

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Kajian Pustaka

2.1.1. Review Penelitian Sejenis

Review penelitian merupakan kumpulan dari penelitian-penelitian sebelumnya yang dibuat oleh orang lain dan berkaitan dengan penelitian yang akan penulis teliti. Mencari penelitian terdahulu diperlukan untuk menghindari pengulangan penelitian, kesalahan yang sama atau duplikasi dari peneliti sebelumnya. Berikut ini adalah penelitian terdahulu yang menjadi acuan dan bahan referensi yang menunjang penulis untuk melakukan penelitian terkait tentang analisis framing lainnya yang disajikan dalam bentuk tabel review penelitian berikut ini:

Tabel 2.1.1 Review Penelitian Sejenis

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	Ni Wayan Primayanti, Reni Nuraeni, Rana Akbari Fitriawan. Jurnal Sosiotek	Analisis Framing berita reklamasi Teluk Benoa Harian Kompas dan Bali Post edisi	Kualitatif	Kompas memilih sikap tidak memihak dan memunculkan dampak reklamasi	Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada metode framingnya, peneliti

	nologi, Vol. 15, No. 1, April 2016 (68-85)	Juni 2013 – Desember 2014		dalam dua sisi. Sementar a itu, sebagai media lokal yang memperta hankan nilai-nilai Budaya Bali, Bali Post mengamb il sikap menolak reklamasi dengan cenderung memberit akan sisi negative reklamasi teluk Benoa.	mengunakan teori dari Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki sedangkan penelitian tersebut menggunaka n metode framingEtma n. Persamaanya adalah sama- sama menggunaka n teori konstruksi realitas sosial.
2	Ina Qorrotul Aini, Mahasis wa Ilmu Komuni kasi Universi tas Pasunda n, tahun 2017.	Analisis Framing Berita Aksi Damai 212 Pada Harian Republika dan Media Indonesia.	Kualitati f	Adanya keberpiha kan media Indonesia terhadap pemberita an 212 aksi damai.	Persamaanny a terletak pada metode framing yang dipakai dan teori konstruksi realitas sosial. Sedangkan perbedaanny a adalah terletak pada objek penelitian yang dibahas.

2.1.2. Kerangka Teoritis

2.1.2.1. Komunikasi

2.1.2.1.1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia. Dengan komunikasi, manusia dapat saling berhubungan satu sama lain dalam kehidupan sehari-hari. Tidak ada manusia yang tidak dari berkomunikasi, karena setiap kegiatan manusia pasti melalui proses komunikasi. Baik itu dengan diri sendiri maupun orang lain, verbal atau non verbal, tatap muka ataupun menggunakan media.

Pentingnya komunikasi bagi manusia tidak dapat dipungkiri begitu juga halnya bagi perusahaan atau organisasi. Dengan adanya komunikasi yang baik antara perusahaan dan publiknya, maka akan tercipta saling pengertian.

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa Latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) adalah istilah yang paling sering sebagai asal usul komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip.

Definisi komunikasi menurut **Rogers** (dalam Cangara) *Pengantar Ilmu*

Komunikasi adalah:

“Proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.” (2012:22)

2.1.2.1.2. Unsur Komunikasi

Menurut Mc Quail dan Windahl, yang di kutip oleh **Ruslan** dalam buku *Metode Research* (2004:90) bahwa komunikasi berkaitan erat dengan unsur – unsur sebagai berikut :

Sender a channel, a message, a receiver, a relationship between sender and receiver, an effect, a context in which communications occurs and a range of things to which ‘ message ‘ refer. Sometimes, communications can be any or all the following : actions on another, an interaction with others and reaction to other. (pengirim media saluran, pesan, penerima dan terjadi hubungan antara pengirim dan penerima yang menimbulkan efek tertentu, atau kaitannya dengan kegiatan komunikasi dan suatu hal dalam rangkaian penyampaian pesan – pesan. Kadang – kadang, komunikasi dapat terjadi pada seseorang atau semuanya, mulai dari yang melakukan aksi kepada lainnya atau terjadi interaksi dan reaksi dari satu pihak kepada pihak lainnya. (2004 : 90).

Dari penjelasan unsur – unsur komunikasi diatas Effendi dalam bukunya *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (2001 : 8). menjelaskan, dapat diuraikan menjadi Sender :

Komunikator : yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang; **Encoding** : Penyandian, yakni proses pengalihan pikiran dalam bentuk lambang; **Message** : pesan, yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator; **Media** : Saluran komunikasi, tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan; **Decoding** : pengawasandian, yaitu proses dimana komunikan menetapkan makna pada lambang yang disampaikan komunikator kepadanya; **Receiver** : komunikan yang menerima pesan dari komunikator; **Response** : tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterpa pesan; **Feedback** : umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator; **Noise** : gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya

pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya (2001 : 8).

