**BAB II**

**KAJIAN PUSTAKA**

**2.1 Komunikasi**

Secara etimologis, istilah komunikasi berasal dari bahasa latin yaitu *communication,* akar kata *communis* adalah *communico* yang berarti sama. Dalam hal ini, yang dibagi adalah pemahaman bersama melalui pertukaran pesan. Jadi, komunikasi berlangsung apabila antara orang-orang yang terlibat terdapat kesamaan makna mengenai suatu hal yang dikomunikasikan. Dengan kata lain, hubungan antara mereka bersifat komunikatif. Sebaliknya, jika orang-orang tersebut tidak mengerti, komunikasi tidak berlangsung. Maka hubungan antara orang-orang itu tidak komunikatif.

 Hakikat komunikasi menurut **Effendy** adalah :

**“Proses pernyataan antar manusia. Yang dinyatakan itu adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya”. (2003: 28)**

Selanjutnya, **Effendy** juga mengemukakan definisi komunikasi secara paradigmatis dalam bukunya **Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi**, yaitu :

**“Komunikasi adalah proses penyampaian pesan suatu proses oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan maupun tak langsung melalui media”. (1998:5)**

Penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi berlangsung antara manusia, dimana yang memberikan informasi atau yang menyampaikan dinamakan komunikator dan yang menerima pesan dinamakan komunikan.

Dalam pengertian khusus komunikasi, **Hovland** (dalam **Effendy**) dalam buku **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek** mengatakan bahwa komunikasi adalah :

**“Proses mengubah perilaku orang lain (*communication is the procces to modify the behaviour of other individuals)* jadi dalam berkomunikasi bukan sekedar memberitahu, tetapi juga berupaya mempengaruhi agar seseorang atau sejumlah orang melakukan kegiatan atau tindakan yang diinginkan oleh komunikator, akan tetapi seseorang akan dapat mengubah sikap pendapat atau perilaku orang lain, hal ini bisa terjadi apabila komunikasi yang disampaikan bersifat komunikatif yaitu komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan harus benar-benar dimengerti dan dipahami oleh komunikan untuk mencapai tujuan komunikasi yang komunikatif”. (2001:10)**

Bebicara tentang definisi komunikasi, tidak ada definisi yang benar atau yang salah. Seperti model atau teori, definisi harus dilihat dari kemanfaatan untuk menjelaskan fenomena yang didefinisikan dan mengevaluasinya. Beberapa definisi mungkin terlalu sempit, misalnya komunikasi adalah penyampaian pesan melalui media lektronik. Atau luasnya, komunikasi adalah interaksi antara dua pihak atau lebih sehingga peserta komunikasi memahami pesan yang disampaikan.

**Rudy** menjelaskan pengertian singkat mengenai komunikasi dalam bukunya yang berjudul **Komunikasi dan Hubungan Masyarakat International**, bahwa :

**“Komunikasi adalah proses penyampaian informasi-informasi, pesan-pesan, gagasan atau pengertian dengan menggunakan lambang-lambang yang mengandung arti atau makna, baik secara verbal maupun non verbal dari seseorang atau sekelompok orang lainnya dengan tujuan untuk mencapai saling pengertian dan atau kesepakatan bersama”. (2005: 1)**

Definisi diatas peneliti mengambil kesimpulan rumusan bahwa lambang-lambang yang mengandung arti atau makna baik secara verbal maupun non verbal, mencakup bahasa lisan, tulisan, gerakan tubuh, gambar, warna, dan sebagainya.

 Pikiran dan perasaan sebagai isi pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan selalu menyatu secara terpadu, secara teoritis tidak mungkin hanya pikiran saja atau perasaan saja, msalahnya mana diantara pikiran dan perasaan itu yang dominan. Yang paling sering adalah pikiran yang dominan, jika perasaan yang mendominasi pikiran hanyalah dalaam situasi tertentu, misalnya suami sebagai komunikator ketika sedang marah mengucpkan kata-kata kasar yang menyakitkan. Situasi komunikasi yang pelik mengundang pertanyaan yang hakiki yang memerlukan jawaban yang hakiki pula. Adapun pengertian dari beberapa pakar memberikan pengertian tentang apa itu komunikasi. Menurut **Laswell** dalam **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek** karya **Effendy,** komunikasi adalah

**“Proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu”. (1984: 10)**

Pengertian komunikasi yang dipaparkan oleh para ahli komunikasi diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi dalah proses penyampaian pesan informasi yang bisa berupa tanya jawab, interaksi dengan maksud dan tujun tertentu yang diharapkan menimbulkan *feedback* (timbal balik).

 Hal yang terpenting dalam komunikasi adalah aktivitas memaknakan informasi yang disampaikan oleh sumber informasi dan pemaknaan yang dibuat oleh *audience* terhadap informasi yang diterimanya itu. Pemaknaan terhadap informasi bersifat subjektif dan kontekstual. Subjektif, artinya masing-masing pihak memiliki kapasitas untuk memaknakan informasi yang disebarkan atau diterimanya berdasarkan pada apa yang ia rasakan, ia yakini dan ia mengerti serta berdasarkan tingkat pengetahuan kedua pihak. Sedangkan kontekstual adalah bahwa pemaknaan itu berkaitan erat dengan kondisi waktu dan tempat dimana informasi itu ada dan dimana kedua belah pihak berada. Oleh karena itu, maka proses komunikasi memiliki dimensi yang sangat luas dalam pemaknaannya., karena dilakukan oleh subjek-objek yang beragam dan konteks sosial yang majemuk pula.

**2.1.1 Unsur-unsur Komunikasi**

Dalam melakukan komunikasi setiap individu berharap tujuan dari komunikasi itu sendiri dapat tercapai dan untuk mencapainya ada unsur-unsur yang harus dipahami. **Aristoteles** , ahli filsafat Yunani kuno dalam bukunya **Rhetorica** menyebutkan bahwa proses komunikasi memerlukan tig unsur yang mendukungnya, yakni siapa yang berbicara, apa yang dibicarakan dan siapa yang mendengar. Pandangan **Aristoteles** ini oleh sebagian besar pakar komunikasi dinilai lebih tepat untuk mendukung suatu proses komunikasi yang sangat populer bagi masyarakat Yunani. Menurut **Effendy** dalam bukunya yang berjudul **Dinamika Komunikasi** bahwa dari berbagai pengertian komunikasi yang telah ada tampak adanya sejumlah komponen atau unsur yang dicakup, yang merupakan persyaratan terjadinya komunikasi. Komponen tersebut ada sebagao berikut :

1. **Komunikator : Orang yang menyampaikan pesan.**
2. **Pesan : Pertanyaan yang didukung oleh lambang.**
3. **Komunikan : Orang yang menerima pesan.**
4. **Media : Sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya.**
5. **Efek : Dampak sebagai pengaruh dari pesan. (2002: 6)**

Unsur-unsur dari proses komunikasi diatas merupakan faktor penting dalam komunikasi, bahwa pada setiap unsur tersebut oleh para ahli ilmu komunikasi dijadikan objek ilmiah untuk ditelaah secara khusus.

**Claude E. Shannon dan Warren Weaver (1949)** mengatakan bahwa terjadinya proses komunikasi memerlukan lima unsur pendukungnya, yakni pengirim, transmitter, signal, penerima dan tujuan. **(Cangara, 2005: 21).** Kesimpulan ini didasarkan atas hasil studi yang mereka lakukan mengenai pengiriman pesan melalui radio dan telepon.

**Harold D Laswell** menyatakan mengenai proses komunikasi didalam kata-kata yang bersayap **“Who says what to whom in what channel with what effect”.**

**Who :** Merupakan sumber dari mana gagasan untuk berkomunikasi itu dimulai. Dan selanjutnya who disini dapat pula bermakna sebagai komunikator.

**What :** Disini tidak lain adalah pesan-pesan yang disampaikannya, yang dapat berupa buah pikiran, keterangan atau pernyataan sebuah sikap.

**Channel :** Saluran yang menjadi medium atau media dari penyampaian pesan tersebut sehingga dapat diterima oleh komunikan.

**Whom :** Disini dimaksudkan adalah komunikan. Yaitu sasaran yang dituju oleh seorang komunikator

**Effect :** ialah bagaimana hasil komunikasi yang dilancarkan tersebut diterima atau ditolak. Adakah perubahan sikap-sikap dari komunikan, berpatisipasi dia. Atau sebaliknya menentang.

**Mulyana** dalam buku berjudul **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** proses komunikasi dapat diklasifikasi menjadi dua bagian, yaitu :

1. **Komunikasi verbal : Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan bicara yang kita sadari termasuk ke dalam kategori pesan verbal disengaja yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. Bahasa dapat juga dianggap sebagai suatu sistem kode verbal.**
2. **Komunikasi non verbal : Secara sederhana pesan non verbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata, mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu setting komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan pengguna lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima. (2000: 237)**

Perilaku nonverbal dapat menggantikan perilaku verbal, jadi tanpa berbicara komunikasi nonverbal bisanya menggunakan definisi tidak menggunakan kata dengan ketat, dan tidak menyamakan komunikasi non-verbal dengan komunikasi nonlisan. Contohnya, bahasa isyarat dan tulisan tidak dianggap sebagai komunikasi nonverbal karena menggunakan kata, sedangkan intonasi dan gaya berbicara tergolong sebagai komunikasi nonverbal.

