**suatu sumber mentransmisikan suatu pesan kepada seorang penerima dengan disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima” (2002:54)**

**Hovland**, **Janis**, dan **Keley** (dalam **Djuarsa**) dalam buku berjudul **Pengantar Ilmu Komunikasi** mengatakan bahwa “**Komunikasi adalah suatu proses seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk prilaku orang-orang lainnya,” (1997:7)**

Dalam proses komunikasi tidak selamanya berjalan dengan baik, terkadang pesan yang disampaikan komunikator tidak sampai kepada komuikan karena terjadi gangguan di dalam proses penyampaiannya dan bila pesan tersebut sampai kepada komunikan biasanya terjadi umpan balik (*feedback*).

**Tubbs** dan **Moss** (dalam **Mulyana**) dalam buku berjudul **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** mengatakan bahwa **“komunikasi sebagai proses penciptaan makna antara dua orang atau lebih.” (2004:59)**

Dari uraian di atas, peneliti mengamati bahwa komunikasi merupakan usaha seseorang dalam proses penyampaian pesan menjadi sebuah informasi kepada orang lain dengan menggunakan lambang atau simbol yang berawal dari pikiran seseorang sehingga menjadi sebuah pesan yang memiliki makna yang harus di mengerti oleh seorang komunikan.

Sedangkan menurut **Effendy** dalam buku **Ilmu Komunikasi Teori Filsafat Komunikasi** mengatakan bahwa:

“**Hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia, pernyataan tersebut berupa pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalur,” (2003:28)**

Di sini komunikasi menjelaskan sebuah proses untuk pernyataan antar manusia juga pernyataan yang berupa dari hasil pikiran maupun perasaan seseorang kepada orang lain.

Selain para ahli diatas, terdapat beberapa definisi atau pengertian tentang apa itu komunikasi. **Laswell** (dalam **Effendy**) dalam buku berjudul **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik** mengatakan bahwa:

**Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Bahwa proses penyampaian pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan melalui media akan menimbulkan efek tertentu. (1984:10)**

Komunikasi ini memiliki peranan penting dalam kehidupan manusia. Karena pada hakekatnya, manusia merupakan makhluk sosial yang sehari-harinya selalu berinteraksi antara yang satu dengan yang lainnya.

**Schramm** melalui **Effendy** dalam bukunya **Ilmu**, **Teori**, dan **Filsafat Komunikasi** menyatakan bahwa: **“Penyebab utama terjadinya komunikasi yang efektif itu adalah karena adanya kesamaan dalam *frame of reference* atau kerangka acuan dan *field of experience* atau bidang pengalaman”. (2003:30)**

Bidang pengalaman ini merupakan faktor yang penting untuk terjadinya komunikasi. Apabila diantara komunikator dan komunikan mempunyai bidang pengalaman yang sama, maka komunikasi pun akan berlangsung dengan lancar. Begitupun sebaliknya, jika pengalaman komunikator dengan komunikan tidak mempunyai pengalaman yang sama maka akan terjadi kesukaran antara yang satu dengan yang lain (*miss communication*).

Pengertian komunikasi juga datang dari **Berelson** dan **Stainer** dalam buku berjudul **Human Behavior** mendefinisikan komunikasi sebagai berikut:

**Komunikasi adalah penyampaian informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya dengan menggunakan lambang-lambang, kata-kata, gambar, bilangan, grafik, dan lain-lain. Kegiatan atau proses penyampaianlah yang biasanya dinamakan komunikasi. (1992:48)**

Komunikasi memiliki peranan yang penting dalam kehidupan manusia. Dengan berkomunikasi manusia dapat menyampaikan pikiran dan pendapat-pendapatnya. Komunikasi dapat dilakukan dengan berbagai media perantara, maka alangkah baiknya jika kita melakukan komunikasi ini dengan baik dan efektif.

Pengertian komunikasi lainnya menurut **Hovland** (dalam **Mulyana**) dalam bukunya **Komunikasi Massa** menjelaskan:

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

Jadi, yang dimaksud komunikasi di sini yaitu dalam proses penyampaian pesannya melalui lambang-lambang verbal sehingga komunikasi nantinya dimaksudkan untuk mengubah prilaku seorang komunikan.

**2.1.2 Unsur-unsur Komunikasi**

 Menurut **Harold Laswell** dalam buku **Deddy Mulyana** **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar**, **cara terbaik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan “*who*, *says what*, *in which channel*, *to whom*, *with what effect*.”**

1. **Sumber (*Source*)**

**Nama lain dari sumber adalah *sender*, *communicator*, *speaker*, *encoder*, atau *originator*. Merupakan pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber bisa saja berupa individu, kelompok, organisasi perusahaan bahkan Negara.**

1. **Pesan (*message*)**

**Merupakan seperangkat simbol verbal atau non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan, atau maksud dari sumber (*source*).**

1. **Saluran (*channel*)**

**Merupakan alat atau wahana yang digunakan sumber (*source*) untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Saluran pun merujuk pada bentuk pesan dari cara penyajian pesan.**

1. **Penerima (*receiver*)**

**Nama lain dari penerima adalah *destination*, *communicant*, *decoder*, *audience*, *listener*, dan *interpreter* dimana penerima merupakan orang yang menerima pesan dari sumber.**

1. **Efek (*effect*)**

**Merupakan apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersesebut. (2007:69-71)**

Dapat disimpulkan, dari ke lima sumber yang tertera diatas proses komunikasi ini berawal dari sumber (komunikator) yang menyampaikan sebuah pesan melalui sebuah perantara atau saluran kepada seorang komunikan sehingga diharapkan pesan yang disampaikan tersebut menghasilkan *feedback* atau efek bagi seorang komunikan.

**2.1.3 Komunikasi Verbal**

Komunikasi verbal (*verbal communication*) adalah bentuk komunikasi yang disampaikan komunikator kepada komunikan dengan cara tertulis (*written*) atau lisan (*oral*). Komunikasi verbal menempati porsi besar. Karena kenyataannya, ide-ide, pemikiran atau keputusan, lebih mudah disampaikan secara verbal ketimbang non verbal. Dengan harapan, komunikan (baik pendengar maupun pembaca) bisa lebih mudah memahami pesan-pesan yang disampaikan.

Adapun arti yang lainnya dari komunikasi verbal yaitu sebuah proses penyampaian pikiran, pesan ataupun perasaan seseorang kepada orang lain dengan memakai simbol-simbol yang menggunakan satu kata ataupun lebih sebagai medianya, dan media yang umumnya digunakan yaitu bahasa, karena bahasa dapat menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain. Komunikasi verbal yang melalui lisan bisa di sampaikan kepada penerima informasi dengan menggunakan media, seperti contohnya menyampaikan informasi melalui telepon. Dan komunikasi verbal yang melalui tulisan dilakukan secara tidak langsung antara yang menyampaikan informasi (*komunikator)* dan penerima informasi (*komunikan*).

Contoh komunikasi verbal melalui lisan dapat dilakukan dengan menggunakan media, contoh seseorang yang bercakap-cakap melalui telepon. Sedangkan komunikasi verbal melalui tulisan dilakukan dengan secara tidak langsung antara komunikator dengan komunikan. Proses penyampaian informasi dilakukan dengan menggunakan berupa media surat, lukisan, gambar, grafik dan lain-lain.

DeVito (1978) mengemukakan ada Sembilan prinsip komunikasi verbal. Prinsip tersebut merupakan prinsip universal yang diambil dari studi tiga orang peneliti dan ahli bahasa; Robert Pittenger, Charles Hocket, dan John Danehy.[[1]](#footnote-1)

1. Rujukan Yang Tetap (*Imanent Reference*)

Bloomfield dan Hockett (dalam De Vito, 1978) mengungkapkan bahwa pada hakikatnya manusia menggunakan bahasa sebagai suatu kerangka rujukan tetap untuk membuktikan kepada orang bahwa ia bisa melakukan percakapan timbal balik. Kerangka rujukan itu selalu menempatkan bahasa untuk menggegas tema pembicaraan yang abstrak maupun konkret, masalah lalu/kini/yang akan datang. [[2]](#footnote-2)

1. Determinisme

Semua verbalisasi umumnya mempunyai syarat yang diarahkan untuk emmenuhi tujuan tertentu. Pada waktu seorang mengucapkan suatu ‘kata’ maka terkandung pula apa yang dimaksudkannya. [[3]](#footnote-3)

1. Keadaan Yang Berulang (*recurrence*)

Pelbagai pernyataan dalam bentuk ‘kata-kata’ secara tetap dapat diucapkan dari waktu ke waktu dan berulang-ulang mengiringi perilaku non verbal.[[4]](#footnote-4)

1. Perbedaan Prinsip Kerja dan Alternatif Kelayakan

Untuk setiap tanda bagi suatu pesan (ketika orang berkomunikasi) perlu diperhatikan dua syarat; (1) seorang penerima harus mengetahui dengan pasti jenis maupun bentuk tanda yang telah dikomunikasikan; (2) penerima pun sebaiknya mengakui dan memahami tanda yang telah diterimanya.