Dalam komunikasi efektif, komunikator harus tahu khalayak mana yang dijadikannya sasaran dan tanggapan apa yang diinginkannya. Ia harus terampil dalam menyandi pesan dengan memperhitungkan bagaimana komunikan sasaran biasanya mengawasandi pesan. Komunikator harus mengirim pesan melalui media yang efisien dalam mencapai khalayak sasaran.

2.1.2.2. Komunikasi Massa

2.1.2.2.1. Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi menyentuh semua aspek kehidupan bermasyarakat, atau sebaliknya semua aspek kehidupan masyarakat menyentuh komunikasi. Justru orang melukiskan komunikasi sebagai *ubiquitos* atau serba hadir. Artinya komunikasi berada di manapun dan kapanpu juga. Menurut **Carl I. Hovland** dalam karyanya yang berjudul *social communication* memunculkan istilah *science of communication* yang di definisikan sebagai suatu upaya yang sistematis untuk merumusknan dengan cara setepat-tepatnya asas-asas penstransmisian informasi serta pembentukan opini dan sikap. (Effendy, 2003:13)

Media massa cetakjenisnya meliputi koran, majalah, tabloid, buletin, poster, pamflet, dsb. Sementara media massa elektronik jenisnya meliputi radio dan televisi. 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** yang dikutip dari buku **Komunikasi Massa**, karangan **Ardianto**, yaitu: *Mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people* [2004:3]. Definisi tersebut, mengartikan bahwa komunikasi massa merupakan bentuk pengiriman pesan kepada komunikan yang jumlahnya banyak melalui media massa.

2.1.2.2.2. Karakteristik Komunikasi Massa

Seseorang yang akan menggunakan media massa sebagai sarana untuk melakukan kegiatan komunikasi, maka perlu memahami karakteristik komunikasi massa. Menurut **Effendy (2003)** dalam bukunya **Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi**, menyebutkan tentang karakteristik komunikasi massa sebagai berikut:

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

Pandangan lain mengenai karakteristik komunikasi massa ini disebutkan juga oleh **A.W. Widjaja** dalam bukunya **Komunikasi dan Hubungan Masyarakat**, ia mengatakan bahwa:

“Karakter dari komunikasi massa yaitu sifat komunikasinya yang hanya berlangsung satu arah. Saat proses komunikasi sedang berlangsung, bahwa *feedback* (umpan balik) yang terjadi dalam komunikasinya bersifat

delayed feedback, atau tertunda, tidak cepat didapat.”
(1986:25)

Dari penjelasan di atas dapat diambil kesimpulan yaitu komunikasi massa memiliki umpan balik tertunda (*Delayed Feedback*) atau Tidak Langsung (*Indirect Feedback*) dan dapat dikatakan berlangsung lambat dan sangat terbatas diaman respon *audience* atau pembaca tidak langsung diketahui seperti pada komunikasi antar pribadi.

2.1.2.2.3. Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa menurut **Dominick**, dalam buku **Ardianto**, yang berjudul **Komunikasi Massa**, adalah sebagai berikut:

1. ***Surveillance* (pengawasan)**
2. ***Interpretation* (penafsiran)**
3. ***Linkage* (keterkaitan)**
4. ***Transmission of values* (penyebaran nilai)**
5. ***Entertainment* (hiburan) [2007:14].**

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

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

Media massa memang merupakan sarana paling efektif untuk menjangkau masyarakat dalam usaha memperkenalkan ide baru, hal ini pun sama seperti usaha Pemerintah dalam memanfaatkan media massa sebagai sarana menjangkau masyarakat dalam usaha memperkenalkan kebijakan-kebijakan atau ide baru yang di keluarkan oleh Pemerintah. Selanjutnya sarana paling efektif yang lain adalah membujuk masyarakat agar memanfaatkan inovasi tersebut.

2.1.2.3. Media Massa

2.1.2.3.1. Pengertian Media Massa

Media massa merupakan suatu hal yang sering kali kita temui dalam kehidupan sehari-hari, mulai dari bangun tidur sampai melakukan berbagai rutinitas kerja. Hal tersebut dapat terjadi dikarenakan media massa merupakan salah satu tempat untuk mendapatkan berbagai informasi yang seringkali dibutuhkan oleh banyak orang. Tidak peduli itu pria atau perempuan maupun anak-anak atau orang dewasa pasti sering kali berhadapan dengan berbagai jenis media massa untuk mendapatkan beragam informasi.