**2.1.2 Fungsi Komunikasi**

**William I. Loren Anderson** (dalam **Mulyana**) mengkategorikan fungsi komunikasi menjadi empat, yaitu :

1. **Sebagai Komunikasi Sosial**

**Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itunpenting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tegangan dan tekanan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur dan memupuk hubungan dangan orang lain.**

1. **Sebagai Komunikasi Ekspresif**

**Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi). Perasaan perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalui pesan-pesan nonverbal. Perasaan sayang, peduli, rindu, simpati, gembira, sedih, takut dapat disampaikan lewat kata-kata, namun bisa disampaikan lebih ekspresif lewat perilaku nonverbal. Misalnya ibu menunjukan kasih sayangnya dengan membelai kepala anaknya.**

1. **Sebagai Komunikasi Ritual**

**Komunikasi ritual biasanya dapat terlihat pada suatu komunitas yang melakukan upacara-upacara yang disebut oleh para antropolog sebagai *rites of passage*, seperti upacar kelahiran, upacara pernikahan, siraman, dan lain-lain. Dalam acara tersebut orang-orang biasanya mengucapkan kata-kata atau perilaku-perilaku simbolik.**

1. **Sebagai Komunikasi Instrumental**

**Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum, yaitu: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, menggerakan tindakan, dan juga menghibur. Sebagai instrumen, komunikasi tidak saja digunakan untuk menciptakan dan membangun hubungan, namun juga untuk menghancurkan hubungan tersebut. Komunikasi berfungsi sebagai instrumen untuk mencapai tujuan-tujuan pribadi dan pekerjaan, baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang.**

Dalam hal ini menunjukan bahwa fungsi komunikasi sangat beragam dan banyak arti. Maka dari itu peneliti menyimpulkan fungsi komunikasi adalah untuk memberikan suatu informasi kepada orang banyak dengan mempengaruhi seseorang atas tujuan dari komunikasi itu sendiri. Fungsi komunikasi pun mempererat silahturahmi seseorang yang belum sama sekali mengenal satu sama lain.

* + 1. **Tujuan Komunikasi**

Setiap individu yang bekomunikasi pasti memiliki tujuan, secara umum tujuan komunikasi adalah lawan bicara agar mengeri dan memahami maksud makna pesan yang disampaikan, lebih lanjut diharapkan dapat mendorong adanya perubahan opini, sikap, maupun perilaku.

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

1. **Peerubahan sikap (attitude change)**
2. **Perubahan pendapat (opinion change)**
3. **Perubahan perilaku (bheavior change)**
4. **Perubahan sosial (social change). (2006 :8)**

Sedangkan menurut **Devito** dalam bukunya **“Komunikasi Antar Manusia”** menyebutkan bahwa tujuan komunikasi adalah sebagai berikut :

1. **Menemukan**

**Dengan berkomunikasi kita dapat memahami secara baik diri kita sendiri dan diri orang lain yang kita ajak bicara. Komunikasi juga memungkinkan kita untuk menemukan dunia luar yang dipenuhi oleh objek, peristiwa dan manusia.**

1. **Untuk Berhubungan**

**Salah satu motivasi dalam diri manusia yang paling kuat adalah berhubungan dengan orang lain.**

1. **Untuk meyakinkan**

**Media massa ada sebagian besar untuk meyakinkan kita agar mengubah sikap dan perilaku kita.**

1. **Kita menggunakan banyak perilaku komunikasi kita untuk bermain dan menghibur diri kita dengan mendengarkan pelawak. (1997: 31)**

Penjelasan diatas menunjukan bahwa tujuan dari komunikasi adalah untuk meyakinkan seseorang agar seseorang tersebut dipengaruhi oleh kita sehingga komunikasi yang dilakukan berjalan dengan baik. Mengubah sikap dan perilaku seseorang dengan cara berkomunikasi dengan menggunakan yang jelas dan mudah dimengerti agar komunikan dengan mudah memahami pesan tersebut.

* + 1. **Proses Komunikasi**

Proses Komunikasi adalah bagaimana komunikator menyampaikan pesan kepada komunikannya, sehingga dapat menciptakan suatu persamaan makna antara komunikan dengan komunikatornya. Proses komunikasi ini bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif (sesuai dengan tujuan komunikasi pada umumnya).Proses komunikasi, banyak melalui perkembangan. Proses komunikasi dapat terjadi apabila ada interaksi antar manusia dan ada penyampaian pesan untuk mewujudkan motif komunikasi. Tahapan proses komunikasi adalah sebagai berikut :

1. Penginterpretasian yaitu hal yang diinterpretsikan adalah motif komunikasi, terjadi dalam diri komunikator artinya proses komunikasi tahap pertama bermula sejak motif komunikasi muncul hingga akal budi komunikator berhasil menginterprestasikan apa yang ia pikir dan rasakan ke dalam pesan (masih abstrak)
2. Penyandian yaitu tahap ini masih ada dalam komunikator dari [pesan](http://www.lusa.web.id/tag/pesan/) yang bersifat abstrak berhasil diwujudkan oleh akal budi manusia ke dalam lambang komunikasi. Tahap ini disebut encoding, akal budi manusia berfungsi sebagai encorder, alat penyandi: merubah pesan abstrak menjadi konkret.
3. Pengiriman yaitu, proses ketika komunikator melakukan tindakan komunikasi, mengirim lambang komunikasi dengan peralatan jasmaniah yang disebut transmitter, alat pengirim pesan.
4. Perjalanan yaitu tahapan antara komunikator dan komunikan, sejak pesan dikirim hingga pesan diterima oleh komunikan.
5. Penerimaan yaitu, tahapan ini ditandai dengan diterimanya lambang komunikasi melalui peralatan jasmaniah komunikan.
6. Penyandian Balik, tahap ini terjadi pada diri komunikan sejak lambang komunikasi diterima melalui peralatan yang berfungsi sebagai receiver hingga akal budinya berhasil menguraikannya (decoding).

Menurut **Effendy** dalam bukunya yang berjudul **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek** membahas dan memperjelas tentang proses komunikasi, dalam hal ini digambarkan dalm skema dari proses komunikasi. Contoh skema yang ditampilkan dalam bukunya :

 **Gambar 2.1**

**Unsur-unsur dalam Proses Komunikasi**

*Decoding*

*Receiver*

Media

*Encoding*

*Sender*

*Noise*

*Feedback*

*Response*

**Sumber : Onong Uchjana, Ilmu Komunikasi (2008: 18)**

Penegasan tentang unsur-unsur dalam proses komunikasi itu adalah sebagai berikut :

1. *Sender* :Komunikator adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atas sejumlah orang. Komunikator boleh jadi seorang individu, kelompok, organisasi, perusahaan atau bahkan negara. Seorang komunikator harus pintar membaca perasaan atau pikiran komunikan, agar komunikan dapat memahami apa yang disampaikan oleh komunikator.
2. *Econding* : Penyajian, yakni proses pengalihan pikiran kedalm bentuk lambang.
3. Message : Pesan yaitu apa yang dikomunikasikn oleh komunikator kepada komunikan. Pesan merupakan seperangkat simbol verbal maupun nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud sumber tadi. Kata-kata memungkinkan orang berbagai pikiran dengan orang lai. Pesab juga dapat dirumuskan secara non verbal, seperti melalui tindakan atau isyarat anggota tubuh, juga melalui musik, lukisan, patung, tarian, dan sebagainya.
4. *Media* : Media yaitu alat yang digunakan komunikator untuk menyampaikan pesannya kepada komunikan. Saluran merujuk pada penyajian pesan: apakah langsung (tatap muka) atau lewat media cetak (surat kabar, majalah) atau media elektronik (radio, televisi).
5. *Decoding :* Pengawasandian, yaitu proses dimana komunikan menetapkan makna pada lambang yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.
6. *Receiver :* komunikan yaitu orang yang menerima pesan dari komunikator, berdasarkan pengalaman masa lalu, rujukan nilai, pengetahuan, persepsi, pola pikir dan perasaan, penerima pesan ini menerjemahkan atau menafsirkan seperangkat simbol verbal maupun nonverbal yang dia terima menjadi gagasan yang dapat dia pahami.
7. *Response* : Response yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah menerima pesan tersebut, misalnya penambahan pengethuan, terhibur, perubahan sikap, perubahan keyakinan, perubahan perilaku, dan sebagainya.
8. *Feedback* : Umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator.
9. *Noise* : Gangguan tidak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.
	* 1. **Prinsip Komunikasi**

