebagainya. Khalayak dapat terpengaruh oleh iklan-iklan, artikel dan sebagainya. Khalayak dapat terpengaruh oleh iklan-iklan yang ditayangkan televisi ataupun surat kabar. (2007:18)

Definisi fungsi komunikasi massa menurut John Vivian dalam bukunya *The*

Media of Mass Communication adalah sebagai berikut:

- a. *Providing information,*
- b. *Providing entertainment,*
- c. *Helping to persuade, dan*
- d. *Contributing to social cohesion (mendorong kohesi sosial) (1991:56).*

Dikemukakan oleh McQuail dalam “*Mass Communication Theory*” bahwa fungsi komunikasi massa ada dua kategori:

- a. **Fungsi komunikasi massa untuk masyarakat**
- b. **Fungsi komunikasi massa untuk individu (1987:61).**

Kedua kategori tersebut dapat di uraikan sebagai berikut :

a. Fungsi Komunikasi Massa untuk Masyarakat.

McQuail menyatakan bahwa fungsi komunikasi massa untuk masyarakat meliputi:

- a. **Informasi:**
 - 1. Menyediakan informasi tentang peristiwa dan kondisi dalam masyarakat dan dunia.
 - 2. Menunjukkan hubungan kekuasaan.
 - 3. Memudahkan inovasi, adaptasi dan kemajuan.
- b. **Korelasi:**
 - 1. Menjelaskan, menafsirkan, mengomentari makna peristiwa dan informasi.
 - 2. Menunjang otoritas dan norma-norma yang mapan.
 - 3. Melakukan sosialisasi.
 - 4. Mengkoordinasi beberapa kegiatan. Membentuk kesepakatan.
 - 5. Menentukan urutan prioritas dan memberikan status.
- c. **Kesinambungan:**
 - 1. Mengepresikan budaya dominan dan mengakui keberadaan kebudayaan khusus (*subculture*) serta perkembangan budaya baru.
 - 2. Meningkatkan dan melestarikan nilai-nilai.

d. Hiburan:

1. Menyediakan hiburan, pengalihan perhatian, dan sarana relaksasi.
2. Meredakan ketegangan.

e. Mobilisasi:

Mengkampanyekan tujuan masyarakat dalam bidang politik, perang, pembangunan ekonomi, pekerjaan dan kadang kala juga dalam bidang agama

(2001: 10).

Segala sesuatu yang berhubungan dengan informasi atau peristiwa yang penting dan layak untuk diketahui karena hal ini menyangkut kepentingan umum dan individu dalam komunikasi massa.

b. Fungsi Komunikasi Massa untuk Individu

Sedangkan fungsi komunikasi massa untuk individu meliputi:

a. Informasi:

1. Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia.
2. Mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat dan hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan.
3. Memuaskan rasa ingin tahu dan minat minum.
4. Belajar, pendidikan diri sendiri.
5. Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.

b. Identitas pribadi:

1. Menemukan penunjang nilai-nilai pribadi.
2. Menemukan model perilaku.
3. Mengidentifikasikan diri dengan nilai-nilai lain (dalam media).
4. Meningkatkan pemahamna tentang diri-sendiri.

c. Integrasi dan interaksi:

1. Memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain; empati.

2. Mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki.
 3. Menemukan bahan percakapan dan interaksi.
 4. Memperoleh teman selain dari manusia.
 5. Membantu menjalankan peran.
 6. Memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungi sanak –keluarga, teman, dan masyarakat.
- d. Hiburan:
1. Melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan.
 2. Bersantai.
 3. Memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis.
 4. Mengisi waktu. Penyaluran emosi (2002: 22).

Pernyataan di atas menunjukkan bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang berlangsung satu arah, media massa saluran komunikasi merupakan lembaga, bersifat umum dan sasarannya pun beragam.

2.2.3 Model Komunikasi Massa

Di dalam buku karangan **Elvinaro Ardianto, Lukiati Komala dan Siti Karlinah, Komunikasi Massa: Suatu Pengantar** dikatakan bahwa ada 13 model komunikasi massa, yakni:

1. **Model komunikasi satu tahap**
Model ini menjelaskan bahwa pesan yang disampaikan melalui media massa langsung ditujukan kepada komunikan tanpa melalui perantara, misalnya opinion leader. Namun pesan tersebut tidak mencapai semua komunikan dan juga tidak menimbulkan efek yang sama pada setiap komunikan.
2. **Model Komunikasi Dua Tahap**
Model komunikasi ini beranggapan bahwa dalam penyampaian melalui media massa, tidak dapat langsung kepada publiknya tetapi pemuka pendapat. Artinya dari media massa sampai pada pemuka pendapat kemudian baru para pemuka inilah yang meneruskannya kepada komunikan yang dimaksud oleh media massa tadi. Di sini sering terjadi erosi dari

pada volume informasi atau juga dapat terjadi penambahan volume informasi dari yang sebenarnya oleh para pemuka pendapat.

3. Model Komunikasi Banyak Tahap

Dalam model komunikasi ini menjelaskan beberapa komunikan menerima pesan langsung dari komunikator melalui siaran media massa lalu menyebarkannya kepada komunikan lainnya. Pesan berpindah beberapa kali dari sumbernya melalui beberapa tahap.

4. Uses and Gratifications Model

Model ini merupakan pengembangan dari model jarum hipodermik. Model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri seseorang, tetapi ia tertarik kepada apa yang dilakukan orang terhadap media.

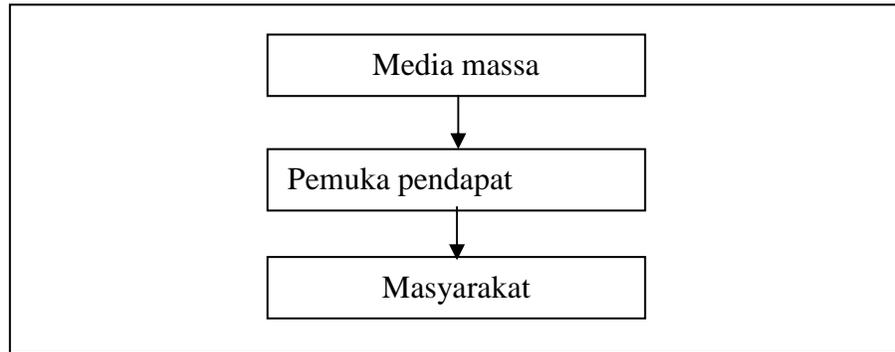
5. Model Jarum Hipodermik.

Model komunikasi massa ini didasarkan atas anggapan bahwa media massa mampu menimbulkan efek yang amat kuat. Artinya bahwa komunikan dapat dianggap bersifat pasif, dengan demikian media massa dianggap sangat ampuh terhadap komunikannya. (2007:69)

Pernyataan di atas menunjukkan bahwa komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang diajukan kepada sejumlah kepada khalayak yang terbesar, heterogen dan anonim melalui media cetak maupun elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak atau sesaat.

Berikut adalah bagan yang menggambarkan model komunikasi ini :

GAMBAR 2.1



Sumber : H.A.W Widjaja, 1993

Berbagai pengertian komunikasi yang dipaparkan oleh pakar komunikasi bisa disimpulkan bahwa model komunikasi massa dibuat dan dikembangkan secara berbeda satu sama lain.

2.3 Pengertian Media Massa

Media adalah segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan. Kata media berasal dari kata latin, merupakan bentuk jamak dari kata “medium”. Secara harfiah kata tersebut memiliki arti “perantara” atau “pengantar”. Dalam pengertian yang lain, media adalah alat, atau sarana yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Media juga dianggap industri yang berubah dan berkembang yang dapat menciptakan lapangan kerja, barang, dan jasa, serta menghidupkan industri lain yang berkaitan dengan media itu sendiri.

