**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

* 1. **Komunikasi**

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to* *make* *common*). Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama.

**Shannon dan Weaver (1949)** yang dikutip **Cangara** dalam bukunya **Pengantar Ilmu Komunikasi**, mengemukakan definisi komunikasi sebagai berikut:

**“Komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling pengaruh mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak sengaja. Tidak terbatas pada bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni, dan teknologi”. (2012: 22)**

Dari penjelasan di atas, menjelaskan bahwa komunikasisebagai bentuk interaksi antar manusia, yang saling pengaruh mempengaruhi satu sama lain melalui bahasa verbal maupun non verbal. Dalam proses komunikasi tidah hanya dilakukan dalam satu arah, melainkan dua arah. Yaitu pesan yang disampaikan kepada penerima pesan dapat diterima, dan memberikan *feedback* dari pesan yang disampaikan kepada pengirim pesan.

* + 1. **Unsur-Unsur Komunikasi**

Lasswell menjelaskan komunikasi seperti yang dikutip oleh **Mulyana** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar**, yaitu:

**Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa?, mengatakan apa?, dengan saluran apa?, to whom?, dan dengan akibat apa? Atau hasil apa?. (*who? Says what? In which channel? To whom? With what effect*?). (2011:69)**

Penjelasan di atas sudah menjelaskan unsur-unsur yang ada pada komunikasi. Berikut adalah uraian unsur-unsur komunikasi menurut **Lasswell** yang terdiri dari lima unsur, yaitu:

1. Komunikator

Komunikator adalah pihak yang mengirim pesan kepada khalayak atau komunikan. Karena itu komunikator bisa disebut pengirim, sumber, *source*, dan *encoder*. Sebagai pelaku utama dalam proses komunikasi, komunikator memegang peranan yang sangat penting, terutama dalam mengendalikan jalannya komunikasi. oleh karena itu, seorang komunikator harus terampil berkomunikasi, dan juga kaya ide serta penuh daya kreatifitas.

1. Pesan

Dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi, pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. isisnya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda.

Definisi pesan menurut Cangara dalam **Pengantar Ilmu Komunikasi** adalah sebagai berikut:

**Pesan pada dasarnya bersifat abstrak. Untuk membuatnya konkret agar dpat dikirim dan diterima oleh komunikan, manusia dengan akal budinya menciptakan sejumlah lambang komunikasi berupa suara, mimik, gerak-gerik, bahasa lisan, dan bahasa tulisan. (2012:23)**

1. Media

Cangara dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi, media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator atau khalayak. Ada beberapa pakar psikologi memandang bahwa dalam komunikasi antar manusia, maka media yang paling penting dominasi dlam berkomunikasi adalah pancaindera manusia seperti mata dan telinga.

**Cangara** juga menambahkan bahwa:

**Pesan-pesan yang diterima selanjutnya oleh pancaindera selanjutnya diproses oleh pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu, sebelum dinyatakan dalam tindakan. (2012: 119)**

1. Komunikan

Komunikan atau penerima pesan adalah orang yang menganalisis dan menginterpretasikan isi pesan yang diterimanya.

1. Efek

Efek komunikasi diartikan sebagai pengaruh yang ditimbulkan pesan komuniktor dalam diri komunikannya. Terdapat tiga tataran pengaruh dalam diri komunikasn, yaitu kognitif, (seseorang menjadi tahu akan sesuatu), afektif (sikap seseorang terbentuk), dan konatif (tingkah laku yang membuat seseorang bertindak melakukan sesuatu.

* + 1. **Sifat-Sifat Komunikasi**

Sifat-sifat komunikasi menurut **Effendy** dalam bukunya yang yang berjudul **Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek** adalah sebagai berikut:

1. **Tatap Muka (*face to face*)**

**Komunikasi yang dilakukan dengan cara bertemu langsung dengan teman bicara, dimana kegiatan komunikasi ini komunikan dan komunikator saling bertatap muka. Contoh dari konteks komunikasi tatap muka ini adalah komunikasi antar personal, komunikasi kelompok dan komunikasi organisasi.**

1. **Bermedia (*mediate*)**

**Komunikasi yang dilakukan dengan cara menggunakan suatu media dimana berkaitan erat dengan penguasaan pengetahuan dan penggunaan teknologi komunikasi. Contoh dari konteks komunikasi bermedia ini adalah komunikasi massa dan komunikasi media. (2001:32).**

* + 1. **Konteks-Konteks Komunikasi**

Komunikasi tidak berlangsung dalam ruang hampa-sosial, melainkan dalam konteks atau situasi tertentu. Secara luas konteks di sini berarti semua faktor di luar orang-orang yang berkomunikasi. Banyak pakar komunikasi mengklasifikasikan komunikasi berdasarkan konteksnya. Sebagaimana juga definisi komunikasi, konteks komunikasi ini diuraikan secara berlainan.

