**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

**2.1 Komunikasi**

**2.1.1 Pengertian Komunikasi**

Kata atau istilah komunikasi (dari bahasa Inggris “*communication*”), secara etimologis atau menurut asal katanya adalah dari bahasa Latin *communicatus*, dan perkataan ini bersumber pada kata *communis* Dalam kata*communis* ini memiliki makna ‘berbagi’ atau ‘menjadi milik bersama’ yaitu suatu usaha yang memiliki tujuan untuk kebersamaan atau kesamaan makna.

Perspektif komunikasi, bahasa komunikasi pernyataan yang disampaikan dalam proses komunikasi disebut dengan pesan (*message*), orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator (*communicator*), sedangkan orangyang menerima pernyataan disebut komunikan (*comunicatee*). Untuk tegasnya, seperti yang dikemukakan **Effendy** dalam bukunya **Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi,** komunikasi berarti **“Proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan.” (2003:28).**

**Mulyana** yang mengutip dari **Miller** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi suatu pengantar** mengatakan bahwa komunikasi sebagai:

**Situasi-situasi yang memungkinkan suatu sumber mentransmisikan suatu pesan kepada seorang penerima dengan disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima*.*(2002:54)**

Penjelasan diatas mengasumsikan bahwa dalam komunikasi terjadi penyampaian pesan yang dengan disadari dapat mempengaruhi perilaku penerima pesan tersebut. Sehingga apa yang terjadi dalam suatu proses komunikasi adalah seorang penyampai pesan mempengaruhi prilaku penerima pesan.

**Kamus Besar Bahasa Indonesia** *edisi ketiga*, dari **Departemen Pendidikan Indonesia**, mendefinisikan bahwa komunikasi adalah **pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami***.* **(2002:585)**

Inti dari sebuah komunikasi adalah adanya komunikator (penyampai pesan), pesan (informasi yang disampaikan), dan komunikan (penerima pesan) juga timbal balik (*feedback)*. Sedangkan, pengertian komunikasi secara sederhana adalah proses penyampaian pesan dari penyampai pesan (*komunikator*) kepada penerima pesan (*komunikan*) sehingga terjadinya timbal balik (*feedback*).

**2.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi**

**Wiryanto** dalam buku **Pengantar Ilmu Komunikasi**. Mengutip dari **Harold D. Laswell** menjelaskan cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah “Dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who, Say What, In Which Channel, To Whom, With What Effect”.*Pertanyaan ini mengandung lima unsur dalam komunikasi yang menunjukkan studi ilmiah mengenai komunikasi cenderung untuk berkonsentrasi pada satu atau beberapa pertanyaan diatas :

**1. *Who* (siapa), komunikator yakni orang yang menyampaikan mengatakan, atau menyiatkan pesan-pesan baik secra lisan maupun tulisan. dalam hal ini komunikator melihat dan menganalisa factor yang memprakasai dan**

**membimbing kegiatan komunikasi.**

**2. *Say What* (mengatakan apa), pesan yaitu: ide, informasi, opini yang dinyatakan sebagai isi pesan dengan menggunakan simbol atau lambang**

**yang berarti.**

**3. *In which channel* (melalui saluran apa) media ialah alat yang dipergunakan komunikator untuk menyampaikan pesan agar pesan lebih mudah untuk diterima dan dipahami, biasanya komunikator menggunakan pers, radio, televisi, dan lain-lain.**

**4. *To Whom* (kepada siapa) komunikan ialah orang yang menjadi sasaran komunikator dalam menyampaikan pesan. untuk itu seorang komunikator harus mengetahui betul sifat dan kondisi komunikan dimanapun berada.**

**5. *Effect* (efek) yakni efek atau pengaruh kegiatan komunikasi yang di lakukan komunikator kepada komunikan, sehingga terlihat adanya perubahan yang terjadi dalam diri komunikan. (2004 :7).**

**2.1.3 Proses Komunikasi**

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator dengan komunikan melalui media dengan efek tertentu. Menurut **Effendy** dalam buku yang berjudul **Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek**. proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap yaitu :

 **1. Proses komunikasi secara primer**

 **Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna, dll yang secara mampu langsung mampu “menerjemahkan” pikiran dan atau perasan komunikator kepada komunikan.**

 **2. Proses komunikasi secara sekunder**

 **Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh sesorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah menggunakan lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikas sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. (2005:11)**

**2.2 Komunikasi Massa**

**2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa**

 Komunikasi massa dalam tinjauan praktis adalah proses penyampaian pesan dari komunikator (pengirim) kepada komunikan (penerima) dengan menggunakan media massa sebagai perantaranya. Dalam komunikasi massa ini, saluran komunikasi yang lazim digunakan dapat berupa media massa cetak, elektronik, atau media massa *online*.

Media massa elektronik jenisnya meliputi radio dan televisi, sementara media massa cetak jenisnya meliputi koran, majalah, tabloid, buletin, poster, pamflet, dan sebagainya. Saat ini media massa generasi terbaru ialah *online* yang terhubung dengan jaringan internet.

Dalam peninjauan para pakar komunikasi, definisi komunikasi massa paling sederhana dikemukakan oleh **Bittner** yangdikutip dari buku **Komunikasi Massa**, karangan **Ardianto**, yaitu: ***Mass commnucation is messages communicated through a mass medium to a large number of people* [2003:3]**. Definisi tersebut, mengartikan bahwa komunikasi massa merupakan bentuk pengiriman pesan kepada komunikan yang jumlahnya banyak melalui media massa.

