**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

**2.1 Komunikasi**

Komunikasi adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang-lambang yang bermakna bagi kedua pihak, dalam situasi yang tertentu untuk merubah sikap atau tingkah laku seorang atau sejumlah orang sehingga ada efek tertentu yang diharapkan. Tidak ada kelompok yang dapat eksis tanpa komunikasi : pentransferan makna diantara anggota-anggotanya. Hanya lewat pentransferan makna dari satu orang ke orang lain informasi dan gagasan dapat dihantarkan. Tetapi komunikasi itu lebih dari sekedar menanamkan makna tetapi harus juga dipahami.

1. **Pengertian Komunikasi**

Komunikasi atau *communicaton* berasal dari bahasa Latin *communis* yang berarti 'sama'. *Communico*, *communicatio* atau *communicare* yang berarti membuat sama (*make to common*). Secara sederhana komuniikasi dapat terjadi apabila ada kesamaan antara penyampaian pesan dan orang yang menerima pesan. Oleh sebab itu, komunikasi bergantung pada kemampuan kita untuk dapat memahami satu dengan yang lainnya (*communication depends on our ability to understand one another*).

Komunikasi secara terminologis merujuk pada adanya proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Jadi dalam pengertian ini yang terlibat dalam komunikasi adalah manusia.

Dalam pengertian komunikasi, **Hovland** dalam bukunya **Dedy Mulyana Komunikasi Massa,**  menjelaskan:

**Komunikasi adalah proses memungkinkan seseorang komunikator menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal untuk mengubah perilaku 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 mendapatkan 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, kelompok kecil, pidato, komunikasi massa atau komunikasi antarbudaya.” (2005:5).**

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

**2.1.2 Proses Komunikasi**

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan dari seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa berupa gagasan, informasi, opini dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bisa berupa keyakinan, kepastian, keragu-raguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati. Yang menjadi permasalahan ialah bagaimana caranya agar *“gambaran dalam benak”* dan *“isi kesadaran”* pada komunikator itu dapat dimengerti, diterima dan bahkan dilakukan oleh komunikan.

Wilbur Schramm yang dikutip Effendy dalam karyanya **“How Communication Works”** mengatakan the condition of success in communication diringkaskan sebagai berikut:

* **Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian sasaran yang dimaksud.**
* **Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang tertuju kepada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan, sehingga sama-sama dapat dimengerti.**
* **Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi pihak komunikan dan menyarankan suatu cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut.**
* **Pesan harus menyarankan suatu cara untuk memperoleh kebutuhan tadi yang layak bagi situasi kelompok tempat komunikan berada pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki**. **(1992:32-33)**

Komunikasi yang efektif adalah sejauh mana komunikator mampu berorientasi kepada komunikannya. Berorientasi maksudnya melihat dan memahami pesan yang disampaikan, terkait dengan bentuk pesan, makna pesan, cara penyajian pesan termasuk penentuan saluran yang ditentukan oleh Komunikator.

Untuk mengetahui dan memperjelas bahasan tentang proses komunikasi, **Effendy** dalam bukunya yang berjudul **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek** menggambarkan skema dari proses komunikasi. Contoh skema yang ditampilkan dalam bukunya:

Suksesnya suatu komunikasi apabila dalam penyampaiannya menyertakan unsur-unsur berikut:

**1. Sumber**

**Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antarmanusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok, misalnya partai, organisasi atau lembaga. Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau source, sender atau encoder.**

**2. Pesan**

**Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasehat atau propaganda. Sering disebut juga sebagai message, content atau informasi.**

**3. Media**

**Media yang dimaksud adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media. Ada yang menilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam komunikasi antarpribadi, panca indera dianggap sebagai media komunikasi. Termasuk juga telepon, surat kabar dan media massa lainnya.**

**4. Penerima**

**Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima biasanya terdiri dari satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai bahkan negara. Sering juga disebut sebagai khalayak, sasaran, komunikan atau audience. Jika suatu pesan tidak diterima oleh penerima, maka akan menimbulkan berbagai macam masalah yang seringkali menuntut perubahan, apakah pada sumber, pesan atau saluran.**

**5. Pengaruh**

**Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini biasa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan.**

**6. Tanggapan Balik**

**Ada yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah salah satu bentuk daripada pengaruh yang berasal dari penerima. Akan tetapi sebenarnya  umpan balik bisa juga berasal dari unsur lain seperti pesan dan media, meski pesan belum sampai pada penerima.**

**7. Lingkungan**

**Lingkungan atau situasi adalah faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan atas empat macam, yakni lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis dan dimensi waktu.**

Aristoteles yang dikutip Cangara dalam bukunya **Rhetorica** mengatakan bahwa: “**suatu pesan akan terlaksana dengan baik hanya cukup dengan tiga unsur saja yaitu sumber, pesan dan penerima.**“ **(2004:22)**

Sedangkan Claude E. Shannon dan Warren Weaver menyatakan bahwa proses komunikasi memerlukan unsur pengirim, transmitter, sinyal, penerima dan tujuan.

**2.1.3 Bentuk Komunikasi**

#### Menurut Effendy pada buku “Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek” terdapat beberapa bentuk-bentuk Komunikasi dapat dijabarkan sebagai berikut:

#### Komunikasi Vertikal

#### Komunikasi vertikal adalah komunikasi dari atas ke bawah dan dari bawah ke atas atau komunikasi dari pimpinan ke bawahan dan dari bawahan ke pimpinan secara timbal balik.

#### Komunikasi Horisontal

#### Komunikasi Horisontal adalah komunikasi secara mendatar, misalnya komunikasi antar sesama karyawan dan komunikasi ini sering berlangsung tidak formal yang berlainan dengan komunikasi vertikal yang terjadi secara formal.

#### Komunikasi Diagonal

#### Komunikasi diagonal yang sering dinamakan juga sebagai komunikasi silang yaitu seseorang dengan orang lain yang satu dengan yang lainnya berbeda dalam kedudukan dan bagian.