**Deddy Mulyana** menyebutkan konteks-konteks komunikasi dalam bukunya **Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar** yaitu:

**“Indikator paling umum untuk mengklasifikasikan komunikasi berdasarkan konteksnya atau tingkatnya adalah jumlah peserta yang terlibat dalam komunikasi. maka dikenallah: komunikasi intrapribadi, komunikasi diadik, komunikasi antar pribadi, komunikasi kelompok (kecil), komunikasi publik, dan komunikasi massa”. (2011: 77)**

* + 1. **Fungsi Komunikasi**

Pakar komunikasi terkenal **Harold D. Lasswell** mengemukakan 3 fungsi komunikasi dalam buku karya **Effendy** yang berjudul buku **Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek**. Dikatakannya bahwa proses komunikasi di masyarakat menunjukkan 3 fungsi, yaitu:

1. **Pengamatan terhadap lingkungan (*the surveillance of the environment*). Penyingkapan ancaman dan kesempatan yang mempengaruhi nilai masyarakat dan bagian-bagian unsur di dalamnya.**
2. **Kolerasi unsur-unsur masyarakat ketika menghadapi lingkungan (*colleration of the components of society in making a response to the environment*).**
3. **Penyebaran warisan sosial (*transmission of the social inheritance*). Disini peran berperan para pendidik, baik dalam kehidupan rumah tangganya maupun di sekolah, yang meneruskan warisan sosial kepada keturunan berikutnya. (2013: 27)**
   * 1. **Tujuan Komunikasi**

**Effendy**, dalam bukunya **Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi** menyebutkan tujuan-tujuan komunikasi sebagai berikut:

1. **Mengubah sikap (*to change the attitude*)**

**Setiap pesan di balik itu berupa berita dan informasi yang disampaikan secara luar baik secara antar personal dapat merubah sikap sasarannya secara bertahap.**

1. **Mengubah opini/pendapat/pandangan (*to change the opinion*)**

**Memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan akhirnya supaya masyarakat mau merubah pendapat dan persepsinya terhadap tujuan informasi yang disampaikan.**

1. **Merubah perilaku (*to change the behavior*)**

**Pada tahap perubahan perilaku komunikasi berperan secara sistematis sehingga masuk kedalam perilaku seseorang.**

1. **Mengubah masyarakat (*to change the society*)**

**Memberikan berbagai informasi pada masyarakat yang tujuan akhirnya supaya masyarakat mau mendukung dan ikut serta terhadap tujuan informasi yang disampaikan. (2003:55)**

* + 1. **Hambatan Komunikasi**

Dalam melakukan komunikasi tidak selalu berjalan dengan lancar. Terkadang ada beberapa faktor yang menjadi pengahambat dalam jalannya proses komunikasi, baik dari faktor internal maupun faktor eksternal.

**Onong Uchjana** dalam bukunya **Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi**, memaparkan 4 jenis hambatan dalam proses komunikasi. yaitu:

1. **Gangguan**
2. **Gangguan mekanik; gangguan yang disebabkan oleh saluran komunikasi atau kegaduhan yang bersifat fisik.**
3. **Gangguan semantic; gangguan jenis ini bersangkutan dengan pesan komunikasi yang pengertiannya menjadi rusak. Gangguan semantic tersaring ke dalam pesan melalui penggunaan bahasa. Lebih banyak kekacauan mengenai pengertian suatu istilah atau konsep yang terdapat pada komunikator, akan lebih banyak gangguan semantik dalam pesannya. Gangguan ini terjadi dalam salah pengertian.**
4. **Kepentingan**

**Kepentingan akan membuat seseorang selektif dalam menanggapi atau menghayati suatu pesan.**

1. **Motivasi Terpendam**

**Motivasi akan mendorong seseorang berbuat sesuatu yang benar sesuai keinginan, kebutuhan dan kekurangannya. Semakin sesuai komunikasi dengan motivasi seseorang, semakin besar kemungkinan komunikasi itu dapat diterima dengan baik oleh pihak yang bersangkutan. Sebaliknya, komunikan akan mengabaikan suatu komunikasi yang tidak sesuai dengan motivasinya.**

1. **Prasangka**

**Prasangka yang merupakan salah satu rintangan atau hambatan berat bagi suatu kegiatan komunikasi, oleh karena orang yang mempunyai prasangka belum apa-apa sudah bersikap curiga dan menentang komunikator yang hendak melancarkan komunikasi. (2003:45)**

* 1. **Komunikasi Massa**

Komunikasi massa berasal dari istilah bahasa inggris, *mass communiaction*, sebagai kependekan dari *mass media communication*. Artinya, komunikasi yang menggunakan media massa atau komunikasi yang *mass mediated*. Istilah *mass communica tion* atau *communications* diartikan sebagai salurannya, yaitu media massa (*mass media*) sebagai kependekan dari *media of mass communication*.