1. Tanda Dan Gangguan Itu Relatif

Yang dimaksud dengan tanda dan gangguan dalam komunikasi nampaknya telah dijelaskan dalam keputakaan lain. Tentang dua hal itu memang batasnya sangat relatif. Apa yang menjadi tanda bagi seorang dalam suatu konteks interaksi antarindividu bisa menjadi gangguan dalam konteks yang lain.[[5]](#footnote-5)

1. Peneguhan/Pengemasan

Seringkali kata tersebut menjadi peneguhan dalam maknanya melalui intonasi yang diucapkan oleh komunikator. Maka, kata tersebut dapat dijadikan sebagai alat peneguh makna sehingga komunikan menjadi lebih memahami apa yang disampaikan oleh komunikator.6

1. Penyesuaian

Prinsip penyesuaian ini sangat diperlukan untuk menemukan relevansi terutama bagi dua orang yang mempunyai perbedaan dalam sistem tanda bahsa. Karena itu dalam komunikasi verba (yang akhirnya juga saling berpengaruh dengan komunikasi non verbal) terjadinya proses penyesuaian. Semisal percakapan individu antar budaya yang akhirnya menjadi sebuah penyesuaian ketika mereka sering berinteraksi.7

1. Mempriorotaskan Interaksi

Salah satu prinsip memahami dan menganalisis interaksi verbal ialah melihat hakekat interaksi melalui perilaku nyata, bahkan tidak hanya sampai pada tingkat interaksi, malah menuju ke relasi yang ebrsifat transaksional. Di sini terbentuk proses mental, artinya kita akan menaruh harapan, motivasi, terhadap orang lain. Hanya dengan ‘kata-kata’ saja kita tidak mampu melihat semuanya kecuali melalui dukungan komunikasi non verbal.8

1. Paham Analogi Hutan Dan Pohon

Prinsip terakhir ini merupakan suatu catatan yang perlu diperhatikan. Prinsip-prinsip terdahulu telah memusatkan perhatiannya pada kajian yang mikroskopik atas komunikasi verbal. Satu hal yang tidak boleh dilupakan bahwa setiap interaksi yang dilakukan berulang-ulang hasilnya akan lebih bermutu daripada sekedar satuan interaksi yang lepas.[[6]](#footnote-6)

Dalam 9 prinsip ini dapat kita ketahui bahwa kita dapat mengetahui apa saja yang terkandung dalam komunikasi verba dan memudahkan kita dalam memperoleh komunikasi dalam sebuah penelitian ataupun tujuan observasi.

* 1. **Komunikasi Massa**

#### Para ahli komunikasi berpendapat bahwa yang dimaksud dengan komunikasi massa adalah kegiatan komunikasi yang mengharuskan unsur-unsur yang terlibat didalamnya saling mendukung dan bekerja sama, untuk terlaksananya kegiatan komunikasi massa ataupun komunikasi melalui media massa, jelasnya merupakan singkatan dari komunikasi media massa. Kemudian para ahli komunikasi membatasi pengertian media massa pada komunikasi dengan menggunakan media massa, seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, atau film.

####  Bagaimana peliknya komunikasi massa, seperti yang dikatakan oleh **Onong Uchjana Effendy** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek**, yaitu:

**“Yang dimaksud dengan komunikasi massa adalah komunikasi dengan menggunakan media massa, yang meliputi surat kabar, yang mempunyai sirkulasi yang luas, radio dan televisi yang siarannya ditujukan kepada umum dan film-film yang dipetunjukan di gedung-gedung bioskop” (Effendy, 1990:11).**

Sedangkan menurut **Oemi Abdurrahman, *Massa Commnunication*** (komunikasi massa) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, yaitu pers radio dan televisi dengan nama **“*Message*”** dapat diterima oleh komunikannya yang anonim dari heterogen secara **“*Timely*”** (tepat), masal dan simultaneously (bersamaan). (**Abdurrahman, 1989:75**). Sementara itu **Astrid S. Susanto** mengemukakan pendapatnya dengan orang banyak yang heterogen dengan latar belakang sosial pendidikan dan ekonomi” **(Susanto, 1982:79).**

Begitu banyaknya definisi tentang komunikasi massa, akan tetapi sebetulnya tujuan komunikasi massa adalah sama, yaitu menyampaikan pesan melalui media yang mampu menjangkau khlayak yang banyak. Seperti yang disimpulkan oleh **Meletzke** (1983), yang dikutip **Jalludin Rakhmat** dalam bukunya **Psikologi Komunikasi**:

1. **Komunikasi kita artikan setiap bentuk komunikasi massa yang menyampaikan pernyataan secara terbuka melalui media penyebaran teknis secara tidak langsung dan satu arah pada publik yang tersebar.**

**Komunikasi massa dibedakan dengan komunikasi lainnya dengan suatu kenyataan bahwa komunikasi massa dialamatkan kepada sejumlah populasi dari berbagai kelompok dan bukan hanya satu atau beberapa individu atau sebagai khusus populasi. Komunikasi massa juga mempunyai anggapan tersirat akan adanya alat-alat khusus untuk menyampaikan komunikasi agar komunikasi dapat sampai pada saat yang sama. Semua orang mewakili berbagai masyarakat.**

1. **Bentuk komunikasi massa dapat dibedakan dari corak-corak yang lama karena memiliki karakteristik utama, sebagai berikut: diarahkan kepada khalayak yang relatif besar heterogen anonim, pesan disampaikan secara terbuka seringkali dapat mencapai banyak khalayak, secara serentak, bersifat sekilas, komunikator cenderung berada atau bergerak dalam organisasi yang kompleks yang melibatkan biaya yang besar (Rakhmat,1983:212-213).**

Komunikasi massa terbatas pada proses penyebaran pesan melalui media massa yakni surat kabar, radio, televisi, film, majalah, dan buku, tidak mencakup proses komunikasi tatap muka (*face to face communication*) yang juga tidak kurang pentingnya, terutama dalam kehidupan organisasi.

**2.2.1 Ciri-ciri Komunikasi Massa**

Melalui sejumlah pengertian komunikasi massa, kita dapat mengetahui ciri komunikasi massa. Sehubungan dengan bahasan ini, **Nurudin** dalam bukunya **Pengantar Komunikasi Massa** (2004: 19), dikemukakan ciri - ciri dari komunikasi massa yakni:

**1. Komunikator dalam Komunikasi Massa Melembaga**

**Komunikator dalam komunikasi massa bukan satu orang, tetapi kumpulan orang. Artinya, gabungan antar berbagai macam unsur dan bekerja sama satu sama lain dalam sebuah lembaga. Lembaga yang dimaksud disini menyerupai sebuah sistem. Sistem itu adalah sekelompok orang, pedoman, dan media yang melakukan suatu kegiatan mengolah, menyimpan, menuangkan ide, gagasan,simbol, lambang menjadi pesan dalam membuat keputusan untuk mencapai suatu kesepakatan dan saling pengertian satu sama lain dengan mengolah pesan itu menjadi sumber informasi.

Dengan demikian, komunikator dalam komunikasi massa setidak-tidaknya mempunyai ciri sebagai berikut: (1) kumpulan individu, (2) dalam berkomunikasi individu - individu itu terbatasi perannya dengan sistem dalam media massa, (3) pesan yang disebarkan atas nama media yang bersangkut an dan bukan atas nama pribadi unsur- unsur yang terlibat, (4) apa yang dikemukakan oleh komunikator biasanya untuk mencapai keuntungan atau mendapatkan laba secara ekonomis.**

1. **Komunikasi dalam Komunikasi Massa Bersifat Heterogen

Komunikan dalam komunikasi massa sifatnya heterogen. Artinya, komunikan terdiri dari beragam pendidikan, umur, jenis kelamin, status sosial ekonomi, jabatan yang beragam, dan memiliki agama atau kepercayaan yang berbeda pula.