**2.2 Jurnalistik**

**2.2.1 Pengertian Jurnalistik**

Istilah jurnalistik berasal dari bahasa Belanda journalistiek. Sama seperti halnya istilah bahasa Inggris yaitu journailsm yang bersumber pada kata journal, ini merupakan terjemahan dari bahasa Latin diurnal yang berarti “harian” atau “setiap hari”.

Banyak literatur yang mendefinisikan dan mempaparkan pengertian tentang jurnalistik, namun dari berbagai literatur yang dikaji semua mempunyai kesamaan arti yakni, jurnalistik adalah pengelolaan laporan harian yang menarik minat khalayak mulai dari peliputan sampai penyebarannya kepada masyarakat. A.W. Widjaja menyebutkan bahwa:

**jurnalistik merupakan suatu kegiatan komunikasi yang dilakukan dengan cara menyiarkan berita ataupun ulasannya mengenai berbagai peristiwa atau kejadian sehari-hari yang aktual dan faktual dalam waktu secepat-cepatnya. (1986: 27)**

Maksud dari pemaparan di atas bahwa jurnalistik itu merupakan kepandaian dalam mengarang, maksud mengarang adalah mengolah kata-kata atau sumber berita menjadi menarik dalam menulis kabar atau informasi kepada masyarakat dengan tempo waktu yang aktual agar tersial seluas mungkin kepada masyarakat, karena kegiatan jurnalistik dituntut kecepatannya.

**Sumadria** dalam bukunya yang berjudul **Jurnalistik Indonesia** meruuskan bahwa: **“Jurnalisitk adalah pekerjaan mengumpulkan, menulis, menyunting, dan menyebarkan berita dan karangan untuk surat kabar, majalah, dan media massa lainnya seperti radio dan televisi.” [2008:2]**

Perumusan di atas lebih jelas memaparkan bahwa jurnalistik itu merupakan suatu pekerjaan atau profesi yang dimana para wartawan ataupun reporter berita menyebarluaskan dan menyajikan berita melalui medianya masing-masing seperti surat kabar, radio, dan televisi sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

**2.2.2 Jenis-Jenis Jurnalistik**

Terdapat bermacam-macam jenis atau aliran jurnalistik di dalam bidang jurnalistik. Jenis-jenis atau aliran ini memberikan karakteristik tersendiri terhadap media massa, baik itu cetak ataupun elektronik. Jenis jurnalitik ini bertujuan antara lain sebagai pemenuh kebutuhan pemirsa, pendengar, dan pembaca akan informasi sesuai kebutuhannya masing-masing.

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

1. ***Jazz Journalism,* yaitu jurnalistik yang mengacu pada pemberitaan hal-hal sensaisonal menggemparkan, dan menggerkan**
2. ***Adversary Journalism,* yaitu jurnalitik yang membawa misi pertentangan, yakni beritanya sering menentang kebijakan pemerintah.**
3. ***Government-Say-So-Journalism,* yaitu jurnalistik yang untuk memberitakan apa saja yang disarankan pemerintah layaknya koran pemerintah.**
4. ***Checkbook Journalism,* yaitu jurnalistik yang untuk memperoleh bahan berita harus memberi uang pada sumber berita.**
5. ***Alcohol Journalism,* yaitu jurnalistik liberal yang tidak menghargai urusan pribadi seseorang atau lembaga.**
6. ***Crusade Journalism,* yaitu pengetahuan yang memperjuangkan nilai-nilai tertentu.**
7. ***Electronis Journalism,* yaitu pengetahuan yang tentang berita-berita yang disiarkan melalu media massa modern seperti televisi, film, radi kaset, dan sebagainya.**
8. ***Junket Journalism,* yaitu praktik jurnalistik yang tercela, yakni wartawan yang mengadakan perjalanan jurnalistik atas biaya dan perjalanan yang berlebihan yang diongkosi pengundang.**
9. ***Gutter Journalism,* yaitu teknik jurnalistik yang lebih menonjolkan tentang seks dan kejatahan.**
10. ***Gossip Journalism,* yaitu jurnalistik yang lebih menenkankan berita-berita kasak-kusuk dan isu-isu yang kebenarannya masih sangat diragukan**
11. ***Development* Journalism, yaitu jurnalistik yang mengutamakan peranan pers dengan rangka pembangunan nasional negara dan bangsanya. [1999:70]**

Dari jenis-jenis di atas, sangat jelas bahwa semua media, baik cetak maupun elektronik mempunyai karakteristik tersendiri danaliran tersendiri dalam pencarian, pengolahan, dan penyebaran informasi. Ini dikarenakan perbedaan misi dan visi lembaga media massa tersebut.

**2.2.3 Produk Jurnalistik**

Salah satu produk jurnalistik yang paling utama adalah berita, Dalam buku **Assegaf**, **Jurnalistik Masa Kini [1983:23-24]** dikemukakan pengertian berita dari beberapa pakar. Diantaranya **Williard C. Bleyer**, menyebutkan definisi berita adalah sesuatu yang termasa yang dipilih oleh wartawan untuk dimuat dalam surat kabar, karena dia menarik atau mempunyai makna bagi pembaca surat kabar atau karena dia dapat menarik para pembaca untuk membaca berita tersebut.

Dalam buku yang sama, **Willian S. Maulsby** mendefinisikan berita sebagai suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta-fakta yang mempunyai arti penting dan baru terjadi, yang dapat menarik perhatian para pembaca surat kabar yang memuat berita tersebut. Seperti telah dijelaskan sebelumnya, bahwa karakter tidak adanya keberpihakan pesan dalam konteks berita jurnalistik ini memang menjadi ciri informasi berjenis *news.*

Dari pemaparan kedua pakar diatas, terdapat pokok-pokok penting dalam berita. Semua jurnalis—terutama pada media cetak—berdasarkan hasil peliputannya harus menghasilkan berita yang memiliki nilai aktual, penting, menarik, bermakna, dan tidak memihak (objektif).