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bitner dalam buku Komunikasi Massa: Suatu Pengantar, yakni: **“Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang” (Ardianto dkk, 2014).**

Definisi yang lebih rinci dikemukakan oleh **Gerbner (1967)** dalam buku **Komunikasi Massa: Suatu Pengantar** karya **Ardianto dkk**. Menurut Gerbner :

**“*Mass communication is the tehnologically and institunionally based production and distribution of the most broadly shared continous flow of messages in industrial societies*. (Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dlam masyarakat industri)”. (2014: 3)**

* + 1. **Komponen Komunikasi Massa**

**Everett M. Rogers** mengungkapkan komponen komunikasi massa yang dikutip dari buku **Komunikasi Massa: Suatu Pengantar** karya **Ardianto, dkk**. Dalam kegiatan komunikasi ada empat elemen yang harus diperhatikan yaitu, *source, message, channel* dan *receiver.* Kemudian komponen tersebut diperinci kembali menjadi lime bagian oleh **Wilbur Schram**, yaitu: *source* (sumber), *encoder* (komunikator), *signal* (sinyal/tanda), *decoder* (komunikan), *destination* (tujuan).

**Hiebert**, **Ungurait**, dan **Bohn**, yang sering disingkat menjadi **HUB (1975)**, mengemukakan komponen-komponen komunikasi massa yang dikutip dalam buku **Komunikasi Massa: Suatu Pengantar** karya **Ardianto, dkk**. meliputi:

1. ***Communicators***
2. ***Codes and content***
3. ***Getekeepers***
4. ***The media***
5. ***Regulators***
6. ***Filters***
7. ***Audiences, and***
8. ***Feedback*. (2014: 31)**
   * 1. **Fungsi Komunikasi Massa**

Fungsi komunikasi massa secara khusus dikemukakan oleh **DeVito** dalam **Komunikasi Massa: Suatu Pengantar** karya **Ardianto, dkk**. Beberapa fungsi tersebut yakni:

1. **Meyakinkan (*to persuade*),**
2. **Menganugerahkan status,**
3. **Membius (*narcotization*),**
4. **Menciptakan rasa kebersatuan,**
5. **Privatisasi, dan**
6. **Hubungan parasosial. (2014: 19-20)**
   * 1. **Karakteristik Komunikasi Massa**

**Elvinaro, dkk**., dalam bukunya **Komunikasi Massa: Suatu Pengantar** mengemukakan ada 8 karakteristik komunikasi massa, yaitu:

**1. Komunikator Terlembagakan; Karakteristik yang pertama adalah si pemberi pesan (komunikator), komunikasi massa harus dilakukan oleh lembaga/ organisasi yang cukup kompleks.**

**2. Pesan Bersifat Umum; Pesan komunikasi massa bersifat umum. Pesannya dapat berupa fakta, peristiwa atau opini. Ini disebabkan karena komunikasi massa bersifat terbuka dan ditujukan untuk masyarakat luas.**

**3. Komunikannya Anonim dan Heterogen; Dalam komunikasi massa, komunikator (pemberi pesan) tidak mengenal komunikannya (penerima pesan). Karena proses komunikasi tidak secara langsung tatap muka, melainkan menggunakan media massa. Yang dilakukan komunikator adalah mengelompokkan komunikan yang anonim tersebut; usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latar belakang ekonomi, budaya, agama, dll.**

**4. Media Massa Menimbulkan Keserempakan; Komunikasi massa dengan daya penyebaran pesannya yang cukup luas dan bahkan tidak terbatas memiliki kelebihan, yaitu mampu memberikan informasi yang seragam dalam waktu bersamaan kepada komunikannya.**

**5. Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan; Prinsip komunikasi adalah bahwa komunikasi mempunyai dimensi isi dan hubungan (Mulyana, 2009: 99). Sedangkan dalam konteks komunikasi massa, komunikator tidak harus mengenal dulu komunikannya seperti pada komunikasi antarpersona. Yang palling penting adalah bagaimana pesan tersebut disusun secara sistematis dan mudah dipahami.**

**6. Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah; Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan aktif juga menerima pesan. Namun, keduannya tidak dapat melakukan dialog sebagaimana komunikasi antarpersona. Berarti komunikasi massa bersifat satu arah.**

**7. Stimulasi Alat Indra Terbatas; Berbeda dengan komunikasi antarpersona yang dapat mengoptimalkan seluruh alat indra, komunikasi massa terbilang cukup terbatas. Penggunaan alat indra tergantung pada jenis media massa.**

**8. Umpan Balik Tertunda dan Tidak Langsung; Umpan Balik (*Feedback*) adalah faktor penting dalam proses komunikasi antarpersona, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa. Namun, komunikasi massa memiliki umpan balik yang tertunda (delayed). Hal tersebut dikarenakan prosesnya yang tidak secara langsung bertatap muka antara komunikator dan komunikan. *Feedback* dari komunikan dapat dilakukan menggunakan pesawat telepon, email, sms, dll (itu dikatakan tertunda atau tidak langsung).**