**2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa**

Fungsi komunikasi massa menurut **Dominick**, yang dikemukakan **Ardianto**, dalam bukunya yang berjudul **Komunikasi Massa Suau Pengantar**, adalah sebagai berikut:

**1. *Surveillance* (Pengawasan)**

**Pengawasan mengacu kepada yang kita kenal sebagai peranan berita dan informasi dari media massa. Media mengambil tempat para pengawal yang mempekerjakan pengawasan.**

**2. *Interpretation* (Penafsiran)**

**Media massa tidak hanya menyajikan fakta atau data, tetapi juga informasi beserta penafsiran mengenai suatu peristiwa tertentu. Tujuan penafsiran media ingin mengajak para pembaca atau pemirsa untuk memperluas wawasan dan membahasnya lebih lanjut dalam komunikasi antarpribadi atau komunikasi kelompok.**

**3. *Linkage* (Pertalian)**

**Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk lingkage (pertalian) berdasarkan kepentingadan minat yang sama tentang sesuatu.**

**4. *Transmission of Values* (Penyebaran nilai-nilai)**

**Fungsi ini juga disebut sosialisasi. Sosialisasi mengacu kepada cara, di mana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa menyajikan penggambaran masyarakat dan dengan membaca, mendengar, dan menonton maka seseorang mempelajari bagaimana khalayak berperilaku dan nilai-nilai apa yang penting.**

**5. *Entertainment* (Hiburan)**

**Fungsi menghibur dari komunikasi massa tidak lain tujuannya adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak, karena dengan melihat berita-berita ringan atau melihat tayangan-tayangan hiburan di televisi dapat membuat pikiran khalayak segar kembali. (2004:15-18)**

Dari fungsi-fungsi komunikasi massa diatas, secara tidak langsung telah memberikan unsur pengaruh terhadap khalayak atau publik. Pengaruh tersebut terjadi akibat adanya pertemuan antara pesan komunikasi massa dan persepsi dalam komunikasi *intrapersonal*. **Wilbur Schramm** dalam buku **Peranan Komunikasi Massa dalam Pembangunan** karangan **Eduard Depari** dan **Colin Mc Andrews** menyatakan bahwa media massa merupakan sarana paling efektif untuk:

1. **Menjangkau masyarakat dalam usaha memperkenalkan ide baru, dan**
2. **Membujuk masyarakat agar memanfaatkan inovasi tersebut [1978:29]**

**2.2.3 Karakteristik Komunikasi Massa**

Seseorang yang akan menggunakan media massa sebagai sarana untuk melakukan kegiatan komunikasi, maka perlu memahami karakteristik komunikasi massa. Menurut **Severin** dan **Tankard** yang dikutip **Suprapto** dalam bukunya **“Pengantar Teori Komunikasi”** berdasarkan sifat-sifat komponen, komunikasi massa mempunyai ciri-ciri khusus sebagai berikut:

**1. Berlangsung satu arah**

**Bandingkan dengan komunikasi antar personal yang berlangsung dua arah. Dalam komunikasi massa feedback baru akan diperoleh setelah komunikasi berlangsung.**

**2. Komunikator pada komunikasi massa melembaga Informasi yang disampaikan melalui media massa merupakan produk bersama. Seorang komunikator dalam media massa bertindak atas nama lembaga dan nyaris tak memiliki kebebasan individual.**

**3. Pesan-pesan bersifat umum**

 **Pesan-pesan yang disampaikan melalui media massa pada umumnya bersifat umum (untuk orang banyak).**

**4. Melahirkan keserempakan**

**Bagaimana kekuatan sebuah radio siaran melalui acara tertentu memaksa pendengarnya untuk secara serempak mendengarkan acara tersebut.**

**5. Komunikan komunikasi massa bersifat heterogen**

**Kemajemukan audience komunikasi massa menyebabkan pelaksana komunikasi massa harus benar-benar mempersiapkan semua ide atau informasi yang akan disampaikan sebaik mungkin sebelum disebarluaskan. (2006:13-14).**

Menurut **Effendy** dalam bukunya **Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi**, menyebutkan tentang karakteristik komunikasi massa sebagai berikut:

1. **Komunikasi massa bersifat umum**
2. **Komunikan bersifat heterogen**
3. **Media massa menimbulkan keserempakan**
4. **Hubungan komunikator-komunikan bersifat non-pribadi [2003:81-83].**

Pandangan lain mengenai karakteristik komunikasi massa ini disebutkan juga oleh **A.W. Widjaja** dalam bukunya **Komunikasi dan Hubungan Masyarakat [1986:25]**, ia mengatakan bahwa karakter dari komunikasi massa yaitu sifat komunikasinya yang hanya berlangsung satu arah. Saat proses komunikasi sedang berlangsung, bahwa *feedback* (umpan balik) yang terjadi dalam komunikasinya bersifat *delayed feedback*, atau tertunda, tidak cepat didapat.

**2.2.4 Model Komunikasi Massa**

 Komunikasi dengan menggunakan media massa banyak mendapat penelitian dari para ahli. Hal ini disebabkan semakin majunya teknologo dibidang media.

 Model dari komunikasi massa menurut **Effendy** dalam bukunya **Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi**, yaitu:

**a. Model jarum hipodermik**

 **Secara harfiah hipodermik berarti “dibawah kulit” dalam hubungannya dengan komunikasi massa istilah model jaru hipodermik mengandung anggapan dasar bahwa media massa menimbulkan efek yang kuat, terarah, segera dan langsung itu sejalan dengan pengertian *“stimulus response”* perangsang tanggapan yang mulai dikenal sejak penelitian ilmu jiwa pada tahun 1930-an.**

**b. Model Komunikasi Satu Tahap**

**Model komunkasi satu tahap menyatakan bahwa seluruh media massa berkomunikasi tanpa berlalunya suatu pesan melalui orang lain, tetapi pesan tersebut tidak mencapai semua komunikan dan tidak dan tidak menimbulkan efek yang sama pada setiap komunikan.**

**c. Model komunikasi dua tahap**

**Model komunikasi dua tahap ini menyebabkan kita menaruh perhatian kepada peranan media massa dan komunikasi antar pribadi.**

**d. Model komunikasi tahap ganda**

**Model ini menggabungkan semua model yang telah dibicarakan terlebih dahulu, model banyak tahap ini didasrkan pada fungsi penyebaran yang berurutan yang terjadi pada kebanyakan situasi komunikasi. (2003:84-86)**

**2.3 Pers**

**2.3.1 Pengertian Pers**

 Pers  adalah badan yang membuat penerbitan [media massa](https://id.wikipedia.org/wiki/Media_massa) secara berkala.Secara etimologis, kata *Pers*  (Belanda), atau  *Press* (inggris), atau  *presse* (prancis), berasal dari bahasa latin,  *perssare*  dari kata *premere*, yang berarti “Tekan” atau “Cetak”, definisi terminologisnya adalah “media massa cetak” atau “media cetak”.