Definisi kontemporer tentang berita diungkapkan oleh **Sumadiria** pada bukunya **Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Feature** yaitu :

**Berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan atau penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, film, dan bahkan juga sekarang ini internet** **[2005:65].**

Dari beberapa pengertian diatas dapat dijadikan penegasan bahwa berita merupakan suatu hal yang sangat penting dan sudah menjadi kebutuhan masyarakat, tanpa adanya berita maka masyarakat akan buta informasi sehingga tidak tahu apa informasi terkini di seputar pemerintahan, sosial dan lain-lain. Dengan adanya berita, masyarakat dapat memiliki wawasan dan pandangan dalam melihat sebuah kejadian di lapangan.

**2.3 Media Massa**

Pada studi mengenai komunikasi massa adalah media. Media adalah organisasi yang menyebarkan informasi berupa produk budaya atau pesan yang mempengaruhi dan mencerminkan budaya dalam masyarakat. Media ini juga diartikan alat yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan, meneruskan atau menyebarkan pesan nya agar dapat sampai kepada komunikan (khalayak).

**Kuswandi** dalam bukunya berjudul **Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi** mengatakan bahwa:

**Sarana komunikasi dalam kehidupan manusia yang mempunyai kemampuan untuk mengungkapkan aspirasi antar manusia secara universal berbagai isi pesan. (1996:110)**

Media massa khusus digunakan untuk menyalurkan komunikasi massa. Jenis-jenis media yang tergolong media massa adalah surat kabar, majalah, tabloid, radio, dan televisi.

**Cagara** dalam buku berjudul **Pengantar Ilmu Komunikasi** menjelaskan tentang definisi media sebagai berikut:

**Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaiannya pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, televisi, radio, dan film. (1998:122)**

**Cagara** dalam buku berjudul **Pengantar Ilmu Komunikasi** mengatakan bahwa pada dasarnya media massa ddapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu media massa cetak dan media massa elektronik. Adapun penggolongannya sebagai berikut:

**1. Media Cetak**

**a. Surat Kabar**

**Surat kabar merupakan media massa yang paling tua dibandingkan dengan jenis media lainnya. Surat kabar memiliki keterbatasan karena hanya bisa dinikmati oleh mereka yang melek huruf serta lebih banyak disenangi oleh orang tua dari pada kaum remaja dan anak-anak.**

**b. Majalah**

**Majalah memiliki sifat dan ciri-ciri seperti surat kabar, namun bentuknya lebih besar dari pada buku, serta waktu terbitnya adalah mingguan, dwi mingguan dan bulanan. Paling sedikit terbit satu kali dalam tiga bulan.**

**2. Media Elektronik**

**a. Radio**

**Radio merupakan media massa eletronik tertua dan sangat fleksibel (cepat dan mudah dibawa kemana-mana). Bersifat audio dengan menggunakan gelombang frekuensi sebagai media pengiriman datanya.**

**b. Televisi**

**Televisi memiliki sejumlah kelebihan kemampuannya dalam menyatukan antara fungsi audio dan visual ditambah dengan kemampuannya dalam memainkan warna. Penonton televisi juga dapat dengan leluasa menentukan saluran mana yang mereka senangi.**

**c. Film**

**Film dalam pengertian sempit adalah penyajian gambar lewat layar lebar tetapi dalam pengertian yang lebih luas bisa juga termasuk yang disiarkan TV. (1998:135)**

Ada beberapa unsur penting dalam media massa yang dikatakan **Kuswandi** dalam buku berjudul  **Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi,** yaitu:

**1. Adanya sumber informasi**

**2. Isi pesan (Informasi)**

**3. Saluran informasi (Media)**

**4. Khalayak Sasaran (Masyarakat)**

**5. Umpan balik khalayak sasaran. (1996:98)**

Berdasarkan pengertian tersebut peneliti mendefinisikan media sebagai alat atau perantara yang digunakan komunikator dalam bentuk media cetak dan elektronik untuk menyebarluaskan pesan dan informasi kepada komunikan sehingga menjangkau khalayak sebanyak-banyaknya.

Jika dikaitkan dengan penelitian yang diambil , maka pesan atau informasi yang disampaikan oleh penyanyi *Maher Zain* dapat menimbulkan keserempakan dalam arti khalayak. Karena pesan yang disampaikan dapat diterima oleh khalayak, melalui perantara media massa, khususnya media elektronik.

**2.4 Radio**

Radio merupakan sebuah alat elektronik yang berfungsi sebagai media pemberitaan yang disiarkan melalui suara, serta sebagai media untuk mengirim sinyal dengan melakukan modulasi yang digunakan suatu radiasi yang disumberkan dari gelombang elektromagnetik. Radio juga merupakan salah satu media massa seperti halnya surat kabar, majalah, atau televisi.

Pernyataan **Romli** tentang radio dalam buku berjudul **Broadcast Journalism** bahwa: **“Apa yang dilakukan radio adalah memperdengarkan suara manusia untuk mengutarakan sesuatu.” (2004:19)**

Pada awalnya radio merupakan alat teknologi yang merupakan satu-satunya alat penyiaran yang digunakan oleh masyarakat, sebelum adanya alat-alat teknologi lanjutan yang digunakan oleh manusia, hal ini tidak lepas tujuannya yaitu untuk mendengarkan berita-berita, mendengarkan lagu, bisa menyampaikan salam kepada teman dan saudaranya yang cukup jauh, yaitu dengan cara menelpon penyiar radionya untuk menyampaikan salam tersebut, jikalau ada kalanya teman atau saudaranya yang sedang mendengarkan radio pada waktu yang bersamaan, tentu hal ini akan menjadi sesuatu yang menyenangkan bagi mereka. Adapun radio ini mempunyai gelombang yang dapat menembus udara luar yang mana udara luar tersebut adalah ruang hampa udara sehingga pada gelombang radio tersebut tidak memerlukan molekul udara.