* 1. **Media Massa**

**Hafied cangara**, dalam bukunya **Pengantar Ilmu komunikasi**, jika khalayak ters ebar tanpa diketahui dimana mereka berada, maka biasanya digunakan media massa. **Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, da televisi. (2015: 140)**

* + 1. **Karakteristik Media Massa**

**Cangara** juga mengemukakan karakteristik media massa, yaitu sebagai berikut:

1. **Bersifat lembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan, sampai penyajian informasi.**
2. **Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjasinya dialog antara pengirim dan penerima. Kalau toh terjadi umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda.**
3. **Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, dimana informasi yang disampaikan diterima oleh bnayk orang pada saat yang sama.**
4. **Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar, dan semacamnya.**
5. **Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin, dan suku bangsa.**
   * 1. **Fungsi Media Massa**

**Mc. Qualil** dalam bukunya **Teori Komunikasi Massa** mengemukakan fungsi-fungsi dari media massa. Antara lain:

1. **Informasi. Menyediakan informasi tentang peristiwa dan kondisi dalam masyarakat dan dunia. Menunjukan hubungan kekuasaan, memudahkan inovasi, adaptasi dan kemajuan.**
2. **Kolerasi. Menjelaskan, menafsirkan, mengomentari makna peristiwa dan informasi, menunjang otoritas dan norma-norma yang mapan, melakukan sosialisasi, mengkoordinasikan beberapa kegiatan, membentuk kesepakatan, menentukan urutan prioritas dan memberikan status relatif.**
3. **Kesinambungan. Mengekspresikan budaya dominan dan mengakui keberadaan kebudayaan khusus (subculture) serta perkembangan budaya baru, meningkatkan dan melestarikan nilai-nilai.**
4. **Hiburan. Menyediakan hiburan, pengalihan perhatian dan sarana relaksasi, meredakan ketegangan sosial.**
5. **Mobilisasi. Mengkampanyekan tujuan masyakat dalam bidang politik, pembangunan, ekonomi, pekerjaan dan agama. (2005: 70).**
   1. **Jurnalistik**

Secara umum dapat dikatakan bahwa jurnalistik adalah seperangkat atau suatu alat media massa. Jurnalistik mempunyai fungsi sebagai pengelolaan laporan harian yang menarik minat khalayak, mulai dari piputan sampai penyebarannya kepada mesyarakat mengenai apa saja yang terjadi.

Secara etimologis jurnalistik berasal dari kata *journ*. Dalam bahasa Perancis, journ berarti catatan atau laporan harian. Secara sederhana, jurnalistik diartikan sebagai kegiatan yang berhubungan dengan pencatatan atau pelaporan setiap hari.

**Kustadi Suhandang (2004)**, yang dikutip dalam buku **Sumadiria**, **Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature,** mengemukakan bahwa:

**Jurnalistik adalah seni dan atau keterampilan mencari, mengumpulkan, mengolah, menyusun, dan menyajikan berita tentang peristiwa yang terjadi sehari-hari secara indah, dalam rangka memenuhi segala kebutuhan hati nurani khalaykanya. (2014: 3)**

Definisi lain dikemukakan **Sumadiria** dalam bukunya **Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature** mendefinisikan jurnalistik sebagai berikut:

**Secara teknis, jurnalistik adalah kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan menyebarkan berita melalui media berkala kepada khalayak seluas-luasnya dengan secepat-cepatnya. (2014:3)**

* + 1. **Bentuk-Bentuk Jurnalistik**

**Zaenuddin** dalam bukunya **The Journalist** mengemukakan bentuk-bentuk jurnalistik kedalam 3 bentuk, yaitu:

1. **Jurnalistik media cetak;**
2. **Jurnalistik media elektronik; dan**
3. **Jurnalistik media online. ( 2011:3)**

Dari uraian di atas,berikut adalah uraian bentuk-bentuk jurnalistik menurut **Zaenuddin** yang terdiri dari tiga bentuk, yaitu:

1. Jurnalistk media cetak

Jurnalistik media cetak adalah berita-berita yang disiarkan melalui benda cetakan. Dalam sejarahnya, jurnalistik media cetak adalah bentuk jurnalistik pertama sebelum munculnya radio, televisi dan internet. Dari segi format dan ukurannya, media massa cetak terbagi kedalam empat segi. Yaitu segi pertama, berbentuk format *broadsheet*, yakni media cetak berukuran surat kabar umum. Yang kedua, format tabloid, yakni media yang ukurannya setengah dari format *broadsheet*. Yang ketiga adalah format majalah, yakni setengah dari ukuran tabloid. Dan yang keempat format buku, yakni ukuran setengah halaman majalah.