 Pengertian pers berdasarkan ketentuan **Pasal 1 butir 1 Undang-undang Nomor 40 tahun 1999** adalah:

**Pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan meyampaikan 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.**

Perkembangan pers mempunyai dua pengertian, yakni pers dalam pengertian sempit dan pers dalam pengertian luas. **Sumadiria** dalam bukunyayang berjudul **Jurnalistik Indonesia,** menjelaskan bahwa:

 **Pers dalam arti sempit hanya merujuk kepada media cetak berkala: surat kabar, majalah, tabloid. Sedangkan dalam arti luas, pers bukan hanya menuju pada media cetak berkala melainkan juga mencakup media elektronik audiovisual berkala yakni radio, televise, film dan media online internet. Pers dalam arti luas disebut media massa. (2005:31)**

 Sekarang kata pers atau press digunakan untuk merujuk semua kegiatan jurnalistik, terutama kegiatan yang berhubungan dengan menghimpun berita. Pers dan jurnalistik dapat di ibaratkan sebagai jiwa dan raga. Pers adalah aspek raga, karena ia berwujud, konkret dan nyata, sedangkan jurnalistik adalah aspek jiwa, karena ia abstrak, merupakan kegiatan, dan menghidupi aspek pers.

**2.3.2 Fungsi Pers**

 **Hikmat Kusumaningrat dan Purnama Kusumaningrat** dalam bukunya

**Jurnalistik; Teori Dan Praktik.** menambahi fungsi dari jurnalistik atau pers

selain di atas, yaitu:

1. **Fungsi interpretatif dan direktif, yaitu memberikan interprestasi dan bimbingan. Jurnalis harus menceritakan kepada masyarakat tentang arti suatu kejadian. Ini biasanya dilakukan oleh pers lewat rubrik mereka misalnya tajuk rencana atau editorial.**
2. **Fungsi regeneratif, yaitu menceritakan bagaimana sesuatu itu dilakukan di masa lampau, bagaimana dunia ini dijalankan sekarang, bagaimana sesuatu itu diselesaikan, dan apa yang dianggap oleh dunia ini benar atau salah. Jadi jurnalis atau pers membantu menyampaikan warisan sosial kepada generasi baru agar terjadi proses regenerasi dari angkatan yang terdahulu ke angkatan yang selanjutnya.**
3. **Fungsi pengawalan hak – hak warga, yaitu mengawal dan mengamankan hak – hak pribadi. Demikian pula halnya, bila ada massa rakyat berdemonstrasi, pers harus menjaga baik – baik jangan sampai timbul tirani golongan mayoritas dimana golongan mayoritas tersebut menguasai dan menekan golongan minoritas.**
4. **Fungsi ekonomi, yaitu melayani sistem ekonomi melalui iklan.**
5. **Fungsi swadaya, yaitu bahwa pers atau jurnalis mempunyai kewajiban untuk memupuk kemampuannya sendiri agar ia dapat membebaskan dirinya dari pengaruh – pengaruh serta tekanan – tekanan dalam bidang keuangan.**

 Dalam **Undang - Undang Pers (UU No. 11 tahun 1967, tentang ketentuan - ketentuan pokok pers),** disebutkan dan diakui fungsi pers jurnalistik dalam **bab 2 pasal 2-5, yaitu:**

1. **Mempertahankan UUD 1945**
2. **Memperjuangkan amanat penderitaan rakyat berlandaskan demokrasi Pancasila.**
3. **Memperjuangkan kebenaran dan keadilan.**
4. **Membina persatuan dan kesatuan bangsa.**
5. **Menjadi penyalur pendapat umum dan konstruktif.**

**2.3.3 Karakteristik Pers**

 Setiap media memiliki karakteristik sendiri yang sekaligus membedakannya dengan media lain. Dari karakteristik inilah lahir sebuah identitas. **Sumadiria** dalam bukunya **Jurnalistik Indonesia** menjelaskan pers memiliki lima ciri spesifik yang sekaligus menjadi identitas masing-masing media satu dengan yang lainnya sebagai berikut:

1. **Perioditas**

 **Pers harus terbit secara teratur, periodik. Misalnya setiap hari, setiap minggu, setiap bulan, dan sebagainya. Pers harus konsisten dalam pilihan penerbitannya ini.**

1. **Publisitas**

 **Pers ditujukan kepada khalayak sasaran yang sangat heterogen. Apa yang dimaksud dengan heterogen menunjuk dua hal, yaitu geografis dan psikografis, geografis menunjuk kepada data administrasi kependudukan, seperti jenis kelamin, kelompok usia, suku bangsa, agama, tingkat pendidikan, tempat tinggal, pekerjaan dan sebagainya. Sedangkan psikografis menunjuk kepada karakter, sifat kepribadian, kebiasaan, adat istiadat dan sebagainya.**

1. **Aktualitas**

 **Informasi apapun yang disuguhkan media pers harus mengandung oleh unsure kebaruan, menunjuk kepada peristiwa yang benar-benar baru terjadi atau sedang terjadi. Secara etimologis, aktualitas mengandung tiga dimensi: kalender, waktu, masalah. Aktualitas kalender berarti merujuk kepada berbagai peristiwayang sudah tercantum atau terjadwal dalam kalender. Aktualitas waktu berkaitan dengan peristiwa yang baru saja terjadi, atau sesaat lagi akan terjadi. Aktualitas masalah berhubungan dengan peristiwa yang dilihat dari topiknya, sifatnya, dimensi dan dampaknya, karakteristiknya, mencerminkan fenomenayang senantiasa mengandung unsur kebaruan.**

1. **Universialitas**

 **Berkaitan dengan kesemestaan pers dilihat dari sumbernya dan dari keanekaragaman materi isinya.**

1. **Obketivitas**

 **Merupakan nilai etika dan moral yang harus dipegang teguh oleh surat kabar dalam menjalankan profesi jurnalistiknya, setiap berita yang disuguhkan itu harus dapat dipercaya dan menarik perhatian pembaca. (2005:2)**

**2.4 Jurnalistik**

**2.4.1 Pengertian Jurnalistik**

Dalam buku **Jurnalistik Indonesia,** **Menulis Berita dan Feature** karangan **Sumadiria [2005:2]**, secara etimologis jurnalistik berasal dari kata *journ*. Dalam bahasa Perancis, *journ* berarti catatan atau laporan harian. Secara sederhana jurnalistik dapat diartikan sebagai kegiatan yang berhubungan dengan pencatatan atau pelaporan setiap hari. Dengan demikian jurnalistik bukanlah pers dan bukan juga media massa. Jurnalistik adalah kegiatan, yang memungkinkan pers atau media massa bekerja dan diakui eksistensinya dengan baik.