Prinsip-prinsip komunikasi seperti halnya fungsi dan definisi komunikasi mempunyai uraian yang beragam sesuai dengan konsep yang dikembangkan oleh masing-masing pakar. Istilah prinsip oleh William B. Gudykunst disebut asumsi-asumsi komunikasi. Larry A.Samovar dan Richard E.Porter menyebutnya karakteristik komunikasi. **Deddy  Mulyana**, membuat istilah baru yaitu prinsip-prinsip komunikasi. Terdapat 12 prinsip komunikasi yang dikatakan sebagai penjabaran lebih jauh dari definisi dan hakekat komunikasi yaitu :

1. **Komunikasi adalah suatu proses simbolik. Komunikasi adalah sesuatu yang bersifat dinamis, sirkular dan tidak berakhir pada suatu titik, tetapi terus berkelanjutan.**
2. **Setiap perilaku mempunyai potensi komunikasi. Setiap orang tidak bebas nilai, pada saat orang tersebut tidak bermaksud mengkomunikasikan sesuatu, tetapi dimaknai oleh orang lain maka orang tersebut sudah terlibat dalam proses berkomunikasi. Gerak tubuh, ekspresi wajah (komunikasi non verbal) seseorang dapat dimaknai oleh orang lain menjadi suatu stimulus.**
3. **Komunikasi punya dimensi isi dan hubungan. Setiap pesan komunikasi mempunyai dimensi isi dimana dari dimensi isi tersebut kita bisa memprediksi dimensi hubungan yang ada diantara pihak-pihak yang melakukan proses komunikasi. Percakapan diantara dua orang sahabat  dan antara dosen dan mahasiswa di kelas berbeda memiliki dimesi isi yang berbeda.**
4. **Komunikasi itu berlangsung dalam berbagai tingkat kesengajaan Setiap tindakan komunikasi yang dilakukan oleh seseorang bisa terjadi mulai dari tingkat kesengajaan yang rendah artinya tindakan komunikasi yang tidak direncanakan (apa saja yang akan dikatakan atau apa saja yang akan dilakukan secara rinci dan detail), sampai pada tindakan komunikasi yang betul-betul disengaja (pihak komunikan mengharapkan respon dan berharap tujuannya tercapai)**
5. **Komunikasi terjadi dalam konteks ruang dan waktu. Pesan komunikasi yang dikirimkan oleh pihak komunikan baik secara verbal maupun non-verbal disesuaikan dengan tempat, dimana proses komunikasi itu berlangsung, kepada siapa pesan itu dikirimkan dan kapan komunikasi itu berlangsung.**
6. **Komunikasi melibatkan prediksi peserta komunikasi. Tidak dapat dibayangkan jika orang melakukan tindakan komunikasi di luar norma yang berlaku di masyarakat. Jika kita tersenyum maka kita dapat memprediksi bahwa pihak penerima akan membalas dengan senyuman, jika kita menyapa seseorang maka orang tersebut akan membalas sapaan kita. Prediksi seperti itu akan membuat seseorang menjadi tenang dalam melakukan proses komunikasi.**
7. **Komunikasi itu bersifat sistemik. Dalam diri setiap orang mengandung sisi internal yang dipengaruhi oleh latar belakang budaya, nilai, adat, pengalaman dan pendidikan. Bagaimana seseorang berkomunikasi dipengaruhi oleh beberapa hal internal tersebut. Sisi internal seperti lingkungan keluarga dan lingkungan dimana dia bersosialisasi mempengaruhi bagaimana dia melakukan tindakan komunikasi.**
8. **Semakin mirip latar belakang sosial budaya semakin efektiflah komunikasi. Jika dua orang melakukan komunikasi berasal dari suku yang sama, pendidikan yang sama, maka ada kecenderungan dua pihak tersebut mempunyai bahan yang sama untuk saling dikomunikasikan. Kedua pihak mempunyai makna yang sama terhadap simbol-simbol yang saling dipertukarkan.**
9. **Komunikasi bersifat nonsekuensial. Proses komunikasi bersifat sirkular dalam arti tidak berlangsung satu arah. Melibatkan respon atau tanggapan sebagai bukti bahwa pesan yang dikirimkan itu diterima dan dimengerti.**
10. **Komunikasi bersifat prosesual, dinamis dan transaksional
Konsekuensi dari prinsip bahwa komunikasi adalah sebuah proses adalah komunikasi itu dinamis dan transaksional. Ada proses saling memberi dan menerima informasi diantara pihak-pihak yang melakukan komunikasi.**
11. **Komunikasi bersifat irreversible. Setiap orang yang melakukan proses komunikasi tidak dapat mengontrol sedemikian rupa terhadap efek yang ditimbulkan oleh pesan yang dikirimkan. Komunikasi tidak dapat ditarik kembali, jika seseorang sudah berkata menyakiti orang lain, maka efek sakit hati tidak akan hilang begitu saja pada diri orang lain tersebut.**
12. **Komunikasi bukan panasea untuk menyelesaikan berbagai masalah. Dalam arti bahwa komunikasi bukan satu-satunya obat mujarab yang dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah.**

Dari pemaparan diatas bahwa komunikasi melibatkan prediksi peserta komunikasi dan komunikasi terjadi dalam konteks ruang dan waktu. Pesan yang dikirimkan baik verbal maupun non verbal disesuaikan dengan tempat.

**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 cetak jenisnya meliputi koran, majalah, tabloid, buletin, poster, pamflet, dan sebagainya. Sementara media massa elektronik jenisnya meliputi radio, televise dan film. 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 dari komunikasi massa dijelaskan **Dominic** dalam **Widjaja**yang berjudul **Komunikasi dan Hubungan Masyarakat**, adalah:

1. ***Surveilance* (pengawasan)**
2. ***Interpretation* (penafsiran)**
3. ***Linkage* (Pertalian)**
4. ***Transmission of Value* (Penyebaran nilai-nilai)**
5. ***Entertainment* (Hiburan). (2001)**

Sedangkan dalam buku **Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi** dijelaskan oleh pakar komunikasi **Karlinah, dkk**  tentang 6 fungsi Komunikasi Massa, yakni:

1. **Fungsi Informasi.**
2. **Fungsi Pendidikan.**
3. **Fungsi Mempengaruhi.**
4. **Fungsi Proses pengembangan mental.**
5. **Fungsi Adaptasi lingkungan**
6. **Fungsi Memanipulasi Lingkungan. (1999)**

 Menurut **John Vivian** dalam bukunya ***The Media of Mass Communication*** mendefinisikan fungsi komunikasi massa sebagai berikut:

1. ***Providing information,***
2. ***Providing entertainment,***
3. ***Helping to persuade, dan***
4. ***Contributing to social cohesion* (mendorong kohesi sosial)(1991).**

Dikemukakan oleh **McQuail (1987 *“Mass Communication Theory”*)** bahwa fungsi komunikasi massa ada dua kategori, sebagai berikut :

1. **Fungsi Komunikasi Massa untuk Masyarakat**
2. **Informasi:**
3. **Menyediakan informasi tentang peristiwa dan kondisi dalam masyarakat dan dunia.**
4. **Menunjukkan hubungan kekuasaan.**
5. **Memudahkan inovasi, adaptasi dan kemajuan.**
6. **Korelasi:**
7. **Menjelaskan, menafsirkan, mengomentari makna peristiwa dan informasi.**
8. **Menunjang otoritas dan norma-norma yang mapan.**
9. **Melakukan sosialisasi.**
10. **Mengkoordinasi beberapa kegiatan. Membentuk kesepakatan.**
11. **Menentukan urutan prioritas dan memberikan status.**
12. **Kesinambungan:**
13. **Mengepresikan budaya dominan dan mengakui keberadaan kebudayaan khusus *(subculture)* serta perkembangan budaya baru.**
14. **Meningkatkan dan melestarikan nilai-nilai.**
15. **Hiburan:**
16. **Menyediakan hiburan, pengalihan perhatian, dan sarana relaksasi.**
17. **Meredakan ketegangan.**
18. **Mobilisasi:**

**Mengkampanyekan tujuan masyarakat dalam bidang politik, perang, pembangunan ekonomi, pekerjaan dan kadang kala juga dalam bidang agama (2001: 10).**

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

1. **Fungsi Komunikasi Massa untuk Individu**

Sedangkan fungsi komunikasi massa untuk individu meliputi:

1. **Informasi:**
2. **Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia.**
3. **Mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat dan hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan.**
4. **Memuaskan rasa ingin tahu dan minat minum.**
5. **Belajar, pendidikan diri sendiri.**
6. **Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.**
7. **Identitas pribadi:**
8. **Menemukan penunjang nilai-nilai pribadi.**
9. **Menemukan model perilaku.**
10. **Mengidentifikasikan diri dengan nilai-nilai lain (dalam media).**
11. **Meningkatkan pemahamna tentang diri-sendiri.**
12. **Integrasi dan interaksi:**
13. **Memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain empati.**
14. **Mengidentifikasikan diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki.**
15. **Menemukan bahan percakapan dan interkasi.**
16. **Memperoleh teman selain dari manusia.**
17. **Membantu menjalankan peran.**
18. **Memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungi sanak –keluarga, teman, dan masyarakat.**
19. **Hiburan:**
20. **Melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan.**
21. **Bersantai.**
22. **Memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis.**
23. **Mengisi waktu. Penyaluran emosi (2002: 22).**

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

**2.2.3 Efek Komunikasi Massa**

Setiap proses komunikasi massa akan mempunyai hasil yang disebut dengan efek. Efek tersebut muncul dari seseorang yang menerima pesan komunikasi baik secara sengaja maupun tidak sengaja. Dalam penelitan efek komunikasi massa, media massa dipandang sangat berpengaruh, tetapi ada saat lain ketika media dianggap sedikit bahkan tidak berpengaruh sama sekali. Pada umumnya kita lebih tertarik kepada apa yang dilakukan media kepada kita daripada apa yang kita lakukan kepada media massa, seperti kita ingin mengetahui untuk apa kita membaca surat kabar, mengdengar radio, ataupun menonton televisi.