1. Jurnalistik media elektronik

Selain melalui media cetak, kita juga bisa mengenal jurnalistik untuk media elektronik khususnya radio dan televisi. Dalam beberapa hal, media elektronik telah mengungguli media cetak, terutama karena kekuatan ausio-visualnya. Hingga sampai saat ini televisi menjadi media dominan dalam komunikasi massa masyarakat di seluruh dunia.

1. Jurnalistik media online

Sejak dunia internet berkembang dengan sangat pesat dan canggih, jurnalistik lewat dunia maya pun berkembang. Kita menyebutnya dengan jurnalisme online. media online telah menjadi pesaing yg sangat ketat bagi jurnalistik media cetak. Dengan banyak keunggulan, media online dapat dengan mudah menarik minat masyarakat.

* + 1. **Bahasa Jurnalistik Pers**

Bahasa yang lazin dipakai media cetak berkala yakni surat kabar, tabloid, dan majalah, disebut bahasa jurnalistik pers. Selain bahasa jurnalistik pers, kita juga mengenal bahasa jurnalistik radio, bahasa jurnalistik televisi, bahasa jurnalistik film, dan bahasa jurnalistik media *online* internet. Sebagai salah satu ragam bahasa, bahasa jurnalistik tunduk kepada kaidah dan etika bahasa baku.

**Sumadiria** dalam bukunya **Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature** memaparkan ciri-ciri bahasa jurnalistik. Yaitu:

**Ciri utama bahasa jurnalistik diantaranya sederhana, singkat, padat, lugas, jelas, jernih, menarik, demokratis, mengutamakan kalimat aktif,sejauh mungkin menghindari kata atau istilah-istilah teknis, dan tunduk kepada kaidah serta etika bahasa baku. (2014: 53)**

* + 1. **Produk Jurnalistik**

Produk jurnalistik adalah surat kabar, tabloid, majalah, buletin, atau media berkala lainnya seperti radio, televisi, dan media *online* internet. Namun tidak setiap surat kabar disebut produk jurnalistik. Surat kabar, tabloid, majalah, dan buletin dapat digolongkan ke dalam tiga kelompok besar yaitu berita (*news*), opini (*views*), dan iklan (*advertising*).

Dari ketiga kelompok di atas, hanya Berita (*news*) dan Opini (*views*) saja yang disebut produk jurnalistik. Seperti yang dijelaskan **Sumadiria** dalam bukunya **Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature**. Ia menyebutkan dua kelompok produk jurnalistik, yaitu:

1. **Kelompok Berita (*news*), meliputi antara lain: berita langsung (*straight* *news*), berita menyeluruh (*comprehensive news*), berita mendalam (*depth news*), pelaporan mendalam (*depth reporting*), berita penyelidikan (*investigative news*), berita khas bercerita (*feature news*), berita bergambar (*photo news*).**
2. **Kelompok Opini (views), meliputi: tajuk rencana (editorial), karikatur, pojok, artikel, kolom, esai dan surat pembaca. (2014: 6)**
   1. **Media Sosial**

Media dapat diartikan sebagai suatu bentuk dan saluran yang dapat digunakan dalam suatu proses penyajian informasi. Sedangkan kata sosial mengandung pengertian suatu kumpulan dari individu-individu yang saling berinteraksi sehingga menumbuhkan perasaan bersama.

**Meike dan Young** **(2013)** menuturkan definisi media sosial dalam buku **Nasrullah** berjudul **Media Sosial,** sebagai berikut:

**“Kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi di antara individu (*to be Shared one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu”. (2015: 11)**

**Nasrullah** dari sumber yang sama, mengemukakan definisi media sosial sebagai berikut:

**Media sosial adalah “medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual”. (2015: 11)**

* + 1. **Karakteristik Media Sosial**

Media sosial merupakan salah satu *platform* yang muncul di media siber. Karena itu, melihat media sosial yang tidak jauh berbeda dengan karakteristik yang dimiliki oleh media siber. Namun, ada batasan-batasan dan ciri khusus tertentu yang hanya dimiliki oleh media sosial dibanding dengan media lainnya. Pada akhirnya, bagaimana karakteristik media sosial itu bisa dipergunakan untuk bidang seperti jurnalisme, hubungan masyarakat, pemasaran, politik.

**Nasrullah** mengemukakan 6 karakteristik media sosial dalam bukunya **Media Sosial**, yaitu:

1. **Jaringan (*netwok*);**
2. **Informasi (*information*);**
3. **Arsip (*archive*);**
4. **Interaksi (*interactivity*);**
5. **Simulasi sosial (*simulation* *of* *society*);**
6. **Konten oleh pengguna (*user*-*generated* *content*). (2015: 16)**
   * 1. **Jenis-jenis Media Sosial**