Media massa menurut **Denis McQuail** di dalam buku, **Teori Komunikasi**

Massa adalah :

“Media massa merupakan sumber kekuatan, alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan dan sumberdaya yang lainnya.” (1989:115)

Cangara menjelaskan tentang definisi media massa dalam karyanya,

Pengantar Ilmu Komunikasi, yakni :

“Media massa adalah alat yang di gunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, televisi, radio dan film.” (1998:122).

Media tersebut sangatlah banyak ragam dan bentuknya. Media massa terbagi menjadi dua seperti yang dikatakan **Kuswandi** di dalam buku, **Komunikasi Massa**

Sebuah Analisis Media Televisi:

- 1. Media massa cetak : surat kabar, majalah, dll.**
- 2. Media elektronik : radio, televisi, film (1996: 98).**

Ada beberapa unsur penting dalam media massa yang dikatakan di buku

Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi yakni:

- 1. Adanya sumber informasi**
- 2. Isi pesan (informasi)**
- 3. Saluran informasi (media)**
- 4. Khalayak sasaran (masyarakat)**
- 5. Umpan balik khalayak sasaran (1996: 98).**

Dari penjelasan diatas dapat dijelaskan bahwa media massa bukan hanya memiliki peran sebagai penyampai pesan dari sumber kepada khalayak, namun juga sebagai media informasi yang mendidik, menghibur, dan mempengaruhi masyarakat.

2.4 Jurnalistik

2.4.1 Pengertian Jurnalistik

secara etimologis, jurnalistik berasal dari kata *journal*. Dalam bahasa Prancis, *journal* berarti catatan atau laporan harian. Jadi dapat diartikan bahwa jurnalistik sebagai kegiatan yang berhubungan dengan pencatatan atau pelaporan setiap hari. Berarti, seseorang dapat dikatakan melakukan kegiatan jurnalistik ketika orang tersebut melakukan kegiatan mencari dan mencatat sebuah informasi kemudian informasi tersebut diinformasikan kepada orang lain.

Pengertian jurnalistik menurut **AS Haris Sumadiria**, dalam buku **Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature**, yaitu:

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

Pengertian Jurnalistik menurut **Asep Syamsul M. Romli** dalam buku **Jurnalistik Praktis**, mengatakan”

Jurnalistik adalah kegiatan pelaporan peristiwa yang memenuhi empat unsur, yaitu cepat, nyata, penting dan menarik, karena tidak semua peristiwa layak untuk dilaporkan. (2001:6)

Dari dua pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa seseorang dapat dikatakan melakukan kegiatan jurnalistik, ketika peristiwa yang ia sampaikan merupakan peristiwa yang penting dan penting untuk diketahui orang banyak.

Segala yang terjadi di dunia ini apakah itu fakta, peristiwa atau pendapat yang diucapkan seseorang, jika diperkirakan menarik perhatian khalayak akan merupakan bahan dasar jurnalistik untuk dapat disebarluaskan kepada masyarakat. Setiap orang pasti membutuhkan berita, karena berita digunakan untuk dua hal, yaitu untuk mengambil keputusan, dan kedua sebagai alat pertimbangan. Oleh karena itu, hal-hal atau peristiwa-peristiwa yang bisa dijadikan objek berita harus memenuhi beberapa syarat, diantaranya menarik, pentingm aktual, faktual, serta disukai oleh khalayak.

Jurnalistik adalah kegiatan pencarian berita untuk disebarluaskan kepada masyarakat, oleh karena itu, produk utama jurnalistik adalah berita. Sehingga semakin cepat berita didapat, akan menjadi prestasi terendiri bagi sebuah media. Jurnalistik adalah sebuah proses, yaitu bagaimana berita didapatkan, diolah, hingga akhirnya disebarluaskan kepada masyarakat. Definisi jurnalistik sebagai sebuah proses menurut **Romel**, dalam bukunya **Broadcast Journalism**, adalah sebagai berikut:

Jurnalistik adalah aktivitas mencari, mengolah, menulis dan menyebarkan informasi epada publik melalui media massa. Dan aktifitas ini dilakukan oleh wartawan. (2004:17)

Dari pengertian jurnalistik diatas, berita tidak begitu saja dapat disajikan langsung kepada publik, melainkan harus melalui beberapa tahapan dari mulai mencari, hingga menyebarkannya kepada masyarakat. Sehingga apa yang disampaikan telah dicek kebenarannya agar tidak menyesatkan penonton, pendengar, atau pembaca. Jurnalistik merupakan kegiatan yang dilakukan dalam hubungannya dengan pengumpulan, pengolahan dan penyiaran berita. Didalam melakukan kegiatan jurnalistik, seorang wartawan harus menggunakan rumus **5W+1H** (*What, Who, When, Where, Why, and How*) agar berita tersebut dapat dinyatakan layak untuk disampaikan kepada masyarakat, hasil berita tersebut disebarluaskan melalui pers yang bersifat sebagai media.

Menurut **Romli** dalam bukunya "**Jurnalistik Praktis Untuk Pemula**" menjelaskan bahwa:

Jurnalistik dapat dipahami sebagai proses kegiatan meliputi, membuat, dan menyebarluaskan peristiwa yang bernilai berita (*news*) dan pandangan (*views*) kepada khalayak melalui saluran media massa, baik cetak maupun elektronik. Sedangkan pelakunya disebut jrnalis atau wartawan. (2004:17)

Definisi diatas menyatakan bahwa dalam jurnalistik terdapat konsep kerja yang harus dilakukan, yaitu mencari, meliput, mengolah, hingga menyebarluaskan kepada masyarakat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat mulai dari berita informasi sampai dengan tayangan hiburan yang disampaikan melalui media massa baik cetak (surat kabar, tabloid, majalah dan lain-lain) maupun elektronik (radio dan televisi). Mencari disini diartikan sebagai pencarian bahan informasi atau bahan

berita yang akan disebarluaskan kepada khalayak seperti mencari sumber peristiwa yang mengandung berita. Sedangkan meliput disini diartikan sebagai merekam peristiwa atau berita yang ada, sampai kepada proses pengolahan, artinya hasil dari pencarian dan peliputan dengan melalui proses pengeditan sebelum sampai pada proses penyebarluasan kepada masyarakat.

Dari pengertian tersebut, kita dapat memperoleh gambaran bagaimana mengelola dan menyusun sebuah konsep kerja jurnalistik, yaitu:

1. Membuat *news* dan *views*, ini merupakan sisi ideal dari sebuah media, yaitu menjadi tugas redaksi dan wartawan
2. Menyebarluaskan kepada khalayak, ini merupakan sisi komersial dan menjadi tugas bagian pembuat *news* dan *views* (sirkulasi, iklan, dan promosi).

2.4.2 Bentuk Jurnalistik

Dikutip dari buku karya **AS Haris Sumadiria** yang berjudul **Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature**, Jurnalistik terbagi dalam tiga bentuk:

1. **Jurnalistik Media Cetak**
Jurnalistik media cetak meliputi, jurnalistik surat kabar harian, jurnalistik surat kabar mingguan, jurnalistik tabloid mingguan, dan jurnal majalah.
2. **Jurnalistik Media Elektronik Auditif**
Jurnalistik auditif yaitu jurnalistik radio siaran.
3. **Jurnalistik Media Elektronik Auditif**
4. **Jurnalistik media elektronik audiovisual adalah jurnalistik televisi siaran dan jurnalistik media on line (*internet*) (2006: 4).**

Jenis-jenis jurnalistik yang telah disebutkan di atas, dapat diketahui bahwa jurnalistik mengandung aliran-aliran sendiri yang beragam jenisnya. Hal

ini terjadi karena perbedaan visi misi, tujuan dan kepentingan tersendiri dalam tubuh masing-masing media.