Herbert Blumer pernah memberikan ciri tentang karakteristik audience (komunikan) sebagai berikut:**
	1. **Audience dalam komunikasi massa sangatlah heterogen. Artinya, ia mempunyai heterogenitas komposisi atau susunan. Jika ditinjau dari asalnya, mereka berasal dari berbagai kelompok dalam masyarakat.**
	2. **Berisi individu - individu yang tidak mengenal satu sama lain. Disamping itu, antar individu itu tidak berinteraksi langsung satu sama lain.**
	3. **Mereka tidak mempunyai kepemimpinan atau organisasi formal**
2. **Pesannya Bersifat Umum.**

**Pesan-pesan dalam komunikasi massa tidak ditujukan ke pada satu orang atau kelompok masyarakat tertentu. Dengan kata lain, pesan - pesannya ditujukan kepada khalayak yang plural. Karena itu, pesan- pesan yang dikemukakan tidak boleh bersifat khusus.**

1. **Komunikasinya Berlangsung Satu Arah**

**Pada media massa, komunikasi hanya berjalan satu arah. Kita tidak bisa langsung memberikan respon kepada komunikatornya (media massa yang bersangkutan). Kalaupun bisa, sifatnya tertunda.**

1. **Komunikasi Massa Menimbulkan Keserempakan**

**Salah satu**[**ciri komunikasi massa**](http://pustakakomunikasi.blogspot.com/2015/09/ciri-ciri-komunikasi-massa.html)**selanjutnya adalah keserempakan proses penyebaran pesannya. Serempak berarti khalayak bisa menikmati media massa tersebut hampir bersamaan.**

1. **Komunika si Massa Mengandalkan Peralatan Teknis**

**Media massa sebagai alat utama menyampaikan pesan kepada khalayaknya sangat membutuhkan peralatan teknis. Peralatan teknis misalnya pemancar untuk media elektronik (mekanik atau elektronik). Dewasa ini telah terjadi revolusi komunikasi massa dengan perantaraan satelit. Peran satelit akan memudahkan proses pemancaran pesan yang dilakukan media elektronik seperti televisi. Bahkan saat ini sudah sering televisi menyajikan siaran langsung (live ) dan bukannya rekaman (recorded ).**

1. **Komunikasi Massa Dikontrol oleh Gatekeeper**

**Gatekeeper atau yang sering disebut penapis informasi adalah orang yang sangat berperan dalam penyebaran informasi melalui media massa. Gatekeeper berfungsi sebagai orang yang ikut menambah atau mengurangi, menyederhanakan, mengemas agar semua informasi yang disebarkan lebih mudah dipahami. Gatekeeper juga berfungsi menginterpretasikan pesan, menganalisis, menambah data, dan mengurangi pesan- pesannya. Intinya, gatekeeper merupakan pihak yang ikut menentukan pengemasan sebuah pesan dari media massa. Semakin kompleks sistem media yang dimiliki, semakin banyak pula (pemalang pintu atau penapis informasi) yang dilakukan. Bahkan, gatekeeper sangat menentukan berkualitas atau tidaknya informasi yang** **akan disebarkan.**

Dari ciri-ciri di atas dapat disimpulkan komunikasi memiliki control yang meluas dalam penyebarannya. Dengan kata lain ciri-ciri komunikasi akan menyampaikan pesan kepada masyarakat dengan metode yang tepat dan instan.

**2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa**

**Harold D. Lasswell**, pakar komunikasi terkenal, juga telah menampilkan pendapatnya mengenai fungsi komunikasi itu. Dikatakan bahwa proses komunikasi di masyarakat menunjukan tiga fungsi:

1. Pengamatan terhadap lingkungan, penyingkapan ancaman dan kesempatan yang mempengaruhi nilai masyarakat dan bagian-bagian unsur didalamnya.
2. Korelasi unsur-unsur masyarakat ketika menanggapi lingkungan.
3. Penyebaran warisan sosial. Disini berperan para pendidik, baik dalam kehidupan rumah tangganya maupun di sekolah, yang mewariskan kehidupan sosial pada keturunan berikutnya (**Effendy, 1984 : 27**).

Sedangkan fungsi komunikasi massa menurut **Sean McBride** dan kawan-kawan dalam buku **Aneka Suara, Satu Dunia** (*Many Voices one World*) adalah sebagai berikut :

1. Informasi merupakan suatu proses pengumpulan, penyampaian, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta, dan pesan, opini dan komentar yang dibutuhkan agar orang dapat mengerti dan bereaksi secara jelas terhadap kondisi internasional, lingkungan, dan orang lain, agar dapat mengambil keputusan yang tepat.
2. Sosialisasi (pemasyarakatan) merupakan penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif, yang menyebabkan ia sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif didalam masyarakat.
3. Motivasi merupakan penjelasan setiap tujuan masyarakat jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong orang menentukan pilihannya dan keinginannya, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.
4. Perdebatan dan diskusi yaitu menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah publik, meyediakan bukti-bukti yang relevan yang diperlukan untuk kepentingan umum dan agar masyarakat lebih melibatkan diri dalam masalah yang menyangkut kegiatan bersama di tingkat internasional, nasional, dan lokal.
5. Pendidikan merupakan pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak, dan pendidikan keterampilan, serta kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan.
6. Memajukan kebudayaan yaitu penyebarluasan hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan warisan masa lalu, perkembangan kebudayaan dengan memperluas horizon seseorang, membangunkan imajinasi dan mendorong kreativitas serta kebutuhan estetiknya.
7. Hiburan merupakan penyebarluasan sinyal, simbol, suara, dan citra dari drama, tari, kesenian, kesusastraan, musik, komedi, olah raga, permainan, dan sebaigainya untuk rekreasi dan kesenangan kelompok dan individu.
8. Intergrasi merupakan penyedia bagi bangsa, kelompok, dan individu, kesempatan memperoleh berbagai pesan yang diperlukan mereka agar mereka dapat saling kenal, mengerti, dan menghargai kondisi, pandangan, dan keinginan orang lain.

**2.2.3 Karakteristik Komunikasi Massa**

Karakteristik komunikasi massa meliputi lima hal berikut di bawah ini:

1. Komunikasi massa bersifat umum

 Pesan komunikasi yang disampaikan melalui media massa adalah terbuka untuk semua orang. Meskipun pesan komunikasi masa bersifat umum dan terbuka, sama sekali terbuka juga jarang diperoleh, disebabkan faktor yang bersifat paksaan yang timbul karena struktur sosial

1. Komunikan bersifat heterogen

 Massa dalam komunikasi massa terjadi dari orang yang heterogen yang meliputi penduduk yang bertenpat tinggal dalam kondisi yang sangat berbeda, dengan kebudayaan yang beragam, berasal dari berbagai lapisan masyarakat.

Komunikan dalam komunikasi massa adalah orang yang disatukan oleh suatu minat yang sama yang mempunyai bentuk tingkah laku yang sama dan terbuka bagi pengaktifan tujuan yang sama; meskipun demikian orang-orang yang tersnagkut tadi tidak saling mengenal, berinteraksi secara terbatas, dan tidak terorganisasi. Komposisi komunikan tersebut tergeser-geser terus-menerus, serta tidak mempunyai kepemimpinan atau perasaan identitas.

1. Media Massa menimbulkan keserempakan

Yang dimaksudkan dengan keserempakan alah keserempakan dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah. Keserempakan juga adalah penting untuk keseragaman dalam seleksi dan interpretasi pesan-pesan. Tanpa komunikasi massa hanya pesan-pesan yang sangat sederhana saja yang disiarkan tanpa perubahan dari orang yang satu ke orang yang lain.

1. Hubungan komunikator – komunikan bersifat non-pribadi.

Dalam komunikasi massa, hubungan antara komunukator dan komunikan bersifat non-pribadi, karena komunikan yang anonim dicapai oleh orang-orang yang dikenal hanya dalam peranannya yang bersifat umum sebagai komunikator.

1. Berlangsung satu arah (*one way communication*)

Yaitu komunikator kepada komunikan. Tanggapan atau reaksi muncul belakangan (**Romly, 2002:4**).

Jadi dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa memiliki corak karakteristik yang berlangsung banyak arah. Atau lebih dari satu arah, yang menggunakan metode penyebaran informasi secara cepat dan instan agar cepat diterima oleh masyarakat.

* 1. **Pengertian Pers**

Pengertian Pers Menurut **J.C.T Simorangkir, S.H** dalam bukunnya yang berjudul **Hukum dan Kebebasan Pers**, yang menyebutkan bahwa pers memiliki pengertian yang terbagi atas dua yaitu ;

1. **Pengertian Pers dalam arti sempit adalah hanya terbatas pada surat-surat kabar harian, mingguan dan majalah**
2. **Pengertian Pers dalam arti luas adalah pers tidak hanya sebatas surat kabar, majalah, tabloid mingguan, tapi pers mencakup juga radio, televisi dan film.**

Dalam rentang waktu peradaban manusia, Pers merupakan salah satu sarana perubahan dan kemajuan masyarakat dan negara. Hal ini dikarenakan pers berfungsi menyebarluaskan informasi, melakukan kontrol sosial yang konstruktif, menyalurkan aspirasi rakyat, dan meluaskan komunikasi socsal dan partisipasi masyarakat. Demikian signifikansinya fungsi Pers maka seyogyanya Pers harus mendapat tempat dan perlakuan yang sama dalam mengembangkan jati dirinya.

Pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik yang 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[[7]](#footnote-7). Dalam **Kamus Besar Bahasa Indonesia**[[8]](#footnote-8), Pers diartikan :

1. **Usaha Percetakan dan Penerbitan.**
2. **Usaha pengumpulan data dan penyiaran berita.**
3. **Penyiaran berita melalui surat kabar, majalah, dan radio.**
4. **Orang yang bergerak dalam penyiaran berita.**
5. **Medum penyiaran berita sperti surat kabar, majalah, dan radio, televisi, dan film.**

 Sedangkan dalam kamus hukum pers diartikan sebagai usaha-usaha yang berhubungan dengan percetakan, penerbitan, kewartawanan, penyiaran berita di surat kabar, majalah radio, film dan televisi[[9]](#footnote-9).