**Nasrullah** juga mengemukakan 6 jenis media sosial dalam bukunya **Media Sosial**, yaitu:

1. ***Social networking* atau media jaringan sosial merupakan sarana yang bisa digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial di dunia virtual dan koneksi dari hubungan sosial tersebut, seperti terbentuknya nilai-nilai, moral, dan etika.**
2. ***Blog* merupakan media sosial yang memungkinkan penggunanya mengunggah aktifitas keseharian, saling mengomentari, dan berbagi, baik tautan web lain, informasi, maupun yang lainnya.**
3. ***Microblogging* merupakan media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan memublikasikan aktifitas dan atau pendapatnya maksimal dengan 140 karakter.**
4. ***Media sharing* merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunanya untuk berbagi media, mulai dari dokumen (*file*), video, audio, gambar dan sebagainya.**
5. ***Social bookmarking* merupakan sosial media yang bekerrja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola dan mencari informasi atau berita tertentu secara *online*.**
6. ***Wiki* merupakan media atau situs web yang secara program memungkinkan pera penggunanya berkolaborasi untuk membangun konten secara bersama. (2015: 48)**
   1. **Berita**

Berbagai definisi berita dikemukakan oleh para ahli. Salah satunya dikemukakan oleh **Dean M. Lyle Spencer** yang dikutip oleh **Sumadiria** dalam bukunya **Jurnalistik Indonesia**. Menurut **Spencer**, **berita adalah suatu kenyataan atau ide yang benar yang dapat menarik perhatian sebagian besar pembaca**.

**Sumadiria** mengemukakan definisi yang lebih lengkap dalam buku yang sama.

**“Berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan atau penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau media *online* internet”(2014: 65).**

* + 1. **Klasifikasi Berita**

**Sumadiria** juga mengemukakan klasifikasi berita dalam bukunya **Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature**:

**“Berita dapat diklasifikasikan ke dalam dua kategori: berita berat (hard news) dan berita ringan (soft news). Selain itu, berita juga dapat dibedakan menurut lokasi peristiwanya, di tempat terbuka atau di tempat tertutup. Sedangkan berdasarkan sifatnya, berita bisa dipilah menjadi berita diduga dan berita tak diduga. Selebihnya, berita juga bisa dilihat menurut materi isinya yang beraneka macam”. (2014: 65)**

* + 1. **Kriteria Umum Nilai Berita**

Kriteria umun nilai berita (*news value*) merupakan acuan yang dapat digunakan oleh para jurnalis, yakni para reporter dan editor untuk memutuskan fakta yang pantas dijadikan berita dan memilih mana yang lebih baik. Dengan kriteria tersebut seorag reporter dapat dengan mudah mendeteksi mana peristiwa yang yang tak perlu diliput dan dilaporkan, dan mana peristiwa yang tak perlu diliput dan harus dilupakan.

**Sumadiria** dalam bukunya **Jurnalistik Indonesia** mengemukakan 11 kriteria umum nilai berita, yaitu:

1. **Keluarbiasaan (*unusualness*)**
2. **Kebaruan (*newsness*)**
3. **Akibat (*impact*)**
4. **Aktual (*timeliness*)**
5. **Kedekatan (*proximity*)**
6. **Informasi (*information*)**
7. **Konflik (*conflict*)**
8. **Orang penting (*prominence*)**
9. **Ketertarikan manusiawi (*human* *interest*)**
10. **Kejutan (*suprising*)**
11. **Seks (*sex*). (2014: 80)**
    1. **Analisis Wacana**

Analisis wacana merupakan suatu kajian yang meneliti atau menganalisis bahasa yang digunakan secara alamiah, baik dalam bentuk tulis maupun lisan. Selain itu juga analisis wacana merupakan usaha untuk memahami suatu bahasa yang yang tentunya memiliki manfaat dalam proses belajar bahasa dan perilaku berbahasa.

Kajian terhadap suatu wacana dapat dilakukan secara struktural dengan menghubungkan antara teks dan konteks, serta melihat suatu wacana secara fungsional dengan menganalisis tindakan yang dilakukan seseorang untuk tujuan tertentu untuk memberikan makna kepada partisipan yang terlihat. Data yang digunakan dalam analisis wacana adalah dengan cara berfokus kepada pengkontruksian secara kewacanaan yang meliputi teks tulis yang berupa ragam tulisan, dan teks lisan yang berupa ragam tuturan.

Analisis wacana membagi tiga pandangan mengenai bahasa. Yaitu pandangan pertama diwakili kaum positive-empiris. Pandangan ini, analisis wacana menggamabarkan tata aturan kalimat, bahasa dan pengertian bersama. Pandangan kedua, disebut sebagai konstruktivisme. Dalam pangdangan ini, analisis wacana sebagai suatu analisis untuk membongkat maksud-maksud dan makna-makna tertentu. Pandangan terakhir disebut dengan pandangan kritis. Analisis wacana dalam pandangan ini menekankan pada konstelasi kekuatan yang terjadi pada proses produksi dan reproduksi makna. Analisis wacana termasuk dalam kategori paradigma kritis. Paradigma dalam penelitian ini ditujukan ujntuk mengurai realitas yang disampaikan oleh seseorang melalui media online, dari penggunaan bahasa yang digunakan.