2.4.3 Fungsi Jurnalistik

Seperti yang kebanyakan orang tau ketika mendengar kata jurnalistik adalah orang yang bekerja sebagai pencari berita atau informasi dan kemudian berita yang telah didapat tersebut disebarluaskan kepada masyarakat. Namun selain fungsi tersebut jurnalistik memiliki beberapa fungsi lainnya

Dikutip dari buku **Sumadiria** yang berjudul **Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature**, dijelaskan bahwa fungsi jurnalistik yaitu:

1. **Pemberi Informasi**
Yaitu menyiarkan informasi kepada pembaca. Informasi yang disajikan melalui karya-karya jurnalistik, seperti berita, *feature*, reportase dan lainnya.
2. **Pemberi Hiburan**
Informasi yang disajikan media tidak hanya berita-berita serius atau berita-berita berat, tapi juga berita-berita atau karya jurnalistik lainnya yang mampu membuat pembaca tersenyum, atau melemaskan otot pikirannya.
3. **Pemberi alat control**
Sebagai media pers tidak hanya sebatas menyampaikan informasi, namun juga berkewajiban menyampaikan gagasan-gagasan maupun pendapat yang berkaitan dengan masyarakat luas.
4. **Pendidik masyarakat**
Dalam pengertian yang luas pers berkewajiban mendidik masyarakat pembacanya dengan memberikan beragam pengetahuan yang bisa bermanfaat bagi peningkatan nilai kehidupan.

2.5 Pers

2.5.1 Pengertian Pers

Pers berasal dari bahasa Belanda *pers* yang berarti menekan atau mengepres. Lata pers merupakan padanan dari kata *press* dalam bahasa Inggris yang juga berarti menekan atau mengepres. Secara harfiah kata *pers* atau *press* mengacu pada pengertian komunikasi yang dilakukan dengan perantara barang cetakan. Sekarang kata *pers* atau *press* digunakan untuk merujuk semua kegiatan jurnalistik, terutama kegiatan yang berhubungan dengan menghimpun berita, baik oleh wartawan media cetak. Pers bukan hanya menyiarkan informasi, tetapi juga membujuk dan mengajak khalayak untuk mengambil sikap tertentu, agar berbuat sesuatu atau untuk tidak melakukan sesuatu

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

Pers dalam arti sempit hanya merujuk kepada media cetak berkala: surat kabar, tabloid, dan majalah. Sedangkan dalam arti luas, pers bukan hanya menunjuk pada media cetak berkala melainkan juga mencakup media elektronik audio visual berkala, yaitu radio, televisi, film dan media online internet. Pers dalam arti luas disebut media massa (2005:31)

Secara yuridis formal, seperti dinyatakan dalam pasal 1 ayat (1) UU Pokok Pers No. 40/1999, yang terdapat dibuku **Sumadiria** yang berjudul **Jurnalistik Indonesia**, menyatakan:

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

Dari definisi dapat dinyatakan bahwa pers merupakan lembaga sosial sekaligus wahana komunikasi massa yang melakukan kegiatan jurnalistik yaitu mencari, memperoleh, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi, memberikan gambaran yang jelas dimana ada keterkaitan antara pers dan jurnalistik.

2.5.2 Fungsi Pers

Dalam bukunya **Jurnalistik Indonesia**, Sumadiria menjelaskan terdapat lima fungsi pers, yaitu:

- a. **Informasi (*to inform*),**
Fungsi utama pers ialah menyampaikan informasi secepat-cepatnya kepada masyarakat yang seluas-luasnya. Setiap informasi yang disampaikan harus memenuhi kriteria dasar: aktual, akurat, faktual, menarik atau penting, benar, lengkap-utuh, jelas-jernih, jujur-adil, berimbang, relevan, bermanfaat, etis.
- b. **Edukasi,**
Informasi yang disebarluaskan pers hendaknya dalam kerangka mendidik (*to educate*). Dalam istilah sekarang, pers harus mau dan mampu memerankan dirinya sebagai guru bangsa.
- c. **Koreksi,**
Pers dimaksudkan untuk mengawasi atau mengontrol kekuasaan mereka tidak menjadi korup dan absolut. Dengan fungsi kontrol sosial (*social control*) yang dimilikinya itu, pers bisa

disebut sebagai institusi sosial yang tidak pernah tidur.

- d. **Rekreasi,**
Fungsi keempat pers adalah menghibur. Pers harus mampu memerankan dirinya sebagai wahana rekreasi yang menyenangkan sekaligus menyehatkan bagi semua lapisan masyarakat. Pers harus menjadi sahabat setia pembaca yang menyenangkan.
- e. **Mediasi**
Mediasi artinya penghubung. Bisa juga disebut sebagai fasilitator atau mediator. Dengan fungsi mediasi, pers mampu menghubungkan tempat yang satu dengan tempat yang lain, orang yang satu dengan peristiwa yang lain. Atau orang yang satu dengan orang yang lain pada waktu yang sama. (2005:32)

Setiap pesan yang disampaikan harus memiliki nilai-nilai pendidikan serta sesuai dengan data dan fakta. Sehingga setiap pesan yang disampaikan oleh media pers kepada khalayak dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan.

2.5.3 Karakteristik Pers

Karakteristik pers menurut **Sumadiria**, dalam bukunya **Jurnalistik Indonesia**, yaitu:

- a. **Periodesitas**
Artinya pers harus terbit secara teratur, periodik, misalnya setiap hari, seminggu sekali, dua minggu sekali, satu bulan sekali, atau tiga bulan sekali.
- b. **Publisitas**
Pers ditujukan kepada khalayak sasaran umum yang sangat heterogen. Apa yang disebut heterogen menunjuk pada dua dimensi: geografis dan psikografis. *Geografis* menunjuk pada data administrasi kedudukan, seperti jenis kelamin, kelompok usia, suku bangsa, agama, tingkat pendidikan, status perkawinan, tempat tinggal, pekerjaan atau profesi, perolehan pendapat.

Sedangkan *psikografis* menunjuk pada karakter, sifat kepribadian, kebiasaan, adat istiadat.

c. Aktualitas

Aktualitas berarti informasi apapun yang disuguhkan media pers harus mengandung unsur kebaruan, menunjuk kepada peristiwa yang benar-benar baru terjadi atau sedang terjadi.

d. Universalitas

Berkaitan dengan kesemestaan pers, dilihat dari sumbernya dan dari keanekaragaman materi isinya. Dilihat dari sumbernya, berbagai peristiwa yang dilaporkan pers berasal dari empat penjuru mata angin. Dari utara, selatan, barat dan timur. Dilihat dari materi isinya, sajian pers terdiri dari aneka macam yang mencakup tiga kelompok besar, yakni kelompok, berita (*news*), kelompok opini (*views*), dan kelompok iklan (*advertising*). Betapapun demikian, karena keterbatasan halaman, isi media pers harus tetap selektif dan terfokus.

e. Objektivitas

Merupakan nilai etika dan moral yang harus dipegang teguh oleh surat kabar dalam menjalankan profesi jurnalistiknya. (2005:36)

Dengan melihat hal diatas, setiap media baik itu cetak maupun elektronik memiliki ciri-ciri yang spesifik yang berbeda-beda sehingga dari ciri tersebut lahir sebuah identitas masing-masing media dalam media proses penyampaian informasi.

