

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Media Online

Dengan perkembangan media yang sangat pesat terutama pengguna internet atau media online pada tahun 1990-an berupa jaringan. Program inilah yang kemudian kita kenal *www (world wide web)* berjalan dengan perkembangan komunikasi yang pesat serta kebutuhan informasi yang meningkat. Penggunaan media online sebagai sarana penyampaian informasi kepada khalayak, meneruskan atau menyebarluaskan sebuah pesan, terlihat dari banyaknya media *online* yang berbasis internet ikut serta dalam perkembangan komunikasi. Media *online* adalah sebuah organisasi yang menyebarkan informasi berupa produk berbentuk visual.

Dalam buku *Online News and The Public* karya Salwen dijelaskan bahwa komunikasi melalui media, sebagai berikut:

Diseluruh dunia, surat kabar online dan media berita online lainnya tumbuh pesat selama terakhir 1990-an. Karena sebagian besar surat kabar tidak memiliki secara online kehadirannya sebelum mempopulerkan world wide web, mengambil keuntungan dari kemudahan penggunaan dan ketersediaan umum. Hasilnya adalah ekspansi cepat dari berita online. (2006 : 6)

Sedangkan dalam buku *Online Journalism* karya Hall memperkuat keberadaan media online sebagai penguat sumber informasi, yaitu:

Abad sekitar cetak telah usang oleh media baru dan semakin tidak relevan dengan kehidupan banyak pembaca. Ada beberapa saran bahkan surat kabar dan

majalah dapat benar-benar digantikan oleh penyampaian informasi berbasis internet system. (1992 : 3)

Dari sini lah banyak bermunculan media *online*, selain karena kebutuhan, kemudahan dan aksesibilitas yang cepat menjadi kenggulan media *online*. Melalui media online sebagai saluran penyampain pesan kepada khalayak menggunakan sistem yang berbasis internet.

Selanjutnya, **Romli** menjelaskan dalam bukunya **Jurnalistik Online**, bahwa:

Media online bisa dikatakan sebagai media “generasi ketiga” setelah media cetak (*printed media*) koran, tabloid, majalah, buku-buku dan media elektronik (*electronic media*)- radio, televisi, dan film/video. Perdefinisi, media online disebut juga *cybermedia*, media internet, dan *new media*. (2012: 30)

Dari pendefinisian diatas, dapat diartikan media *online* sebagai media yang tersaji secara online disitus *website* internet. Media *online* merupakan salah satu produk media *cyber* karena media tersebut dibuat untuk mempermudah pekerjaan manusia.

Romli juga menjeaskan, media online merupakan produk jurnalistik *online* atau *cyber journalisme* sebagaimana dalam bukunya *Jurnalistik Online*, Media online merupakan produk jurnalistik yang diartikan sebagai pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet. (2012: 03)

2.1.1 Karakteristik Media Online

Karakteristik dan keunggulan media online dibandingkan "media konvensional" seperti yang dijelaskan **Romli** dalam bukunya **Jurnalistik Online**:

1. **Kapasitas luas, halaman web bisa menampung naskah sangat panjang.**
2. **Pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan di mana saja.**
3. **Jadwal terbit bisa kapan saja bisa, setiap saat.**
4. **Cepat, begitu di-upload langsung bisa diakses semua orang.**
5. **Menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.**
6. **Aktual, berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.**
7. **Update, pembaruan informasi terus dan dapat dilakukan kapan saja.**
8. **Interaktif, dua arah, dan "egaliter" dengan adanya fasilitas kolom komentar, = xchat room, polling, dsb.**
9. **Terdokumentasi, informasi tersimpan di "bank data" (arsip) dan dapat ditemukan melalui "link", "artikel terkait", dan fasilitas "cari" (search) (2012: 33).**

Karakteristik media online membuat media ini mampu menyajikan bentuk dan isi publikasi yang lebih kaya ketimbang media tradisional. Keunggulan ini, terutama sekali, berlangsung pada media *online* yang berjalan di atas *web*. Selain itu, media *online* dapat dengan mudah bersifat interaktif. Dengan memanfaatkan *hyperlink* yang terdapat pada *web*, karya-karya jurnalisisme *online* dapat menyajikan informasi yang terhubung dengan sumber-sumber lain.

2.1.2 Ciri Media Online

Dalam media online mempunyai beberapa ciri khusus yang bedakan tipe komunikasi media online dengan tipe komunikasi lainnya. Dalam buku *New Media: A Critical Introductio* karya **Lister** menjelaskan:

1. **Komputer-dimediasi komunikasi: email, chat room, berbasi avatar komunikasi forum, transmisi gambar suara, world wide web, blog dll, sosial jaringan situs, dan telepon seluler.**
2. **Cara-cara baru untuk mendistribuksikan dan mengkonsumsi teks media ditandai dengan interaktivitas dan format hypertextual – world wide web, CD, DVD, Podcast dan berbagai platform komputer.**
3. **Virtual realitas lingkungan simulasi dan ruang representasi mendalam.**
4. **Berbagai seluruh transformasi dan diskolkasi media didirikan (dalam, seperti: fotografi, animasi, televisi, jurnalisme, film dan bioskop). (2009: 13)**

Pernyataan diatas menjelaskan bahwa ciri dari sebuah media online adalah dari produksi yang berupa teknologi baik dalam bentuk email, chat room, berbasis avatar komunikasi forum, transmisi gambar suara, world wide web, blog dll, jaringan sosial dan telepon seluler.

2.1.3 Fungsi Media Online

Fungsi dari media online sebenarnya sama dengan media massa pada umumnya seperti yang dijelaskna **Sean MacBride** dan dikutip oleh **Widjaja** dalam **Komunikasi dan Hubungan Masyarakat**, sebagai berikut:

1. **Fungsi Informasi**
2. **Fungsi sosialisai**
3. **Fungsi motivasi**
4. **Fungsi diskusi dan perdebatan**
5. **Fungsi pendidikan**
6. **Fungsi memajukan kebudayaan**
7. **Fungsi hiburan**
8. **Fungsi intergrasi (1993: 25)**

Hal tersebut diperkuat oleh **Lister** pada bukunya *New Media: A Critical*

Introduction yang menjelaskan bahwa:

Dunia media dan komunikasi mulai terlihat beberapa perbedaan ini tidak terbatas pada satu sektor atau elemen dari dunia itu, meskipun waktu sebenarnya berubah dari medium ke medium. Ini seperti kasus percetakan, fotografi, televisi, telekomunikasi. Tentu saja, media seperti itu terus menerus berubah dan berkembang teknologinya, dalam kelembagaannya mereka tidak pernah berdiri tetap. (2009: 10)

Dengan pernyataan diatas, fungsi media online tidak jauh dari fungsi media massa yang ditunjukkan sebagai sumber informasi, sosialisasi, motivasi, diskusi, pendidikan, memajukan kebudayaan dan hiburan. Karena sifat media yang tidak tetap dan terus berkembang yang membuat muncul media baru berupa media online yang tidak menghilangkan fungsi utamanya sebagai media.