Bahasa dalam pandangan kritis dipahami sebagai representasi yang berperan dalam membentuk subjek tertentu, tema-tema wacana tertentu, maupun strategi yang ada di dalamya. Oleh karena itu, analisis wacana membongkar kuasa yang ada dalam setiap proses bahasa. Batasan-batasan apa yang dipakai, dan topik apa yang dibicarakan.

Istilah wacana mungkin sudah tidak asing lagi di telinga kita. Ada banyak wacana yang terkandung dalam sebuah informasi di sekitar kita. Sebuah tulisan adalah sebuah wacana. Tetapi tidak semua wacana berbentuk tulisan. Wacana bisa berbentuk lisan dan juga tulisan. Jenis wacana lisan misalnya pidato.

**Roger Fowler (1977)** mengemukakan definisi wacana dalam buku **Eryanto**, **Analisis Wacana:**

**“Wacana adalah komunikasi lisan atau tulisan yang dilihat dari titik pandang kepercayaan, nilai, dan kategori yang masuk di dalamnya; kepercayaan disini mewakili pandangan dunia; sebuah organisasi atau representasi dari pengalaman”. (2011: 2)**

Analisis wacana dalam perspektif komunikasi, digunakan untuk membedah cara-cara atau ideologi sebuah media saat mengontruksi fakta. Analisis wacana merupakan suatu kajian yang meneliti atau menganalisis bahasa yang digunakan secara alamiah, baik dalam bentuk tulisan maupun lisan.

Melalui analisis wacana kita bukan hanya mengetahui bagaimana isi teks berita, tetapi juga bagaimana pesan itu disampaikan melalui kata, frase, kalimat, dan metafora.

Definisi singkat **analaisis wacana adalah studi tentang struktur pesan dalam komunikasi. Lebih tepatnya lagi, analisis wacana adalah telaah mengenai aneka fungsi (pragmatik) bahasa**. (**Sobur, 2012: 48**)

**Syamsudin** (dalam Sobur, 2012: 49) mengemukakan ciri dan sifat wacana dari segi analsisinya sebagai berikut:

1. **Analisis wacana membahas kaidah memakai bahasa di dalam masyarakat (*rule of use* – menurut Widdowson);**
2. **Analisis wacana merupakan usaha memahami makna tuturan dalam konteks, teks, dan situasi (Firth);**
3. **Analisis wacana merupakan pemahaman rangkaian tuturan melalui interpretasi semantik (Beller);**
4. **Analisis wacana berkaitan dengan pemahaman bahasa dalam tindak berbahasa (*what is said from what is done* – menurut Labov);**
5. **Analisis wacana diarahkan kepada masalah memakai bahasa secara fungsional (*functional use of language* – menurut Coulthard). (2012: 49)**

**2.6.1 Analisis Wacana Model Roger Fowler, dkk.**

Roger Fowler, Robert Hodge, Gunther Kress, dan Tony Trew adalah sekelompok pengajar yang terkenal dengan *critical lingistic* yang dikembangkan dari teori linguistik. Sekelompok peneliti ini melihat bagaimana tata bahasa/ *grammar* tertentu dan pilihan kosa kata tertentu membawa implikasi dan ideologi tertentu.

Dalam membangun model analisisnya, Roger Flowler dkk. Terutama mendasarkan pada penjelasan Haliday mengenai struktur dan fungsi bahasa. Fungsi dan struktur bahasa ini menjadi dasar struktur tata bahasa, di mana tata bahasa itu menyediakan alat untuk dikomunikasikan kepada khalayak. Apa yang dilakukan oleh Fowler dkk. adalah meletakan tata bahasa dan praktik pemakaiannya tersebut untuk mengetahui praktik ideologi.

**Eriyanto** dalam bukunya **Analisis Wacana** (2011: 134) menguraikan beberapa elemen yang dipelajari Fowler dkk. Sebagai berikut:

1. **Kosakata**
2. **Kosakata: membuat klasifikasi**

**Bahasa pada dasarnya selalu menyediakan klasifikasi. Realitas tertentu dikategorikan sebagai ini, dan akhirnya dibedakan dengan realitas yang lain. Klasifikasi terjadi karena ada relitas yang yang begitu kompleks, sehingga orang kemudian membuat penyederhanaan dan abstraksi dari realitas tersebut. realitas tersebut bukan hanya dikenali, pada akhirnya juga berusaha dibedakan dengan yang lain. Klasifikasi menyediakan arena untuk mengontrol informasi dan pengalaman.**