2.6 Peliputan Berita

kegiatan peliputan berita meliputi atau sering disebut dengan reportase berita (*news hunting, news getting, atau news gathering*) merupakan salah satu tahap proses penyusunan naskah berita (*news processing*), proses penulisan naskah (*news editing*).

Kegiatan peliputan berita dilakukan setelah melalui proses perencanaan dalam rapat redaksi. Misalnya dalam rapat redaksi itu diputuskan untuk memuat

profil seorang tokoh. Maka segera setelah itu dilakukan wawancara dengan tokoh tersebut. Wawancara itu dinamakan dengan *news hunting*. Peliputan berita merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang yang mencari, mengolah, menyusun, dan menyajikan berita yang berbentuk laporan pandangan mata atau disebut reporter.

Dalam bukunya **Jurnalistik Praktis Untuk Pemula**, Romli menjelaskan ada tiga teknik peliputan berita yaitu:

1. **Reportase, yaitu kegiatan jurnalistik berupa meliput langsung ke lapangan ke TKP (tempat kejadian perkara)**
2. **Wawancara, semua jenis peliputan berita memerlukan proses wawancara (*interview*) dengan sumber berita atau nerasumber. Wawancara bertujuan untuk menggali informasi, komentar, opini, fakta atau data**
3. **Riset kepustakaan, yaitu teknik peliputan atau pengumpulan data dengan mengkliping koran, makalah-makalah atau menggunakan fasilitas *search engine* di internet**

Dari definisi diatas dapat dilihat bahwa dalam setiap peliputan berita seorang wartawan atau reporter dalam mendapatkan informasi berita mengumpulkan data-data baik itu dari narasumber atau data kepustakaan agar informasi yang didapat sesuai dengan fakta atau akurat. Sehingga apa yang disampaikan dapat memberikan pengetahuan bagi para penerima informasi tersebut.

2.6.1 Jenis-jenis Peliputa Berita

Kegiatan peliputan berita adalah proses mencari, mengumpulkan, mengolah, dan menyampaikan informasi. **Baksin** dalam bukunya **Jurnalistik Televisi Teori dan Praktek** menyebutkan ada dua jenis peliputan, yaitu:

1. **Peliputan tidak terencana.** Peliputan ini biasanya mengandalkan fakta dan peristiwa. Unsur-unsur apa, siapa dimana dan kapan harus langsung terjawab pada saat peliputan. Dalam peliputan jenis ini biasanya akan didapat kesaksian tentang, suatu peristiwa, narasumbernyapun di peroleh secara mendadak. Atau bisa jadi seorang reporter terjebak dalam situasi sehingga diharuskan melaporkannya kepada khalayak.
2. **Peliputan terencana.** Peliputan ini mudah tapi penuh tantangan, karena sudah terduga dan terencana, maka fakta, peristiwa dan data dapat diperoleh lebih lengkap dan akurat. Peliputan jenis ini dapat melibatkan analisis reporter serta latar belakang dibalik sebuah peristiwa secara lebih terperinci. Selain peristiwa hangat dilapangan, jenis peliputan terencana bisa berkembang menjadi beberapa siaran *news* seperti siaran langsung (*live*), *talk show*, debat public, *feature*, investigasi.

Melihat defini diatas dapat disimpulkan bahwa setiap kegiatan peliputan berita harus memperhatikan dua cara tersebut agar berita yang dihasilkan akan meksimal.

2.6.2 Cara Memperoleh Berita

Setiap orang, tempat, waktu, nama, benda, baik secara potensial maupun secara aktual, bisa menjadi sumber berita dan menjadi materi atau bahan berita.

Menurut **Sumadiria**, dalam bukunya **Jurnalistik Indonesia** menerangkan bagaimana cara memperoleh berita:

1. Berita diduga melalui *meeting*, proses pencarian dan penciptaan berita dimulai dari ruang redaksi melalui rapat proyeksi. Istilah lain dari rapat proyeksi adalah rapat perencanaan berita, rapat peliputan atau rapat rutin wartawan dibawah koordinasi liputan.
2. Berita tak diduga melalui *hunting*, dalam hal ini seorang wartawan dituntut harus memiliki kepekaan berita yang tajam (*sense of news*), daya pendengaran yang baik (*hear of news*), mengembangkan daya penciuman berita yang baik (*noise of sense*), mempunyai tahapan penglihatan berita yang jauh dan jelas (*news seeing*), piawai dalam melatih indra perasa berita (*news filling*), dan senantiasa diperkaya dengan berbagai pengalaman berita yang dipetik dan digali langsung dari lapangan (*news experiences*) (2005:94)

dengan melihat hal diatas, setiap berita yang dipilih harus memiliki nilai berita yang baik. Dan jika proses diatas dapat dilaksanakan dengan baik serta ditambah dengan kinerja wartawan yang handal, maka dalam setiap peliputan berita, hasil berita yang didapat akan sesuai dengan fakta dan data.

2.7 Konstruksi Sosial atas Realitas

Membahas teori konstruksi sosial (*social construction*), tentu tidak bisa terlepas dari bangunan teoritik yang telah dikemukakan oleh Peter L. Berger merupakan sosiolog dari New School for Social Research, New York, sementara Thomas Luckman adalah sosiolog dari University of Frankfurt. Teori konstruksi

sosial, sejatinya dirumuskan kedua akedemisi ini sebagai suatu kajian teoritis dan sistematis mengenai sosiologi pengetahuan.

Istilah konstruksi atas realitas sosial (*social construction of reality*) menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh Pete L. Berger dan Thomas Luckman melalui bukunya yang berjudul *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociological of Knowledge* (1966). Ia menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, dimana individu menciptakan secara terus menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif. Asal usul konstruksi sosial dari filsafat konstruktivisme yang dimulai dari gagasan-gagasan konstruktif kognitif muncul pada abad ini dalam tulisan Mark Baldwin yang secara luas diperdalam dan disebar oleh Jean Piaget. Namun, apabila ditelusuri, sebenarnya gagasan-gagasan pokok konstruktivisme sebenarnya telah dimulai oleh Giambatista Vico, seorang epistemolog dari Italia, ia adalah cikal bakal konstruktivisme (Suparmo dalam Bungin, 2008: 13)

Dalam aliran filsafat, gagasan konstruktivisme telah muncul sejak sokrates menemukan jiwa dalam tubuh manusia, sejak plato menemukan akal budi dan ide. 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 logika dan dasar pengetahuan adalah fakta (Bertens dalam Bungin, 2008:13). Aristoteles pulalah yang telah memperkenalkan ucapannya “Cogito, Ergo Sum” atau “saya berfikir karena itu saya

ada” (Tom Sorell dalam bungin, 2008:13). Kata-kata Aristoteles yang terkenal itu menjadi dasar yang kuat bagi perkembangan gagasan-gagasan konstruktivisme sampai saat ini.

Berger dan Luckman (Bugin, 2008:14) mulai menjelaskan realitas sosial dengan memisahkan pemahaman “kenyataan dan pengetahuan”. Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat dalam realitas-realitas yang diakui sebagai memiliki keberadaan (*being*) yang tidak tergantung kepada kehendak kita sendiri. Pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik yang spesifik.

Berger dan Luckman (Bugin, 2008:15) mengatakan terjadi dialektika antara individu menciptakan masyarakat dan masyarakat menciptakan individu. Proses dialektika ini terjadi melalui eksternalisasi, objektivikasi, dan internalisasi. Proses dialektis tersebut mempunyai tiga tahapan; Berger menyebutnya sebagai momen. Ada tiga tahapan peristiwa. Pertama, eksternalisasi, yaitu usaha pencurahan atau ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik dalam kegiatan mental maupun fisik. Ini sudah menjadi sifat dasar dari manusia, ia akan selalu mencurahkan diri ke tempat dimana ia berada. Manusia tidak dapat kita mengerti sebagai ketertutupan yang lepas dari dunia luarnya. Manusia berusaha menangkap dirinya, dalam proses inilah dihasilkan suatu dunia dengan kata lain, manusia menemukan dirinya sendiri dalam satu dunia.