Laporan yang dimaksud dalam pengertian jurnalistik diatas, yaitu catatan informasi. **Roland E. Wosley** dalam ***Understanding Magazines* [1969:3]** menyebutkan jurnalistik adalah pengumpulan, penulisan, penafsiran, pemrosesan dan penyebaran informasi umum, pendapat pemerhati, hiburan umum secara sistematik dan dapat dipercaya untuk diterbitkan pada surat kabar, majalah, dan disiarkan di stasiun siaran. Secara teknis, **Sumadiria** dalam bukunya **Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Feature**,merangkum sebuah definisi dari banyak pakar komunikasi mengenai definisi jurnalistik itu sendiri, menurutnya:

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

**2.4.2 Jenis-Jenis Jurnalistik**

Jurnalistik terbagi menjadi bebrapa jenis yang kemudian dapat dijadikan sebagai acuan dan karakteristik suatu media massa baik cetak atau elektronik. **Assegaf** dalam bukunya yang berjudul **Kamus Jurnalistik** mengemukakan jenis-jenis jurnalistik sebagai berikut:

1. ***Electronic journalisme* (jurnalistik elektronik), yakni pengetahuan tentang berita-berita yang disiarkan melalui media massa modern seperti film, televisi, radio kaset, dan sebagainya.**
2. ***Junket journalism* (jurnalistik foya-foya), yaitu praktek jurnalistik yang tercela, yakni wartawan yang mengadakan perjalanan jurnalistik atas biaya dan perjalanan yang berlebihan diongkosi si pengundang.**
3. ***Gutter journalism* (jurnalistik got), yaitu teknik jurnalistik yang lebih menonjolkan pemberitaan tentang seks dan kejahatan.**
4. ***Gossip journalism* (jurnalistik kasak-kusuk), yaitu jurnalistik yang lebih menekankan pada berita kasak-kusuk dan isu yang kebenarannya masih diragukan (“koran gosip”).**
5. ***Development journalism* (jurnalistik pembangunan), atau dalam istilah kita “pers pembangunan”, yaitu jurnalistik yang mengutamakan peranan pers dalam rangka pembangunan nasional negara dan bangsanya. (1999:70)**

 **Malik** dalam bukunya **Komunikasi Internasional** menjelaskan bahwa jenis-jenis jurnalistik meliputi:

* + - 1. ***Jazz journalism*.**

**Jurnalistik yang mengacu pada pemberitahuan hal-hal yang sensaional, menggemparkan atau menggegerkan, seperti meramu gosip atau rumor.**

* + - 1. ***Adversary journalism*.**

**Jurnalistik yang membawa misi penentangan atau permusuhan, yakni beritanya sering menentang kebijakan pemerintah atau penguasa (oposisi).**

* + - 1. ***Government-say-so-journalism*.**

**Jurnalistik yang memberitakan atau meliput apa saja yang disiarkan pemerintah layaknya koran pemerintah.**

* + - 1. ***Checkbook journalism*.**

**Jurnalistik yang untuk memperoleh bahan berita harus memberi uang pada sumber berita.**

* + - 1. ***Alcohol journalism*.**

**Jurnalistik liberal yang tidak menghargai urusan pribadi seseorang atau lembaga.**

* + - 1. ***Crusade journalism*.**

**Jurnalistik yang memperjuangkan nilai-nilai tertentu, misalnya demokrasi, sosialis, nilai-nilai keyakinan / nilai kebenaran. (1989:198)**

**2.5** **Televisi**

**2.5.1 Pengertian Televisi**

 Kata televisi terdiri dari kata tele yang berarti “jarak” dalam bahasa Yunani dan kata visi yang berarti “citra atau gambar” dalam bahasa Latin. Jadi, kata televisi berarti suatu sistem penyajian gambarberikut suaranya dari suatu tempat yang berjarak jauh.

Televisi adalah media pandang sekaligus media dengar (*audio- visual*). televisi berbeda dengan media cetak yang lebih merupakan media pandang. Orang memandang gambar yang ditayangkan di televisi, sekaligus mendengar atau mencerna narasi atau narasi dari gambar tersebut.

Televisi merupakan salah satu jenis media komunikasi massa yang paling efektif diantara media-media yang lain. hal itu, dikarenakan sifatnya yang audio-visual, serta karakteristiknya yang mampu menyampaikan pesan kepada audience yang sangat luas.

**2.5.2 Jurnalistik Televisi**

Televisi sebagai salah satu media elektronik merupakan sarana komunikasi yang dirasakan sangat efektif dalam hal penyajian berita, karena disamping bersifat audio juga dalam pemberitaannya televisi menyajikan visualisasi yang mendukung berita tersebut. Sesuai perkembangan informasi di bidang jurnalistik, televisi juga merupakan salah satu media yang dalam hal penyajiannya harus mengedepankan kualitas dari apa yang di beritakannya.

Penyiaran televisi Dalam **Undang-Undang No. 32 Tentang Penyiaran**, menyebutkan bahwa:

**Media komunikasi massa dengar pandang, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara dan gambar secara umum, baik terbuka maupun tertutup, berupa program yang teratur dan berkesinambungan.**

Dari semua media komunikasi yang ada, televisi merupakan media massa yang paling berpengaruh pada kehidupan manusia. Dengan sifatnya yang audiovisual, memungkinkan pesan yang disampaikan melalui media massa jenis ini tersampaikan kepada khalayak luas.

Televisi dengan tayangan beritanya sudah menjadi bagian dari kehidupan. Dengan sifatnya yang immediaty , media televisi mampu mendekatkan peristiwa dan tempat kejadian dengan penontonnya. Adapun Karateristik Media televisi adalah Media pandang dengar (audio-visual) Mengutamakan gambar, Mengutamakan kecepatan , Bersifat sekilas , Bersifat satu arah dan daya jangkau luas. (Usman Ks. 2009:23)

**2.5.3 Kode Etik Jurnalistik Televisi**

Dengan adanya kode etik jurnalistik, para wartawan atau seorang jurnalis mempunyai tanggung jawab dalam menyampaikan informasi haruslah berdasarkan fakta serta akurat dan wartawan tidak boleh menyampaikan berita yang bersifat dusta atau fitnah, melebih-lebihkan suatu peristiwa, serta menyebarkan informasi yang tidak akurat kepada masyarakat.