**2.4.1 Karakteristik Radio**

Radio juga memiliki karakteristiknya sendiri yang berbeda dengan media massa lainnya. Dibandingkan dengan media massa lalu, media radio memiliki karakteristik khas, seperti yang dijelaskan oleh **Romli** dalam buku berjudul **Broadcast Journalism** sebagai berikut:

**1. Auditori, karena isi siaran bersifat “sepintas lalu” dan tidak dapat diulang.**

**2. Transmisi, proses penyampaiannya kepada pendengar melalui pemancar (transmisi).**

**3. Mengandung gangguan, seperti fading atau timbul tenggelam dan gangguan teknis “channel noise factor”.**

**4. Theatre of Mind, mencipta gambar (makes pictures) dalam imajinasi penggemar dengan kekuatan kata dan suara.**

**5. Identik dengan musik, radio adalah sarana hiburan termurah dan tercepat sehingga media utama untuk mendengarkan musik. (2004:22)**

**2.4.2 Keunggulan Radio**

Ada beberapa keunggulan yang dimiliki radio diantara nya sebagai berikut:

**Cepat dan langsung**

Sarana tercepat, lebih cepat dari koran ataupun TV,  dalam menyampaikan informasi kepada public tanpa melalui proses yang rumit dan butuh waktu banyak seperti siaran TV atau sajian media cetak.hanya dengan melalui telefon,reporter radio dapat secara langsung menyampaikan berita atau melaporkan peristiwa yang ada dilapangan.

**Akrab**

Radio adalah alat yang akrab dengan pemiliknya.anda jarang sekali duduk dalam satu grup dalam mendengarkan radio; tetapi biasanya mendengarkannya sendirian, seperti di mobil, di dapur, di kamar tidur, dan sebagainya.

**Dekat**

Suara penyiar hadir dirumah atau didekat pendengar. Pembicaraannya langsung menyentuh aspek pribadi(interpersonal communications).

**Hangat**

Paduan kata-kata,musik, dan efek suara dalam siaran radio mampu mempengaruhi emosi pendengar. Pendengar akan bereaksi atas kehangatan suara penyiar dan sering kali berfikir bahwa penyiar adalah seorang teman bagi mereka.

**Sederhana**

Tidak rumit,tidak banyak permik,baik bagi pengelola maupun pendengar.

**Tanpa batas**

Siaran radio menembus batas-batas geografis, demografis, SARA (Suku,Agama,Ras,Antargolongan) dan kelas sosial. Hanya “tuna rungu” yang tak mampu mengkonsumsi atau menikmati siaran radio.

**Murah**

Dinbandingkan dengan berlangganan media cetak atau harga pesawat televisi, pesawat radio relatife jauh lebih murah. Pendengar pun tidak dipungut bayaran sepeser pun untuk mendengarkan radio.

**2.4.3 Kelemahan Radio**

**Selintas**

Siaran radio cepat hilang dan gampang dilupakan.pendengar tidak bisa mengulang apa yang didengarnya,tidak bisa seperti pembaca Koran yang bisa mengulang bacaannya dari awal tulisan.

**Global**

Sajian informasi radio bersifat global, tidak detil. Karaenanya angka-angka pun dibulatkan.misalnya penyiar akan menyebutkan “seribu orang lebih”untuk angka 1053 orang.

**Batasan waktu**

Waktu siaran radio relatife terbatas,hanya 24 jam sehari, berbeda dengan surat kabar yang bisa menambah jumlah halaman dengan bebas. Waktu 24 jam sehari tidak bisa ditambah menjadi 25 jam atau lebih.

**Beralur linier**

Program disajikan dan dinikmati pendengar berdasarka urutan yang sudah ada, tidak bisa meloncat-loncat.dengan surat kabar,pembaca bisa langsung ke halaman tengah, akhir, atau langsung ke rubric yang ia sukai.

**Mengandung gangguan**

Seperti timbul tenggelam(fading)dan gangguan teknis”chanel noise factor”.  
Dalam bahasa Inggris, penyiar disebut *announcer* (arti harfiyah: orang yang mengumumkan). Menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (KBBI), penyiar adalah orang yang menyiarkan atau penyeru pada radio.

**2.5 Musik**

Musik adalah salah satu media ungkapan kesenian, musik mencerminkan kebudayaan masyarakat pendukungnya. Di dalam musik terkandung nilai dan norma-norma yang menjadi bagian dari proses enkulturasi budaya, baik dalam bentuk formal maupun informal. Musik itu sendiri memiliki bentuk yang khas, baik dari sudut, struktural maupun jenisnya dalam kebudayaan. Demikian juga yang terjadi pada musik dalam kebudayaan masyarakat melayu.

Walaupun dari waktu ke waktu beraneka ragam bunyi senantiasa mengerumuni masyarakat, tidak semuanya dapat dianggap sebagai musik karena sebuah karya musik harus memiliki lirik, melodi, dan lain-lain.

**Poerwadinata** dalam buku berjudul **Kamus Umum Bahasa Indonesia** menuturkan bahwa: **“Musik adalah bunyi-bunyian (terutama bunyi-bunyian barat)”. (1986:664)**

Maka peneliti menyimpulkan bahwa musik merupakan sebuah seni yang menggabungkan berbagai bunyi dari instrumen alat musik dan suara manusia. Hal ini berhubungan dengan kasus yang diteliti, mengenai lagu “My Little Girl” yang dinyanyikan dan dibawakan oleh Maher Zain.

Menurut **Jamalus** dalam buku berjudul **Seni Musik Klasik**, berpendapat bawha:

**Musik adalah suatu hasil karya seni berupa bunyi dalam bentuk lagu atau komposisi yang mengungkapkan pikiran dan perasaan penciptanya melalui unsur-unsur pokok musik yaitu irama, melodi, harmoni, dan bentuk atau struktur lagu serta ekspresi sebagai suatu kesatuan. (1988:1)**

Dalam lagu tersebut, bukan saja gabungan dari berbagai bunyi dan instrumen alat musik tetapi lagu tersebut dapat diekspresikan sebagai satu kesatuan yang saling berkesinambungan, karena itu setiap alunan musik harus saling terkait antara pikiran, perasaan, dan juga instrumen alat musik. Sehingga pada akhirnya musik tersebut dapat dimengerti oleh masyarakat pada mumumnya.