Kedua, objektivikasi, yaitu hasil yang telah diacapai baik mental maupun fisik dari kegiatan eksternalisasi manusia tersebut. Hasil itu menghasilkan realitas objektif yang bisa jadi akan menghadapi si penghasi itu sendiri sebagai suatu

faktisitas yang berada diluar dan berlainan dari manusia yang menghasilkannya. Lewat proses objektivikasi ini, masyarakat menjadi suatu realitas suigenerisi. Hasil dari eksternalisasi kebudayaan ini misalnya, manusia menciptakan alat demi kemudahan hidupnya atau kebudayaan non materil dalam bentuk bahasa. Baik alat tadi maupun bahasa adalah kegiatan eksternalisasi manusia ketika berhadapan dengan dunia, ia adalah hasil dari kegiatan manusia.

Setelah dihasilkan, baik benda atau bahasa sebagai produk eksternalisasi tersebut menjadi realitas yang objektif. Bahkan ia dapat menghadapi manusia sebagai penghasil dari produk kebudayaan. Kebudayaan yang telah berstatus sebagai realitas objektif, ada diluar kesadaran manusia, ada “disana” bagi setiap orang. Realitas objektif itu berbeda dengan kenyataan subjektif perorangan. Ia menjadi kenyataan empiris yang bisa dialami setiap orang.

Ketiga, internalisasi. Proses internalisasi lebih merupakan penyerapan kembali dunia objektif kedalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial. Berbegai macam unsur dari dunia yang telah terobjektifkan tersebut akan ditangkap sebagai gejala realitas diluar kesadarannya, sekaligus sebagai gejala internal bagi kesadaran. Melalui internalisasi, manusia menjadi hasil dari masyarakat. Bagi Berger, realitas itu tidak dibentuk secara ilmiah, tidak juga sesuatu yang diturubnkan oleh tuhan. Tetapi sebaliknya, ia dibentuk dan dikonstruksi. Dengan pemahaman semacam itu, realitas berwajah ganda/plural. Setiap orang bisa mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas suatu realitas. Setiap orang yang mempunyai pengalaman, referensi, pendidikan teretentu,

dan lingkungan pergaulan atau sosial tertentu akan menafsirkan realitas sosial itu dengan konstruksinya masing-masing.

2.8 Konstruksi Sosial Media Massa

Substansi teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas dari Berger dan Luckman adalah proses simultan yang terjadi secara alamiah melalui bahasa dalam kehidupan sehari-hari pada sebuah komunitas primer dan semi sekunder. Basis sosial teori dan pendekatan ini adalah transisi-modern di Amerika pada sekitar tahun 1960-an, dimana media massa belum menjadi sebuah fenomena yang menarik untuk dibicarakan. Dengan demikian Berger dan Luckman tidak memasukan media massa sebagai variabel atau fenomena yang berpengaruh dalam konstruksi sosial atas realitas .

Teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas Peter L. Berger dan Luckman telah direvisi dengan melihat variabel atau fenomena media massa menjadi sangat substansi dalam proses eksternalisasi, subyektivikasi, dan internalisasi inilah yang kemudian dikenal sebagai “konstruksi sosial media massa”. Substansi dari konstruksi sosial media massa ini adalah pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan sangat cepat dan sebarannya merata. Realitas yang terkonstruksi itu juga membentuk opini massa, massa cenderung apriori dan opini massa cenderung sinis.

Proses konstruksi sosial media massa melalui tahapan sebagai berikut:

1. tahap menyiapkan materi konstruksi

menyiapkan materi konstruksi sosial media massa adalah tugas redaksi media massa, tugas itu didistribusikan pada desk editor yang ada di setiap media massa. Masing-masing media memiliki desk yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dan visi suatu media. Isu-isu penting setiap hari menjadi fokus media massa, terutama yang berhubungan dengan tiga hal, yaitu kedudukan, harta dan perempuan.

Ada tiga hal penting dalam penyiapan materi konstruksi sosial, yaitu:

- a. keberpihakan media massa kepada kapitalisme. Sebagaimana diketahui, saat ini hampir tidak ada lagi media massa yang tidak dimiliki oleh kapitalis. Dalam arti kekuatan-kekuatan kapital untuk menjadikan media massa sebagai mesin penciptaan uang dan pelipat gandakan modal.
- b. Keberpihakan semu kepada masyarakat. Bentuk dari keberpihakan ini adalah dalam bentuk empati, simpati dan berbagai partisipasi kepada masyarakat, namun ujung-ujungnya adalah untuk menjual berita demi kepentingan kapitalis.
- c. Keberpihakan kepada kepentingan umum dalam arti sesungguhnya sebenarnya adalah visi setiap media massa, namun akhir-akhir ini visi tersebut tak pernah menunjukkan jati dirinya, namun slogan-slogan tentang visi tetap terdengar.

Jadi, dalam menyiapkan materi konstruksi, media massa memposisikan diri pada tiga hal tersebut diatas, namun pada umumnya keberpihakan pada kepentingan kapitalis menjadi sangat dominan mengingat media massa adalah mesin produksi yang mau ataupun tidak harus menghasilkan keuntungan.

2. Tahap penyebaran konstruksi

Sebaran konstruksi media massa dilakukan melalui strategi media massa. Konsep konkret strategi sebaran media massa masing-masing media berbeda, namun prinsip utamanya adalah *real time*. Media cetak memiliki konsep *real time* terdiri dari beberapa konsep hari, minggu atau bulan, seperti terbitan harian, terbitan mingguan atau terbitan bulanan. Walaupun media cetak memiliki konsep *real time* yang sifatnya tertunda, namun konsep aktualitas menjadi pertimbangan utama sehingga pembaca merasa tepat waktu memperoleh berita tersebut.

Pada umumnya sebaran konstruksi sosial media massa menggunakan model satu arah, dimana media menyodorkan informasi sementara konsumen media tidak memiliki pilihan lain kecuali mengonsumsi informasi tersebut. Prinsip dasar dari sebaran konstruksi sosial media massa adalah semua informasi harus sampai pada pembaca secepatnya dan setepatnya berdasarkan pada agenda media. Apa yang dipandang penting oleh media menjadi penting pula bagi pembaca

3. Tahap pembentukan konstruksi realitas

a. Tahap pembentukan konstruksi realitas

Tahap berikut adalah sebaran konstruksi, dimana pemberitaan telah sampai pada pembaca yaitu terjadi pembentukan konstruksi di masyarakat melalui

tiga tahap yang berlangsung secara generik. Pertama, konstruksi realitas membenaran; kedua, kesediaan dikonstruksi oleh media massa; ketiga, sebagai pilihan konsumtif. Tahap pertama adalah konstruksi membenaran sebagai suatu bentuk konstruksi membenaran sebagai suatu bentuk konstruksi media massa yang terbangun dimasyarakat yang cenderung membenarkan sebuah kejadian. Tahap kedua adalah kesediaan dikonstruksi oleh media massa, yaitu sikap generik dari tahap pertama. Bahwa pilihan seseorang untuk menjadi pembaca media massa adalah karena pilihannya untuk bersedia pikiran-pikirannya dikonstruksi oleh media massa.