**Oemar Seno Adji member** definisi Pers yang dapat ditinjau dari arti sempit dan arti luas yaitu[[10]](#footnote-10):

1. **Pers dalam arti sempit mengandung di dalamnya penyiaran-penyiaran pikiran, gagasan ataupun berita dengan jalan kata tertulis**
2. **Pers dalam arti luas memasukan di dalamnya semua mass media komunikasi yang memancarkan pikiran dan perasaaan seseorang baik dengan kata-kata tertulis maupun dengan kata-kata lisan**

Leksikom komunikasi, memberikan definisi yang serupa tentang Pers dengan kedua definisi di atas sebagai berikut[[11]](#footnote-11):

1. Usaha percetakan atau penerbitan
2. Usaha pengumpulan dan penyiaran berita
3. Penyiaran berita melalui surat kabar, majalah, dan televisi

Pers mempunyai segi lain, bukan sekedar mencerminkan apa yang terjadi secara reaktif, secara paska kejadian, *post facktum*, tetapi melihat lebih dulu, merencanakan dan mengagendakan. Pers bukan saja *riding the news*, tetapi, sebutlah sekedar untuk membedakan, *making the news*, *planning the news*. Dari sisi inilah, pers dikatakan tidak sekedar terbawa oleh peristiwa dan masalah, tetapi semacam membuat, menentukan atau lebih proposional mempengaruhi agenda[[12]](#footnote-12).

**2.3.1 Asas Pers**

**Pasal 2 Undang-undang Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers** menyatakan, kemerdekaan pers ialah suatu wujud kedaulatan rakyat yang berasaskan prinsip-prinsip demokrasi, keadilan, dan supremasi hukum[[13]](#footnote-13).

Demokrasi ialah Bentuk atau system pemerintahan yang segenap rakyat turut serta memerintah dengan perantaraan wakilnya (pemerintah dan rakyat), gagasan atau pandangan hidup yang mengutamakan persamaan hak dan kewajiban serta perlakuan yang sama bagi semua warga negara[[14]](#footnote-14). Keadilan berasal dari kata adil yaitu tidak berat sebelah, tidak memihak. Keadilan merupakan sifat (perbuatan, perlakuan, dsb) yang adil[[15]](#footnote-15). Supremasi diartikan sebagai kekuasaan tertinggi (teratas). Jadi supremasi hukum, dimana hukum merupakan kekuasaan tertinggi atau kekuasaan teratas[[16]](#footnote-16).

**2.3.2 Fungsi Pers**

**Pasal 3 Undang-undang Nomor 40 Tahun 1999** menentukan bahwa fungsi pers adalah sebagai berikut[[17]](#footnote-17) :

1. **Pers nasional mempunyai fungsi sebgai media informasi, pendidikan, hiburan, dan control sosial.**
2. **Di samping fungsi-fungsi tersebut ayat (1), pers berfungsi sebagai lembaga ekonomi.**

Sedangkan **Kusumaningrat** mengemukakan fungsi pers dalam buku **Pemahaman Teori Dan Pratik Jurnalistik, Ghalia Indonesia** (2008) tersebut adalah sebagai berikut[[18]](#footnote-18) :

1. **Fungsi Informatif**

**Fungis informative merupakan fungsi memberi informasi melalui berita secara teratur kepada khlayak. Pers menghimpun berita yang dianggap berguna dan penting bagi orang banyak dan kemudian menulisnya.**

1. **Fungsi Kontrol**

**Pers yang bertanggung jawab tentu akan akan masuk ke balik ke panggung kejadian, menyelidiki pekerjaan pemerintah atau perusahaan. Pers harus meberitakan apa yang berjalan baik dan berjalan tidak baik.**

 Dapat disimpulkan bahwa fungsi jurnalistik sebagai sarana informatif dan sarana control dalam penyebaran pesan kekhalayak banyak. Sehingga memudahkan dalam memperoleh akses.

**2.3.3**  **Bentuk Jurnalistik**

Pengertian Menurut **F. Fraser Bond** dalam bukunya ***An Introduction to Journalism*** menyatakan:

***Journalism ambraces all the forms in which and trough which the news and moment on the news reach the public* (jurnalistik adalah segala bentuk membuat berita dan ulasan mengenai berita sampai kepada kelompok pemerhati).**

Sedangkan menurut **Ensikiopedi Indonesia:**

**jurnalistik adalah bidang profesi yang mengusahakan penyajian informasi tentang kejadian dan atau kehidupan sehari-hari secara berkala dengan menggunakan sarana-sarana penerbitan yang ada.**

Dari berbagai pengertian jurnalistik tersebut, kita bisa memahami bahwa jurnalistik adalah proses menyebarkanluaskan peristiwa kepada pembaca dengan memperhatikan teknik dan kaidahnya.

Jurnalisme adalah (berasal dari kata *journal*) mempunyai arti catatan harian atau catatan mengenai kejadian sehari-hari, dapat juga diartikan sebagai surat kabar.*Journal* berasal dari istilah bahasa Latin *diurnalis*, yaitu orang yang melakukan pekerjaan jurnalistik.

Di Indonesia, istilah "jurnalistik" dulu dikenal dengan "publisistik". Dua istilah ini tadinya biasa dipertukarkan, hanya berbeda asalnya. Beberapa kampus di Indonesia sempat menggunakannya karena berkiblat kepada [Eropa](https://id.wikipedia.org/wiki/Eropa). Seiring waktu, istilah jurnalistik muncul dari [Amerika Serikat](https://id.wikipedia.org/wiki/Amerika_Serikat) dan menggantikan publisistik dengan jurnalistik. Publisistik juga digunakan untuk membahas [Ilmu Komunikasi](https://id.wikipedia.org/wiki/Ilmu_Komunikasi).

Jurnalistik dibagi menjadi tiga bagian besar:

 **1. Jurnalistik media cetak (newspaper and magazine journalism)**

Jurnalistik media cetak adalah seperti ; koran, majalah dan lain2
Jurnalistik media cetak dipengaruhi oleh dua faktor, yakni faktor verbal dan visual. Verbal, sangat menekankan pada kemampuan kita memilih dan menyusun kata rangkaian kalimat dan paragraf yang efektif dan komunikatif. Visual, menunjuk pada kemampuan kita dalam menata, menempatkan, mendesain tata letak atau hal-hal yang menyangkut segi perwajahan. Materi berita yang ingin kita sampaikan kepada pembaca memang merupakan hal sangat penting. Namun, bila berita tersebut tidak ditempatkan dengan baik, dampaknya akan kurang berarti. Hal inilah yang harus diperhatikan oleh bagian desain visual, tata letak, atau perwajahan.

Dalam perspektif jurnalistik, setiap informasi yang disajikan kepada khalayak, bukan saja harus benar, jelas dan akurat melainkan juga harus menarik. Membangkitkan minat dan selera baca (surat kabar, majalah) selera dengar (radio siaran), dan selera menonton (televisi). Inilah antara lain yang membedakan karya jurnalistik dengan karya lainnya seperti karya ilmiah. Karya jurnalistik harus benar dan dikemas dalam bahasa dan penyajian yang menarik. Karya ilmiah, biasanya hanya benar tetapi kurang menarik.

Kehidupan media cetak ditentukan oleh “kondisi dimana ia hidup”, yakni: ”sistem politik, sistem kekuasaan, serta kultur kekuasaan.” Jadi setiap perubahan sistem politik, sistem pers juga akan berubah sesuai yang dikehendaki kekuasaan. Selain mengikuti waktu periodik terbitnya setiap pagi atau petang, sebagai harian, mingguan, atau bulanan, dan sesekali menerbitkan edisi khusus, perwajahan Koran pun ikut mengadakan perubahan. Misalnya kompas, di pertengahan 2005 mengadakan perubahan ukuran, kolom, gambar, foto, serta tata letak dan tata wajah, juga dalam bahasa penyajian dan gaya pelaporannya.

Begitu pula dengan tampilan majalah. Sejak reformasi bergulir di Indonesia, banyak majalah bermunculan. Mereka mengejar kebutuhan masyarakat akan berbagai informasi, dari yang ringan sampai yang berat. Di berbagai majalah berita, misalnya, para wartawannya bukan sekedar melaporkan peristiwa publik tapi juga mengejar berbagai informasi yang tersembunyi. Para wartawan dikirim meliput ke berbagai institusi publik, perusahaan komersial, atau pemerintahan.

 **2. Jurnalistik media elektronik auditif (radio broadcast journalism)**

Pengertian Jurnalistik Radio adalah gabungan dari pengertian jurnalistik dan radio. Jurnalistik adalah teknik atau proses pengumpulan (collecting), penulisan (writing), penyuntingan (editing), dan penyebarluasan (publishing) berita melalui media massa. Radio adalah salah satu jenis media massa, yaitu sarana komunikasi atau penyampaian pesan, gagasan, atau informasi kepada orang banyak (publik, massa).