Seperti yang tertera pada **Kode Etik Jurnalistik Televisi** yang dibuat oleh **“IKATAN JURNALIS TELEVISI INDONESIA”** yaitu untuk menyampaikan beritanya haruslah mematuhi **Pasal 5** dalam hal cara pemberitaannya, adalah sebagai berikut:

* + - 1. **Selalu mengevakuasi informasi semata-mata berdasarkan kelayakan berita, menolak sensasi, berita menyesatkan, memutarbalikkan fakta, fitnah, cabul, dan sadis.**
			2. **Tidak menayangkan materi gambar maupun suara yang menyesatkan pemirsa.**
			3. **Tidak merekayasa peristiwa, gambar maupun suara untuk dijadikan berita.**
			4. **Menghindari berita yang memungkinkan benturan yang berkaitan dengan masalah SARA.**
1. **Menyatakan secara jelas berita-berita yang bersifat fakta, analisis, komentar, dan opini.**
2. **Tidak mencampur-adukkan berita dengan advertorial.**
3. **Mencabut atau meralat pada kesempatan pertama setiap pemberitaan yang tidak akurat, dan memberikan kesempatan hak jawab secara proposional bagi pihak yang dirugikan.**
4. **Menyajikan berita dengan menggunakan bahasa dan gambar yang santun dan patut, serta tidak melecehkan nilai-nilai kemanusiaan.**
5. **Menghormati embargo dan 0ff the record.**

**2.5.4 Pengertian Berita Televisi**

Selain pendapat dan opini, berita menjadi salah satu bentuk dari jurnalistik, kegiatan dimana mencari, mengolah, menyusun, dan menyajikan berita adalah merupakan proses dimana jurnalistik ini terjadi. Berita merupakan factor penting dalam suatu media massa.

Siaran berita melalui media elektronik, khususnya media televisi, sifatnya hanya sekilas atau disebut juga dengan istilah ”*transitori*” artinya, informasi tersebut hanya dapat di dengar atau dilihat dengan sepintas saja. Tidak dapat di ulang lagi. Terkecuali penonton televisi memang telah menyediakan alat bantu perekam. Maka dengan sifatnya tersebut, diharuskan untuk penyaji berita televisi khususnya, menyajikan berita yang faktual dan aktual dengan penulisan yang singkat, jelas, padat dan tentu harus menarik pula.

Menurut **JB Wahyudi** dalam buku **Jurnalistik televisi teknik memburu dan menulis berita**, menjelaskan :

**Berita adalah laporan tentang peristiwa atau pendapat yang memiliki nilai penting, menarik bagi sebagaian khalayak, masih baru dan dipublikasikan secara luas melalui media massa periodik.(2007:)**

Menurut **Romli** dalam bukunya **Jurnalistik Terapan**, **“berita adalah laporan peristiwa atau peristiwa yang dilaporkan melalui media massa”. (2005:34)**

Berita adalah informasi, tetapi tidak semua informasi adalah berita. Dalam segi content dan pengemasannya pun berita harus berkualitas, sehinggga menurut **Baksin** yang mengutip **Charnley** dalam bukunya **Jurnalistik Televisi** ada beberapa standar yang dipakai untuk mengukur kualitas berita :

* 1. ***Accurate : All information is verified before is used***

**Artinya, sebelum berita itu disebarluaskan harus di cek dulu ketepatannya**

* 1. ***Properly attributed* : *The reporter identifies his or her source of information***

**Artinya, semua saksi atau narasumber harus punya kapabilitas untuk memberikan kesaksian atau informasi tentang yng diberitakan**

* 1. ***Balanced and fair : All sides in a controversy are given***

**Artinya, bahwa semua narasumber harus digali informasinya secara seimbang**

* 1. ***Objective* : *The news writer does not inject his or her feeling or opinion***

**Artinya, penulis berita harus objektif sesuai dengan informasi yang di dapat dari realitas, fakta, dan narasumber.**

* 1. ***Brief and focused* : *The news story gets to the point quickly***

**Artinya, materi berita disusun secara ringkas, padat, dan langsung sehingga mudah dipahami**

* 1. ***Well written : Stories are clear, direct, interesting***

**Artinya, kisah beritanya jelas, langsung, dan menarik. (2006 : 51).**

Unsur-unsur dari kualitas yang disebutkan tersebut, mengharuskan seorang reporter untuk memperhatikan dari apa yang dikerjakannya. Karena, sangat dipastikan para penikmat berita sangat menginginkan bentuk dari berita yang disajikan menarik. Konsisten akan aturan yang ada, kreatif, juga keobjektifan dari seorang reporter dalam mencari berita menjadi syarat seorang wartawan, dijelaskan secara implicit oleh Charnley dalam pemaparannya.

 Berita dalam setiap penyusunannya, memiliki unsur 5W+1H: *What* (apa yang terjadi), *Who* (siapa pelaku atau orang yang terlibat dalam kejadian itu), *Why* (kenapa hal itu terjadi), *When* (kapan kejadiannya), *Where* (di mana terjadinya), dan *How* (bagaimana proses kejadiannya). Sudah merupakan aturan baku dalam setiap penyajiannya, berita harus terdapat unsur-unsur tersebut.

 Dari tahap-tahap yang telah dijelaskan diatas, maka pemberitaan televisi harus dapat menjalankan kegiatan jurnalistik dengan baik dalam proses produksi acaranya demi mencapai tujuan program secara umum. Mulai dari tahap penugasan, peliputan di lapangan, pengeditan berita, mixing berita, hingga tahap penayangan berita.