Tahap ketiga adalah menjadikan konsumsi media massa sebagai pilihan konsumtif, dimana seseorang secara habit tergantung pada media massa. Media massa adalah bagian kebiasaan hidup yang tak bisa dilepaskan. Pada tingkat tertentu, seseorang merasa tak mampu beraktivitas apabila ia belum membaca koran.

b. Pembentukan konstruksi citra

Pembentukan konstruksi citra bangunan yang diinginkan oleh tahap konstruksi. Dimana bangunan konstruksi citra yang dibangun oleh media massa ini terbentuk dalam dua model: 1) model good news dan 2) model bad news. Model good news adalah sebuah konstruksi yang cenderung mengkonstruksi suatu pemberitaan sebagai pemberitaan yang baik. Pada model ini objek pemberitaan dikonstruksi sebagai sesuatu yang memiliki citra baik sehingga terkesan lebih baik dari sesungguhnya kebaikan yang ada pada

objek itu sendiri. Sementara, pada model bad news adalah sebuah konstruksi yang cenderung mengkonstruksi kejelekan atau cenderung memberi citra buruk pada objek pemberitaan sehingga terkesan lebih jelek, lebih buruk, lebih jahat dari sesungguhnya sifat jelek, buruk dan jahat yang ada pada objek pemberitaan itu sendiri.

4. Tahap konfirmasi

Konfirmasi adalah tahapan ketika media massa maupun pembaca memberi argumentasi dan akuntabilitas terhadap pilihannya untuk terlibat dalam tahap pembentukan konstruksi. Bagi media, tahapan ini perlu sebagai bagian untuk menjelaskan mengapa ia terlibat dan bersedia hadir dalam proses konstruksi sosial. Ada beberapa alasan yang sering digunakan dalam konfirmasi ini, yaitu a) kehidupan modern menghendaki pribadi yang selalu berubah dan menjadi bagian dari produksi media massa. b) kedekatan dengan media massa adalah *life style* orang modern, dimana orang modern sangat menyukai popularitas terutama sebagai subjek media massa itu sendiri, dan c) media massa walaupun memiliki kemampuan mengkonstruksi realitas media berdasarkan subjektivitas media, namun kehadiran media massa dalam kehidupan seseorang merupakan sumber pengetahuanpa batas yang sewaktu-waktu dapat diakses.

2.9 Media dan Berita

Pendekatan konstrusionis mempunyai penilaian sendiri bagaimana media, wartawan, dan berita dilihat. Penilaian tersebut akan diuraikan lebih lanjut sebagai berikut:

Fakta atau peristiwa adalah hasil konstruksi. Bagi kaum konstruksionis, realitas itu bersifat subjektif. Realitas itu hadir, karena dihadirkan oleh konsep subjektif wartawan. Realitas tercipta lewat konstruksi, sudut pandang tertentu dari wartawan. Disini tidak ada realitas yang bersifat objektif, karena realitas itu tercipta lewat konstruksi dan pandangan tertentu. Realitas bisa berbeda-beda, tergantung pada bagaimana konsepsi ketika realitas itu dipahami oleh wartawan yang mempunyai pandangan berbeda. Dalam konsepsi positivis diandaikan ada realitas yang bersifat “eksternal” yang ada dan hadir sebelum wartawan meliputnya. Jadi, ada realitas yang bersifat objektif, yang harus diambil dan diliput oleh wartawan. Pandangan semacam ini sangat bertolak belakang dengan pandangan konstruksionis. Fakta atau realitas bukanlah sesuatu yang tinggal diambil, ada, dan menjadi bahan dari berita. Fakta/realitas pada dasarnya dikonstruksi. Manusia membentuk dunia mereka sendiri. Dalam kata-kata yang terkenal dari Carey, realitas bukanlah sesuatu yang terbeti, seakan-akan ada, realitas bukanlah sesuatu yang terberi, seakan-akan ada, realitas sebaiknya diproduksi. Pertanyaan utama dalam pandangan konstruksionis adalah fakta berupa kenyataan itu sendiri bukan sesuatu yang terberi, melainkan ada dalam benak kita, yang melihat fakta tersebut. Kitalah yang memberi definisi dan ditampilkan secara simbolik, maka realitas tergantung pada bagaimana ia dilihat dan bagaimana fakta tersebut dikonstruksi. Dalam kata-kata ekstrim, realitas atau fakta itu bergantung pada bagaimana ia dilihat. Pikiran dan konsepsi kitalah yang membentuk dan mengkreasikan fakta.

Media adalah gaen konstruksi. Pandangan konstrusionis mempunyai posisi yang berbeda dibandingkan positivis dalam menilai media. Dalam pandangan psitifis, media dilihat sebagai saluran. Media adalah sarana bagaimana pesan disebarkan dari komunikator ke penerima (khalayak). Media dilihat murni sebagai saluran, tempat bagaimana transaksi pesan dari semua pihak yang terlibat dalam berita. Pandangan semacam ini, tentu saja melihat media bukan sebagai agen melainkan hanya saluran. Media dilihat sebagai sarana yang netral. Kalau ada berita yang menyebutkan kelompok tertentu atau menggambarkan realitas dengan citra tertentu, gambaran semacam itu merupakan hasil dari sumber berita (komunikator) yang menggunakan media untuk mengemukakan pendapatnya. Pendeknya, media disini tidak berperan dalam membentuk realitas. Apa yang tampil dalam pemberitaan itulah yang sebenarnya terjadi. Ia hanya saluran untuk menggambarkan realitas, menggambarkan peristiwa. Dalam pandangan konstruksionis, media dilihat sebaliknya. Media bukanlah sekedar saluran yang bebas, ia juga subjek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias dan pemihaknya. Disini media dipandang sebagai agen konstruksi sosial yang mendefinisikan realitas. Pandangan semacam ini menolak argumen yang menyatakan media seolah-olah sebagai tempat saluran bebas. Berita yang kita baca bukan hanya menggambarkan realitas, bukan hanya menunjukkan pendapat sumber berita, tetapi juga konstruksi dari media itu sendiri. Lewat berbagai instrumen yang dimilikinya, media ikut membentuk realitas yang tersaji dalam pemberitaan. Media memilih realitas mana yang diambil dan mana yang tidak diambil. Dalam peristiwa demonstarsi mahasiswa, bisa jadi

(hanya) peristiwa bentrokan itu saja yang diberitakan, sementara peristiwa demonstrasi yang berlangsung damai, luput atau tidak mendapat tempat dalam pemberitaan. Media juga memilih (secara sadar atau tidak) aktor demonstrasi yang dijadikan sumber berita sehingga hanya sebagian saja dari sumber berita yang tampil dalam pemberitaan. Media bukan hanya memilih peristiwa dan menentukan sumber berita, melainkan juga berperan dalam mendefinisikan aktor dari peristiwa. Lewat bahasa yang dipakai, media dapat menyebut mahasiswa sebagai pahlawan, dapat juga menyebutnya sebagai pesuruh. Lewat pemberitaan pula, media dapat membingkai peristiwa demonstrasi dengan bingkai tertentu yang pada akhirnya menentukan bagaimana khalayak harus melihat dan memahami peristiwa dalam kacamata tertentu.

Berita bukan refleksi dari realitas. Ia hanya konstruksi dari realitas.