Menurut **Effendy** dalam bukunya **Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi**, yang termasuk dalam kategori efek komunikasi massa adalah **Efek Kognitif (Cognitive Effect), Efek Afektif (Affective Effect),** dan **Efek Konatif** yang sering juga disebut Efek Behavorial (Behavorial Effect). Ketiga efek tersebut dijelaskan sebagai berikut :

1. **Efek Kognitif**

**Efek Kognitif yaitu berhubungan dengan pikiran atau penalaran sehingga khalayak yang semula tidak tahu, yang tadinya tidak mengerti menjadi lebih jelas.**

1. **Efek Afektif**

**Efek Afektif yaitu berkaitan dengan perasaan, akibat dari membaca surat kabar atau majalah, mendengarkan radio, serta menonton televisi akan menimbulkan perasaan tertentu pada khalayak Perasaan akibat media massa itu bisa bermacam-macam seperti senang hingga tertawa berbahak-bahak, sedih hingga mencucurkan air mata, dan perasaan lainnya yang bergejolak di dalam hati.**

1. **Efek Konatif/Behavorial**

**Efek komunikasi massa ini bersangkutan dengan niat, tekat, upaya, usaha yang cenderung menjadi suatu kegiatan atau tindakan. Karena berbentuk perilaku maka efek konatif yang sering juga disebut efek behavorial. (2006)**

Dari ketiga penjelasan efek komunikasi diatas bahwa komunikasi massa memang mempengaruhi khalayak banyak dengan informasi-informasi yang disampaikan dengan tujuan agar khalayak berpengaruh dengan informasi yang telah disampaikan.

**2.2.4 Hambatan-hambatan Komunikasi Massa**

Setiap komunikator selalu menginginkan komunikasi yang dilakukannya dapat mencapai tujuan, oleh karenanya seorang komunikator perlu memahami setiap jenis hambatan komunikasi, agar dapat mengantisipasi hambatan tersebut.

Menurut **Ardianto** dalam bukunya **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** menjelaskan mengenai hambatan-hambatan dalam komunikasi massa, sebagai berikut:

1. **Hambatan Psikologis**
2. **Perbedaan Kepentingan (*Interest*)**

**Kepentingan akan membuat seseorang selektif dalam menanggapi pesan. Orang hanya akan memperhatikan perangsang yang ada hubungannya dengan kepentingan. Dengan demikian, komunikan melakukan seleksi terhadap pesan yang diterimanya.**

1. **Prasangka (*Prejudice*)**

**Pada umumnya prasangaka dilakukan oleh suatu kelompok masyarakat tertentu terhadap kelompok masyarakat lainnya karena perbedaan suku ras dan agama. Prasangka merupakan jenis sikap yang secara sosial sangat merusak. Untuk mengatasai hambatan yang berupa prasangka yang ada pada komunikan, maka komunikator yang akan menyampaikan pesan melalui media massa sebaiknya komunikator yang netral dalam arti bukan orang yang kontrovesrsial.**

1. **Stereotip (*Stereotype*)**

**Stereotip merupakan gambaran atau tanggapan tertentu mengenai sifat-sifat dan watak pribadi orang atau golongan lain yang bercorak negatif. (Gerungan, 183:169). Jadi stereotip terbentuk pada dirinya berdasarkan keterangan-keterangan yang kurang lengkap dan subyektif.**

1. **Motivasi (*Motivation*)**

**Motif merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia berbuat sesuatu. (Gerungan, 1983:142). Motif sesorang bisa bersifat tunggal, bisa juga bergabung. Conyoh motif seseorang menonton berita yang disiarkan media adalah utnuk memperoleh informasi (motif tunggal), tapi mungkin bagi seseorang lainnya adalah untuk mendapatkan informasi sekaligus juga mengisi waktu luang (motif bergabung).**

1. **Hambatan Sosiokultural**
2. **Aneka Etnik**

**Belasan pulau membentang dari sabang sampai marauke. Tiap pulau memiliki etnik yang berbeda-beda dan mempunyai ciri khas masing-masing. Akan tetapi dengan beragam etnik dan budaya di Indonesia, menjadikan faktor penghambat dalm kegiatan komunikasi massa.**

1. **Perbedaan Norma Sosial**

**Norma sosial mencerminkan sifat-sifat yang hidup pada suatu masyarakat dan dilaksanakan sebagai alat pengawas secara sadar dan tidak sadar oleh masyarakat terhadap angota-anggotanya. Norma sosial, disatu pihak memaksakan suatu perbuatan dan dilain pihak melarangnya, sehingga secara langsung merupakan suatu alat agar anggota-anggota masyarakat menyesuaikan perbuatan-perbuatannya dengan norma sosial tertentu.**

1. **Kurang Mampu Berbahasa Indonesia**

**Keragaman etnik menyebabkan keragaman bahasa yang dilakukan dalam pergaulan sehari-hari. dapat dikatakan, jumlah bahasa yang ada di Indonesia adalah sebanyak etnik yang ada. Jadi banyak dari mereka menggunakan bahaa daerah masing-masing dalam berkomunikasi sehingga terjadilah hambatan itu.**

1. **Faktor Semantik**

**Semantik adalah pengetahuan tentang pengertian atau makna kata sebenarnya. Jadi hambatan semantik adalah hambatan mengenai bahasa, baik bahasa yang digunakan oleh komunikator, maupun bahasa yang digunakan oleh komunikan. Hambatan semantis dalam suatu proses komunikasi dapat terjadi dalam beberapa bentuk. *Yang pertama*, salah mengucapkan kata-kata atau istilah. *Yang kedua*, adanya perbedaan akan dan pengertian. *Yang ketiga*, adanya pengertian konotatif.**

1. **Pendidikan Belum Merata**

**Adanya kesenjangan pendidikan anatar penduduk perkotaan dengan penduduk pedesaan atau belum meratanya tingkat pendidikan Indonesia. Heterogenitas komunikan, terutama dalam tingkat pendidikan, akan menyulitkan komunikator dalam menyusun dan menyampaikan pesan. Masalah yang timbul manakala komunikan yang berpendidikan rendah tidak dapat menerima pesan secara benar karena keterbatasan daya nalarnya atau daya tangkapnya.**

1. **Hambatan Mekanis**

**Hamabatan teknis atau mekanis sebagai konsekuensi penggunaan media massa yang dapat kita sebut sebagai hamabatan mekanis. Hambatan mekanis pada media televisi terjadi pada saat stasiun atau pemancar penerim mendapat gangguan baik secara teknis maupun akibat cuaca.**

1. **Hambatan Interaksi Verbal**
2. **Polarisasi**

**Polarisasi adalah kecenderungan untuk melihat dunia dalam bentuk lawan kata dan menguraikannya dalam bentuk ekstrem seperti baik atau buruk, positif atau negatif, sehat atau sakit, dan lain-lain.**

1. **Orientasi Intensional**

**Orientasi intensional mengacu pada kecenderungan kita melihat manusia, objek, dan kejadian terjadi dengan ciri yang melekat pada mereka. Orientasi intensional terjadi bila kita bertindak seakan-akan label adalah lebih penting dari pada orangnya sendiri. Dalam proses komunikasi massa, orientasi intensional biasanya dilakukan oleh komunikan terhadap komunikator, bukan sebaliknya.**

1. **Evaluasi Statis**

**Evaluasi statis merupakan penilaian cara berkomunikasi komunikator terhadap komunikan. Penilaian baik atau buruk, jelek atau bagus, dan lain-lain. Namun penelaian ini secara statis, komunikator dari waktu ke waktu akan berubah cara berkomunikasinya tanpa kita sadari, sehingga beberapa tahun ke depan ia dapat menyampaikan pesan secara baik dan jelas.**

1. **Indiskriminasi**

**Indiskrimanasi terjadi bila kita (komunikan) memusatkan perhatian pada kelompok orang, benda atau kejadian dan tidak mampu melihat bahwa masing-masing sifat unik atau khas perlu diamati secara individual. (2007:89-101)**

Dengan penjelasan diatas, banyak yang manjadi hambatan dalam komunikasi massa. Seoarang komunikator sebaiknya harus mengetahui apa yang menjadi hambatan yang dimiliki oleh komunikan, sehingga komunikasi berlangsung dengan baik dan tidak adanya hambatan dalam berkomunikasi.