2.1.4 Keunggulan Media Online

Media online memiliki keunggulan yang berbeda dengan media lainnya, seperti yang dikemukakan **Lister** dalam *New Media: A Critical Introduction* menjelaskan bahwa:

- 1. Pengalaman baru dalam bentuk teks: pengalaman baru dalam bentuk tekstual, hiburan, kesenangan dan pola konsumsi media.**
- 2. Cara-cara baru dalam merepresentasikan dunia: seperti halnya interaktif media.**
- 3. Merupakan bentuk hubungan baru antara pengguna dengan konsumen dengan teknologi media.**
- 4. Merupakan bentuk pengalaman baru dari identitas diri maupun komunitas dalam berinteraksi baik dalam waktu, ruang, dan tempat.**
- 5. Merupakan bentuk konsepsi baru dari hubungan manusia secara biologis dengan teknologi media.**
- 6. Merupakan pola baru dalam organisasi dan produksi, sebuah integrasi dalam media seperti budaya, industri,**

ekonomi, akses informasi, kepemilikan, control dan undang-undang. (2009: 13)

Dari penjelasan diatas bisa disimpulkan bahwa keunggulan dari media online adalah sebagai sarana komunikasi dengan pengalaman baru atau proses produksi yang berbeda tentang hubungan komunikasi yang berbentuk virtual dengan berbasis multimedia interaktif dengan perkembangan teknologi.

2.2 Jurnalistik Online

Secara etimologis, jurnalistik berasal dari kata “*journal*”. Dalam bahasa perancis “*journal*” berarti catatan atau laporan harian. Secara sederhana, jurnalistik diartikan sebagai kegiatan yang berhubungan dengan pencatatan dan pelaporan setiap hari. Dalam kamus bahasa Inggris “*journalistic*” diartikan kewartawanan (warta = berita, kabar). Dalam hal ini, berarti jurnalistik adalah catatan atau laporan harian wartawan yang diberikan kepada khalayak banyak. Sedangkan jurnalistik online tersebut diartikan sebagai seorang wartawan atau pencari berita dengan cara publikasi melalui media online sebagai sarana penyampaian dan memperluas lebih lanjut konsitusi jurnalisme.

Dalam buku *Online Journalism* yang ditulis **Hall** mengenai jurnalistik online dengan penyampaian melalui internet, yaitu :

Internet menambah momentum untuk tren yang muncul pertama kali dengan massifikasi media untuk memperluas lebih lanjut konsitusi jurnalisme. Hal ini menjadi lebih dari news gathering, analisis dan reportase. (1992:4)

Dengan penjelasan diatas dapat diartikan jurnalistik online adalah proses kegiatan jurnalistik yang dikembangkan melalui perkembangan media berupa internet sebagai sarana penyampaiannya, karena jurnalis dalam menyampaikan informasi dituntut sigap dan cekatan dalam menyajikan berita dengan diimbangi keberadaan media *online* sebagai penunjangnya. Tanpa menghilangkan pengertian jurnalistik yang sebenarnya.

2.3 Pengertian Pers

Secara yuridis formal, seperti dinyatakan dalam **pasal 1 ayat (1) UU Pokoknya pers No. 40/1999**, yang terdapat di buku **SIMBIOSA** yang berjudul **Jurnalistik Indonesia** menyatakan bahwa pers adalah:

Lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafis maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia.(2011:31)

Pernyataan diatas menunjukkan bahwa pers adalah lembaga sosial sekaligus wahana komunikasi dengan menggunakan kegiatan jurnalistik berupa meliput, mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengola dan menyampaikan informasi berupa tulisan, suara, gambar/foto maupun grafis melalui sebuah media.

Dapat diartikan jurnalistik bukanlah pers namun mempunyai hubungan yang sangat erat kaitanya. Pers merupakan sarana yang menyajikan informasi dengan produk jurnalistiknya kepada khalayak.

Kegiatan seorang jurnalistik dalam penyajian informasi yang mengandung nilai berita yang di sajikan untuk masyarakat melalui sebuah media sebagai sumber informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Dalam kegiatan jurnalistik juga dituntut adanya kecepatan dalam pencarian, pengolahan dan penyampaian informasi yang seluas-luasnya dengan kelengkapan data yang disertai fakta berita tersebut.

2.3.1 Fungsi Pers

Definisi dari **Sumadiria** dalam bukunya **Jurnalistik Indonesia**, menjelaskan bahwa fungsi Pers, yaitu :

1. **Informasi (*to inform*)** Fungsi utama pers ialah menyampaikan informasi secepat-cepatnya kepada masyarakat yang seluas- luasnya. Setiap informasi yang disampaikan harus memenuhi kriteria dasar: aktual, akurat, faktual, menarik atau penting, benar, lengkap- utuh, jelas-jernih, jujur-adil, berimbang, relevan, bermanfaat, etnis.
2. **Edukasi (*to educate*)** Informasi yang disebarluaskan pers hendaknya dalam kerangka mendidik (*to educate*). Dalam istilah sekarang pers harus mau dan mampu memerankan dirinya sebagai guru besar.
3. **Koreksi (*to influence*)** Kehadiran pers dimaksud untuk mengawasi atau mengontrol kekuasaan legislative, eksekutif dan yudikatif agar kekuasaan mereka tidak menjadi korup dan absolut. Dengan fungsi kontrol sosial (*social control*) yang dimilikinya itu, pers bisa disebut sebagai institusi sosial yang tidak pernah tidur.
4. **Rekreasi (*to entertain*)** Fungsi yang keempat pers adalah menghibur. Pers harus mampu memerankan dirinya sebagai wahana rekreasi yang menyenangkan sekalligus yang menyehatkan bagi semua lapisan masyarakat. Pers harus jadi sahabat setia pembaca yang menyenangkan.
5. **Mediasi (*to mediate*)** Mediasi artinya penghubung. Bisa juga disebut sebagai fasilitator atau mediator. Dengan fungsi mediasi, pers mampu menghubungkan tempat

yang satu dengan tempat yang lain, peristiwa yang satu dengan yang lain, orang yang satu dengan peristiwa yang lain, atau orang yang satu dengan orang yang lain pada saat yang sama. (2011:32-35)

Dari penguraian diatas, menyatakan bahwa fungsi pers yaitu menyampaikan informasi, menyampaikan pendidikan, memberi hiburan dan menjadi mediator yang mampu menghubungkan tempat satu dengan yang lain.