Dalam pandangan positivis, berita adalah informasi. Ia dihadirkan kepada khalayak sebagai representasi dari kenyataan. Kenyataan itu ditulis kembali dan ditransformasikan lewat berita. Tetapi dalam pandangan konstruksionis, berita itu ibaratnya sebuah drama. Ia bukan menggambarkan realitas, tetapi potret dari arena pertarungan antara berbagai pihak yang didefinisikan sebagai pahlawan (hero), tetapi ada juga pihak yang didefinisikan sebagai musuh atau pecundang. Semua itu dibentuk layaknya sebuah drama yang dipertontonkan kepada publik. Dalam pandangan kaum positivis, berita adalah refleksi dan pencerminan dari realitas. Berita adalah *mirror of reality*. Karenanya ia harus mencerminkan realitas yang hendak diceritakan. Pandangan ini ditolak oleh kaum konstruksionis, berita adalah hasil dari konstruksi

sosial dimana selalu melibatkan pandangan, ideologo, dan nilai-nilai dari wartawan atau media. Bagaimana realitas itu dijadikan berita sangat tergantung pada bagaimana fakta itu dipahami dan dimaknai. Proses pemaknaan selalu melibatkan nilai-nilai tertentu sehingga mustahil berita merupakan pencerminan dari realitas. Realitas yang sama bisa jadi menghasilkan berita yang berbeda. Perbedaan antara realitas yang sesungguhnya dengan berita tidak dianggap salah, tetapi sebagai suatu kewajaran. Perbedaan antara pendekatan positivis dan konstruksionis dalam memahami berita, mengakibatkan perbedaan pula dalam hal bagaimana hasil kerja seorang wartawan seharusnya dinilai. Karena, ukurannya yang baku dan standar tidak bisa dipakai. Kalau ada perbedaan antara berita dengan realitas yang sebenarnya maka tidak dianggap sebagai kesalahan, tetapi memang itulah pemaknaan mereka atas realitas. Pada pendekatan propositiv, titik perhatiannya adalah pada bias. Artinya, bias dianggap salah, dan wartawan harus menghindari bias. Dalam tradisi penelitian positivis, analisis diarahkan untuk menemukan ada tidaknya bias dengan meneliti sumber berita, pihak-pihak yang diwawancarai, bobot dari penulisan, dan sebagainya. Hal inilah yang berbeda dengan pendekatan konstruksionis. Penempatan sumber berita yang menonjol dibandingkan dengan sumber lain; menempatkan wawancara tokoh lebih besar dari tokoh lain; liputan yang hanya satu sisi dan merugikan pihak lain; tidak berimbang dan secara nyata memihak satu kelompok, kesemuanya tidaklah dianggap sebagai kekeliruan atau bias, tetapi dianggap itulah praktek yang dijanjikan oleh wartawan. Konstruksi wartawan dalam memaknai realitas yang secara strategis menghasilkan laporan semacam itu.

Khalayak mempunyai penafsiran sendiri atas berita. Pandangan positivis melihat berita sebagai sesuatu yang objektif. Konsekuensinya, apa yang diterima khalayak pembaca seharusnya sama dengan apa yang disampaikan oleh pembuat berita. Kalau wartawan menulis berita tentang perkosaan, pesan yang diterima oleh khalayak seharusnya juga berita mengenai perkosaan juga. Kalau wartawan hendak melucu, khalayak seharusnya juga tertawa dengan berita yang dia baca atau tayangan yang hendak ditonton. Berita dalam paradigma ini tidak ubahnya seperti sebuah pesan yang ditransmisikan dan dikirimkan kepada pembaca. Pembuat berita dilihat sebagai pihak yang aktif, sementara pembaca dilihat sebagai pihak yang pasif. Berita lalu dimaknai mempunyai efek tertentu yang harus diperhitungkan oleh pengelola media ketika memproduksi berita. Pandangan konstruksionis mempunyai pandangan yang berbeda. Khalayak bukan dilihat sebagai subjek yang pasif. Ia juga subjek yang aktif kedalam menafsirkan apa yang dia baca. Dalam bahasa Stuart Hall (Eriyanto 2002:36) makna dari suatu teks bukan terdapat dalam pesan/berita yang dibaca oleh pembaca. Makna selalu potensial mempunyai banyak arti (polisemi). Makna lebih tepat dipahami bukan sebagai suatu transmisi (penyebaran) dari pembuat berita ke pembaca. Ia lebih tepat dipahami sebagai suatu praktik penandaan. Karenanya, setiap orang bisa mempunyai pemaknaan yang berbeda atas teks yang sama. Kalau saja ada makna yang dominan atau tunggal, itu bukan berarti makna terdapat dalam teks, tetapi begitulah praktek penandaan. Karenanya semua orang bisa mempunyai pemaknaan yang berbeda atas teks bukan terdapat dalam pesan/berita yang dibaca oleh pembaca. Makna selalu potensial mempunyai banyak arti

(polisemi). Makna lebih tepat dipahami bukan sebagai sebagai suatu transmisi (penyebaran) dari pembuat berita ke pembaca. Ia lebih tepat dipahami sebagai suatu praktik penandaan. Karenanya, setiap orang bisa bisa mempunyai pemaknaan yang berbeda atas teks yang sama. Kalau saja ada makna yang dominan atau tunggal, itu bukan berarti makna terdapat dalam teks, tetapi begitulah praktik penandaan yang terjadi. Sebuah foto yang sebetulnya dimaksudkan untuk mengkomunikasikan stop kekerasan dan seksual, bisa jadi dimaknai pembaca sebagai penyebaran pornografi. Sebuah lelucon bisa dimaknai dan ditafsirkan oleh pembaca sebagai sebuah penghinaan. Semua pemaknaan ini mungkin sering terjadi. Pembaca yang mempunyai posisi berbeda bisa membaca teks dengan cara yang berbeda pula dengan pembaca lain. Kalau terjadi perbedaan semacam ini, bukanlah berarti buruk.

2.10 Analisis Wacana

Istilah analisis wacana adalah istilah umum yang dipakai dalam banyak disiplin ilmu dengan berbagai pengertian. Perbedaan disiplin ilmu menggambarkan wacana secara berbeda pula. Dalam lapangan sosiologi, wacana menunjuk terutama pada hubungan antara konteks sosial dari pemakaian bahasa. Dalam pengertian linguistik ini merupakan reaksi dari bentuk linguistik formal yang lebih memperhatikan pada unit kata, frasa atau kalimat semata tanpa melihat keterkaitan diantara unsur tersebut. Analisis wacana, kebalikan dari linguistik formal, justru memusatkan perhatian pada level di atas kalimat seperti hubungan gramatikal yang terbentuk pada level yang lebih besar dari kalimat. Analisis wacana yang dimaksud disini agak mirip dengan struktur dan bentuk wawancara dan praktik dari

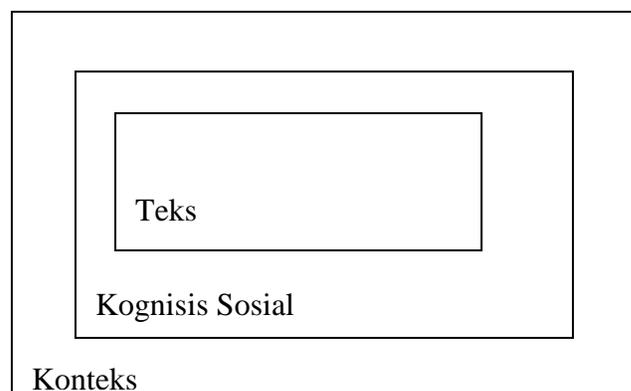
pemakaiannya. Sementara dalam lapangan politik, analisis wacana adalah praktik pemakaian bahasa, terutama politik bahasa. Karena bahasa adalah aspek sentral dari penggambaran suatu objek, dan lewat bahasa ideologi teresap didalamnya, maka aspek inilah yang dipelajari dalam analisis wacana.

Media sebaiknya adalah ruang dimana kelompok dominan menyebarkan pengaruhnya dengan meminggirkan kelompok lain yang tidak dominan. Demikianlah, minat khusus dari analisis wacana dalam pemberitaan kelompok minoritas seringkali dimarjinalkan dalam pemberitaan.