**2.2.5 Komponen Komunikasi Massa**

 **Everett M. Rogers** mengatakan bahwa dalam kegiatan komunikasi ada empat komponen yang harus diperhatikan, yaitu *souce, message, channel, receiver*. Dari komponen tersebut merupakan syarat yang harus ada dalam suatu proses komunikasi, baik pada komunikasi antarpersonal, komunikasi kelompok maupun komunikasi massa.

 Menurut **Heibert, dkk (1975)** dalam **(Ardianto)**, mengemukakan komponen-komponen komunikasi massa, diantaranya

1. ***Communicator* (Komunikator)**

**Proses komunikasi massa diawali dengan komunikator. Komunikator komunikasi massa dalam media cetak adalah para pengisi rubrik, reporter, redaktur, pemasang iklan, dan lain-lain. Pada elektronik yaitu para pengisi program , penulis naskah, produser, aktor, presenter.**

1. ***Codes and Content***

***Codes* and *content*  dapat dibedakan sebagai berikut: *codes* adalah sistem simbol yang digunakan untuk menyampaikan pesan komunikasi. Misalnya, kata-kata lisan, tulisan, foto, dll. *Content*  merujuk pada makna dari sebuah pesan, bisa berupa informasi mengenai prang atau komedi. Dalam komunikasi, *codes* dan *content* berinteraksi sehingga *codes* yang berbeda dari jenis media yang berbeda, dapat memodifikasi persepsi khalayak atas pesan, walaupun *conten*-nya sama.**

1. ***Gatekeeper***

***Gatekeeper* bisa diatikan sebagai penjaga gawang. Gawang disini dimaksudkan adalah gawang dari sebuah media massa, agar tidak kebobolan. Kebobolan dalam pengertian media massa tersebut tidak diajukan ke pengadilan oleh pembacanya karena menyampaikan berita tidak akurat, menyinggung reputasi seseorang, mencemarkan nama baik seseorang, dan lain-lain.**

1. ***Regulator***

**Dalam proses komunikasi massa, regulasi media massa adalah suatu proses yang rumit dan melibatkan banyak pihak. Peran regultor hampir sama dengan *gatekeeper*, namun regulator bekerja diluar institusi media yang menghasilakn berita. Regulator bisa menghentikan aliran berita dan menghapus suatu informasi, tapi tidak dapat menambah atau memulai informasi, dan bentuknya seperti sensor.**

1. **Media**

**Media disini dalam artiannya sebagai alat untuk menyampaikan informasi kepada khalayak guna mendapatkan informasi yang diinginkan. Media massa terdiri dari media massa cetak, elektonik dan media *online*. Media harus memberikan informasi yang jelas kepada khalayak agar khalayak memahami apa yang disampaikan oleh media itu.**

1. ***Audience***(**Audiens)**

***Audience* sebagai sentral komunikasi massa yang secra konstan dibombardir oleh media. Media mendistribusikan informasi yang merasuk pada masing-masing individu. *Audience* hampir tidak bisa menghindari dari media massa, sehingga beberapa individu menjadi anggota *audience* yang besar, yeng menerima ribuan pesan dari media.**

1. ***Filter***

***Filter* dalam pengertiannya adalah saring atau menyaring informasi yang masuk melalui media agar informasi yang didapat bisa dipahami. Banyaknya informasi yang masuk, membuat audiens sangat sulit untuk menyaring oinformasi yang masuk dari media. Media berupaya untuk menjadikan audiens sebagai komunikan yang baik, kounikan yang harus benra-benar memilih inforasi yang baik.**

1. ***Feedback***

***Feedback* artiannya adalah umpan balik. Umpan balik yaitu komunikan merespon atau memberi tanggapan mengenai informasi yang diberikan oleh media karena dalam prosesnya komunikasi terjadi dua arah antara pengirim dan penerima. (2007:31-44)**

Maka dari itu, peneliti menyimpulkan bahwa komponen-komponen diatas harus dimiliki oleh media massa agar mereka sebagai alat dalam menyebarkan infromasi yang baik kepada khalayak, sehingga khalayak mampu mengerti pesn yang disampaikan oleh media.

**2.3. Jurnalistik**

**2.3.1 Pengertian Jurnalistik**

Secara etimologis, jurnalistik berasal dari kata “journ”. Dalam bahsa Perancis “journ” berarti catatan atau laporan harian. Secara sederhana, jurnalistik diasrtikan sebagai kegiatan yang berhubungan dengan pencatatan atau pelaporan setiap hari. Dalam kamus bahasa Inggris “journalistic” diartikan kewartawanan (warta=berita, kabar). Dalam hal ini, berarti bahwa pengertian jurnalistik adalah catatan atau laporan harian wartawan yang diberikan kepadakhalayak banyak.

Istilah jurnalistik juga berasal dari bahasa Yunani Kuno, *“de jour”* yang berarti hari, yakni kejadian hari ini diberitakan dalam lembaran tercetak, pada asal mula munculnya media massa yang disebut *Acta diurna* pada jaman romawi kuno di bawah pemerintah Raja Julius Caesar.

Jurnalistik sangat berkaitan erat dengan pers, bisa dikatakan Jurnalistik dan pers seperti aspek jiwa dan raga, jurnalisitk merupakan aspek jiwa karena merupakan daya yang menhidupi tubuh pers, sedangkan pers adalah raganya, ia konkrit dan nyata serta merupakan perwujudan dari jurnalistik itu sendiri, seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, dan sebagaiannya.

**Sumadiria** yang mengutip dari **Adinegoro** dalam bukunya berjudul **Jurnalsitik Indonesia** menegaskan bahwa :

**“Jurnalisitk adalah semacam kepandaian mengarang yang pokonya memberi pekabaran pada masyarakat dengan selekas-lekasnya agar tersiar seluas-luasnya”. (2005 : 3)**

Hal ini menunjukan bahwa segala bentuk pemberitaan yang layak untuk di ketahui oleh masyarakat banyak, harus segera disebarluaskan, karena masyarakat ingin memperoleh berita yang aktual atau masih hangat untuk diketahui. Maka sebagai jurnalis dalam menyampaikan informasi dituntut untuk sigap dan cekatan dalam menyajikan berita.

**2.3.2 Bentuk-Bentuk Jurnalistik**

Menurut **AS.Haris Sumadiria M.Si**. dalam bukunya yang berjudul **“JURNALISTIK INDONESIA** “ditinjau dari bentuk dan pengelolaannya jurnalistik dibagi kedalam tiga bagian besar yaitu Jurnalistik media cetak, jurnalistik media elektronik auditif, dan jurnalistik media elektronik audio visual Jurnalistik dibagi menjadi tiga bagian besar:

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

**Jurnalistik media cetak dipengaruhi oleh dua faktor, yakni faktor verbal dan visual. Verbal sangat menekankan pada kemampuan kita memilih dan menyusun kata dalam rangkaian kalimatdan paragrap yang efektif dan komunikatif. Visual menekankan kita pada kemampuan dalam menata, menempatkan, mendesain tata letak , atau hal-hal yang menyangkut segi perwajahan.**

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

**Jurnalistik media elektronik auditif atau jurnalistik radio siaran lebih banyak dipengaruhi oleh dimensi verbal, tekhnologikal, dan fisikal**

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

**Jurnalistik media elektronik Audiovisual, atau jurnalistik televisi siaran, merupakan gabungan dari segi verbal, visual, tekhnologikal, dan dimensi dramatikal. (2008)**

 Dengan pertanyaan diatas menunjukkan bahwa jurnalistik dibagi menjadi tiga, jurnalistik media cetak, jurnalistik media, elektronik dan jurnalistik audio visual. Dari ketiganya mempunyai tugas dan tujuan yang sama yaitu memberikan informasi kepada khalayak banyak guna mendapatkan informasi yang akurat.