**2.5.5 Bahasa Jurnalistik Televisi**

Bahasa jurnalistik elektronik (radio dan televisi) tetap menggunakan standar ejaan yang disempurnakan (EYD). bahasa jurnalistik sama saja seperti yang digunakan pada umumnya, yaitu mengikuti aturan-aturan bahasa yang baku, mengikuti tata bahasa yang berlaku dan digunakan kosakata yang sama secara umum, seperti yang dijelaskan **Sumadiria** dalam bukunya Bahasa **Jurnalistik, Panduan Praktis Penulis dan Jurnalis** Ada tujuh belas ciri utama bahasa jurnalistik yang berlaku untuk semua bentuk media berkala tersebut, yaitu:

1. **Sederhana: Sederhana berarti selalu mengutamakan atau memilih kata atau kalimat yang paling banyak diketahui maknanya oleh khalayak pembaca yang sangat heterogen, baik dilihat dari tingkat intelektualitasnya maupun karakteristik demografis dan psikografisnya.**
2. **Singkat: Singkat berarti langsung kepada pokok masalah (to the point), tidak bertele-tele, tidak berputar-putar, tidak memboroskan waktu pembaca yang sangat sederhana.**
3. **Padat: Padat berarti sarat informasi. Setiap kalimat dan paragraf yang ditulis memuat banyak informasi penting dan menarik untuk khalayak pembaca.**
4. **Lugas: Lugas berarti tegas, tidak ambigu, sekaligus menghindari eufemisme atau penghalusan kata dan kalimat yang bisa membingungkan khalayak pembaca sehingga terjadi perbedaan persepsi dan kesalahan konklusi.**
5. **Jelas: Jelas berarti mudah ditangkap maksudnya, tidak baur dan kabur. Jelas di sini mengandung tiga arti: jelas artinya, jelas susunan kata atau kalimatnya, dan jelas sasaran atau maksudnya.**
6. **Jernih: Jernih berarti bening, tembus pandang, transparan, jujur, tulus, tidak menyembunyikan sesuatu yang lain yang bersifat negatif seperti prasangka atau fitnah. Kata dan kalimat yang jernih berarti kata dan kalimat yang tidak memiliki agenda tersembunyi di balik pemuatan suatu berita atau laporan.**
7. **Menarik: Artinya mampu membangkitkan minat dan perhatian khalayak pembaca, memicu selera baca, serta membuat orang yang sedang tertidur, terjaga seketika.**
8. **Demokratis: Demokratis berarti bahasa jurnalistik tidak mengenal tingkatan, pangkat, kasta, atau perbedaan dari pihak yang menyapa dan pihak yang disapa. Bahasa jurnalistik menekankan aspek fungsional dan komunal sehingga sama sekali tidak dikenal pendekatan feodal sebagaimana dijumpai pada masyarakat dalam lingkungan priyayi dan keraton.**
9. **Populis: Populis berarti setiap kata, istilah, atau kalimat apa pun yang terdapat dalam karya-karya jurnalistik harus akrab di telinga, di mata, dan di benak pikiran khalayak pembaca.**
10. **Logis: Artinya, apa pun yang terdapat dalam kata, istilah, kalimat, atau paragraf jurnalistik harus dapat diterima dan tidak bertentangan dengan akal sehat (common sense).**
11. **Gramatikal: Berarti setiap kata, istilah, atau kalimat apa pun yang terdapat dalam karya-karya jurnalistik harus mengikuti kaidah tata bahasa baku.**
12. **Menghindari kata tutur: Kata tutur adalah kata yang biasa digunakan dalam percakapan sehari-hari secara informal. Contoh: bilang, dibilangin, bikin, kayaknya, mangkanya, kelar, jontor, dll..**
13. **Menghindari kata dan istilah asing: Berita atau laporan yang banyak diselipi kata-kata asing, selain tidak informatif dan komunikatif, juga sangat membingungkan. Menurut teori komunikasi, media massa anonim dan heterogen, tidak saling mengenal dan benar-benar majemuk.**
14. **Pilihan kata (diksi) yang tepat: Bahasa jurnalistik sangat menekankan efektivitas. Setiap kalimat yang disusun tidak hanya harus produktif, tetapi juga tidak boleh keluar dari asas efektivitas. Artinya, setiap kata yang dipilih memang tepat dan akurat, sesuai dengan tujuan pesan pokok yang ingin disampaikan kepada khalayak.**
15. **Mengutamakan kalimat aktif: Kalimat aktif lebih mudah dipahami dan lebih disukai oleh khalayak pembaca daripada kalimat pasif. Kalimat aktif lebih memudahkan pengertian dan memperjelas pemahaman, sedangkan kalimat pasif sering menyesatkan pengertian dan mengaburkan pemahaman.**
16. **Menghindari kata atau istilah teknis: Karena ditujukan untuk umum, bahasa jurnalistik harus sederhana, mudah dipahami, ringan dibaca, tidak membuat kening berkerut apalagi sampai membuat kepala berdenyut. Bagaimanapun, kata atau istilah teknis hanya berlaku untuk kelompok atau komunitas tertentu yang relatif homogen. Realitas yang homogen, menurut perspektif filsafat bahasa, tidak boleh dibawa ke dalam realitas yang heterogen. Selain tidak efektif, itu juga mengandung unsur pemerkosaan.**
17. **Tunduk kepada kaidah etika: Salah satu fungsi utama pers adalah mendidik. Fungsi ini bukan saja harus tercermin pada materi isi berita, laporan gambar, dan artikel-artikelnya, melainkan juga harus tampak pada bahasanya. Pada bahasa tersimpul etika. Bahasa tidak saja mencerminkan pikiran seseorang, tetapi sekaligus juga menunjukkan etika orang itu. Sebagai pendidik, pers wajib menggunakan serta tunduk kepada kaidah dan etika bahasa baku. (2006:8)**

**2.6 Tinjauan Program Acara**

**2.6.1 Pengertian Program Acara**

Salah satu aspek penentu keberhasilan sebuar Televisi siaran adalah berkaitan dengan program-program acara yang disajikan. Kelebihan lain dari media massa Televisi adalah acaranya dapat dinikmati dalam segala suasana. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam merancang sebuah program acara, diantaranya :

**2.6.2 Format Program Acara Televisi**

Televisi merupakan media massa periodik yang memiliki kemampuan

menjangkau khalayak luas dalam waktu bersamaan. Salah satu aspek yang dapat

menentukan keberhasilan Televisi berkaitan dengan program-program acara yang

disiarkan. Acara yang tidak menarik akan ditinggalkan penonton. Lebih jauh lagi

acara yang tidak menarik akan dijauhi oleh pemasang iklan. Sebaliknya jika acara

yang menarik akan mendongkrak nilai jual serta menempatkan posisi Televisi

tersebut pada tempat terhormat.