2.4 Pengertian Berita

Sebuah berita adalah sebuah laporan tentang suatu hal atau peristiwa melalui media. Begitu banyak definisi berita (*news*) yang dapat diketahui dari berbagai literatur, yang satu sama takan berbeda disebabkan pandangannya dari sudut yang berbeda.

Definisi dari **Sumadiria** dalam bukunya **Jurnalistik Indonesia** menjelaskan yang di maksud berita :

Berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau media on line internet. (2011:65)

Sumadiria mengetengahkan bahwa definisi tersebut bertitik tolak dari konsep media massa yang tidak hanya menunjuk kepada surat kabar, tetapi juga mencakup radio, televisi, film dan internet. Dengan kata lain, berita bukan hanya menunjuk pada pers atau media massa dalam arti sempit dan tradisional, melainkan juga pada radio, televisi, film dan internet atau media massa dalam arti luas dan modern.

2.5 Pengertian Fotografi

Secara etimologi, fotografi berasal dari bahasa Inggris, yakni *photography*. Sedangkan kata *photography* diadaptasi dari bahasa Yunani. Menurut **Jhon Hedgecoe** yang dikutip oleh **Rita Gani** dalam buku yang berjudul **Jurnalistik Foto** dijelaskan bahwa *Photos* yang berarti cahaya dan *graphein* yang berarti gambar atau menggambar. Dengan demikian, secara harfiah, fotografi bermakna “menggambar dengan cahaya” (2013:7)

Jika didefinisikan secara harfiah fotografi berarti melukis dengan cahaya. Cahaya merupakan faktor pendukung utama dalam membuat gambar/foto karena tanpa cahaya tidak mungkin dapat dihasilkan sebuah gambar/foto, pada prosesnya cahaya yang masuk pada kamera melalui lensa akan direkam oleh film (pada kamera analog) atau sensor (kamera digital) menjadi sebuah gambar yang dikenal dengan istilah foto. Selain cahaya faktor lainnya ialah kamera yang digunakan untuk media dalam merekam dan obyek yang akan dipotret istilah pengambilan gambar oleh kamera pada fotografi, dan kemudian di proses sehingga menghasilkan gambar.

2.6 Fotografi Jurnalistik

Fotografi jurnalistik sebagai salah satu bentuk berita di sebuah media yang mempunyai peranan yang sangat penting sebagai deskripsi non verbal, merupakan hasil liputan yang dilakukan wartawan foto suatu media atau fotografer guna pemenuhan kebutuhan suatu media.

Menurut **Wilson** yang dikutip oleh **Alwi** dalam buku **Fotografi Jurnalisik** mengartikan foto jurnalistik sebagai **Kombinasi dari kata dan gambar yang menghasilkan suatu kesatuan komunikasi saat ada kesamaan antara latar belakang dan sosial pembacanya. (2004:3)**

Sedangkan menurut **Wijaya** yang dikutip oleh **Rita Gani** dalam buku Foto Jurnalistik mengartikan foto Jurnalistik yaitu **foto yang bernilai berita atau foto yang menarik bagi pembaca tertentu, dan informasi tersebut disampaikan kepada masyarakat sesingkat mungkin. (2013:47)**

Dari kedua pengertian tersebut, dapat dijabarkan bahwa fotografi jurnalistik merupakan laporan yang mempergunakan kamera untuk menghasilkan visual yang dikombinasikan dengan kata. Sebuah foto bisa dikatakan sebagai foto jurnalistik apabila medium penyampaian berita tersebut kepada khalayak dengan tujuan adanya suatu keatuan komunikasi.

2.6.1 Karakteristik Fotografi Jurnalistik

Untuk memperkuat dan mempertegas foto jurnalistik maka diperlukan karakter dari foto itu sendiri, menurut **Hoy** yang dikutip **Rita Gani** dalam bukunya **Foto Jurnalistik** mengatakan Karakter foto jurnalistik yaitu:

- 1. Foto jurnalistik adalah komunikasi melalui foto sebagai ekspresi oleh pewarta foto terhadap suatu obyek, tetapi pesan yang disampaikan bukan merupakan ekspresi pribadi.**
- 2. Medium foto jurnalistik adalah media cetak Koran atau majalah, dan media kabel atau satelit juga internet seperti kantor.**

3. Kegiatan foto jurnalistik adalah kegiatan melaporkan berita.
4. Foto jurnalistik adalah paduan teks dan foto.
5. Foto jurnalistik mengacu pada manusia, manusia adalah subyek, sekaligus pembaca berita.
6. Foto jurnalistik adalah komunikasi dengan orang banyak (*mass audiences*).
7. Foto jurnalistik merupakan hasil kerja editor foto.
8. Tujuan foto jurnalistik adalah memenuhi kebutuhan mutlak penyampaian informasi kepada sesame, sesuai amendemen kebebasan berbicara dan kebebasan pers (*freedom of speech and freedom of press*). (2013:48-49)

Dari berbagai karakteristik yang disebutkan diatas, menunjukkan bahwa foto dalam sebuah jurnalistik bukan foto biasa dari pribadi melainkan yang mempunyai pesan didalamnya bagi pembaca yang ingin disampaikan dari fotografer. Maka dari itu berita di media *online (website)* sering dipertegas melalui sebuah foto.