**2.3.3 Produk Jurnalistik**

Menurut **Sumadiria** dalam bukunya **“Jurnalistik Indonesia”** menjelaskan produk jurnalistik adalah sebagai berikut :

**1. Tajuk Rencana : opini berisi pendapat dan sikap resmi suatu media sebagai suatu institusi penerbitan terhadap persoalan aktual, fenomenal, dan atau controversial yang berkembang dalam masyarakat.**

**2. Karikatural : secara etimologis, karikatur adalah gambar wajah dan karakteristik seseorang yang diekspresikan secara berlebih-lebihan,**

**3. Pojok : kutipan pernyataan singkat narasumber atau peristiwa tertentu yang dianggap menarik atau kontroversi.**

**4. Artikel : tulisan lepas berisi opini seseorang yang mengupas tuntas suatu masalah tertentu yang sifatnya aktual atau controversial bertujuan untuk memberi tahu (informatif), memengaruhi dan meyakinkan (persuasif argumentatif), atau menghibur khalayak pembaca (rekreatif). Terdapat beberapa jenis artikel yaitu artikel praktis yang lebih banyak bersifat petunjuk praktis cara melakukan sesuatu; artikel ringan yang lazim ditemukan pada rubrik anak-anak, remaja, dan keluarga; artikel halaman opini yang lazim ditemukan pada halaman khusus opini bersama tulisan opini lain yakni tajuk rencana, karikatur, pojok, kolom, dan surat pembaca; artikel analisis ahli yang biasa ditemukan pada halaman muka, halaman-halaman berita, atau halaman rubrik-rubrik khusus tertentu.**

**5. Kolom : opini singkat seseorang yang lebih banyak menekankan aspek pengamatan dan pemaknaan terhadap persoalan yang terdapat dalam masyarakat.**

**6. Surat pembaca : opini singkat yang ditulis pembaca dan dimuat khusus pada rubrik khusus surat pembaca. Biasanya berisi komentar atau keluhan pembaca tentang apa saja yang menyangkut kepentingan dirinya. (2008)**

Dari penjelasan diatas bahwa produk jurnalistik mencoba menjelaskan beberaa produk yang memungkinkan para jurnalistik bekerja dengan baik dan profesional, serta opini yang dilakukan para jurnalistik haruslah sesuai dengan kode etik jurnalistik.

**2.3.4 Jenis-Jenis Jurnalistik**

**A. Jurnalisme Warga Negara**

Salah satu fenomena aktual yang berkaitan dengan aktivtas blog yang sering disebut dengan citizen journalism (Jurnalisme warga negara). Dari pihak yang kontra memandang citizen journalisme belum bisa masuk ke dalam journalisme, karena jurnalisme mensyaratkan banyak hal seperti yang terjadi pada dunia kewartawanan selama ini. Jika mengikuti pengertian jurnalisme dalam arti klasik, citizen journalism tentu saja bukan jurnalisme, tapi hanya sebuah aktivitas layaknya sebuah menulis buku harian, hanya medianya saja yang menggunakan internet.

*Citizen journalisme* (jurnalisme warga negara) sering juga disebut dengan *participatory journalism*, netizen, dan *open source journalism*. Dan di dalam civic journalisme masyarakat didudukan sebagai objek, sementara dalam citizen journalism masyarakat didudukan sebagai objek sekaligus subjek.

**B. Jurnalisme Presisi**

Jurnalisme Presisi adalah aplikasi ilmu sosial dalam bidang jurnalistik. Dengan kata lain, jurnalisme presisi adalah kegiatan jurnalistik yang menekankan ketetapan(presisi) informasi dengan memakai pendekaktan ilmu sosial dalam proses kerjanya. Hal yang penting dalam jurnalisme presisi adalah berkaitan dengan data, yaitu :

1. **Koleksi data, data tentu saja harus dicara bukan ditunggu.**
2. **Simpan, jurnalis bisa membuka data-data lama di dalam file.**
3. **Mendapatkan kembali data-data**
4. **Analisis**
5. **Redukasi data, mengurangi data yang di anggapnya tidak relevan**
6. **Mengomunikasikan, yaitu data-data yang sudah diolah tersebut kemudian ditulis dan dibuat berita di media.**

**C**. **Jurnalisme Kuning**

Jurnalisme kuning adalah jurnalisme pemburukan makna, ini disebabkan karena orientasi pembuatannya lebih menekankan pada berita-berita sensaional daripada berita substansi isinya. Tujuannya untuk meningkatkan penjualan ia sering dituduh sebagai jurnalisme yang tidak profesional dan tidak beretika. Ciri berita dari jurnalisme kuning yaitu pemberitaannya bombastis, sensasional, dan pembuatan judul utamnya yang menarik perhatian para publik. Untuk mencari perhatian pembaca, judul yang dibuat ditulis secara besar-besaran dengan warna yang mencolok disertai dengan gambar yang sadis atau menyeramkan.

**D. Jurnalisme *“Lher”***

Jurnalisme *lher* sering disebut juga dengan jurnalisme sensaional, karena gambar dan berita atau grafisnya yang ditampilkan untuk mencari sensasi semata. Karena untuk mencari sensasi apapun akan dilakukan untuk mewujudkannya, ada juga yang menyebutnya dengan jurnalisme pornografi karena menampilkan gambar secara *fullgar* atau tulisan yang membangkitkan nafsu birahi. Jurnalisme *lher* sangat ditentang oleh banyak orang karena keberadaannya yang terlalu berlebihan.

**2.3.5 Ciri-ciri Jurnalistik**

Jurnalistik atau jurnalisme, menurut **Luwi Ishwara**, mempunyai ciri-ciri yang penting untuk diperhatikan sebagai seorang jurnalis sebagai berikut :

1. **Skeptis**

**Skeptis adalah sikap untuk selalu mempertanyakan segala sesuatu, meragukan apa yang diterima, dan mewaspadai segala kepastian agar tidak mudah tertipu. Inti dari skeptis adalah keraguan. Media janganlah puas dengan permukaan sebuah peristiwa serta enggan untuk mengingatkan kekurangan yang ada di dalam masyarakat. Wartawan haruslah terjun ke lapangan, berjuang, serta menggali hal-hal yang eksklusif**

1. **Bertindak (action)**

**Wartawan tidak menunggu sampai peristiwa itu muncul, tetapi ia akan mencari dan mengamati dengan ketajaman naluri seorang wartawan**

1. **Berubah**
2. **Perubahan merupakan hukum utama jurnalisme. Media bukan lagi sebagai penyalur informasi, tapi fasilitator, penyaring dan pemberi makna dari sebuah informasi**
3. **Seni dan Profesi**

**Wartawan melihat dengan mata yang segar pada setiap peristiwa untuk menangkap aspek-aspek yang unik.**

1. **Peran Pers**

**sebagai pelapor, bertindak sebagai mata dan telinga publik, melaporkan peristiwa-peristiwa di luar pengetahuan masyarakat dengan netral dan tanpa prasangka. Selain itu, pers juga harus berperan sebagai interpreter, wakil publik, peran jaga, dan pembuat kebijaksanaan serta advokasi. (2005)**

Dengan ciri-ciri diatas menunjukkan bahwa seorang jurnalis harus bisa memilih suatu berita atau informasi yang di dapatnya serta sorang jurnalis tidk menunggu sampai peristiwa tetapi mencari peristiwa yang sedang terjadi.

**2.3.6 Fungsi Jurnalistik**

Menurut **Dja’far H Assegaf**, jurnalistik merupakan kegiatan untuk menyampaikan pesan atau berita kepada khalayak ramai (massa), melalui saluran media, baik media cetak maupun media elektronik. Adapun fungsi jurnalistik, antara lain:

1. **Pemberi informasi.**

**Pemberi informasi atau menyiarkan informasi kepada pembaca (publik). Informasi yang disajikan melalui karya-karya jurnalistik, seperti berita (straight news), feature, reportase dan lainnya, memang sesuatu yang sangat diharapkan publik pembaca, ketika membaca, membeli dan berlangganan media pers. Informasi yang disampaikan pun beragam jenisnya. Tidak hanya sebatas informasi yang berkaitan dengan suatu peristiwa, tetapi juga bersifat ide, gagasan-gagasan, pendapat atau pikiran-pikiran orang lain yang memang layak untuk disampaikan ke publik pembaca.**

1. **Pemberi hiburan.**

**Menghibur dalam kaitan meredakan atau melemaskan ketegangan-ketegangan pikiran karena kesibukan aktivitas kehidupan. Jadi, informasi yang disajikan media pers tidak hanya berita-berita serius atau berita-berita berat (hard news), tapi juga berita-berita atau karya jurnalistik lainnya yang mampu membuat pembaca tersenyum, dan melemaskan otot-otot pikirannya. Karya-karya menghibur itu bias ditemukan dalam bentuk karya fiksi, seperti cerpen, cerita bersambung, cerita bergambar, karikatur, gambar-gambar kartun, bahkan juga tulisan-tulisan yang bersifat human interest.**

1. **Pemberi kontrol (alat kontrol sosial)**

**Sebagai media penyampai informasi, media pers tidak hanya sebatas menyampaikan atau memberikan informasi yang berkaitan dengan suatu peristiwa, akan tetapi berkewajiban juga menyampaikan gagasan-gagasan maupun pendapat yang berkaitan dengan kepentingan masyarakat luas. Bila ada suatu kebijakan, baik dari pemerintah maupun lembaga-lembaga tertentu, yang dipandang tidak sesuai atau berlawanan dengan kepentingan masyarakat, media pers punya kewajiban untuk mengingatkan. Cara mengingatkannya dilakukan melalui tulisan di tajuk rencana maupun karya jurnalistik lainnya.**

1. **Pendidik masyarakat.**

**Dalam pengertian yang luas, pers berkewajiban mendidik masyarakat pembacanya dengan memberikan beragam pengetahuan yang bisa bermanfaat bagi peningkatan nilai kehidupan. Sajian-sajian karya jurnalistiknya haruslah mencerahkan dan memberikan tambahan pengetahuan serta wawasan yang luas, sehingga masyarakat memperoleh pemahaman atau pengertian baru tentang kehidupan yang lebih maju dibanding sebelumnya. (1983)**

 Kesimpulan diatas menyatakan bahwa fungsi jurnalistik tersebut untuk mendidik dan mengawasi lingkungan sekitar agar masyrakat lebih bisa memilih informasi-informasi yang layak dan informasi untuk merubah presepsi masyarakat juga. Selain itu, fungsi jurnalistik juga untuk menghibur masyarakat dengan informasi-informasi yang disampaikan.