Format adalah kemasan yang mengemas program pagi, siang, sore, malam dan dini hari. Keseluruhannya diformulasikan dalam rencana siaran mingguan, bulanan dan tahunan. Kemasan menjadi ciri dari sebuah Stasiun Televisi yang dapat dilihat dari siaran-siaran yang beragam. Penyelenggaraan siaran harus dapat melihat dan mengambil peluang-peluang yang memungkinkan suatu format berkembang.kesalahan membuat format akan berakibat fatal. (Munthe, 1996 : 54-55).

Kebijakan pasar bebas dari pemerintah melalui sebuah filosofi ”biarkan

pasar menentukan” dalam pemograman Televisi komersil memberi kebebasan

yang sangat besar kepada Stasiun Televisi untuk memutuskan sifat produk

siarannya, tapi menentukan apa yang ditawarkan kepada penonton yang sering

disuguhi lusinan alternatif, melibatkan perencanaan yang rumit. Prinsipnya tentu

menyiarkan jenis format yang dapat menarik demografi khalayak dengan jumlah

yang memadai untuk memuaskan pengiklan. Begitu suatu Stasiun memutuskan format yang akan diprogramnya, Stasiun tersebut harus tahu bagaimana melaksanakan itu secara efektif.

**2.6.3 Indikator Program Acara**

 Program lahir dari pemikiran, ide, dan gagasan seseorang atau kelompok untuk menciptakan suatu acara yang menarik agar dapat disiarkan. Secara sederhana program dapat diartikan sebagai susunan acara yang disajikan dalam bentuk siaran. **Effendy** dalam bukunya yang berjudul **Kamus Komunikasi** menjelaskanbahwa **program atau acara adalah rancangan penyiaran produksi siaran televisi atau radio. (1989:27)**

Menurut **Badjuri** dalam buku **Jurnalistik Televisi** menjelaskan indikator- indikator program berita adalah sebagai berikut:

1. **Pembawa acara**
2. **Menarik minat penonton**
3. **Penyampaian informasi**
4. **Frekuensi penyajian acara. (2010:97)**

Menurut **Badjuri** dalam buku **Jurnalistik Televisi** menjelaskan:

**Berita adalah informasi hangat dan aktual yang disajikan kepada umum mengenai apa yang sedang terjadi tentang apa yang harus dipikirkan dan bagaimana bertindak. (2010:73)**

Program berita yang dibuat oleh stasiun televisi haruslah sesuai dengan nilai kebenaran dan mempunyai nilai berita dan juga diminati oleh penonton. Hal yang paling penting adalah dalam setiap program adalah nilai jual, karena penonton akan mengharapkan sesuatu hal yang baru. Dalam menawarkan program berita kepada penonton televisi juga harus bisa mengemas program tersebut menjadi layak untuk disampaikan kepada penonton dan program berita yang ditawarkan dapat memenuhi kebutuhab masyarakat akan informasi.

**2.7 Tinjauan Pengetahuan**

**2.7.1 Pengertian Pengetahuan**

Pengetahuan adalah hasil penginderaan manusia, atau hasil tahu seseorang terhadap objek melalui indera yang dimiliknya. Menurut **Kamus Besar Bahasa Indonesia** pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan hal. pengetahuan merupakan domain yang sangat penting untuk terbentuknya tindakan seseorang suatu (over behavior). pengetahuan tentang suatu objek mengandung dua aspek yaitu aspek positif dan aspek negatif. Kedua aspek ini yang akan menentukan sikap seseorang, semakin banyak aspek positif dan objek yang diketahui, maka akan akan menimbulkan sikap makin positif terhadap objek tertentu.

Manusia merupakan Makhluk ciptaan Tuhan YME yang diberikan kehidupan dan pola berpikir yang berbeda–beda. Dengan demikian, manusia mempunyai rasa ingin tahu yang besar, sehingga mencari yang ingin diketahuinya secara langsung dengan kesadaran sendiri.

**Rakhmat** dalam buku **Psikologi Komunikasi**, menerangkan bahwa :

**Pengetahuan adalah alat utama dari jiwa (mind), jiwa menafsirkan pengalaman indrawi secara aktif: menciptakan, mengorganisasikan, menafsirkan, mendistorsi, dan mencari makna. (2001:26)**

Pengetahuan menjadi alat bagi manusia dalam menafsirkan informasi yang diterimanya dengan fungsi alat indera untuk menerima informasi dari lingkungan sekitarnya secara aktif kemudian menciptakan pengalaman yang akan berkaitan dengan perasaan seseorang terhadap suatu objek yang akhirnya manusia mampu menafsirkan atau menyimpulkan informasi yang telah diperolehnya.

**2.7.2 Indikator Pengetahuan**

Klasifikasi pengetahuan menurut **Rakhmat** dalam bukunya **Psikologi** **Komunikasi** terdiri dari :

1. **Sensasi adalah fungsi alat indera dalam menerima informasi dari lingkungan. Melalui alat indralah manusia memperoleh pengetahuan dan semua kemampuan untuk berinteraksi.**
2. **Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan – hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.**
3. **Berfikir adalah mengolah dan memanipulasikan informasi untuk memenuhi kebutuhan dan memberikan respons. (2000:49)**

Pengetahuan adalah berbagai kekayaan psikologis atau mental yang didapatkan oleh manusia untuk memperkaya kehidupannya. Manusia yang bijaksana selalu berfikir, bersikap dan bertindak berdasarkan pengetahuan yang didapat. Untuk itu pengetahuan menjadi suatu hal yang penting dalam kehidupan manusia.

**Ardianto** dan **Erdinaya** dalam buku **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** menyatakan bahwa pengetahuan adalah : **“Kesadaran individu akan adanya inovasi dan pemahaman tertentu tentang bagaimana inovasi tersebut berfungsi. (2005:64)**

Pengertian diatas menjelaskan bahwa, jiwa *(mind)* itu menjadi alat utama dalam menafsirkan pengalaman indrawi secara aktif dan sadar, mengenai perubahan yang terjadi, dan bagaimana perubahan itu berfungsi dalam kehidupan manusia.

Pengetahuan merupakan hasil dari panca indra manusia, informasi yang disajikan melalui program *Info 19* di I Channel Tv Bandung diharapkan menambah pengetahuan pemirsa mengenai informasi berita maupun perkembangan terkini seputar Bandung dan Jawa Barat, Dalam Negri dan Luar Negeri. Dan secara tidak langsung mengembangkan serta memenuhi kebutuhan mereka akan informasi-informasi yang diperoleh melalui program Info 19.