Media massa – sering disingkat jadi “media” saja yaitu channel, media (medium), saluran, saran, atau alat yang digunakan dalam proses komunikasi massa yakni komunikasi yang di arahkan kepada banyak orang (*channel of mass communication*). Komunikasi massa sendiri merupakan kependekan dari komunikasi melalui media massa (*communicate with media*).

Secara bahasa, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), **media** merupakan alat; sarana komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk, yang terletak di antara dua pihak (orang, golongan, dan sebagainya); perantara; penghubung. Sedangkan **massa** merupakan jumlah yang banyak sekali; sekumpulan orang yang banyak sekali.

Masih menurut KBBI, **media massa** merupakan “sarana dan saluran resmi sebagai alat komunikasi untuk menyebarkan berita dan pesan kepada masyarakat luas.” Yang termasuk media massa atau saran komunikasi massa yaitu surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film. Kelima jenis media massa itu dalam literatur lama

dikenal dengan sebutan *The Big Five of Mass Media* (Lima Besar Media Massa). Kini *The Big Five* itu berubah menjadi *The Big Five of Mass Media* dengan hadirnya internet yang melahirkan media siber (*cybermedia*, media online).

2.1.2.3.2. Karakteristik Media Massa

Denis McQuail (1987) dalam bukunya *Mass Communication Theory* (Teori Komunikasi Massa) menyebutkan bahwa suatu hal baru bisa disebut sebagai media massa jika memenuhi berbagai kriteria dan karakteristik, yang mencakup berikut ini:

- a. **Publisitas.** Disebarluaskan kepada publik, khalayak, atau orang banyak.
- b. **Universalitas.** Pesan atau isinya bersifat umum, tentang segala aspek kehidupan dan semua peristiwa di berbagai tempat, juga menyangkut kepentingan umum karena sasaran dan pendengarnya orang banyak (masyarakat umum).
- c. **Periodisitas.** Terbit atau dipublikasikan secara tetap atau berkala, misalnya harian atau mingguan, atau siaran sekian jam per hari.
- d. **Kontinuitas.** Berkesinambungan atau terus-menerus sesuai dengan periode mengudara atau jadwal terbit.
- e. **Aktualitas.** Berisi hal-hal baru, seperti informasi atau laporan peristiwa terbaru (berita), tips baru dan sebagainya. Aktualitas juga berarti kecepatan penyampaian informasi kepada publik.

Karakteristik Media Massa menurut **Hafied Cangara** (2006) dalam buku

Pengantar Ilmu Komunikasi, menyebutkan bahwa :

- a) **Bersifat melembaga.** Pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang dan melalui proses, mulai dari pengumpulan, penulisan, penyuntingan (editing), hingga publikasi atau penyajian.

- b) **Bersifat satu arah. Komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim atau penerima. Kalau pun terjadi reaksi atau umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda.**
- c) **Meluas dan serempak. Dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang dalam waktu yang sama.**
- d) **Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar, dan sebagainya.**
- e) **Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal batas usia, jenis kelamin, dan suku bangsa.**

Dari karakteristik yang di uraikan di atas menjadi jelas bahwa media massa dapat dibedakan dengan melihat ciri khasnya. Media massa tidak terbatas dengan pembaca atau komunikan karena media massa bersifat umum, heterogen, anonim, dan keserempakan meski komunikan disuatu titik geografis yang berbeda.

2.1.2.3.3. Jenis-Jenis Media Massa

Dalam literatur lama, jenis-jenis media massa dalam buku **Komunikasi Massa** (2003) karangan **Narudin** adalah sebagai berikut:

- a) **Media massa cetak (*Printed Media*)**
Media cetak adalah media massa yang dicetak dalam lembaran kertas. Dari segi format dan ukuran kertas, media massa cetak meliputi:
 - **Koran atau surat kabar – ukuran kertas *broadsheet* atau ½ plano.**
 - **Majalah – ½ tabloid atau kertas ukuran folio/kwarto.**
 - **Buku – ukuran kertas ½ majalah**
 - **Newsletter – folio/kwarto, jumlah halaman lazimnya 4-8.**
 - **Buletin – ukuran kertas ½ majalah, jumlah halaman lazimnya 4-8.**
- b) **Media massa elektronik (*Electronic Media*)**
Media elektronik adalah jenis media massa yang isinya disebarluaskan melalui suara (audio) atau gambar hidup

(video) dengan menggunakan teknologi elektro, yakni radio, televisi, dan film.

c) **Media online (*Online Media, Cybermedia*)**

Media online disebut juga Media Daring (Dalam Jaringan), Media Internet, atau Media Siber adalah media massa yang dapat kita temukan atau disajikan di internet (*situs web*).