**2.5.1 Fungsi Musik**

Fungsi musik secara umum sangat penting bagi kehidupan masyarakat pendukungnya diantaranya sebagai media hiburan, media pengobatan (Therapy), media peningkatan kecerdasan (Intelegensi), sebagai suasana upacara keagamaan dan sebagai pengiring tari.

Sebagai sarana komunikasi di beberapa tempat terutama di Indonesia, bunyi-bunyi tertentu memiliki arti tertentu bagi anggota kelompok masyarakatnya. Umumnya bunyi-bunyian itu memiliki pola ritme tertentu, dan menjadi tanda bagi anggota masyarakatnya atas suatu peristiwa atau kegiatan.

Musik selain sebagai hiburan, dapat juga memiliki manfaat yang lain. Seperti kemampuan untuk mendamaikan hal yang sedang gundah, sehingga orang yang mendengarkan musik bisa menjadi lebih rileks akal dan pikirannya. Selain itu musik memiliki efek terapi pada otak sehingga dapat mempengaruhi kecerdasan otak seseorang.

Bila dikaitkan dengan permasalahannya yang diteliti maka lagu “My Little Girl” yang dinyanyikan oleh Maher Zain memiliki fungsi komunikasi. Maher Zain menyampaikan pesan kepada khalayak dengan menggunakan perantara musik. Pesan yang disampaikan dalam lagu tersebut dikomunikasikan melalui media massa seperti radio, televisi maupun jaringan internet.

**2.5.2 Lagu**

Lagu adalah seni nada atau suara dalam urutan, kombinasi dan hubungan temporal yang biasanya diiringi dengan alat musik untuk menghasilkan musik yang mengandung irama atau suara berirama yang disebut dengan lagu.

Lagu merupakan syair-syair yang dinyanyikan dengan irama yang menarik agar menjadi enak didengar. Lagu bisa menjadi media curahan hati orang yang membuat lagu itu tadi.

Dalam fungsinya sebagai media komunikasi, lagu juga sering digunakan sebagai sarana untuk mengajak bersimpati tentang realitasyang sedang terjadi maupun atas cerita-cerita imajinatif.

**Moelibo** dalam buku berjudul **Kamus Besar Bahasa Indonesia** menyebutkan bahwa: **“Lagu adalah ragam suara yang berirama (dalam bercakap, bernyanyi, membaca dan sebagainya).” (1988:486)**

Dari pengertian diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa terdapat perbedaan karakteristik antara lagu dengan musik adalah pada ada tidaknya suatu teks di dalam susunan nada tersebut. Jadi pengertian lagu adalah nada-nada tertentu yang dibentuk oleh melodi dan dinotasikan dengan sadar sengaja ditunjukan pada suatu teks yang telah dibuat.

**2.5.3 Lirik**

Lirik adalah sebuah teks yang dibuat sebagai tema dan alur cerita dalam sebuah lagu. Sebuah lagu tanpa lirik pasti terasa kurang. Karena nyawa sebuah lagu terdapat pada lirik yang dibuat si pencipta lagu. Biasanya lirik dalam sebuah lagu bertemakan himbauan, pencintaan, sosial, religi dan lain-lain tergantung dari inspirasi pencipta lagu dalam membuat lirik lagu tersebut. Lirik lagu merupakan ekspresi tentang suatu hal yang dilihat atau didengar seseorang atau yang dialaminya. **Moelibo** dalam buku **Kamus Besar Bahasa Indonesia** mengatakan bahwa: **“Lirik adalah karya sastra (puisi) yang berisikan curahan perasaan pribadi, susunan kata sebuah nyanyian.” (1988:582)**

Menentukan tempo atau ritme lagu harus sesuai dengan tema dan lirik lagu yang dibuat, misalnya tema lirik sedih dikemas dengan nada yang minor, begitu juga dengan tema lirik gembira dikemas dengan nada major. Pengenaan tempo sendiri adalah ketentuan tingkat kecepatan atau lambatnya suatu lagu yang harus dibawakan. Sedangkan ritme sendiri adalah pengaturan panjang pendeknya dan bertekanan atau tidaknya nada-nada menurut pola yang berulang-ulang. Namun dapat dikatakan bahwa ritme ialah melodi dari sebuah nada tunggal (monotone).

Membuat lirik lagu terkait dengan bahasa dan bahasa terkait dengan sastra. Karena lirik lagu yang dibuat oleh pencipta lagu tidak semua dapat dimengerti oleh khalayak, karena itu memerlukan suatu penelitian tentang isi lirik lagu tersebut.

**Taum** dalam bukunya berjudul **Pengantar Teori Sastra** mengartikan pengertian sastra sebagai berikut:

**Sastra adalah karya cipta atau fiksi yang bersifat imajinatif atau sastra adalah penggunaan bahasa yang indah dan berguna yang menandakan hal-hal lain. (1997:13)**

Penentuan bahasa yang digunakan juga tergantung pada individu yang menciptakan lirik lagu, karena belum ada ketentuan bahasa dalam membuat sebuah lirik lagu tetapi lirik lagu yang dibuat oleh pencipta lagu pasti memiliki makna tersendiri yang ingin disampaikan kepada para pendengarnya.

Lirik lagu memiliki bentuk pesan berupa tulisan kata-kata dan kalimat yang dapat digunakan untuk menciptakan suasana dan gambaran imajinasi tertentu kepada pendengarnya sehingga dapat pula menciptakan makna-makna yang beragam.

**2.6 Moral**

Moral adalah pengetahuan atau wawasan yang menyangkut budi pekerti manusia yang beradab. Moral juga berarti ajaran yang baik, buruknya perbuatan dan kelakuan. Moralisasi yaitu uraian (pandangan dan ajaran) tentang perbuatan serta kelakuan yang baik. Demoralisasi, yaitu kerusakan moral.