Pengertian Jurnalistik Radio Dengan demikian, jurnalistik radio adalah teknik atau proses pengumpulan (collecting), penulisan (writing), penyuntingan (editing), dan penyebarluasan (publishing) berita melalui media radio siaran.

Jurnalistik radio (Radio Journalism, Broadcast Journalism) memiliki ciri khas tersendiri dibandingkan dengan jurnalistik cetak, jurnalistik televisi, dan jurnalistik online.

Karakteristik jurnalistik radio yang utama adalah auditif, auditory, atau “untuk didengarkan” (for eyes only). Dengan demikian, karya jurnalistik radio itu berupa suara (sound), yakni suara penyiar, reporter, dan narasumber berita.

Karena berupa suara, maka berita yang ditulis oleh wartawan radio pun untuk “disuarakan” atau “diceritakan” (story telling). Konsekuensinya, naskah berita radio (radio news script, radio copy) harus ditulis dengan menggunakan bahasa tutur atau bahasa lisan, yaitu bahasa yang biasa digunakan dalam percakapan (obrolan) sehari-hari (conversational style).

Sebagai contoh, dalam bahasa tutur tidak dikenal istilah “dalam kurung” dan “garis miring”. Maka, naskah berita radio pun harus menghindari tanda kurung dan tanda garis miring yang dalam bahasa tulis artinya “atau”.

Karena berupa suara pula, maka wartawan radio –lebih dikenal dengan sebutan “reporter radio”– mesti memiliki suara bagus, minimal suara standar, layaknya penyiar radio, karena ia tidak hanya harus menulis naskah berita, tapi juga harus “bersuara” saat melakukan laporan langsung (live report).

 **3. Jurnalistik audio visual (television journalism)**

Jurnalistik adalah kegiatan mengumpulkan, mengolah, dan menyebarkan informasi berupa berita, feature, advertising, dan opini melalui media massa kepada khalayak banyak. Televisi adalah salah satu media massa/komunikasi berupa suara dan gambar.

Televisi merupakan hasil produk teknologi tinggi yang menyampaikan isi pesan dalam bentuk audiovisual gerak kepada khalayak. Jadi jurnalistik televisi merupakan perpaduan media komunikasi gambar (visual) dan suara (audio). Karena medium komunikasinya adalah gambar dan suara, dengan sendirinya terdapat perbedaan yang cukup tajam antara jurnalistik media cetak (print media) dan jurnalistik media radio (audio).

Hal yang meupakan karakteristik dari sebuah televisi adalah News Productionnya yan harus mengunakan bahasa tutur, bahasa gambar, melukiskan tentang gambar dan atau melaporkan tentang gambar. Tentu saja penggunaan bahasa tutur ini sangat banyak implikasinya, terutama karena harus benar-benar sinkron antar gambar dan kata-kata dan atau kalimat.

Jurnalistik televisi ini merupakan kegiatan pengolahan dan penyiaran berita yang dilakukan melalui media televisi. Wartawannya juga tidak semata disebut sebagai jurnalis, mereka adalah broadcaster. Ada produser, peliput lapangan, ada juru kamera, ada editor gambar, dan nada news anchor (penyaji berita).

Dalam kajian jurnalistik televisi sudah pasti harus ada komitmen eye contact (kontak mata), antara reporter dan anchor (penyaji berita) dengan penonton. Jika diamati, dengan adanya kontak mata, maka proses komunikasi yang terjadi saat penyiaran akan lancar dan berhasil.

Berita televisi haruslah menarik, akurat, harus punya kapabilitasuntuk memberikan kesaksian tentang informasi ang diberikan, semua narasumber harus digali informasinya secara seimbang, penulis harus sesuai dengan informasi yang di dapat dari realitas, fakta, dan narasumber.

Namun semakin berkembangnya zaman, maka semakin berkembang juga teknologi. Lahirnya budaya televisi (audiovisual) mampu menggeser budaya media cetak. Media televisi membuat khalayak menjadi berkurangnya minat membaca. Karena televisi selalu menghadirkan berita sensasional yang dapat memikat daya tarik khalayak.

**2.3.4 Radio**

**Review** (dalam **Romli**) dalam buku berjudul **Broadcast Journalism** bahwa :

 **“apa yang di lakukan radio adalah memperdengarkan suara manusia untuk mengutarakan sesuatu” (2004:19)**

Media radion dipandang sebagai “kekuatan kelima” (*the fifth estate*) setelah lembaga eksekutif, legiskative, yudikatif, dan pers atau surat kabar yang dipandang sebagai *the fourt estate.* Disebut kekuatan kelima karena radio dianggap “adik” dari surat kabar. Radio dijadikan sebagai kekuatan kelima antara lain karena radio memiliki kekuatanlangsung, tidak mengenal jarak dan rintangan, dan memiliki daya tarik sendiri sperti kekuatan music, suara, dan efek suara. Pesawat radio yang kecil dan harganya relative murah itu dapat memberikan hiburan, penerangan, dan pendidikan. Sedangkan menikmatinya hanya dengan indera pendengar saja.

**Romli** dalam buku yang berjudul **Broadcast Journalism** sebagai berikut:

1. **Auditorial, karena isi siaran bersifat “sepintas lalu” dan tidak dapat diulang.**
2. **Transmisi, proses penyampainnya kepada pendengar melalui pemancar (transmisi)**
3. **Mengandung gangguan, seperti fading atau timbul tenggelam dan penggunanaan teknis “chanel noise factor”**
4. **Theatre of mind, mencipta gambar (makes pictures) dalam imajinasi pendengar dengan kekuatan kata dan suara.**
5. **Identic dengan music, radio adalah sarana hiburan termurah dan tercepat sehingga media udama untuk mendengarkan music.(2004:22)**

Dapat disimpulkan bahwa jurnalistik radio adalah teknik dan proses pembuatan dan penyebarluaskan informasi, khusunya berita, melalui radio dengan menggunakan suara serta bahasa lisan yang enak didengar dan mudah dimengertikhalayak.

**2.3.5 Televisi**

Televisi dilihat dari asal kata, dapat dibagi menjadi dua bagian yaitu *tele* dan *vision*, yang secara harfiah dapat berarti sebagai visualisasi dari sebuah objekyang jauh. Televisi dan radio merupakan media massa elektronik. Media massayang dalam menyampaikan pesan akan sangat bergantung pada aliran listrik. Padamasa sekarang media massa elektronik juga dapat ditayangkan melalui bantuantenaga diesel. Membedakan media cetak dengan media televisi sebagai berikut:

televisi dan radio menguasai ruang, tetapi tidak menguasai waktu, sementaramedia cetak (surat kabar/majalah) menguasai waktu tetapi tidak menguasai ruang.Televisi sebagai media massa harus mempunyai unsur-unsur penting,yaitu:(kuswandi 1998)

a. Adanya sumber informasi

b. Isi pesan

c. Saluran informasi

d. Khalayak sasaran

e. Umpan balik

**2.3.6 Internet**

**Internet** (kependekan dari *interconnection-networking*) adalah seluruh jaringan [komputer](https://id.wikipedia.org/wiki/Komputer) yang saling terhubung menggunakan standar [sistem](https://id.wikipedia.org/wiki/Sistem) [global](https://id.wikipedia.org/wiki/Dunia) [*Transmission Control Protocol*](https://id.wikipedia.org/wiki/Transmission_Control_Protocol)*/*[*Internet Protocol*](https://id.wikipedia.org/wiki/Internet_Protocol)*Suite* (TCP/IP) sebagai protokol pertukaran paket (*packet switching communication protocol*) untuk melayani miliaran pengguna di seluruh dunia.Rangkaian internet yang terbesar dinamakan **Internet**. Cara menghubungkan rangkaian dengan kaidah ini dinamakan *internetworking* ("antarjaringan")[[19]](#footnote-19)

Internet adalah salah satu alat komunikasi yang hamper digunakan oleh semua kalangan masyarakat. Salah satu aktifitas yang sangat jelas terlihat dalam penggunakan internat adalah sebagai alat komunikasi yang cepat dan efesian dan relevan dalam perkembangan zaman. Beberapa fitur internet yang menjadi social media yang sangat popular dikalangan masyarakat antara lain :

1. **Facebook**

Dalam fitur facebook terdapat banyak keunggulan, bisa melakukan interaksi langsung melalui fitur Chatting (pesan). Bisa mengirimkan atau menyebarkan foto dan video serta tulisan yang diingankan. Maka facebook menjadi media komunikasi yang banyak diminati oleh masyarakat karna proses pemakaiannya yang mudah digunakan. Dan facebook juga banyak dimamfaatkan oleh media massa seperti Liputan6, Detik.com

1. **Instagram**

Keunggulan dari Instagram ialah update foto dan tulisan dalam setiap postingan. Setiap ui Dan memiliki fitur video maksimal 1 menit. Media social ini banyak banyak gunakan oleh kalangan remaja dan kalangan orang dewasa, untuk menyalurkan hobi atau pun hanya ini membangun komunikasi. Instagram tidak lupa banyak juga digunakan oleh artis dalam rangka mempromosikan diri dan sering juga digunakan untuk promosikan jual-beli online.