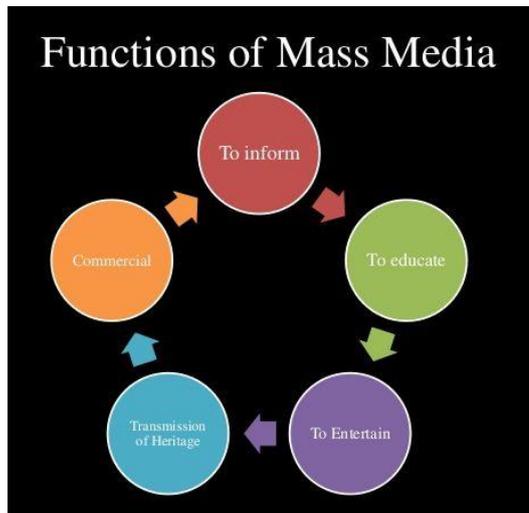
Dengan hadirnya media internet, jenis-jenis media massa pun bisa dibagi menjadi tiga macam media sebagai berikut:

- 1) ***Print medium* (Media Cetak)**
- 2) ***The internet* (Media Online, Media Siber)**
- 3) ***Broadcast medium* (Media Siaran/Radio & Tv)**

Dilihat dari penjelasan diatas mengenai jenis media massa, sangat jelas bahwa media online pun termasuk kedalam media massa. Karena media online memiliki peran yang sangat besar dalam pengaruh kontrol sosial bagi masyarakat.

2.1.2.3.4. Fungsi Media Massa

Setiap institusi mempunyai fungsinya sendiri, demikian pula dengan media massa sebagai institusi sosial mempunyai fungsi penting dalam komunikasi massa. Masyarakat menganggap penting peran media sebagai penyalur nilai-nilai atau warisan dari satu generasi ke generasi berikutnya.



Sumber: romeltea.com

Gambar 2.1.2.3.4

Fungsi media massa sejalan dengan fungsi komunikasi massa sebagaimana dikemukakan para ahli sebagai berikut.

Fungsi media menurut **Harold D. Laswell** yang dikutip dalam buku **Komunikasi**

Massa karangan **Narudin (2003)**, yaitu:

- a) **Informasi (to inform)**
- b) **Mendidik (to educate)**
- c) **Menghibur (to entertain)**

Fungsi media menurut **Wright** yang dikutip dalam buku **Komunikasi**

Massa karangan **Narudin (2003)**, yaitu::

- a) **Pengawasan (*Surveillance*)** – terhadap ragam peristiwa yang dijalankan melalui proses peliputan dan pemberitaan dengan berbagai dampaknya, panik, teracah, gelisah, apatis, dsb.
- b) **Mengubungkan (*Correlation*)** mobilisasi massa untuk berpikir dan bersikap atas suatu peristiwa atau masalah.
- c) **Transmisi kultural (*Cultural Transmission*)** perwarisan budaya, sosialisasi.

d) Hiburan (*Entertainment*).

Fungsi Media Massa menurut **De Vito** yang dikutip dalam buku **Komunikasi Massa** karangan **Narudin (2003)**, yaitu::

- a) Menghibur
- b) Menyakinkan
- c) Menginformasikan
- d) Menganugerahkan status
- e) Membius
- f) Menciptakan rasa kebersatuan

Fungsi Media menurut **UU No. 40/1999 tentang Pers**:

- a) Menginformasikan
- b) Mendidik
- c) Menghibur
- d) Pengawasan sosial

2.1.2.4. Jurnalistik

2.1.2.4.1. Pengertian Jurnalistik

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

Laporan yang dimaksud dalam pengertian jurnalistik diatas, yaitu catatan informasi. **Roland E. Wosley** dalam *Understanding Magazines* [1969:3]

menyebutkan jurnalistik adalah “pengumpulan, penulisan, penafsiran, pemrosesan dan penyebaran informasi umum, pendapat pemerhati, hiburan umum secara sistematis dan dapat dipercaya untuk diterbitkan pada surat kabar, majalah, dan disiarkan di stasiun siaran.” Secara teknis, **Sumadiria** dalam bukunya **Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature**, merangkum sebuah definisi dari banyak pakar komunikasi mengenai definisi jurnalistik itu sendiri, menurutnya:

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

Dapat disimpulkan bahwa agar bisa disebut sebuah berita perlu melakukan kegiatan jurnalistik yang diantaranya mulai dari menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan dan menyebarluaskan melalui media secepat-cepatnya. Hal tersebut dilakukan media massa sebelum menyebarluaskan pemberitaan di medianya masing-masing. Hal itulah yang dilakukan oleh Tim Kominfo dalam pencarian beritanya, tidak berbeda jauh dengan media massa umum lainnya harus menggunakan kegiatan jurnalistik sebelum menjadi sebuah berita. Dari pemberitaan tersebut diharapkan dapat menjadi acuan dan mengubah kognitif bagi khalayaknya.