Menurut asalusul katanya “moral” berasal dari kata mores dari bahasa Latin, lalu kemudian diartikan atau di terjemahkan jadi “aturan kesusilaan” ataupun suatu istilah yang digunakan untuk menentukan sebuah batas-batas dari sifat peran lain, kehendak, pendapat atau batasan perbuatan yang secara layak dapat dikatakan benar, salah, baik maupun buruk.

**Kamus Besar Bahasa Indonesia** menjelaskan bahwa:

**Moral adalah bentuk pengajaran mengenai baik dan buruknya perbuata, sikap, kewajiban, akhlak, dan budi pekerti yang diterima manusia. (1992:754)**

Moral dan etika memiliki perbedaan, tolak ukur yang dipakai dengan moral untuk mengukur tingkah laku manusia yaitu adat istiadat, kebiasaan, dan lain-lain yang berlaku di masyarakat. Etika & moral sama artinya tetapi pemakaiannya dalam sehari-hari terdapat sedikit perbedaan. Moral digunakan untuk perbuatan yang sedang di nilai. Sedangkan etika digunakan untuk sistem nilai yang ada.

Menurut W.Poespoprojo, moralitas adalah kualitas dalam perbuatan manusia yang dengan itu kita berkata bahwa perbuatan itu benar atau salah, baik atau buruk atau dengan kata lain moralitas mencakup pengertian tentang baik buruknya perbuatan manusia. Moralitas yang secara leksikal dapat dipahami sebagai suatu tata aturan yang mengatur pengertian baik atau buruk perbuatan kemanusiaan, yang mana manusia dapat membedakan baik dan buruknya yang boleh dilakukan dan larangan sekalipun dapat mewujudkannya, atau suatu azas dan kaidah kesusilaan dalam hidup bermasyarakat.

**2.7 Analisis Wacana**

Analisis adalah aktivitas yang memuat sejumlah kegiatan seperti mengurai, membedakan, memilah sesuatu untuk digolongkan dan dikelompokkan kembali menurut kriteria tertentu kemudian dicari kaitannya dan ditafsirkan maknanya. Artinya dalam sebuah konteks kita juga harus menyadari akan adanya kepentingan, oleh karena itu analisis yang terbentuk nantinya telah kita sadari telah dipengaruhi oleh si penulis dari berbagai faktor, kita dapat mengatakan bahwa di balik wacana itu terdapat makna dan citra yang diinginkan serta kepentingan yang sedang diperjuangkan.

Wacana adalah rentetan kalimat yang saling berkaitan dan menghubungkan proposisi yang satu dengan proposisi lainnya di dalam kesatuan makna (semantis) antarbagian di dalam suatu bangun bahasa. *Wacana* merupakan satuan bahasa terlengkap dan utuh karena setiap bagian di dalam wacana itu berhubungan secara padu. Wacana di dalam kebahasaan menempati hierarki teratas karena merupakan satuan gramatikal tertinggi dan terbesar. Wacana dapat berupa kata, kalimat, paragraf, atau karangan utuh yang lebih besar, seperti buku atau artikel yang berisi amanat lengkap. Kata yang digunakan dalam wacana haruslah berpotensi sebagai kalimat, bukan kata yang lepas konteks. Wacana amat bergantung pada keutuhan unsur makna dan konteks yang melingkupinya.

Wacana menurut **Umberto Uco**, yang dikutip **Sobur** dalam bukunya **Analisis Teks Media** megatakan:

**wacana adalah satuan bahasa terlengkap dalam hierarki gramatikal tertinggi dan merupakan satuan gramatikal yang tertinggi atau terbesar. Wacana direalisasikan dalam bentuk karangan yang utuh, seperti lirik lagu, novel, cerpen, atau prosa dan puisi, seri ensiklopedi dan lain-lain serta paragraf, kalimat, frase, dan kata yang membawa amanat lengkap. Jadi, wacana adalah unit linguistik yang lebih besar dari kalimat atau klausa. (2009:12)**

Menggunakan teori analisis wacana dapat memaknai suatu kejadian atau peristiwa melalui tanda-tanda yang ada seperti simbol atau bahasa. Tanda dan bahasa mampu menjelaskan suatu peristiwa yang terjadi. Wacana digunakan untuk menganlisis isi media, karena pesan dalam media mengandung berbagai tanda yang memiliki makna atau pesan tertentu yang perlu dimaknai untuk mengetahui maksud isi pesan tersebut.

**2.8 Analisi Wacana Norman Fairclough**

Fairclough berpendapat bahwa analisis wacana kritis adalah bagaimana bahasa menyebabkan kelompok sosial yang ada bertarung dan mengajukan ideologinya masing-masing. Konsep ini mengasumsikan dengan melihat praktik wacana bias 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 dari sebuah realitas, dan struktur sosial.

Dalam hal ini dari penjelasan Norman Fairclough dapat ditarik kesimpulannya bahwasanya 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” di balik 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 yang bersifat subjektif.

Didalam sebuah teks juga dibutuhkan penekanannya pada makna (Meaning) (lebih jauhdari interpretasi dengan kemampuan integrative, yaitu inderawi, daya piker dan akal budi) Artinya: Setelah kita mendapat sebuah teks yang telah ada dan kita juga telah mendapat sebuah gambarang tentang teori yang akan dipakai untuk membedah masalah, maka kita langkah selanjutnya adalah kita memadukann kedua hal tersebut menjadi kesatuan yaitu dengan adanya teks tersebut kita memakai sebuah teori untuk membedahnya.

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

1. *Translation* (mengemukakan subtansi 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.

2. *Interpreatation* (berpegang pada materi yang ada, dicari latarbelakang, 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.

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

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

4. *Meaning* (lebih jauhdari interpretasi dengan kemampuan integrative, yaitu inderawi, daya piker dan akal budi)

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

Dan menurutnya dalam analisis wacana niorman fairclough juga memberikan tingkatan, seperti sebagai berikut:

1. **Analisis Mikrostruktur** (Proses produksi): menganalisis teks dengan cermat dan focus supay dapat memperoleh data yang dapat menggambarkan representasi teks. Dan juga secara detail aspek yang dikejar dalam tingkat analisis ini adalah garis besar atau isi teks, lokasi, sikap dan tindakan tokoh tersebut dan seterusnya.