1. **Path**

Adalah sebuah aplikasi [jejaring sosial](https://id.wikipedia.org/wiki/Layanan_jejaring_sosial) pada telepon pintar yang memungkinkan penggunanya untuk [berbagi gambar](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Berbagi_foto&action=edit&redlink=1) dan juga pesan. Penggunaan dari Path ditargetkan untuk menjadi tempat tersendiri untuk pengguna berbagi dengan keluarga dan teman-teman terdekat. [Dave Morin](https://id.wikipedia.org/wiki/Dave_Morin), salah satu dari pendiri Path dan [CEO](https://id.wikipedia.org/wiki/CEO) dari perusahaan tersebut berkata: “Yang menjadi visi utama kami adalah untuk membuat sebuah jejaring dengan kualitas yang tinggi dan menjadikan pengguna nyaman untuk berkontribusi setiap waktu.”

1. **Line**

sebuah aplikasi pengirim pesan instan gratis yang dapat digunakan pada berbagai platform seperti smartphone, tablet, dan komputer. LINE difungsikan dengan menggunakan jaringan internet sehingga pengguna LINE dapat melakukan aktivitas seperti mengirim pesan teks, mengirim gambar, video, pesan suara, dan lain lain. LINE diklaim sebagai aplikasi pengirim pesan instan terlaris di 42 negara.

1. **BlackBerry Massenger**

BlackBerry atau yang sering disingkat BBM memiliki fungsi yang hamper sama dengan fitur seperti line dan Instagram. Yang membedakan ialah BBM tidak bisa mengunggah video dalam fitur Recent Update. Selain bisa melakukan chating individu maupun kelompok (grup). Bisa juga mengirim data penting melalui fitur-fitur yang telah sediakan. Seperti mengirim video, foto, dan file Microsoft office.

1. **Twitter**

Merupakan sebuah aplikasi pengirim pesan instan gratis yang dapat digunakan pada berbagai platform seperti smartphone, tablet, dan komputer. LINE difungsikan dengan menggunakan jaringan internet sehingga pengguna LINE dapat melakukan aktivitas seperti mengirim pesan teks, mengirim gambar, video, pesan suara, dan lain lain. LINE diklaim sebagai aplikasi pengirim pesan instan terlaris di 42 negara.

1. **youtube**

fitur yang disediakan oleh youtube hanya berupa video, batas waktu video yang diunggah ke youtube bisa lebih dari 300 menit atau setara 5 jam. Video yang diunggah di youtube memiliki banyak kategori, antara lain :

* 1. Hiburan/hobi
	2. Education
	3. Music
	4. Social politik
	5. Olahraga dan sebagainya

Bahkan youtube sebagai media massa yang sukses dalam menyampaikan informasi yang cepat dan mendapatkan respon yang besar dari masrakat untuk menggali informasi yang dibutuhkan.

1. **Google**

Google adalah sebuah mesin pencari terbesar dan terbaik pada saat ini.[Google](http://www.google.com/%22%20%5Ct%20%22_blank) merupakan sebuah perusahaan besar amerika yang menyediakan produk dan jasa seputar internet. Google didirikan pada tahun 1998 tepatnya pada tanggal 4 september 1998, Google didirikan oleh mahasiswa asal Universitas Stamford Amerika.

1. **E-mail**

Email adalah singkatan dari electronic mail atau surat elektronik. Pengeritan E-mail atau electronic mail atau surat elektronik adalah salah satu jenis layanan internet yang dapat digunakan untuk berkirim surat secara elektronik. Surat akan dikirim sesuai dengan alamat yang diberikan kepadanya. Tiap pengguna internet memiliki alamat yang unik, persis seperti nomor telepon kita. Setiap orang bahkan bisa memiliki lebih dari satu alamat email sama seperti nomor HP, satu orang bisa memiliki puluhan nomor bahkan ratusan.

1. **Blogger**

Blogger adalah suatu media Internet yang menyediakan sebuah catatan pribadi yang bisa dilihat oleh semua pengguna Internet dan menjadi sebuah media untuk berbagi informasi dengan mudah dan gratis. Selain itu blogger merupakan sebuah ikatan yang terbentuk dari para blogger berdasarkan dengan kesamaan tertentu, misalnya : kesamaan daerah, kesamaan sekolah, kesamaan hobi, dan kesamaan lainnya. Untuk bisa bergabung dengan sebuah komunitas blogger biasanya ada syarat tertentu misalnya berasal dari daerah tertentu. Dan blogger ini bisa diartikan orang yang suka menulis artikel pada blog.

**2.4 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 struktual maupun jenisnya dalam kebudayaan. Demikian juga yang terjadi pada musik dalam kebudayaan masyarakat melayu.

Dalam **Kamus Besar Bahasa Indonesia** (1990: 602) Musik adalah: ilmu atau seni menyusun nada atau suara diutarakan, kombinasi dan hubungan temporal untuk menghasilkan komposisi (suara) yang mempunyai keseimbangan dan kesatuan, nada atau suara yang disusun sedemikian rupa sehingga mengandung irama, lagu dan keharmonisan (terutama yang dapat menghasilkan bunyi-bunyi itu).

Musik termasuk seni manusia yang paling tua. Bahkan bisa dikatakan, tidak ada sejarah peradaban manusia dilalui tanpa musik, termasuk sejarah peradaban Melayu. Dalam masyarakat Melayu, seni musik ini terbagi menjadi musik vokal, instrument dan gabungan keduanya. Dalam musik gabungan, suara alat musik berfungsi sebagai pengiring suara vokal atau tarian. Alat-alat musik yang berkembang di kalangan masyarakat Melayu di antaranya: canang, tetawak, nobat, nafiri, lengkara, kompang, gambus, marwas, gendang, rebana, serunai, rebab, beduk, gong, seruling, kecapi, biola dan akordeon. Alat-alat musik di atas menghasilkan irama dan melodi tersendiri yang berbeda dengan alat musik lainnya.[[20]](#footnote-20)

* + 1. **Nada**

Nada adalah [bunyi](https://id.wikipedia.org/wiki/Bunyi) yang beraturan, dan memiliki [frekuensi](https://id.wikipedia.org/wiki/Frekuensi) tunggal tertentu. Dalam [teori musik](https://id.wikipedia.org/wiki/Teori_musik), setiap nada memiliki [tinggi nada atau tala](https://id.wikipedia.org/wiki/Tinggi_nada) tertentu menurut frekuensinya ataupun menurut jarak relatif tinggi nada tersebut terhadap tinggi nada patokan. [Nada dasar](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Nada_dasar&action=edit&redlink=1) suatu karya musik menentukan frekuensi tiap nada dalam karya tersebut. Nada dapat diatur dalam [tangga nada](https://id.wikipedia.org/wiki/Tangga_nada) yang berbeda-beda. Istilah "nada" sering dipertukarkan penggunaannya dengan "[not](https://id.wikipedia.org/wiki/Not)", walaupun kedua istilah tersebut memiliki perbedaan arti.Nada dalam not dibedakan bentuknya menjadi 3 yaitu not angka , not huruf , dan not balok . Not angka dibedakan menjadi 3 yaitu : oktaf tinggi , oktaf sedang , dan oktaf rendah . sedangkan notasi huruf dibedakan menjadi 5 yaitu oktaf kecil , oktaf bergaris 1 , oktaf besar , oktaf kontra , dan sub kontra .[[21]](#footnote-21)

* + 1. **Lirik**

Lirik Lagu merupakan ekspresi seseorang tentang suatu hal yang sudah dilihat, didengar maupun dialaminya. Dalam mengekspresikan pengalamannya, penyair atau pencipta Lagu melakukan permainan kata-kata dan bahasa untuk menciptakan daya tarik dan kekhasan terhadap lirik atau syairnya.

 Permainan bahasa ini dapat berupa permainan vokal, gaya bahasa maupun penyimpangan makna kata dan diperkuat dengan penggunaan melodi dan notasi musik yang disesuaikan dengan lirik lagunya sehingga pendengar semakin terbawa dengan apa yang dipikirkan pengarangnya (Awe, 2003, p.51).

Definisi lirik atau syair Lagu dapat dianggap sebagai puisi begitu pula sebaliknya. Hal serupa juga dikatakan oleh Jan van Luxemburg (1989) yaitu definisi mengenai teks-teks puisi tidak hanya mencakup jenis-jenis sastra melainkan juga ungkapan yang bersifat pepatah, pesan iklan, semboyan-semboyan politik, syair-syair lagu pop dan doa-doa.