Dapat disimpulkan bahwa agar bisa disebut sebuah berita perlu melakukan kegiatan jurnalistik yang diantaranya mulai dari menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan dan menyebarluaskan melalui media secepat-cepatnya. Hal tersebut dilakukan media massa sebelum menyebarluaskan pemberitaan di medianya masing-masing. Hal itulah yang dilakukan oleh Tim

Kominfo dalam pencarian beritanya, tidak berbeda jauh dengan media massa umum lainnya harus menggunakan kegiatan jurnalistik sebelum menjadi sebuah berita. Dari pemberitaan tersebut diharapkan dapat menjadi acuan dan mengubah kognitif.

2.1.2.4.2. Bentuk-Bentuk Jurnalistik

Bentuk-bentuk jurnalistik dilihat dari segi pengolahannya menurut

Sumadiria dalam bukunya **Jurnalistik Indonesia** adalah sebagai berikut:

- 1. Jurnalistik media cetak. Yaitu dipengaruhi oleh dua faktor, yakni faktor verbal dan visual. Verbal, sangat menekankan pada kemampuan kita memilih dan menyusun kata dalam rangkai kalimat dan paragraph yang efektif dan komunikatif. Sedangkan visual menunjuk pada kemampuan kita dalam menata, menempatkan, mendesain tata letak, atau hal-hal yang menyangkut segi perwajahan.**
- 2. Jurnalistik media eletronik auditif atau jurnalistik radio siaran. Lebih banyak dipengaruhi oleh dimensi verbal, teknologikal, dan fisikal. Verbal berhubungan dengan kemampuan menyusun kata, kalimat, dan paragraph secara efektif dan komunikatif. Teknologikal berkaitan dengan, teknologi yang memungkinan daya panca radio dapat ditangkap dengan jelas dan jernih oleh pesawat radio. Sedangkan fisikal, erat kaitannya dengan tingkat kesehatan fisik dan kemampuan pendengaran khalayak dalam menyerap dan mencerna setiap pesan kata atau kalimat yang disampaikan.**
- 3. Jurnalistik media elektronik audio-visual atau jurnalistik tv siaran, merupakan gabungan dari segi verbal, visual, teknologikal, dan dimensi dramatikal. Verbal berhubungan dengan kata-kata yang di susun secara singkat, padat, efektif, visual lebih menekankan pada Bahasa gambar yang lebih tajam, jelas, hidup, memikat. Teknologikal berkaitan dengan gaya jangkau siaran, kualitas siaran dan gambar yang dihasilkan serta diterima oleh pesawat tv di rumah. Dramatikal berarti bersingungan dengan aspek serta nilai dramatic yang**

dihasilkan oleh rangkain gambar yang dihasilkan secara simultan (2005:5).

Jurnalistik media cetak meliputi jurnalistik surat kabar harian, jurnalistik tabloid mingguan, dan jurnalistik majalah. Setiap bentuk jurnalistik memiliki ciri dan kekhasan masing-masing. Ciri dan kekhasan antara lain terletak pada aspek penerbitan, dinamika teknis persiapan dan pengolahan, serta asumsi dampak yang ditimbulkan terhadap khalayak pembaca, pendengar atau pemirsa. Sebagai contoh, filosofi surat kabar harian menekankan pada segi keunggulan dan kecepatan dalam memperoleh dan penyebaran informasi. Sedangkan filosofi penerbitan majalah berita mingguan lebih banyak menekankan pada segi kelengkapan dalam kedalaman informasi serta ketajaman daya analisis.

2.1.2.4.3. Produk Jurnalistik

Enam produk jurnalistik dijelaskan oleh **Sumadiria** juga dalam bukunya yang berjudul **Jurnalistik Indonesia** adalah sebagai berikut:

1. **Tajuk rencana, atau editorial adalah opini yang berisi pendapat atau sikap resmi suatu media sebagai institusi penerbitan terhadap persoalan aktual, fenomenal, dan atau kontroversial yang berkembang dalam masyarakat.**
2. **Karikatural, secara jurnalistik karikatur diartikan sebagai opini redaksi media dalam bentuk gambar yang sarat dengan muatan kritik sosial dengan memasukan unsur kelucuan, anekdot, atau humor agar siapapun yang melihatnya bisa tersenyum, termasuk tokoh atau objek yang dikarikaturkan.**
3. **Pojok, adalah kutipan pernyataan singkat narasumber atau peristiwa tentunya yang dianggap menarik atau kontroversial, untuk kemudian dikomentari oleh pihak redaksi dengan kata-kata atau kalimat yang mengusik, menggelitik, dan ada kalanya reflektif.**
4. **Artikel, adalah tulisan lepas yang berisi opini seseorang yang mengupas tuntas suatu masalah tentunya yang**

sifatnya actual dan kontroversial dengan tujuan untuk memberitahu (informatif) mempengaruhi dan meyakinkan (persuasive argumentative) atau gambar khalayak pembaca (rekreatif).