2.6.2 Jenis-Jenis Fotografi Jurnalistik

Banyak pendapat mengenai jenis-jenis foto jurnalistik yang digunakan media dalam pemberitaanya, menurut **Loosley** yang dikutip oleh **Rita Gani** dalam buku **Foto Jurnalisik** terdapat jenis foto jurnalistik berdasarkan penyajiannya:

1. *Spot news* atau foto berita adalah sebuah karya foto yang merekam kejadian atau peristiwa sesaat dengan waktu yang sangat singkat dan tidak berulang. Biasanya berupa foto tunggal yang berdiri sendiri menyajikan suatu peristiwa.
2. *Photo essay* atau foto esai adalah serangkaian foto yang menggambarkan berbagai aspek dari suatu masalah yang dikupas secara mendalam.
3. *Photo sequence* adalah serangkaian foto yang menyajikan suatu kejadian secara mendetail, beruntun, dan kronologis. Kejadian atau peristiwa itu terjadi

dalam selisih waktu yang amat singkat (dalam bilangan menit atau bahkan detik).

4. *Feature photograph* adalah sebuah foto jurnalistik yang menyangkut kehidupan sehari-hari, namun mengandung segi kemanusiaan yang menarik. (2013:63)

Dari berbagai keterangan diatas terdapat jenis-jenisnya fotografi jurnalistik yang yang berdasarkan penyajiannya. Hal ini menunjukkan bahwa ruang lingkup fotografi sangat luas dan terbagi-bagi beberapa jenis sesuai fungsinya, seperti sport news yang merupakan sebuah foto tunggal disertai teks foto yang bisa berdiri sendiri, atau menyertai foto berita tulisan disiarkan dengan *photo essay* yaitu foto yang lebih dari satu atau banyak namun tetap memiliki satu tema. *Photo sequence* sering diistilahkan dengan foto berita karena merupakan foto suatu kejadian dengan selisih waktu yang singkat, dan *feature photograph* adalah foto dari pemberitaan mengenai segi kemanusiaan berupa foto *faecture*.

2.6.3 Fungsi Fotografi Jurnalistik

Sama halnya dengan foto jurnalistik dalam media massa cetak, foto jurnalistik dalam media *online* juga memiliki arti dan peranan yang sangat penting dalam penyapaian sebuah berita secara keseluruhan yang ditunjang dengan gambar/foto.

Menurut **Thomas** dalam bukunya *Journalism In America an Introduction to The News Media* yang dikutip oleh **Rita Gani** dalam buku **Foto Jurnalistik** fungsi dasar foto jurnalistik, yaitu:

1. *To communicate the news*, yaitu untuk mengkomunikasikan berita. Foto seringkali memiliki arti yang sangat penting dalam penyampaian berita secara keseluruhan.
2. *To generate interest*, yakni untuk menimbulkan minat. Sepintas yang pertama kali terlihat dan diperlihatkan oleh pembaca sebelum membaca *headline* berita, biasanya adalah foto.
3. *To give another dimension to a news worthy figure*, yakni untuk menonjolkan dimensi lain dari orang yang diberitakan. Berita mengenai seseorang bisa mempunyai makna lain ketika disertai dengan foto.
4. *To make a brief but important announcement*, yaitu untuk menyingkat berita tanpa mengurangi arti dari berita.
5. *To make a page attractive*, yakni penghias halaman media cetak sehingga menciptakan ciri tersendiri dari sebuah media cetak. (2013:60-62)

Dilihat dari fungsi foto jurnalistik yang diuraikan diatas mengungkapkan keberadaan fotografi jurnalistik sangat dibutuhkan diberbagai media sebagai pelengkap berita. Maka dari itu keberadaan fotografi jurnalistik terus dikembangkan.

2.7 Pengertian Religius

Religius berasal dari suka kata religi, religi berasal dari bahasa latin yaitu *Relegere* yang artinya mengumpulkan atau membaca. Pengertian ini karena di lihat dari sebuah muatan atau isi yang terkandung dalam agama, yaitu berupa kumpulan tata cara mengabdikan kepada Tuhan yang terhimpun dalam semua kitab. Selain itu ada juga yang mengatakan bahwa religi berasal dari kata *Religere* yang berarti mengikat. Hal ini dikarenakan adanya salah satu dari sifat agama, yang mengikat

para penganutnya agar menjalankan agama tersebut dalam kepercayaan terhadap Tuhannya.

Sedangkan dalam *Encyclopedia of Philosophy* seperti yang dikutip **Jalaluddin** dalam **Psikologi Agama: Sebuah Pengantar** istilah religi ini dapat diartikan sebagai **suatu kepercayaan kepada Tuhan yang selalu hidup, yakni kepada jiwa dan kehendak Ilahi yang mengatur alam semesta dan mempunyai hubungan moral dengan umat manusia. (2004: 20)**

Kata dasar religius adalah religi yang berasal dari bahasa Inggris religion sebagai bentuk dari kata benda yang berarti agama atau kepercayaan akan adanya sesuatu kekuatan yang lebih besar di atas manusia. Religius berasal dari kata religious yang berarti sifat religi yang melekat pada diri seseorang. Nilai religius merupakan suatu bentuk hubungan manusia dengan penciptanya melalui ajaran agama yang sudah terinternalisasi dalam diri seseorang dan tercermin dalam sikap dan perilakunya sehari-hari. (Ahmad Thontowi, 2005).

Berdasarkan pengertian diatas, religius dapat diartikan sebagai suatu sikap dan perilaku yang patuh dalam melaksanakan ajaran agama yang dianutnya, toleran terhadap pelaksanaan ibadah agama lain, dan rukun dengan pemeluk agama lain. Di dalam agama terdapat aspek dominan, yaitu ikatan-ikatan yang harus dipegang dan dipenuhi oleh seluruh manusia. Ikatan ini memiliki pengaruh dalam kehidupan manusia sehari-hari, sehingga sulit dibantah, bahwa apa saja yang dilakukan manusia selalu memiliki hubungan dan keyakinan agama yang dianutnya.

2.7.1 Dimensi Dimensi Relgius

Bukan hanya berkaitan dengan aktivitas yang tak tampak dan terjadi dalam hati seseorang, karena itu keagamaan seseorang akan meliputi berbagai dimensi. Adapun dimensi-dimensi dalam keberagaman atau religius menurut **Glock dan Stark** yang dikutip **Ancok & Suroso** dalam **Psikologi Islami** sebagai berikut:

1. **Dimensi keyakinan, merupakan dimensi ideologis yang memberikan gambaran sejauh mana seseorang menerima hal-hal yang dogmatis dari agamanya.**
2. **Dimensi peribadatan atau praktek agama, merupakan dimensi ritual, yakni sejauh mana seseorang menjalankan kewajiban ritual agamanya.**
3. **Dimensi pengalaman atau konsekuensi, menunjuk pada seberapa tingkatan seseorang berperilaku dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya, yaitu bagaimana individu berealisasi dengan dunia.**
4. **Dimensi pengetahuan, menunjuk pada seberapa tingkat pengetahuan seseorang terhadap ajaran-ajaran agamanya.**
5. **Dimensi penghayatan, menunjuk pada seberapa jauh tingkat seseorang dalam merasakan dan mengaami perasaan-perasaan daln pengalaman-pengalaman religus. (2001: 79-81)**

Sikap individu dalam pengamalan religius terdapat beberapa dimensi dimana dimensi tersebut dapat mempengaruhi perilaku individu dalam kehidupan sehari-hari.