 Jika definisi lirik lagu dianggap sama dengan puisi, maka harus diketahui apa yang dimaksud dengan puisi. Puisi menurut Rachmat Djoko Pradopo (1990) merupakan rekaman dan interpretasi pengalaman manusia yang penting dan digubah dalam wujud yang berkesan. Sedangkan menurut **Herman J. Waluyo** (1987) mengatakan puisi adalah bentuk karya sastra yang mengungkapkan pikiran dan perasaan penyair secara imajinatif dan disusun dengan mengkonsentrasikan semua kekuatan bahasa pada struktur fisik dan struktur batinnya.

Dari definisi diatas, sebuah karya sastra merupakan karya imajinatif yang menggunakan bahasa sastra. Maksudnya bahasa yang digunakan harus dibedakan dengan bahasa sehari-hari atau bahkan bahasa ilmiah. Bahasa sastra merupakan bahasa yang penuh ambiguitas dan memiliki segi ekspresif yang justru dihindari oleh ragam bahasa ilmiah dan bahasa sehari-hari (Awe, 2003, p. 49). Karena sifat yang ambigu dan penuh ekspresi ini menyebabkan bahasa sastra cenderung untuk mempengaruhi, membujuk dan pada akhirnya mengubah sikap pembaca (Wellek & Warren, 1989, p. 14-15).

Lagu yang terbentuk dari hubungan antara unsur musik dengan unsur syair atau lirik lagu merupakan salah satu bentuk komunikasi massa. Pada kondisi ini, lagu sekaligus merupakan media penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dalam jumlah yang besar melalui media massa.

Pesan dapat memiliki berbagai macam bentuk, baik lisan maupun tulisan. Lirik lagu  memiliki bentuk pesan berupa tulisan kata-kata dan kalimat yang dapat digunakan untukmenciptakan suasana dan gambaran imajinasi tertentu kepada pendengarnya sehingga dapat pula menciptakan makna-makna yang beragam.

Dalam fungsinya sebagai media komunikasi, lagu juga sering digunakan sebagai sarana untuk mengajak bersimpati tentang realitas yang sedang terjadi maupun atas cerita-cerita imajinatif. Dengan demikian lagu juga dapat digunakan untuk bebagai tujuan, misalnya menyatukan perbedaan, pengobar semangat seperti pada masa perjuangan, bahkan lagu dapat digunakan untuk memprovokasi atau sarana propaganda untuk mendapatkan dukungan serta mempermainkan emosi dan perasaan seseorang dengan tujuan menanamkan sikap atau nilai yang

kemudian dapat dirasakan orang sebagai hal yang wajar, benar dan tepat.

Propaganda melalui maupun tidak melalui lirik lagu tetap memiliki efek yang kompleks. Contohnya Jika pesan dalam lirik lagu oleh propagandis diketengahkan tentang ketidakadilan dan ketimpangan-ketimpangan sosial dan

secara tidak langsung menempatkan pemerintah sebagai pihak yang harusnya bertanggung jawab pada keadaan itu, bukan tidak mungkin hanya melalui lagu ,  khalayak menjadi marah, menuntut bahkan melawan pemerintah sebagai pihak yang bertanggungjawab dengan berbagai bentuk.

 Oleh karena bahasa dalam hal ini kata-kata, khususnya yang digunakan dalam lirik lagu tidak seperti bahasa sehari-hari dan memiliki sifat yang ambigu dan penuh ekspresi ini menyebabkan bahasa cenderung untuk mempengaruhi, membujuk dan pada akhirnya mengubah sikap pembaca (Wellek & Warren, 1989, 14-15).

 Maka untuk menemukan makna dari pesan yang ada pada lirik lagu , digunakanlah metode semiotika yang notabene merupakan bidang ilmu yang mempelajari tentang sistim tanda. Mulai dari bagaimana tanda itu diartikan, dipengaruhi oleh persepsi dan budaya, serta bagaimana tanda membantu manusia memaknai keadaan sekitarnya. Tanda atau *sign*menurut Littlejohn adalah basis dari seluruh komunikasi (1996, p. 64). Sedangkan yang disebut tanda dapatberupa gambar atau tulisan (Kurniawan, 2001,p.53).

* + 1. **Lagu**

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

Lagu dapat dinyanyikan secara solo (Sendiri), Duet (Berdua), Trio (Bertiga), Koir (Beramai-ramai). Lagu dapat di kategorikan pada banyak jenis, bergantung pada ukuran yang di gunakan.

**2.5 Nilai-nilai moral pada lirik merah**

Nilai moral ialah suatu pesan kehidupan yang berdasarkan nilai-nilai atau kaidah-kaidah yang diterapkan dalam suatu bangsa. Di Indonesia sendiri kita mengenal dua sumber hokum yaitu sumber hokum tertulis dan sumber tidak tertulis. Kedua sumber hokum ini saling melengkapi satu dengan yang lain, karna Indonesia dilator belakangi oleh banyak suku budaya.

Hukum tertulis ialah produk politik yang berupa teks tertulis dalam bentuk undang-undang. Undang-undang sendiri berisi tentang hak dan kewajiban serta aturan-aturan yang berlaku dalam masyarakat. Hukum tertulis ini diadakan atau dibentuk untuk memfasilitasi kebutuhan masyarakat yang terus berkembang. Hokum tidak tertulis yaitu adalah hokum adat yang diterapkan disetiap daerah yang masih menerapkan system hokum adat dan tidak bertentangan dengan adat istiadat atau nilai-nilai yang diterapkan di Indonesia.

**2.6 Analisis Wacana Norman Fairclough**

Analisis wacana Norman Fairclough didasarkan pada sebuah pertanyaan besar, yaitu bagaimana menghubungkan teks yang mikro denga konteks masyarakat yang makro. Fairclough berusaha membangun sebuah model analisis wacana yang mempunyai kontribusi dalam analisis sosial dan budaya, sehingga ia mengkombinasikan tradisi analisis tekstual (yang melihat Bahasa dalam ruang tertutup) dengan konteks masyarakat yang lebih luas.

Fairclough mengintegrasikan secara bersama-saman analisis wacana yang didasarkan pada linguistic, pemahaman sosial politik, dan secara umum diintegrasikan pada perubahan sosial. Oleh karena itu, model analisis wacana yang dikemukakan oleh Fairclough ini sering disebut juga sebagai model perubahan sosial (*social change*).

**Eriyanto** dalam bukunya **Analisis Wacana**, **Pengantar Analisis Teks Media** mengatakan bahwa:

**Wacana, dalam pemahaman Fairclough mempunyai tiga efek. Pertama, wacana memberikan andil dalam mengkonstruksi identitas sosial dan posisi subjek. Kedua, wacana membantu mengkonstruksi relasi sosial diantara orang-orang. Dan ketiga, wacana memberikan kontribusi dalam mengkonstruksi sistem pengetahuan dan kepercayaan.**

**Ketiga efek dari wacana ini adalah fungsi dari Bahasa dan dimensi dari makna yang dihubungkan dengan identitas, relasional dan fungsi ideasional dari Bahasa. Ketiga fungsi tersebut secara bersama-sama memberikan sumbangan dalam transformasi masayarakat. (2001:286)**

Fairclough menggunakan wacana menunjuk pada pemakaian Bahasa sebagai praktik sosial, lebih dari pada aktivitas individu atau untuk merefleksikan sesuatu. Hal ini mengandung sejumlah implikasi. Pertama, wacana adalah bentuk dari tindakan pada dunia kuhsusnya sebagai bentuk representasi ketika melihat realitas dunia. Kedua, adanya hubungan timbal balik anatar wacana dengan struktur sosial.

Fairclough membagi analisis wacana dalam tiga dimensi yaitu teks, *discourse practice*, dan *sociocultural practice*. Dalam model Fairclough, teks dianalisis secara linguistic, dengan melihat kosakata, semantic, dan tata kalimat. Ia juga memasukan koherensi dan kohesivitas, bagaimana antara kata dan kalimat tersebut disatukan sehingga membentuk satu pengertian. Semua elemen yang dianalisis tersebut dipakai untuk melihat tiga masalah yaitu: *Pertama*, ideasional, yang merujuk pada referensi tertentu, yang ingin ditampilkan di dalam teks, yang umumnya membawa muatan ideology tertentu. *Kedua*, relasi, merujuk pada analisis seperti apakah sebuah teks wacana disampaikan, apakah secara informal atau formal, terbuka atau tertutup. *Ketiga*, identitas, merujuk pada konstruksi bagaimana sebuah identitas setiap personal ditampilkan di dalam teks.

*Discourse practice* merupakan dimensi yang berhubungan dengan proses produksi dan konsumsi teks. Wacana dipandang sebagai praktik diskursif sebagai sesuatu yang dihasilkan. Pada tahap ini, sebuah teks dengan konteks diluar Bahasa. Pada tahap ini pula dianalisa maksud-maksud yang disamarkan di dalam teks.

Dimensi *sociocultural* adalah dimensi yang berhubungan dengan konteks, seperti konteks situasi, lebih luas adalah hubungan antara teks wacana dengan masyarakat atau suatu budaya dan politik tertentu.