5. Kolom, adalah opini singkat seseorang lebih banyak menekankan aspek pengamatan dan pemaknaan terhadap suatu persoalan atau keadaan yang terdapat dalam masyarakat.
6. Surat pembaca, adalah opini singkat yang ditulis oleh pembaca dimuat dalam rubrik khusus surat pembaca (2006:6-17).

2.1.2.5. Surat Kabar

2.1.2.5.1. Sejarah Singkat Surat Kabar

A. Zaman Romawi

Pada mulanya jurnalistik hanya mengelola hal-hal yang bersifat informasi saja. Ini terbukti pada zaman Romawi kuno, ketika Julius Caesar berkuasa, *acta diurna* merupakan papan pengumuman atau semacam majalah dinding yang dipasang di depan kantor para senat. Isi pernyataannya berupa pengumuman atau peraturan agar diketahui khalayak (Gunadi, 1998:3).

Berbeda dengan media berita masa kini yang datang di rumah para pembaca. Pada waktu itu orang-orang yang datang pada media berita. Karena itu, disamping ada keinginan untuk membaca berita pada *acta diurna* itu, khalayak merasa segan untuk meninggalkan rumah untuk datang di papan berita itu. Sekelompok orang itu ialah para tuan tanah dan para hartawan. Mereka lalu menyuruh budak-budaknya yang bisa membaca dan menulis untuk mencatat segala yang terdapat pada papan pengumuman itu.

Budak-budak suruhan tuannya itu disebut Diurnarii, mereka memberikan hasil catatannya pada tuannya dengan mendatangi rumah-rumah tuan tanah dan hartawan itu (Effendi, 2000:95-96). Acta diruna merupakan cikal bakal kegiatan persurat kabaran atau kegiatan jurnalistik yang dilakukan wartawan pada saat ini.

B. Negeri China

Menurut catatan sejarah, tehnik mencetak telah mulai dikenal di Tiongkok pada abad ke-4 Masehi yaitu lebih kurang 900 tahun sebelum Eropa mengenalnya. Eropa baru mengenal percetakan ini pada abad ke-15 Masehi, setelah Jjohan Gutenberg yang berkebangsaan Jerman menemukan tehnik percetakan dengan huruf lepas pada tahun 1450 Masehi.

Sebelum dunia Barat mengenal surat kabar cetak, maka di negeri China telah terlebih dahulu diterbitkan surat kabar “King Pau”. Hal ini dijelaskan oleh R.V.D. Meulen dalam bukunya De Courant sebagai berikut :

“Bahwa surat kabar “King Pau” untuk pertama kalinya diterbitkan di peking pada tahun 911 Masehi. Dengan suatu peraturan dari kaisar Kwang soo. Pada mulanya surat kabar ini terbit secara tidak tentu. Dari tahun 1351 mulai diterbitkan setiap pekan dalam ukuran yang seragam. Hanya isinya belum universal, karena yang dimuat adalah keputusan-keputusan rapat dewan pemerintahan, serta kabar berita tentang kehidupan di dalam istana” (T.A. Latief Rousydiy, 1989:133-134).

Berdasar catatan tersebut, bahwa surat kabar cetak yang pertama diterbitkan ialah King Pau di Peking (Tiongkok). Ketika buku R.V.D Meulen itu terbit (1883) King Pau telah terbit tiap hari dalam tiga edisi.

C. Eropa

Walaupun alat dan tehknik percetakan telah ditemukan pada abad ke-15, tetapi Eropa baru mengenal surat kabar tercetak pada abad ke-17, yaitu setelah bertiupnya angin *renaissance* (kebangkitan kembali) yang memperlemah kedudukan gereja katholik yang berkuasa sampai zaman pertengahan dan dianggap merintangi kemajuan dalam bidang ilmu pengetahuan atau tekhnologi, sastra, seni dan lainnya.

Surat yang pertama diterbitkan di Eropa merupakan surat kabar mingguan. Surat kabar yang tertua bernama “Avisa, Relation Oder Zeitung” oleh Wolfonbutel pada tahun 1609 Masehi.