1. **Kosakata: membatasi pandangan**

**Menurut Fowler dkk, bahasa pada dasranya bersifat membatasi. Klasifikasi menyediakan arena untuk mengontrol informasi dan pengalaman. Kosakata berpengaruh terhadap bagaimana kita memahami dan memaknai suatu peristiwa. Hal ini karena khalayak tidak mengalami atau mengikuti suatu peristiwa secara langsung. Oleh karena itu, ketika membaca suatu kosakata tertentu, akan dihubungkan dengan realitas tertentu.**

1. **Kosakata: pertarungan wacana**

**Kosakata haruslah dipahami dalam konteks pertarungan wacana. Dalam suatu pemberitaan, setiap pihak mempunyai versi atau pendapat sendiri-sendiri atas suatu masalah. Mereka mempunyai klaim kebenaran, dasar pembenar dan penjelas mengenai suatu masalah mereka bukan hanya mempunyai versi yang berbeda, tetapi juga berusaha agar versinya yang dianggap paling benar dan lebih menentukan dalam mempengaruhi opini publik. Dalam upaya memenangkan penerimaan publik tersebut, masing-masing pihak menggunakan kosakata sendiri dan berusaha memaksakan agar kosakata itulah yang lebih diterima oleh publik.**

1. **Kosakata: marjinalisasi**

**Argumen dasar dari Roger Fowler dkk. adalah pilihan linguistik tertentu. Kata, kalimat dan proposisi membawa nilai ideologis tertentu. Kata dipandang bukan sebagai sesuatu yang netral, tetapi membawa implikasi ideologis tertentu. Disini pemakaian kata, kalimat, susunan, dan bentuk kalimat tertentu, proposisi, tidak dipandang semata sebagai persoalan teknis tata bahasa atau linguistik, tetapi ekspresi dari ideologi. Upaya untuk mmebntuk pendapat umum, meneguhkan, dan membenarkan pihak sendiri dan mengucilkan pihak lain. Pemakaian bahasa dipandang tidak netral karena membawa implikasi ideologis tertentu. Teks memproduksi “posisi bacaan” untuk khalayak, dalam arti menyediakan perspektif bagaimana suatu teks harus dibaca dan dipahami, meskipun pemaknaan suatu teks melibatkan juga hubungan transaksional dengan pembaca.**

1. **Tata Bahasa**
2. **Efek bentuk kalimat pasif: Penghilangan Pelaku**

**Tata bahasa bukan hanya berhubungan dengan kebahasaan, ia juga bukan hanya melulu persoalan cara menulis, karena bentuk kalimat menentukan makna yang dihasilkan oleh susunan kalimat tersebut. ada dua bentu kalimat: kalimat aktif dan kalimat pasif. Dalam kalimat aktif, yang ditekankan adalah subjek pelaku dari suatu kegiatan, sedangkan dalam kalimat pasif yang ditekankan adalah sasaran suatu pelaku atau tindakan.**

1. **Efek nominalisasi: Penghilangan Pelaku**

**Penghilangan pelaku tindakan, selain lewat bentuk kalimat pasif, dapat juga dilakukan lewat nominalisasi (membuat verba menjadi nomina). Nominalisasi bisa menghilangkan subjek, karena dalam bentuk nominal bukan lagi kegiatan/tindakan yang ditekankan tetapi suatu peristiwa. (2011: 134)**

* 1. **Teori Konstruksi Realitas Sosial**

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

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

**Berger L. Luckman** (dalam Basari) dalam buku berjudul *The Social Construction of Reality* yang menjelaskan bahwa teori konstruksi sosial adalah:

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

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

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

Realitas menurut Berger tidak dibentuk secara ilmiah dan juga bukan sesuatu yang diturunkan oleh Tuhan, tetapi dibentuk dan dikontruksi. Dengan pemahaman ini realitas berwujud ganda. Setiap orang memiliki konstruksi yang berbeda-beda atas seatu realitas yang dimiliki dan dialami oleh masing-masing individu.

Teori ini berakar pada paradigma kontrutivisme yang melihat realitas sosial sebagai konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu yang merupakan manusia bebas. Individu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksi berdasarkan kehendaknya. Dalam proses sosial, individu manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas di dalam dunia sosialnya.

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

Suatu realitas tidak begiru saja hadir diantara kita dengan apa adanya, melainkan suatu realitas itu dibangun secara sosial dan bersifat tunggal. Sebab setiap individu yang satu dengan yang lain memiliki persepsi yang berbeda dalam mengandung realitas. Dalam disiplin ilmu psikologi tahap awal dalam menerima informasi telah melalui sensasi.

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

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

Pemahan mengenai konstruksi makna dapat dikaji melalui konsep dalam paradigma konstruktivis, yaitu konsep atau teoridari aliran konstruktivisme yang didasarkan pada bagaimana pengetahuan tentang gambaran dunia nyata dikonstruksi oleh individu. Dalam hal ini, dunia nyata diperoleh dari pengalaman-pengalamannya. Makna dari objek yang terdapat dalam dunia nyata dihasilkan melalui pengalaman individu dengan objek tersebut.