Religijs para atlet olahraga memang tidak dilakukan oleh para atlet sepakbola saja, tetapi dalam semua bidang olahraga para individu entah itu beragama islam, kristen, budha ataupun hindu mereka selalu berdoa. Sebelum dan sesudah pertandingan para atlet melakukan doa bahkan sebagian atlet sebelum pertandingan sering melakukan ritualnya sendiri untuk menghadapi kompetisi dengan lebih meningkatkan doa, untuk mendapatkan kepercayaan diri dan

meningkatkan motivasi sebelum pertandingan dimulai. Dengan demikian makna dari religius atau beragama pada umumnya memiliki aturan-aturan dan kewajiban-kewajiban yang harus dipatuhi atau dilaksanakan oleh pemeluknya. Semuanya berfungsi mengikat seseorang atau kelompok orang dalam hubungan dengan Tuhan, sesama manusia dan alam sekitarnya.

2.8 Semiotika

2.8.1 Pengertian Semiotika

Semiotika berasal dari kata Yunani *Semeion* yang berarti “tanda”. North dikutip dari Fiske dalam bukunya *Introduction To Communication Studies* menguraikan asal usul kata semiotika: secara etimologi semiotika dihubungkan dengan kata Yunani *sign=sign* dan *signal=signal, sign* (1993:13).

Semiotika merupakan ilmu yang mempelajari tentang tanda. Tanda-tanda tersebut menyampaikan suatu informasi sehingga bersifat komunikatif. keberadaannya mampu menggantikan sesuatu yang lain, dapat dipikirkan atau dibayangkan. Cabang ilmu ini semula berkembang dalam bidang bahasa dan kemudian berkembang dibidangn desain dan senirupa.

Semiotik meliputi tanda-tanda *visual* dan *verbal* serta *tactile* dan *olfactory* (semua tanda atau sinyal yang bisa diakses dan diterima oleh seluruh indera yang kita miliki) ketika tanda-tanda tersebut membentuk sistem kode yang secara sistematis menyampaikan informasi atau pesan secara tertulis disetiap kegiatan dan perilaku manusia.

Bathes yang dikutip oleh **Sobur** dalam bukunya **Semiotika Komunikasi** menjelaskan:

Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, ditengah-tengah manusi dan bersama-samamansia. Semiotika, atau dalam istilah barthes, semiology pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memakai hal-hal (*things*). Memakai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat dicampuradukkan dengan mengkombinasikan (*to communicate*). Memakai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstruksi sistemstruktur dari tanda. (2006:53)

Secara ringkas semiotika ialah ilmu tanda. Bagaimana menafsirkan dan bagaimana meneliti bekerjanya suatu tanda dalam membentuk suatu kesatuan arti atau suatu makna baru saat ia di gunakan. Semiotika merupakan suatu metode analisa isi media atau suatu teks, dimana analisa tersebut mengadaptasi model analisa linguistik dari **Ferdinand De Saussure (1960)**. **Saussure** memberikan pengertian semiotika sebagai: **sebuah ilmu yang mempelajari tentang bekerjanya tanda-tanda sehingga dapat dipahami dalam masyarakat**. Dengan semiotika akan dapat ditampilkan apa saja yang membentuk tanda-tanda dan bagaimana bekerjanya.

Tanda terdapat dimana-mana: “kata” adalah tanda, demikian pula gerak isyarat, lampu lalu lintas, bendera dan sebagainya. Struktur karya sastra, struktur film, bangunan (arsitektur) atau nanyanyian burung dapat dianggap sebagai tanda. Segala sesuatu dapat menjadi tanda.

Dalam kehidupan sehari-hari kita tanpa sadar telah mempraktekan semiotika atau semiologi dalam komunikasi. Misalkan saja ketika kita melihat lampu lalu lintas yang menunjukkan warna merah maka otomatis kita menghentikan kendaraan kita, dan ketika memaknai lampu hijau artinya jalan. Atau pada rambu-rambu lalu lintas tanda P dicoret maka kita tahu bahwa kita tidak boleh memarkirkan kendaraan di lokasi tersebut.

Dalam komunikasi massa, sama bentuk dan isi media massa pada dasarnya adalah tanda. Iklan adalah tanda, berita adalah tanda, foto adalah tanda, film adalah tanda, suara penyiar radio adalah tanda, presenter adalah tanda, bahkan pesawat televisi itu sendiri juga merupakan tanda.

Ketika semua bentuk komunikasi adalah tanda, maka dunia ini penuh dengan tanda. Ketika kita berkomunikasi, kita menciptakan tanda sekaligus makna. Dalam perspektif semiology atau semiotika, pada akhirnya komunikasi akan menjadi suatu ilmu untuk mengungkapkan pemaknaan dari tanda yang diciptakan oleh proses komunikasi itu sendiri.

2.8.2 Semiotika Roland Barthes

Roland Barthes sangat dikenal luas sebagai penulis yang menggunakan analisis semiotika dan pengembang pemikiran pendahulunya seorang bapak semiologi atau semiotika Ferdinand de Saussure.

Dalam teorinya tersebut, Barthes mengembangkan semiotika menjadi dua tingkatan penandaan, yaitu tingkat denotasi dan konotasi. Denotasi adalah tingkatan pertandaan yang menjelaskan hubungan penandaan dan petanda pada realitas,

menghasilkan makna eksplisit, langsung dan pasti. konotasi adalah tingkat penandaan yang menjelaskan hubungan penanda dan petanda yang didalamnya beroperasi makna yang tidak eksplisit, tidak langsung dan tidak pasti (Yusita Kusumarini, 2006).