D. Indonesia

Di Indonesia pers mulai dikenal abad 18, tepatnya pada tahun 1744, ketika sebuah surat kabar bernama “Bataviasche Nouvelles” diterbitkan dengan pengusahaan orang-orang Belanda. Pada tahun 1776 di Jakarta terbit “Vendu Niews” yang mengutamakan diri pada berita pelelangan. Ketika menginjak abad 19, terbit berbagai surat kabar lainnya yang kesemuanya diusahakan oleh orang-orang Belanda untuk khusus pembaca orang Belanda atau bangsa pribumi yang mengerti bahasa Belanda yang pada umumnya sekelompok kecil saja.

Surat kabar pertama sebagai bacaan untuk kaum pribumi dimulai tahun 1854 ketika majalah “Bianglala” terbit. Menyusul Bianglala, “Bromartani” terbit pada tahun 1885, keduanya di Weltevreden, dan pada tahun 1856 “Soerat

Kabar Bahasa Melaju” di Surabaya.

Sejak itulah banyak bermunculan sebagai surat kabar dengan pemberitaan yang bersifat informasi, sesuai dengan situasi dan kondisi pada jaman penjajahan itu. Hal ini selaras pula dengan nama yang disematkan pada surat kabar yang kebanyakan menggunakan kata cahaya atau sinar, seperti

Tjahaya Siang, Tjahaya India, Tjahaya Moelia, Sinar Terang, Bintang Timoer, Bintang Djohar, dan lain-lain. Sesudah proklamasi kemerdekaan di Yogya terbit Kedaulatan Rakyat (bekas Sinar Matahari), di Bandung Soeara Merdeka (bekas Tjahaya), di Surabaya Suara Rakyat (bekas Suara Asia), dan di Semarang Warta Indonesia (bekas sinar baru). (Effendy, 2000:103-107).

2.1.2.5.2. Fungsi Surat Kabar

Pada era reformasi seperti sekarang ini, jurnalistik tidak hanya mengelola berita, tetapi juga aspek-aspek lain untuk isi surat kabar. Karena itu, menurut **Onong Uchjana Effendy (2000:93)** bahwa fungsi surat kabar bukan lagi menyiarkan informasi, tetapi juga mendidik, menghibur, dan mempengaruhi khalayak melakukan kegiatan tertentu.

Fungsi-fungsi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. **Menyiarkan nformasi. Menyiarkan informasi adalah fungsi surat kabar yang pertama dan paling mendasar. Pembaca berlangganan atau membeli surat kabar karena memerlukan informasi mengenai berbagai hal di bumi ini. Mengenai peristiwa, gagasan atau pikiran orang lain, apa yang dilakukan orang lain di belahan dunia lain, apa yang dikatakan dan sebagainya.**

- b. **Fungsi mendidik, Sebagai sarana pendidikan massa (*Mass Education*), surat kabar memuat tulisan-tulisan dan informasi yang mengandung pengetahuan, sehingga khalayak bertambah pengetahuan dan wawasannya. Fungsi mendidik ini bisa secara implisit dalam bentuk berita, atau bisa secara eksplisit dalam bentuk artikel, tajuk rencana, forum dan sebagainya.**
- c. **Fungsi menghibur, Pembaca membutuhkan hiburan juga, hal itu ditunjang dengan adanya kolom-kolom hiburan, ini ditujukan untuk mengimbangi berita-berita berat (*Hard news*) dan artikel yang berbobot. Isi surat kabar yang menampilkan hiburan biasanya berbentuk cerpen (Cerita pendek), cerita bersambung, cerita bergambar, teka-teki silang, pojok, karikatur, dan lain-lain.**
- d. **Fungsi mempengaruhi, Fungsi mempengaruhi maksudnya adalah agar pembaca mengikuti apa yang menjadi tujuan perusahaan surat kabar itu sendiri. Dengan begitu pihak surat kabar dapat mudah sekali memainkan peran, baik sebagai suatu perusahaan pers yang bersifat komersil, atau sebagai independen.**

Dalam fungsi pers sebagaimana yang ditetapkan dalam ketentuan pokok pers Indonesia (Undang-undang nomor 11 tahun 1996 setelah dirubah dengan Undang-undang nomor 4 tahun 1967 dan Undang-undang nomor 21 tahun 1982) yang menetapkan bahwa Pers Nasional mempunyai fungsi kemasyarakatan pendorong dan pemupuk daya pikiran kritis dan konstruktif progressif meliputi segala perwujudan kehidupan masyarakat Indonesia (Suhandang dan Anugrah, 2001 :21).