* 1. ***Citizen Journalisme***

Citizen journalism juga disebut sebagai jurnalisme warga ataupun jurnalisme publik. Citizen Journalism berarti warga yang aktif mengumpulkan informasi, memverifikasi, menulis dan kemudian menyebarluaskannya; baik melalui blog personal, portal jurnalisme warga, media komunitas, mau pun media arus utama yang menyediakan kanal khusus bagi jurnalis warga **(Ningtyas, 2014)**. Praktek citizen journalism di Indonesia pertamakali dilakukan oleh radio Sonora Jakarta. Pada saat itu kerusahan Mei 1998, pendengar radio melaporkan mengenai kejadian yang dilihatnya ke radio Sonora Jakarta **(Pramesti, 2014)**. Lepas masa Orde Baru, media online di Indonesi begitu berkembang. Banyak portal berita, situs-situs web bermunculan pada saat itu. Tidak terkecuali situs web untuk jurnalisme warga. **(Ningtyas, 2014).** Pers saat ini berada dalam situasi pergeseran penting sebagai akibat dari berkembangnya dua hal, yaitu perkembangan jurnalistik dan perkembangan media. Dunia jurnalistik kini mulai mengalami perubahan, reportase yang merupakan tugas wartawan atau reporter di media massa, kini dapat dilakukan oleh setiap warga yang melaporkan suatu peristiwa. Inilah yang kemudian disebut sebagai *Citizen Journalism* atau jurnalisme warga. Seperti yang ddikatakan **Suwandi** dalam buku **“Langkah Otomatis jadi *Citizen Journalism*”** bahwa:

**“Istilah *Citizen Journalism* saat ini telah menjadi salah satu yang paling seksi dalam dunia jurnalistik, *Citizen Journallism* merupakan fenomena bagi siapapun yang mengamati perkembangan media, mereka yang berada dalam lingkup seperti akademisi, para praktisi, kru dan pemilik media maupun mereka yang berada di luar media seperti para pengamat media dan pemirsa.” (2010:28)**

Peran dan fungsi *Citizen Journalism* sama seperti peran dan fungsi jurnalistik pada umumnya, yaitu sebagai sumber informasi, hiburan, kontrol sosial, hingga agen perubahan. Dengan adanya *Citizen Journalism* jaringan informasi dan sumber informasi akan lebih luas. Bahkan *Citizen Journalism* sering menjadi sumber informasi penting untuk media *mainstream.*

Pendapat lain juga dikemukakan oleh **Pepih** dalam bukunya yang berjudul ***Citizen Journalism*** mendefinisikan sebagai berikut :

**“Sebuah kegiatan warga biasa yang tidak terlatih, namun dengan peralatan teknologi informasi yang dimilikinya menjadi saksi mata atas sebuah peristiwa yang terjadi disekitarnya, meliputi, mencatat, mengumpulkan, menulis, dan menyiarkannya dimedia *online* karena memiliki semangat berbagi dengan pembaca lainnya”. (2012: 11)**

*Citizen journalism* mampu menyajikan berita yang luput dari perhatian media massa umumnya. *Citizen journalism* muncul sebagai bentuk keditakpuasan terhadap praktek jurnalism di media *mainstream* sehingga menghasilkan pemikiran-pemikiran yang mengkritisi kegagaglan media *mainstream*.

**2.4.1 Bentuk *Citizen Journalism***

Menurut **Iman Suwandi** pada buku **“Langkah Otomatis Jadi Citizen Journalism”** dalam **(Larisca)** mengategorikan media *Citizen Journalism* ke beberapa tipe :

1. ***Audience Participation***

**Pengertiannya seperti komentar user yang di *attach* pada kisah-kisah berita, blog-blog pribadi, foto, atau video footage yang diambil dari *handycame* pribadi, atau berita lokal yang ditulis oleh anggota komunitas.**

1. **Situs weeb berita atau informasi *independent* seperti *consumer report, drudge report.***
2. **Situs berita partisipatoris murni seperti *ohmyNews.com***

**4. Situs media kolaboratif seperti *Slashdot.com Kuro5hin.com***

**5. Situs penyiaran pribadi seperti situs penyiaran radio, seperti KenRadio, *Youtube.* (Suwandi, 2010:30)**

Analisis dan pengamatan mengenal *citizen journalism* sudah banyak dilakukan oleh ilmuan dibidang komunikasi. Salah satunya analisis yang paling terkenal disampaikan oleh **Steve Outing** (dalam **Pepih**) pada buku ***Citizen Journalism*** mengenal 11 lapisan dalam *Citizen journalism* yaitu :

1. ***Opening Up to Public Comment***

**Situs di internet menyediakan tempat (kolom) komentar publik. Pembaca diperbolehkan untuk bereaksi, mengkritik, memuji atau memberikan tambahan kedalam berita yang tertulis oleh jurnalistik profesional dalam kolom tersebut.**

1. ***The Citizen Add-On Report***

**Menambahkan pendapat warga segala bagian yang tertulis oleh jurnalistik profesional. Warga diminta menuliskan pengalamannya yang berkaitan dengan berita tersebut.**

1. ***Open-Source Reporting***

**Sebuah bentuk kolaborasi liputan dengan sumber terbuka. Dimana jurnalis profesional bekerja sama dengan pembaca yang memiliki pengetahuan tentang suatu masalah yang sedang terjadi. Saling melengkapi dalam menghasilkan sebuah berita yang akurat. Berita tetap ditulis denga reporter profesional.**

1. ***The Citizen Bloghouse***

***Bloghouse* warga, yaitu blog-blog gratis yang dimiliki oleh setiap orang, yang kemudian dapat digunakan untuk menuangkan cerita maupun gagasan kepada khalayak umum diseluruh penjuru dunia.**

1. ***Newsroom Citizen ‘Transparency’ Blogs***

**Sebuah blog yang dimiliki oleh sebuah organisasi media sebagai bentuk tranparansi dan komunikasi dengan pembaca. Keluhan, kritik atau pujian terhadap apa yang ditampilkan organisasi media tersebut dapat disampaikan disini.**

1. ***The Stand Alone Citizen Journalism Site Edited Version***

**Laporan berita dari warga dengan melalui proses penyuntingan. Berita yang masuk melalui proses penyuntingan terlebih dahulu, dengan tetap mempertahankan keaslian tulisan.**

1. ***The Stand Alone Citizen Journalism Site Unedited***

**Laporan berita dari warga pada sebuah situs, tanpa melalui proses penyuntingan. Dalam versi ini, berita bisa langsung muncul seketika setelah diposting.**

1. ***Add a Print Editio***

**Gabungan dari *The Stand Alon Citizen Journalism Site Edited Version* dengan media cetak.**

1. ***The Hybrid: Pro+Citizen Journalism***

**Penggabungan jurnalis profesional dengan jurnalis warga. Berita dari jurnalis profesioanal diperlakukan sama dengan berita dari jurnalis warga.**

1. ***Integrating Citizen Journalism an Pro Journalism Under One Roof***

**Penggabungan jurnalis profesional dengan jurnalis warga dalam satu tahap. Menggunakan jurnalism profesional namun menerima tulisan dari jurnalisme warga.**

1. ***Wiki Journalism : Where the Reader are Editors :***

**Jurnalis wiki adalah model jurnlisme yang menepatkan pembaca sebagai penyunting. Setiap orang bisa menulis, menyuntuing, maupun memberikan komentar pada tulisan. Model jurnalisme ini dipopulerkan oleh Iwikipedia. (2012: 26-35)**

*Citizen journalism* tidak harus mengikuti persis apa yang dilakukan jurnalis profesional, meski dalam etik dasar harus melaksanakan. Karena justru dengan cara inilah khas *citizen journalism* sebagai sebuah tulisan dengan gaya berbeda dari laporan yang ditulis jurnalis sebagai tulisan pada media arus utama. Semenjak kehadiran jurnalisme warga, kegiatan jurnalistik tidak hanya milik mereka yang bekerja di media, tetapi juga bisa dilakukan oleh siapa saja . Sebuah kegiatan yang mahal di masa lalu karena dikekang oleh oemerintahan kini bisa dilakukans ecara terbuka. Kebebasan seseorang dalam bersuara hendakanya dipertahankan dan dihormati dengan  menyampaikan informasi-informasi yang kredibel dan sesuai etika.