Roland Barthes adalah penerus pemikiran Saussure. Saussure tertarik pada cara kompleks pembentukan kalimat dan cara bentuk-bentuk kalimat menentukan makna, tetapi kurang tertarik pada kenyataan bahwa kalimat yang sama bisa saja menyampaikan makna yang berbeda pada orang yang berbeda situasinya.

Roland Barthes meneruskan pemikiran tersebut dengan menekankan interaksi antara teks dengan pengalaman personal dan kultural penggunanya, interaksi antara konvensi dalam teks dengan konvensi yang dialami dan diharapkan oleh penggunanya. Gagasan Barthes ini dikenal dengan “order of signification”, mencakup denotasi (makna sebenarnya sesuai kamus) dan konotasi (makna ganda yang lahir dari pengalaman kultural dan personal). i sinilah titik perbedaan Saussure dan Barthes meskipun Barthes tetap mempergunakan istilah signifier-signified yang diusung Saussure.

Barthes juga melihat aspek lain dari penandaan yaitu “mitos” yang menandai suatu masyarakat. “Mitos” menurut Barthes terletak pada tingkat kedua penandaan, jadi setelah terbentuk sistem sign-signifier-signified, tanda tersebut akan menjadi penanda baru yang kemudian memiliki petanda kedua dan membentuk tanda baru. Jadi, ketika suatu tanda yang memiliki makna konotasi kemudian berkembang menjadi makna denotasi, maka makna denotasi tersebut akan menjadi mitos.

Misalnya: Pohon beringin yang rindang dan lebat menimbulkan konotasi “keramat” karena dianggap sebagai hunian para makhluk halus. Konotasi “keramat” ini kemudian berkembang menjadi asumsi umum yang melekat pada simbol pohon beringin, sehingga pohon beringin yang keramat bukan lagi menjadi sebuah konotasi tapi berubah menjadi denotasi pada pemaknaan tingkat kedua. Pada tahap ini, “pohon beringin yang keramat” akhirnya dianggap sebagai sebuah Mitos.

Menurut Barthes dalam Sobur (2004:63), “Sosok Roland Barthes dikenal sebagai salah seorang pemikir strukturalis yang giat mempraktikkan model linguistik dan semiologi Saussure”. Barthes berpendapat bahwa bahasa adalah sebuah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari suatu masyarakat tertentu dalam waktu tertentu. Barthes kemudian menciptakan lima kode yang ditinjaunya yakni:

1. Kode *hermeneutik*, yakni kode teka-teki berkisar pada harapan pembaca untuk mendapatkan “kebenaran” bagi pertanyaan yang muncul dalam teks.
2. Kode *semik*, yakni kode konotatif banyak menawarkan banyak sisi.
3. Kode *simbolik*, yakni didasarkan pada gagasan bahwa makna berasal dari beberapa oposisi biner atau perbedaan, baik dalam taraf bunyi menjadi fonem dalam proses produksi wicara, maupun pada taraf oposisi psikoseksual yang melalui proses.
4. Kode *proaretik*, yakni kode tindakan atau lakuan dianggapnya sebagai perlengkapan utama teks yang dibaca orang.
5. Kode *gnomik*, yakni banyaknya jumlah kode kultural (Lecthe dalam Sobur, 2001: 196).

Barthes mengemukakan bahwa bahasa merupakan sistem yang pertama, kemudian membangun sistem kedua yang disebut dengan konotatif, yang didalam *Mythologies*-nya secara tegas ia bedakan dari denotatif atau sistem tataran pertama. Kemudian barthes menciptakan peta tentang bagaimana tanda bekerja (Cobley & Janz, 1999). Semiotika Roland Barthes dinilai tepat untuk meneliti sebuah gambar atau penelitian tentang foto. Barthes sendiri mengembangkan konsep yang lebih relevan dengan semiotik, yakni denotasi, konotasi, mitologi dan ideologi.

Awal mulanya konsep semiotik diperkenalkan oleh Ferdinand de Saussure melalui dikotomi sistem tanda yakni yang ditandai (*signified*) dan yang menandai (*signifier*). Barthes lebih menyederhanakannya konsep dari Saussure ini, sebagaimana yang telah disebutkan di atas, maka dalam konsep Barthes menyebutnya dengan denotasi dan konotasi. Denotasi merupakan makna yang objektif dan tetap, sedangkan konotasi sebagai makna yang subjektif dan bervariasi. Meskipun berbeda, kedua makna tersebut ditentukan oleh konteks.

Denotasi dimengerti sebagai makna harfiah, atau makna yang sesungguhnya. Di dalam semiologi Roland Barthes, denotasi merupakan sistem signifikasi tingkat pertama, sementara konotasi merupakan tingkat kedua. Denotasi merupakan makna paling nyata dari tanda dan merupakan hubungan antara *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda). Denotasi juga merupakan hal dengan esensi objek yang apa adanya.

Salah satu area penting yang dirambah Barthes dalam studinya tentang tanda adalah peran pembaca (*the reader*). Konotasi, walaupun merupakan sifat asli tanda, membutuhkan keaktifan pembaca agar dapat berfungsi. Barthes secara

panjang lebar mengulas apa yang sering disebut sebagai sistem pemaknaan tataran kedua, yang dibangun di atas sistem lain yang telah ada sebelumnya (Sobur, 2004: 68). Barthes menyatakan, faktor penting dalam konotasi adalah penanda dalam tataran pertama. Penanda tataran pertama merupakan tanda konotasi (Fiske, 2007: 119).

Tabel 2.1

Peta Petanda Roland Barthes

1. <i>signifier</i> (penanda)	2. <i>signified</i> (petanda)
3. <i>denotative sign</i> (tanda denotatif)	
4. <i>Connotative signifier</i> (Penanda Konotatif)	5. <i>Connotative Signified</i> (Petanda Konotatif)
6. <i>Connotative Sign</i> (Tanda Konotatif)	

Sumber :Paul Cobley & litza jansz,(Dalam Alex Sobur) 2004:69

Konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Denotasi merupakan reproduksi mekanis di atas film tentang objek yang ditangkap kamera. Konotasi adalah bagian manusiawi dari proses ini, mencakup atas seleksi apa yang masuk dalam bingkai (*frame*), fokus, rana, sudut pandang kamera, mutu film dan seterusnya. Denotasi adalah apa yang difoto, sedangkan konotasi adalah apa yang difotonya (Alex Sobur, 2004: 69,118).