2. **Analisis Mesostruktur** (Proses interpretasi): terfokus pada dua aspek yaitu produksi teks dan konsumsi teks.

3. **Analisis Makrostruktur** (Proses wacana) terfokus pada fenomena dimana teks dibuat,

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

Posisi metodologis analisis wacana kritis Norman Fairclough. Sebagai sebauh hasil pemikiran yang bisa dikategorikan sebagai hasil pemikiran kontemporer di bidang komunikasi, analisis wacana kritis milik Norman Fairclough cukup gencar manyatakan bahwa teks/naskah di media selalu tidak lepas dari konteks sosial. Dengan mengetahui pertautan dan bahkan pertarungan kepentingan dibalik teks/naskah di media akan mematahkan sebuah anggapan yang menyatakan bahwa teks/naskah di media merupakan produk yang netral-obyektif.

Dengan demikian, secara tegas analisis wacana kritis masuk dalam kategori teori yang menggunakan perspektif subyektif. Analisis wacana kritis juga masuk dalam kategori teori yang menggunakan pendekatan kualitatif-naturalistik. Hal tersebut tercermin dari usaha analisis wacana kritis untuk mengungkapkan kenyataan di balik teks/naskah di media dengan keterkaitannya dengan konteks produksi teks, konsumsi teks dan aspek sosial-budaya-politik yang mempengaruhi pembuatan teks. Berbeda dengan teori komunikasi lain semisal teori Shannon dan Weaver yang terkenal dengan bukunya yang berjudul Mathematical Theory of Communication tahun 1949. Dalam teori Shannon dan Weaver tersebut, untuk menganalisa proses komunikasi, maka bisa diteliti menggunakan rumus matematika. Teori Shannon dan Weaver tersebut masuk dalam kategori Obyektif-Positvistik, sedangkan analisis wacana kritis masuk dalam teori yang menggunakan pendekatan Subyektif-Kualitatif dan tentu saja Naturalistik.

Selain masuk dalam teori yang menggunakan pendekatan kualitatif-naturalistik, analisis wacana kritis juga masuk dalam kategori non-linier. Berbeda dengan teori Laswell yang menjelaskan proses komunikasi sebagai proses yang linier antara siapa, mengatakan apa, melalui media apa, kepada siapa dan memiliki pengaruh apa. Analisis wacana kritis mencoba mengurai proses komunikasi melalui media massa dengan cara yang tidak linier seperti teori Laswell. Sebagai sebuah hasil pemikiran yang mencoba untuk memberikan pencerahan bagi khalayak, analisis wacana kritis mendahulukan ‘kecurigaan’ pada awal analisisnya. Teks media, media, para pekerja media dianggap sebagai sebuah entitas yang memiliki keterkaitan ideologis tertentu.

**2.9 Teori Kontruksi Atas Realitas**

Berger dilahirkan di Austria, kemudian menjalani pendidikannya di AS. Pda tahun 1960-an, lahirlah pemikiran Berger pertama kali. Saat itu fungsionalisme semakin ditinggalkan oleh sosiolog Amerika. Perhatian mulai beralih ke perspektif konflik dan ke persoalan yang bernuansa humanistis. Sementara Thomas Luckmann adalah sosiolog dari *University of Frankfurt.* Teori Kontruksi Sosial, sejatinya dicetuskan oleh kedua akademisi ini sebagai suatu kajian teoritis dan sistematis mengenai sosisologi pengetahuan.

**Berger** dan **Luckmann** dalam buku yang berjudul ***The Social Construction of Reality*** yang menjelaskan bahwa teori kontruksi sosial adalah:

**Teori sosiologi kontemporer yang berpijak pada sosiologi pengetahuan. Dalam teori ini terkandung pemahaman bahwa kenyataan dibangun secara sosial, serta kenyataan dan pengetahuan merupakan dua istilah kunci untuk memahaminya. Kenyataan adalah suatu kualitas yang terdapat dalam fenomena-fenomena yang diakui memiliki keberadaan (being)-nya sendiri sehingga tidak tergantung kepada kehendak manusia, sedangkan pengetahuan adalah kepastian bahwa fenomena-fenomena itu nyata (real) dan memiliki karakteristik yang spesifik. (1990:1)**

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa teori kontruksi sosial merupakan sosiologi dimana implikasinya harus menekuni pengetahuan yang ada dalam masyarakat dan sekaligus proses-proses yang membuat setiap perangkat pengetahuan yang ditetapkan sebagai kenyataan.

Teori ini berakar pada paradigma konstruktivis yang melihat realitas sosial sebagai konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu, yang merupakan manusia bebas. Individu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksi berdasarkan kehendaknya, yang dalam banyak hal memiliki kebebasan untuk bertindak di luar batas kontrol struktur dan pranata sosialnya. Dalam proses sosial, manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas di dalam dunia sosialnya.

Menurut Berger & Luckman, terdapat 3 (tiga) bentuk realitas sosial, antara lain:

1. Realitas Sosial Objektif

Merupakan suatu kompleksitas definisi realitas (termasuk ideologi dan keyakinan) gejala-gejala sosial, seperti tindakan dan tingkah laku yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari dan sering dihadapi oleh individu sebagai fakta.

2. Realitas Sosial Simbolik

merupakan ekspresi bentuk-bentuk simbolik dari realitas objektif, yang umumnya diketahui oleh khalayak dalam bentuk karya seni, fiksi serta berita-berita di media.

3. Realitas Sosial Subjektif

Realitas sosial pada individu, yang berasal dari realitas sosial objektif dan realitas sosial simbolik, merupakan konstruksi definisi realitas yang dimiliki individu dan dikonstruksi melalui proses internalisasi. Realitas subjektif yang dimiliki masing-masing individu merupakan basis untuk melibatkan diri dalam proses eksternalisasi atau proses interaksi sosial dengan individu lain dalam sebuah struktur sosial.