**2.4.2 Prinsip *Citizen Journalism***

Berikut prinsip-prinsip dasar dari seorang *citizen journalism* sebagai berikut:

1. **Pewarta (reporternya) adalah pembaca, khalayak ramai, siapapun yang mempunyai informasi atas sesuatu,**
2. **Siapa pun dapat memberikan komentar, koreksi, klarifikasi atas berita yang diterbitkan,**
3. **Biasanya *non-profit oriented*,**
4. **Masih didominasi oleh media-media online,**
5. **Memiliki komunitas-komunitas yang sering melakukan*gathering,***
6. **Walaupun ada kritik, tidak ada persaingan antarpenulis (reporter),**
7. **Tidak membedakan pewarta profesional atau amatir,**
8. **Tidak ada seleksi ketat terhadap berita-beritanya,**
9. **Ada yang dikelola secara profesional ada pula yang dikelola secara amatir,**
10. **pembaca dapat langsung berinteraksi dengan penulisnya melalui kotak komentar atau *e-mail*.**

Dengan pertanyaan diatas, jurnalis warga bisa dijadikan sebagai pembaca sekaligus menerima informasi dari jurnalis-jurnalis lainnya. Jurnalis warga juga bisa langsung berinteraksi dengan penulisnya melalui kolom komentar atau via *e-mail.*

* 1. **Fenomenologi**

Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani *Phainomi* yang berarti “menampak”. *Pheinomi* merujuk pada “yang nampak”. Fenomena tiada lain adalah fakta yang disadari, dan masuk kedalam pemahaman manusia. Jadi suatu objek itu ada dalam relasi dengan kesadaran. Fenomenologi bukanlah dirinya seperti tampak secara kasat mata, melainkan justru ada didepan kesadaran, dan disajikan dengan kedasaran pula. Berkaitan dengan hal ini, maka fenomenologi merefleksikan pengalaman manusia, sejauh pengalaman itu secara intersif berhubungan dengan suatu objek.

Dewasa ini, fenomenologi dikenal sebagai aliran filsafat sekaligus metode berpikir, yang mempelajar fenomena manusiawi (*human phenomena)* tanpa mempertanyakan penyebab dari fenomena itu, realitas objektifnya, dan penampakannya. Fenomenologi tidak beranjak dari kebenaran fenomena yang tampak itu adalah objek yang penuh dengan makna trasendental. Oleh karena itu, untuk mendapatkan hakikat kebenaran, maka harus menerobos melampaui fenomena yang tampak itu.

Menurut **Engkus** dalam bukunya **Fenomenologi** menjelaskan tujuan dari fenomenologi sebagai berikut :

**“Tujuan fenomenologi adalah mempelajari fenomena dialami dalam kesadaran, pikiran dan dalam tindakan seperti bagaimana fenomena tersebut bernilai atau diterima secara etis”. (2013: 123)**

Fenomenologi mencoba mencari pemahaman bagaimana manusia mengkontruksikan makna dan konsep-konsep penting, dala kerangkan intersubjektivitas. Intersubjektivitas karena pemahaman kita mengenai dunia dibentuk oleh hubungan kita dengan orang lain. Walaupun makna yang kita capai dapat ditelusuri dalam tindakan, karya dan aktifitas yang kita lakukan, tetap saja ada peran orang didalamnya.

 Ahli matematika Jerman **Edmund Husserl** dalam tulisannya yang berjudul *Logical Investigation* (1990) mengawali sejarah fenomenologi. Ide-ide Husserl ini sangat abstrak dan luas. Fenomenologi sebagai salah satu cabang filsafat, pertama kali dikembangkan di Universitas-universitas Jerman sebelum Perang Dunia I. Husserl adalah pendiri tokoh utama dari aliran filsafat fenomenologi. Bagi Husserl fenomenologi adalah ilmu yang fundamental dalam “kesenjangan”.

 Dengan demikian, pengalaman hidup sejumlah orang tentang suatu konsep atau gejala, dalam hal *citizen journalism* ini termasuk konsep diri atau pandangan hidup mereka. Seperti dijelaskan oleh **Meleong** dalam (**Engkus**) pada buku yang berjudul **Fenomenologi** yaitu :

**“Fenomenologi tidak berasumsi bahwa peneliti mengetahui arti sesuatu bagi orang-orang yang sedang diteliti oleh mereka. Fenomenologi memulai dengan diam. Diam merupakan tindakan untuk menangkap pengertian sesuatu yang sedang diteliti. Mereka berusaha untuk masuk kedalam dunia konseptual para subjek yang ditelitinya sedemikian rupa sehingga mereka mengerti apa dan bagaimana suatu pengertian yang dikembangkan oleh mereka disekitar peristiwa dalam kehidupan sehari-hari”. (2013:127)**

 Dengan penjelasan diatas bahwa fenomenologi berusaha untuk menangkap apa yang dilihat oleh peneliti agar mereka mengetahui dengan jelas subjek yang akan diteliti dan mengerti apa yang harus mereka kembangkan dengan peristiwa yang ada disekitarnya.

Fenomenologi adalah studi tentang fenomena, atau tentang segala sesuatu yang tampak bagi kita didalam pengalaman subyektif, atau tentang bagaimana kita mengalami segala sesuatu disekitar kita. Sebenarnya fenomenologi mencoba memahami apa yang dirasakan, pikirkan, dan apa yang akan dilakukan dari sudut pandang yang berebeda.

Husserl merumuskan fenomonologi sebagai tanggapan kritisnya terhadap psikologi positivistik, yang menolak eksistensi kesadaran dan kemudian menyempitkannya semata hanya pada soal perilaku. Oleh sebab itu, menurut Smith fenomenologi Husserl lebih tepat disebut sebagai psikologi deskriptif, yang merupakan lawan dari psikologi positivistik.

Didalam fenomenologi konsep makna (*meaning*) adalah konsep yang sangat penting. “Makna” adalah isi penting dari pengalaman sadar manusia. Pengalaman seseorang bisa sama, namun maknalah yang membedakan pengalaman orang lainnya. Makna juga yang membedakan pengalaman yang satu dengan pengalaman lainnya.suatu pengalaman bisa menjadi bgian dari kesadaran, juga karena orang memaknainya. Namun menurut Husserl, makna bukanlah obyek kajian ilmu-ilmu empiris. Makna adalah obyek kajian logika murni (*pure logic)*. Bagi Husserl fenomenologi adalah suatu bentuk ilmu mandiri yang berbeda dari ilmi-ilmu sosial. Perbedaan utama fenomenologi dengan ilmu-ilmu alam , termasuk psikologi positivistik adalah peran sentral makna di dalam pengalaman manusia. Yang menjadi fokus fenomenologi bukanlah pengalaman partikular, melainkan struktur dari pengalaman kesadaran, yakni realitas obyektif yang mewujud di dalam pengalaman subyektif orang. Konkretnya fenomenologi berfokus pada makna subjektif dari realitas objektif di dalam kesadaran orang yang menjalani aktifitas kehidupan sehari-hari.

Fenomenologi Husserl adalah ilmu tentang esensi dari kesadaran. Berdasarkan penelitian Smith seorang yang menulis buku yang mengacu pada teori Husserl, ia mengatakan fenomenologi Husserl dibangun di atas setidaknya dua asumsi. Yang pertama, setiap manusia sebenarnya adalah satu ekspresi dari kesadaran. Seseorang mengalami sesuatu. Ia sadar akan pengalamannya sendiri yang memang bersifat subyektif. Yang kedua, setiap bentuk kesadaran selalu merupakan kesadaran akan sesuatu yang ia lihat atau yang ia lakukan.. inilah yang disebut Husserl sebagai intensionalitas, yakni bahwa kesadaran selalu merupakan kesadaran akan sesuatu. Tindakan seseorang dikatakan intensional, jika tindakan itu dilakukan dengan tujuan yang jelas. Namun didalam filsafat Husserl, konsep intensionalitas memiliki makna yang lebih dalam. Intensionalitas tidak hanya terkait dengan tujuan dari tindakan manusia, tetapi juga merupakan karakter dasar dari pemikiran itu sendiri. Intensionalitas adalah keterarahan kesadaran dan intensionalitas juga merupakan keterarahan tindakan, yakni tindakan yang bertujuan pada satu obyek. Mayoritas pengalaman manusia memiliki struktur. Mayoritas pengalaman manusia melibatkan kesadaran, dan kesadaran selalu merupakan kesadaran atas sesuatu. Husserl menyebut setiap proses kesadaran yang terarah apa sesuatu ini sebagai tindakan. Setiap tindakan manusia selalu berada di daam kerangkan kebiasaan, termasuk didalamnya gerak tubuh dan cara berfikir. Dengan demikian menurut Smith, fenomenologi Husserl dalah suatu penyelidikan terhadap relasi antara kesadaran dengan obyak di dunia luar, serta apa makna dari relasi itu. Konsep bahwa kesadaran selalu terarah pada sesuatu merupakan konsep sentral di dalam fenomenologi Husserl.