2.10.1 Analisis Wacana Kritis Teun A. Van Dijk

Dari sekian banyak model analisis wacana yang diperkenalkan dan dikembangkan oleh beberapa ahli, model Van Dijk adalah model yang paling banyak dipakai. Analisis wacana kritis model Van Dijk bukan hanya semata-mata menganalisis teks, tapi juga melihat bagaimana struktur sosial, dominasi dan kelompok kekuasaan yang ada dalam masyarakat, dan bagaimana kognisi atau pikiran dan kesadaran yang membentuk dan berpengaruh terhadap teks yang dianalisis. Van Dijk menggambarkan wacana dalam tiga dimensi atau bangunan yaitu: teks, kognisi sosial dan konteks sosial.

Gambar 2.2



Inti analisisnya adalah menggabungkan ketiga dimensi wacana tersebut kedalam satu kesatuan analisis. Pada dimensi teks yang diteliti bagaimana struktur teks dan strategi wacana yang dipakai untuk menegaskan suatu tema tertentu. Pada level kognisi individu dari wartawan atau redaktur. Sedangkan aspek ketiga mempelajari bangunan wacana yang berkembang dalam masyarakat akan suatu masalah yang mempengaruhi kognisi wartawan atau redaktur. Namun dalam analisis ini peneliti tidak membahas ketiga dimensi tersebut. Penulis berfokus pada analisis teks saja.

Penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif-kualitatif dengan dasar penelitian menggunakan metode analisis wacana Teun A Van Dijk. Data deskriptif adalah data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Dengan demikian laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran laporan penyajian. Oleh karena sifatnya berhubungan dengan kata-kata dan perilaku orang, maka pendeskriptifan menjadi sangat penting untuk memperoleh gambaran laporan penyajian. Oleh karena itu sifatnya berhubungan dengan kata-kata dan perilaku orang, maka pendeskripsian menjadi sangat penting untuk memperoleh gambaran dan pemahaman lebih jelas atas masalah yang dibahas. Proses interpretasi dilakukan, yaitu menafsirkan data guna mengungkapkan makna-maknanya sebagai bagian dari analisis.

Analisis teks terdiri atas beberapa struktur/ tingkatan yang masing-masing bagian saling mendukung. Ada tiga tingkatan dalam analisis teks: struktur makro, superstruktur dan struktur mikro.

Struktur Makro (Tematik. Elemen tematik merupakan makna global (global meaning) dari suatu wacana. Tema merupakan gambaran umum mengenai pendapat atau gagasan yang disampaikan seseorang atau wartawan. Tema menunjukkan konsep dominan, sentral, dan paling penting dari isi suatu berita.

Superstruktur (skematik/alur) adalah teks atau wacana umumnya mempunyai skema atau alur dari pendahuluan sampai akhir. Alur tersebut menunjukkan bagaimana bagian-bagian dalam teks disusun dan diurutkan sehingga membentuk suatu kesatuan arti. Sebuah berita terdiri dari dua skema besar. Pertama summary yang ditandai dengan judul dan lead. Kemudian kedua adalah story yakni isi berita secara keseluruhan.

Struktur Mikro, struktur ini terdiri dari:

- a. Analisis menantik tinjauan suatu berita atau laporan akan meliputi latar, detail , ilustrasi, maksud dan pengandaian yang ada dalam wacana itu.
 1. Latar: latar merupakan elemen wacana yang dapat mempengaruhi (arti kata) yang ingin disampaikan. Seorang wartawan ketika menyampaikan pendapat biasanya mengemukakan latar belakang atas pendapatnya. Latar yang dipilih menentukan ke arah mana khalayak hendak dibawa.

2. Detail: elemen ini berhubungan dengan kontrol informasi yang ditampilkan oleh seorang wartawan. Komunikator akan menampilkan secara berlebihan informasi yang menguntungkan dirinya atau citra yang baik. Sebaliknya akan membuang atau menampilkan dengan jumlah sedikit informasi yang dapat merugikan citra dan kedudukannya.
 3. Maksud: elemen ini melihat apakah teks itu disampaikan secara eksplisit atau tidak. Apakah fakta disajikan secara telanjang, gamblang atau tidak. Itu termaksud dalam elemen maksud dan wacana
 4. Praanggapan: strategi lain yang dapat memberi citra tertentu ketika diterima khalayak. Elemen ini pada dasarnya digunakan untuk memberi basis rasional, sehingga teks yang disajikan komunikator tampak benar dan meyakinkan. Praanggapan hadir untuk memberi pernyataan yang dipandang terpercaya dan tidak perlu lagi dipertanyakan kebenarannya karena hadirnya pernyataan tersebut.
- b. Analisis kalimat (sintaksis). Strategi wacana dalam level sintaksis adalah sebagai berikut:
1. Koherensi: adalah jalinan atau pertalian antar kata, proposisi atau kalimat. Dua buah kalimat atau proposisi yang menggambarkan fakta yang berbeda dapat dihubungkan dengan memakai koherensi. Sehingga dua fakta tersebut menjadi berhubungan.

- a) Koherensi sebab akibat dengan mudah dapat kita lihat dari pemakaian kata penghubung yang dipakai untuk menggambarkan dan menjeskan hubungan, atau memisahkan suatu proposisi dihubungkan dengan bagaimana seseorang memaknai sesuatu yang ingin ditampilkan pada khalayak pembaca.
 - b) Koherensi penjelas . koherensi penjelas ditandai dengan pemakaian anak kalimat sebagai penjelas. Bila ada dua proposisi, proposisi kedua adalah penjelas atau keterangan dari proposisi pertama.
 - c) Koherensi pembeda. Ini berhubungan dengan pernyataan bagaimana dua peristiwa atau fakta itu hendak dibedakan. Dua peristiwa dapat dibuat seolah-olah saling bertentangan dan bersebrangan (contrast). Kata sambung yang biasa dipakai untuk membedakan dua proposisi ini adalah dibandingkan, dibanding dan ketimbang
2. Peningkaran: bentuk praktik wacana yang menggambarkan bagaimana wartawan menyembunyikan apa yang ingin diekspresikan secara implisif. Peningkaran menunjukan seolah-oleh wartawan menyetujui tapi pada hakikatnya tidak menyetujui.
 3. Bentuk kalimat: berhubungan dengan cara berpikir logis, yaitu prinsip kausalitas. Logik kausalitas ini kalau diterjemahkan ke dalam bahasa menjadi susunan objek (yang menerangkan) dan perdikat

(yang diterangkan). Dalam kalimat yang bestruktur aktif seseorang menjadi subjek dari pernyataannya, sedangkan dalam kalimat pasif seseorang menjadi objek dari pernyataannya.

4. Kata ganti: alat untuk memanipulasi bahasa dengan menciptakan komunitas imajinatif. Kata ganti merupakan elemen yang dipakai oleh komunikator untuk menunjukkan dimana posisi seseorang dalam wacana.
- c. Analisis Leksikon (makna kata). Dimensi leksikon melihat makna dari kata. Unit pengamatan dari leksikon adalah kata-kata yang dipakai oleh wartawan dalam merangkai berita atau laporan kepada khalayak. Kata-kata yang dipilih merupakan sikap pada ideologi dan sikap tertentu. Peristiwa dimaknai dan dilabeli dengan kata-kata tertentu sesuai dengan kepentingannya.
 - d. Stalistik (Retoris). 1. Gaya penulisan: deskriptif, eksposisi, argumentasi, persuasi dan narasi. 2. Grafis: pemakaian huruf tebal, huruf miring pemakaian garis bawah, huruf yang dibuat ukuran lebih besar, termasuk pula caption, raster, grafik, gambar gambar atau label untuk mendukung arti penting suatu pesan.