Denotasi merupakan makna paling nyata dari tanda, maka esensi yang terdapat dalam foto jurnalistik olahraga di media *online oersib.co.id* ini apa adanya sekaligus merupakan makna yang objektif dan tetap. Sedangkan yang disebut dengan konotatif adalah makna yang terbentuk dari interaksi antara tanda-tanda dalam foto jurnalistik olahraga di *persib.co.id* yang masuk dalam bingkai (*frame*), fokus, rana, sudut pandang kamera, mutu gambar dengan perasaan atau emosi pembaca.

Tahun 1954-1956, sebuah rangkaian tulisan muncul dalam majalah Prancis, *Les Letters Nouvelles*. Setiap terbitannya, Roland Barthes membahas “*Mythology of the Month*” (Mitologi Bulan Ini), sebagian besar dengan menunjukkan bagaimana aspek *denotative* tanda-tanda menyingkapkan konotasi yang pada dasarnya adalah “mitos-mitos” (*myths*) yang dibangkitkan oleh sistem tanda yang lebih luas dan membentuk masyarakat (Cobley dan Jansz, 1999: 43, dalam Sobur, 2004: 68).

Konotasi identik dengan operasi *ideology*, yang sebutannya sebagai ‘mitos’, dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu. Di dalam mitos, terdapat tiga dimensi yaitu, penanda, petanda dan tanda (Sobur, 2004: 71). Bagi Barthes, mitos merupakan cara berfikir dari suatu kebudayaan tentang sesuatu, cara untuk mengkonseptualisasikan atau memahami sesuatu (Fiske, 2007: 121).

Mitos adalah bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami berbagai aspek realitas dan gejala alam. Mitos merupakan produk kelas sosial yang sudah mempunyai suatu denotasi (Sobur, 2004: 128). Mitos adalah sebuah sistem komunikasi yang dengan demikian ia adalah pesan. Mitos kemudian tidak mungkin

menjadi objek, suatu konsep atau sebuah ide, karena mitos adalah mode penandaan yakni sebuah bentuk (Kurniawan, 2001: 84).

Mitos adalah pemaknaan tatanan kedua dari petanda. Bila konotasi merupakan pemaknaan tatanan kedua dari penanda, maka mitos merupakan pemaknaan tatanan kedua dari petanda, dengan kata lain mitos adalah makna dari makna konotasi (Fiske, 2007: 121). Barthes menguraikan dan menunjukkan bahwa konotasi yang terkandung dalam mitologi biasanya merupakan hasil konstruksi yang cermat.

2.8.3 Semiotika Pada Foto

Foto berita menurut Barthes ialah meliputi pesan tanpa kode (*message without a code*) dan juga sekaligus pesan dengan kode (*message with a code*). Foto berita yang pada hakikatnya merupakan representasi sempurna atau analogi dari realitas yang sebenarnya (denotasi) ternyata sampai pada pembaca sudah dalam bentuk konotasi dan mitos. Barthes mengajukan sebuah hipotesis bahwa dalam foto berita pun rupanya (*a strong probability*) terdapat konotasi. Akan tetapi konotasi ini tidak terdapat pada tahap pesan itu sendiri melainkan pada tahap proses produksi foto. Disamping itu, konotasi muncul karena foto berita akan dibaca oleh publik dengan kode mereka. Dua hal inilah yang memungkinkan foto berita mempunyai konotasi atau mengandung kode (Hendarmin R.S. 1997).

Uraian yang telah dikemukakan diatas, peneliti mengambil kesimpulan terhadap metode semiotika Barthes mengenai foto berita ini yang melewati tiga tahap signifikasi yakni :

Pertama, Signifikansi tahap denotasi, denotasi yaitu makna paling nyata dari tanda dan merupakan hubungan antara *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda). Denotasi juga merupakan hal dengan esensi objek yang apa adanya.

Kedua, Signifikansi tahap konotasi, ditahap ini peneliti menganalisis foto jurnalistik yang mencerminkan adanya nilai-nilai pada tanda foto tersebut. Makna konotasi menggambarkan interaksi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi pembaca serta nilai-nilai kebudayaannya. Pada tahap kedua ini, peneliti menggunakan enam prosedur Roland Barthes guna mendapatkan analisa yang relevan. Enam prosedur **Barthes** seperti yang dikutip **Sunardi** dalam bukunya **Semiotika Negative**, yakni :

1. ***Trick effect*** adalah manipulasi foto, memadukan dua gambar sekaligus secara artificial adalah manipulasi foto, menambah atau mengurangi objek dalam foto sehingga memiliki arti yang lain pula.
2. Sikap (*pose*) adalah *gesture*, sikap atau ekspresi objek yang berdasarkan *stock of sign* masyarakat yang memiliki arti tertentu, seperti arah pandang mata atau gerak-gerik dari seorang.
3. ***Objek*** merupakan pengaturan sikap atau posisi objek mesti sungguh-sungguh diperhatikan karena makna akan diserap dari objek-objek yang difoto.
4. ***Fotogenia***, aspek-aspek teknis dalam produksi foto. Teknik-teknik dalam fotografi seperti *lighting*, *eksposure*, *printing*, warna, *panning*, teknik *blurring*, efek gerak, serta efek *freezing* (pembekuan gerak).
5. ***Aestheticism*** (estetika), dalam hal ini berkaitan dengan pengkomposisian gambar secara keseluruhan sehingga menimbulkan makna-makna tertentu.
6. ***Syntax*** (sintaksis) hadir dalam rangkaian foto yang ditampilkan dalam satu judul, di mana makna tidak muncul dari bagian-bagian yang lepas antara satu dengan yang lain tetapi pada keseluruhan rangkaian dari foto terutama yang terkait dengan judul. Sintaksis tidak harus dibangun dengan lebih dari satu

foto, dalam satu foto pun bisa dibangun sintaks dan ini, biasanya, dibantu dengan caption. (2002:183)

Melalui prosedur-prosedur itulah, sebuah foto dapat berbicara lebih banyak, atau bahkan menceritakan sesuatu yang sama sekali lain dari sebuah peristiwa. Dibawah ini merupakan tabel pemaknaan dalam teknik menganalisa foto, dimana dengan tabel tersebut dijelaskan bahwa teknik tertentu mengandung makna konotasi yang berbeda, seperti berikut ini:

Tabel 2.2

Pemaknaan dalam Teknik Menganalisis Foto

Tanda	Tenik Fotografi	Makna Konotasi
<i>Photogenia</i>		
Pemilihan Lensa	Normal	Normalitas keseharian
	Lebar	Dramatis
	Tele	Tidak personal, veyeuristis
Shot Size	<i>Close Up</i>	Intimate, dekat
	<i>Medium Up</i>	Hubungan personal dengan subjek
	<i>Full Shot</i>	Hubungan tidak personal
	<i>Long Shot</i>	Menghubungkan subjek dengan konteks, tidak personal
Sudut Pandang	<i>High Angle</i>	Membuat subjek tampak tidak berdaya,

		didominasi, dikuasai, kurang otoritas
	<i>Eye Level</i>	Khalayak tampil sejajar dengan subjek, memberi kesan sejajar, kesamaan, sederajat
	<i>Low Angle</i>	Menambah kesan subjek berkuasa, mendominasi dan memperlihatkan otoritas
Pencahayaan	<i>High Key</i>	Kebahagiaan, cerah
	<i>Low Key</i>	Suram, muram
	Datar	Keseharian, realistis
Fokus	<i>Selective Focusing</i>	Meminta perhatian pada unsur tertentu dalam foto
	<i>Dept Focusing</i>	Semua unsur dalam foto penting
Penempatan Subjek	Atas	Memberi kesan subjek berkuasa
	Tengah	Subjek Penting
	Bawah	Subjek tidak penting
	Pinggir	Subjek tidak penting

Sumber : Roland Barthes, seperti yang dikutip Fiske, (2004: 128)

Ketiga, Signifikansi tahap mitologi, tahap mitologi ini yaitu bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam. Mitos merupakan produk kelas sosial yang sudah memiliki suatu dominasi. Mitos dari Barthes mempunyai makna yang berbeda dengan konsep

mitos dalam arti umum. Sebaliknya dari konsep mitos tradisional, mitos dari Barthes memaparkan fakta dan murni sistem ideografis.

2.9 Teori Kontruksi Realitas Sosial

Peter L. Berger dan Thomas Luckmann memperkenalkan istilah kontruksi realitas menjadi terkenal, dalam bukunya *The Social Construction of Reality: A Treatise in The Sociological of Knowledge*, kemudian terbit dalam bahasa Indonesia dengan judul: Tafsir Sosial atas Kenyataan: Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan (1990).

Sobur dalam bukunya **Analisis Teks Media** yang mengutip dari **Berger** dan **Luckmann** menjelaskan bahwa:

proses sosial digambarkan melalui tindakan dan interaksinya, di mana individu secara intens menciptakan suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif. (2002:91)

Pada hakekatnya, kita sebagai individu di masyarakat dan bagian dari kehidupan sosial senantiasa menciptakan realitas yang bersifat subyektif.

Selanjutnya masih menurut **Berger** dan **Luckmann** dalam **Sobur** pada buku **Analisis Teks Media** menjelaskan bahwa:

Realitas sosial dikonstruksi melalui proses eksternalisasi, obyektivasi dan internalisasi: (1) Eksternalisasi, yaitu usaha pencurahan atau ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik dalam kegiatan mental maupun fisik. Proses ini merupakan bentuk ekspresi diri untuk menguatkan eksistensi individu dalam masyarakat. Pada tahap ini, masyarakat dilihat sebagai produk buatan manusia.(2) Obyektivitas, yaitu hasil yang dicapai dari proses internalisasi. Hasil itu menghasilkan realitas obyektif yang bisa jadi akan menghadapi si penghasil sendiri sebagai suatu obyektivitas yang berada di luar dan berlainan dari manusia yang menghasilkannya. Lewat

proses obyektivitas tersebut, masyarakat menjadi realitas sui generic. Setelah dihasilkan menjadi realitas obyektif, realitas obyektif itu berbeda dengan kenyataan subyektif perorangan. Ia menjadi kenyataan empiris yang bisa dialami oleh setiap orang. (3) Internalisasi. Proses internalisasi lebih merupakan penyerapan kembali dunia obyektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subyektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial. Melalui internalisasi, manusia menjadi hasil dari masyarakat. (2002:91)

Realitas sosial merupakan pengetahuan yang bersifat keseharian yang hidup seperti konsep, kesadaran umum dan wacana publik sebagai hasil konstruksi sosial. Realitas sosial tidak berdiri sendiri tanpa kehadiran individu, baik di dalam maupun di luar realita tersebut. Realitas sosial itu memiliki makna ketika realitas sosial dikonstruksi dan dimaknakan secara subyektif oleh individu lain sehingga memantapkan realitas itu secara obyektif. Individu mengkonstruksi realitas sosial dan merekonstruksikannya dalam dunia realitas, memantapkan realitas itu, berdasarkan subyektifitas individu lain dalam institusi sosialnya. Konstruksi sosial tidak berlangsung dalam ruang hampa, namun sarat dengan kepentingan-kepentingan.

Burhan dalam bukunya **Imaji Media Massa: Konstruksi dan Makna Realitas Sosial Iklan Televisi dalam Masyarakat Kapitalis** menjelaskan bahwa:

Realitas sosial yang dimaksud terdiri dari realitas obyektif, realitas simbolik dan realitas subyektif. Realitas obyektif adalah realitas yang terbentuk dari pengalaman di dunia obyektif yang berada di luar diri individu, dan realitas ini dianggap sebagai kenyataan. Realitas simbolik merupakan ekspresi simbolik dari realitas obyektif dalam berbagai bentuk. Sedangkan realitas subyektif adalah realitas yang terbentuk sebagai proses penyerapan kembali realitas obyektif dan simbolik ke dalam individu melalui proses internalisasi. (2001:13)

Dengan demikian, isi media pada hakekatnya adalah hasil konstruksi realitas dengan bahasa sebagai perangkat dasarnya. Bahasa bukan saja sebagai alat merepresentasikan realitas, namun juga bisa menentukan relief seperti apa yang akan diciptakan oleh bahasa tentang realitas tersebut. Akibatnya, media massa mempunyai peluang yang sangat besar untuk mempengaruhi makna dan gambaran yang dihasilkan dari realitas yang dikonstruksikannya. Bagi media bahasa bukan sekedar alat untuk menyampaikan fakta, informasi atau opini. Bahasa juga bukan sekedar alat komunikasi untuk menggambarkan realitas, namun juga menentukan gambaran atau citra tertentu yang hendak ditanamkan kepada publik.