Ketiga dimensi yang diuatarakan oleh Fairclough itu dapat digambarkan dengan bagan sebagai berikut:

**Gambar 2.1 Dimensi Analisis Wacana Fairclough**

Praktik Sosiokultural

Proses Produksi

Teks

Deskripsi Teks

Interpretasi

Eksplanasi

**Sumber: Eriyanto, Analisis Wacana, Pengantar Teks Media (2012:288)**

Dari penjelasan analisis wacana model Norman Fairlclough dapat disimpulkan bahwa dalam analisis wacana seorang peneliti harus melihat teks sebagai hal yang memiliki konteks baik berdasarkan “*process of production*” atau “*text production*”, “*process of interpretation*”, atau “*text consumption*” maupun berdasarkan praktik sosiokultural. Dengan dmeikian, untuk memahami realitas dibalik teks kita memerlukan penelusuran atas konteks produksi teks, konsumsi teks, dan aspek sosial budaya yang mempengaruhi pembuatan teks, dikarenakan dalam sebuah teks tidak lepas akan kepentingan yang bersifat subjektif.

Kosakata adalah hal yang melatarbelakangi hadirnya lirik lagu “Merah”. Semantik yaitu apakah makna dari lirik lagu “Merah” karya Band Efek Rumah Kaca? Tata kalimat adalah proses pembuatan lirik lagu “Merah” karya Band Efek Rumah Kaca dan penjelasan mengenai lirik lagu “Merah” karya Band Efek Rumah Kaca itu sendiri. Proses produksi yaitu cara pembuatan, proses pembuatan lirik lagu “Merah” karya Band Efek Rumah Kaca. Interpretasi yaitu hal apa saja yang dilakukan oleh Band Efek Rumah Kaca. Praktik sosiokultural yaitu bagaimana proses pemaknaan budaya yang dilakukan oleh masyarakat terhadap makna lirik lagu “Merah”. Eksplanasi adalah menjelaskan tentang apa saja lirik lagu “Merah” yang menyangkut dengan masyarakat.

**2.7 Teori Konstruksi Realitas Sosial**

Membahas teori konstruksi sosial (*social construction*), tentu tidak bisa terlepas dari bangunan teoritik yang telah dikemukakan oleh **Peter L. Berger** dan **Thomas Luckmann. Peter L. Berger** merupakan sosiolog dari ***New School for Social Research*,** New York, sementara **Thomas Luckmann** adalah sosiolog dari ***University of Frankurt*.** Teori konstruksi sosial, sejatinya dirumuskan kedua akademis ini sebagai suatu kajian teoritis dan sistematis mengenai sosiologi pengetahuan.

**Berger** dan **Luckmann** (dalam **Basari**) dalam buku berjudul ***The Social Construction of Reality*** yang menjelaskan bahwa teori konstruksi 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 memeiliki keberadaan (*being*)-nya sendiri ilmu pengetahuan adalah kepastian bahwa fenomena-fenomena itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik yang spesifik. (1990:1)**

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

Teori konstruksi realitas sosial merupakan suatu kajian teoritis dan sistematis mengenai sosiologis pengetahuan yang dirumuskan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Istilah konstruksi realitas sosial didefinisikan sebagai proses sosial melalui tindakan dan interaksi dimana individu menciptakan secara terus menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif.

Realitas menurut Berger tidak dibentuk secara ilmiah dan juga bukan sesuatu yang diturunkan oleh Tuhan, tetapi dibentuk dan dikonstruksi. Dengan pemahaman ini realitas berwujud ganda. Setiap orang memiliki konstruksi yang berbeda-beda atas suatu realitas berdasarkan pengalaman, preferensi, pendidikan, dan lingkungan sosial yang dimiliki dan dialami oleh masing-masing individu.

Teori ini berakar pada paradigm konstruksivisme 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. Dalam proses sosial, individu manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relative bebas di dalam dunia sosialnya.

Berger dan Luckmann dalam buku berjudul ***The Social Construction of Reality menjelaskan*** bahwa:

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

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa teori konstruksi realitas sosial merupakan sosilogi yang ada dalam kehidupan bermasyarakat termasuk proses-proses sosial yang terjadi dan ditetapkan sebagai kenyataan yang dialami.

 **Berger** dan **Luckmann** meyakini secara substansi bahwa realitas merupakan hasil ciptaan manusia kreatif melalui kekuatan konstruksi sosial terhadap dunia soaial di sekelilingnya, “*reality is socially construct*”. Realitas sosial memiliki makna ketika ralitas itu dikonstruksi dan dimaknakan secara subjektif oleh individu. Jadi, individu mengkonstruksikan realitas sosial ke dalam dunia nyata serta memantapkan realitas itu berdasarkan pandangan subjektif individu.

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

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

Berger dan Luckmann mengatakan institusi masyarakat tercipta dan dipertahankan atau diubah melalui tindakan dan interaksi manusia. Meskipun masyarakat dan institusi sosial terlihat nyata secara obyektif, namun pada kenyataannya semua dibangun dalam definisi subyektif melalui proses interaksi.

Teori realitas sosial yang dikembangkan oleh Berger dan Luckmann ini berangkat dari paradigm konstruktivisme yang mengandung konstruksi sosial diciptakan oleh individu. Namun demikian, kebenaran suatu realitas sosial bersifat nisbi. Artinya kebenaran realitas sosial berlaku sesuai konteks spesifik yang dinilai relevan oleh perilaku sosial yang ada.

Objektivitas baru bisa terjadi melalui penegasan berulang-ulang yang diberikan oleh orang lain yang memiliki definisi subyektif yang sama. Pada tingkat generalitas yang paling tinggi, manusia menciptakan dunia dalam makna simbolis yang universal, yaitu pandangan hidupnya yang menyeluruh yang memberi legitimasi dan mengatur benuk-bentuk sosial serta memberi makna pada bebragai bidang kehidupannya.

Proses konstruksinya jika dilihat dari perspektif teori Berger dan Luckmann berlangsung melalui interaksi sosial yang dialektis dari tiga bentuk realitas yang menjadi *entry concept*, yakni *subjective reality*, *symbolic reality*, dan *objective reality*. Selain iu juga berlangsung dalam suatu proses dengan tiga momen simultan, yakni eksternalisasi, objektivikasi, dan internalisasi. Tiga proses ini merupakan hal yang penting dalam teori konstruksi realitas sosial. Dalam teori atas realitas, eksternalisasi merupakan penyesuaian diri dengan dunia sosikultural sebagai produksi manusia. Kemudian interaksi sosial yang terjalin dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses dimana individu mengidentifkasikan dirinya dengan lembaga-lembaga sosial atau organisasi tempat individu menjadi anggotanya.

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

1. Liliweri, Alo. Komunikasi Verbal dan Nonverbal. 1994. Bandung:PT. Citra Aditya Bakti. Hal 35 [↑](#footnote-ref-1)
2. Ibid. hal. 35 [↑](#footnote-ref-2)
3. Ibid. hal. 35 [↑](#footnote-ref-3)
4. Ibid. hal. 35 [↑](#footnote-ref-4)
5. Ibid. hal. 35 [↑](#footnote-ref-5)
6. Ibid. hal 35 [↑](#footnote-ref-6)
7. Undang-undang Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers [↑](#footnote-ref-7)
8. Edy Susanto, M. Taoufik Makarao, dan Hamid Syamsudin, op.cit, hlm 8 [↑](#footnote-ref-8)
9. Zainul Bahry, *Kamus umum(khususnya bidang hukum dan politik),* Angkasa, Bandung,1996, hlm. 245 [↑](#footnote-ref-9)
10. Oemar Seno Adji, *mass Media dan Hukum*, Cet 2, Erlangga, Jakarta, 1977, hlm.13 [↑](#footnote-ref-10)
11. Eko Kahya, *Perbandingan Sistem dan Kemerdekaan Pers,* Pustaka Bumi Qurasy, Bandung, 2004, hlm.39 [↑](#footnote-ref-11)
12. Jakob Oetama, *Kebebasan Pers Dalam Masyarakat Transisi*, Jakarta 7 Agustus 2000, hlm. 8 [↑](#footnote-ref-12)
13. Edy Susanto, M. Taoufik Makarao, dan Hamid Syamsudin, op, cit, hal.38 [↑](#footnote-ref-13)
14. Ibid [↑](#footnote-ref-14)
15. Ibid, hlm.39 [↑](#footnote-ref-15)
16. Ibid [↑](#footnote-ref-16)
17. Ibid [↑](#footnote-ref-17)
18. Mondry, *Pemahaman Teori Dan Pratik Jurnalistik, Ghalia Indonesia,* Bogor, 2008, hlm.80-83 [↑](#footnote-ref-18)
19. https://id.wikipedia.org/wiki/Internet#Akses\_Internet [↑](#footnote-ref-19)
20. http://musiktopan.blogspot.co.id/2009/03/pengertian-musik.html [↑](#footnote-ref-20)
21. https://id.wikipedia.org/wiki/Nada [↑](#footnote-ref-21)