Setiap peristiwa merupakan realitas sosial objektif dan merupakan fakta yang benar-benar terjadi. Realitas sosial objektif ini diterima dan diinterpretasikan sebagai realitas sosial subjektif dalam diri pekerja media dan individu yang menyaksikan peristiwa tersebut. Pekerja media mengkonstruksi realitas subjektif yang sesuai dengan seleksi dan preferensi individu menjadi realitas objektif yang ditampilkan melalui media dengan menggunakan simbol-simbol. Tampilan realitas di media inilah yang disebut realitas sosial simbolik dan diterima pemirsa sebagai realitas sosial objektif karena media dianggap merefleksikan realitas sebagaimana adanya.

Berger & Luckmann berpandangan bahwa kenyataan itu dibangun secara sosial, dalam pengertian individu-individu dalam masyarakat yang telah membangun masyarakat, maka pengalaman individu tidak dapat terpisahkan dengan masyarakat. Manusia sebagai pencipta kenyataan sosial yang objektif melalui 3 (tiga) momen dialektis yang simultan, yaitu:

1. Eksternalisasi

Merupakan usaha pencurahan atau ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik dalam kegiatan mental maupun fisik. Proses ini merupakan bentuk ekspresi diri untuk menguatkan eksistensi individu dalam masyarakat. Pada tahap ini masyarakat dilihat sebagai produk manusia (Society is a human product).

2. Objektivasi

Merupakan hasil yang telah dicapai (baik mental maupun fisik dari kegiatan eksternalisasi manusia), berupa realitas objektif yang mungkin akan menghadapi si penghasil itu sendiri sebagai suatu faktisitas yang berada diluar dan berlainan dari manusia yang menghasilkannya (hadir dalam wujud yang nyata). Pada tahap ini masyarakat dilihat sebagai realitas yang objektif (Society is an objective reality) atau proses interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi.

3. Internalisasi

Merupakan penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa, sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial. Berbagai macam unsur dari dunia yang telah terobjektifikasi akan ditangkap sebagai gejala realitas diluar kesadarannya, sekaligus sebagai gejala internal bagi kesadaran. Melalui internalisasi manusia menjadi hasil dari masyarakat (Man is a social product).

Eksternalisasi, objektifikasi dan internalisasi adalah dialektika yang berjalan simultan, artinya ada proses menarik keluar (eksternalisasi) sehingga seakan-akan hal itu berada di luar (objektif) dan kemudian terdapat proses penarikan kembali ke dalam (internalisasi) sehingga sesuatu yang berada di luar tersebut seakan-akan berada dalam diri atau kenyataan subyektif. Pemahaman akan realitas yang dianggap objektif pun terbentuk, melalui proses eksternalisasi dan objektifasi, individu dibentuk sebagai produk sosial. Sehingga dapat dikatakan, setiap individu memiliki pengetahuan dan identitas sosial sesuai dengan peran institusional yang terbentuk atau yang diperankannya.

Gagasan Berger dan Luckman tentang konstruksi sosial, berlawanan dengan gagasan Derrida ataupun Habermas dan Gramsci. Kajian-kajian mengenai realitas sosial dapat dilihat dengan cara pandang Derrida dan Habermas, yaitu dekonstruksi sosial atau Berger dan Luckmann, yaitu menekankan pada konstruksi sosial.

Terdapat suatu kritis dalam teori konstruksi sosial, dimana Basis sosial teori konstruksi realitas sosial adalah masyarakat transisi-modern sekitar tahun 1960-an, dimana pada saat itu media massa belum menjadi sebuah fenomena yang menarik untuk dibicarakan. Faktor media massa televisi dalam konstruksi sosial ini tidak dimasukkan sebagai variabel atau fenomena yang berpengaruh dalam konstruksi realitas sosial, tidak pernah terpikirkan oleh Berger dan Luckmann dalam gagasan konstruksi sosialnya, karena pada saat teori itu dibentuk, konteks sosial tidak melihat bahwa media massa akan berkembang seperti saat ini. Meskipun sejak semula telah disadari bahwa individu juga merupakan kekuatan konstruksi sosial media massa yang tetap saja memiliki kemampuan mengkonstruksi realitas sosial dan keputusan masyarakat. Sehingga teori ini menjadi kurang relevan ketika fenomena media massa menjadi sangat substantive dalam proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi.

Realitas iklan televisi membentuk pengetahuan pemirsa tentang citra sebuah produk. Keputusan konsumen memilih atau tidak terhadap suatu produk, semata-semata bukan karena spesifik yang telah terjadi, namun sebenarnya keputusan itu terjadi karena peran konstruksi sosial media massa yang diskenario oleh pencipta iklan televisi. Pada kenyataannya konstruksi sosial atas realitas berlangsung lamban, membutuhkan waktu lama, bersifat spasial, dan berlangsung secara hierarkis-vertikal, dimana konstruksi sosial berlangsung dari pimpinan kepada bawahannya, pimpinan kepada massanya, guru kepada muridnya, orang tua kepada anaknya, dan sebagainya.

Ketika masyarakat semakin modern, teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas Peter L. Berger dan Luckmann ini memiliki kelemahan, dengan kata lain tidak mampu menjawab perubahan zaman, karena masyarakat berubah menjadi masyarakat modern dan postmodern. Dengan demikian hubungan sosial antara individu dengan kelompoknya, pimpinan dengan kelompoknya, orang tua dengan anggota keluarganya menjadi sekunder-rasional. Hubungan-hubungan sosial primer dan semisekunder hampir tidak ada lagi dalam kehidupan masyarakat modern dan postmodern. Dengan demikian, teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas Peter L. Berger dan Luckmann menjadi tidak bermakna lagi.

Walaupun sekarang teori ini menjadi kurang relevan karena mengabaikan media massa yang memiliki peran semakin substantive, namun sebagai pemikiran yang berakar pada tradisi fenomenologi, Berger dan Luckmann telah menyumbangkan gagasan yang signifikan dalam upaya membangun teori-teori sosiologi pengetahuan (sociology of knowledge) yang juga dapat dirujuk oleh bidang ilmu Desain.