**2.8 Hubungan Teori Agenda Setting Dengan Judul Penelitian**

Teori agenda setting mengasumsikan adanya hubungan positif antara penilaian yang diberikan media massa pada suatu persoalan dengan perhatian yang diberikan khalayak pada persoalan tersebut. Apa yang dianggap penting oleh media maka akan dianggap penting juga oleh masyarakat, apa yang dilupakan media akan luput pula dari perhatian masyarakat.

Media massa sebagai salah satu bagian dari komunikasi massa kerap menggunakan teori penentuan agenda ini dalam aktivitas komunikasinya. Teori ini lahir sebagai kritik terhadap teori *uses and gratification* karena hanya melebihkan rasionalitas, aktivitas komunikan, dan melupakan karakteristik *stimuli*.

Adanya dugaan semacam itu, pada prosesnya akan membentuk persepsi khalayak tentang apa yang dianggap penting tersebut. Oleh karenanya, *agenda* *setting* secara tidak langsung sedang menghidupkan kembali model jarum hipodermik tetapi dengan fokus yang telah bergeser, dari tujuan afektif ke kognitif, dari sikap ke kesadaran, dan dari pendapat ke pengetahuan.

**Maxwell McCombs dan Donald L. Shaw** adalah orang yang pertama kali memperkenalkan teori agenda setting ini. Teori ini muncul sekitar tahun 1973 dengan publikasi pertamanya berjudul **“ The Agenda Setting Function of The Mass Media ”.** Asumsi yang dikemukakan oleh kedua tokohnya Mc Combs dan Shaw adalah jika media memberikan tekanan pada suatu peristiwa maka media itu akan mempengaruhi khalayak untuk menganggapnya penting.

hampir satu dasawarsa sebelum **Mc Combs** dan **Shaw** mengemukakan model agenda setting dengan singkat menyatakan asumsi dasar-dasar model ini bahwa:

***“The press is significantly more than a surveyor of information and opinion. it may no be successful much of the time in telling what people what to think, but it is stunningly successful in telling readers what to think about”. (1999:68)***

Secara singkat teori penyusunan agenda ini mengatakan media khususnya media berita tidak selalu berhasil memberitahu apa yang kita pikir, tetapi media tersebut benar-benar berhasil memberitahu kita berpikir tentang apa. Media memberikan agenda-agenda melalui pemberitaannya, sedangkan masyarakat akan mengikutinya. Menurut asumsi teori ini media mempunyai kemampuan untuk menyeleksi dan mengarahkan perhatian masyarakat pada gagasan atau peristiwa tertentu.

Teori agenda setting menitik beratkan kepada variabel media massa, variabel antara, variabel efek, dan variabel efek lanjutan. Media massa diukur dengan menentukan batas waktu tertentu, panjang, penonjolan dan konflik. Variabel anttara merupakan unsur-unsur yang terdapat pada manusia. Variabel efek langsung berkaitan dengan issues, mana yang dianggap penting oleh khalayak, apa yang kemudian ramai dibicarakan oleh khalayak. Variabel efek lanjutan berkaitan dengan persepsi aksi atau tindakan untuk melakukan sesuatu kemudian diberikan oleh responden setelah menerima pesan komunikasi yang disampaikan media massa.

Menurut **Rakhmat** dalam bukunya **Psikologi Komunikasi [1992:229]**,teori *agenda setting* dimulai dengan suatu asumsi bahwa media massa menyaring berita, artikel, atau tulisan yang akan disiarkannya. Secara selektif, seorang *“gatekeepers”* seperti penyunting, redaksi, bahkan wartawan menentukan sendiri mana berita yang pantas untuk diberitahukan dan mana yang pantas untuk disembunyikan. Setiap kejadian atau isu diberi bobot tertentu dalam penyajiannya.

**Cohen** pada bukunya yang berjudul ***The Press and Foreign Policy* [1963:120],**menyebutkan dua asumsi dasar yang paling mendasari teori *agenda setting* atau penentuan agenda ini. Menurutnya, bahwa (1) masyarakat pers dan media massa tidak mencerminkan kenyataan; mereka membentuk dan menyaring isu, dan (2) konsentrasi media massa hanya pada beberapa masalah masyarakat untuk ditayangkan sebagai isu-isu yang lebih penting daripada isu-isu lain.

Cohen menambahkan, salah satu aspek penting dalam konsep *agenda setting* adalah peran fenomena komunikasi massa, berbagai media massa memiliki penentuan agenda yang potensial berbeda termasuk intervensi dari pemodal. “**Pers mungkin tidak berhasil banyak waktu dalam menceritakan orang-orang berpikir, tetapi berhasil mengalihkan para pemirsa dalam berpikir tentang apa** **[1963:120].**”

Penelitian empiris tentang teori ini dilakukan oleh **McCombs** dan **Shaw** ketika mereka meneliti pemilihan Presiden pada tahun 1972. Mereka menulis laporan yang kemudian dimuat dalam *Public Opinion Quarterly*, dan ditulis ulang oleh **Rakhmat** dalam **Psikologi Komunikasi**,antara lain:

**Walaupun para ilmuwan yang meneliti perilaku manusia belum menemukan kekuatan media seperti yang disinyalir oleh pandangan masyarakat konvensional, belakangan ini mereka menemukan cukup bukti bahwa para penyunting dan penyiar memainkan peranan yang penting dalam membentuk realitas sosial kita, ketika mereka melakukan tugas keseharian mereka dalam memilih dan menonjolkan berita. Khalayak bukan saja belajar tentang isu-isu masyarakat dan hal-hal lain melalui media, mereka juga belajar sejauh mana pentingnya suatu isu atau topik dari penegasan yang diberikan oleh media massa. Misalnya, dalam merenungkan apa yang diucapkan kandidat selama kampanye, media massa tampaknya menentukan isu-isu yang penting. Dengan kata lain, media menentukan “acara” (agenda) kampanye.**

**Dampak media massa—kemampuan untuk menimbulkan perubahan kognitif di antara individu-individu—telah dijuluki sebagai fungsi *agenda setting*** **dari komunikasi massa. Di sinilah terletak efek komunikasi massa yang terpenting, kemampuan media untuk menstruktur dunia buat kita [1992:229].**