2.1.2.5.3. Karakteristik Surat Kabar

Karakteristik surat kabar yang digunakan dalam rangka kegiatan jurnalistik sangat berpengaruh kepada komponen-komponen proses komunikasi lainnya. Jurnalistik surat kabar berbeda dengan jurnalistik radio, televisi dan online,

meskipun dalam berbagai hal ada kesamaannya. Setiap media mempunyai karakteristik masing-masing.

Menurut **Onong Uchjana Effendi (2000:91)**, karakteristik surat kabar meliputi faktor sebagai berikut :

- a. **Publisitas, Publisitas adalah penyebaran kepada publik atau khalayak, maka sifat surat kabar adalah umum. Isi surat kabar terdiri dari berbagai hal yang erat kaitannya dengan kepentingan umum. Bila ditinjau dari segi banyaknya lembar, maka isinya dengan sendirinya akan memenuhi kepentingan khalayak yang lebih banyak pula.**
- b. **Periodisitas, Periodisitas merupakan keteraturan terbitnya surat kabar, bisa satu kali sehari, bisa dua kali sehari, dapat pula sekali atau dua kali dalam satu minggu.**
- c. **Universalitas, yang dimaksud dengan universalitas adalah kesemestaan isi, aneka ragam dari seluruh dunia. Sebuah penerbitan berkala yang isinya khusus mengenai satu profesi atau aspek kehidupan, seperti majalah kedokteran, arsitektur, koperasi atau pertanian, tidak bisa disebut surat kabar.**
- d. **Aktualitas, aktual berarti cepat dalam mengabarkan suatu berita atau informasi, tanpa mengesampingkan kualitas dan kebenaran sebuah berita.**

2.1.2.6. Rubrik Dalam Surat Kabar

2.1.2.6.1. Pengertian Rubrik

Istilah rubrik ini sering digunakan dalam surat kabar atau majalah.

Rubrik digunakan untuk menyebut kolom dalam surat kabar atau majalah yang membahas masalah-masalah tertentu secara khusus, rubrik ini biasanya penyajiannya secara tetap.

Dalam kamus komunikasi yang disusun oleh **Onong Uchjana Effendy** (**Effendi, 1989:316**), pengertian rubrik ditulis sebagai pengertian yang berasal dari istilah bahasa Belanda yang berarti ruangan pada halaman surat kabar, majalah, atau media cetak lainnya, mengenai suatu aspek atau kegiatan dalam kehidupan masyarakat ; misalnya rubrik wanita, rubrik olah raga, rubrik opini masyarakat dan lain-lain.

Sedangkan dalam kamus umum bahasa Indonesia rubrik berarti kepala (ruangan) karangan dalam surat kabar, majalah dan sebagainya (Poerwadarminta, 1976:8340). Secara umum rubrik dapat diartikan sebuah ruang khusus di dalam surat kabar, majalah dan media cetak lainnya yang disajikan secara tetap dan membahas masalah-masalah yang ada di kehidupan masyarakat. Rubrik biasanya mempunyai penanggung jawab sendiri.

Penerbitan pers khususnya surat kabar dan majalah, hampir semuanya menyediakan kolom atau rubrik untuk menampung pendapat atau opini (pandangan) masyarakat. Ini merupakan perwujudan dari institusi pers sebagai lembaga kontrol sosial. Opini dalam penerbitan pers dapat berasal dari masyarakat luas yang disebut pendapat umum (*public opinion*) dan yang berasal dari penerbitannya sendiri yaitu disebut pendapat redaksi (*desk opinion*) (Djuroyo, 2002:77).

2.1.2.6.2. Bentuk-Bentuk Rubrik

Menurut Soesilowindardini (1989:127) mengklasifikasikan bentuk rubrik itu kedalam lima bentuk, yaitu rubrik informasi, rubrik konsultasi (dialog), rubrik pengetahuan, rubrik cerita dan rubrik utama khas. Berikut rincian pembahasan masing-masing bentuk rubrik.

- a. **Rubrik informasi, Rubrik ini lebih identik disebut sebagai rubrik pariwisata atau pesan produsen mengenai suatu produk yang dipasarkan ke khalayak. Istilah lainnya adalah informasi yang berisikan tentang produk tertentu untuk dapat dimanfaatkan oleh konsumen atau produk iklan.**
- b. **Rubrik konsultasi (dialog) , Rubrik ini lebih kepada dialog antara pembaca dengan pihak pengasuh dalam rubrik tersebut. Tanya jawab melalui tulisan lebih tepatnya seperti itu. Seperti konsultasi kesehatan, jodoh, psikologi, dan sebagainya.**
- c. **Rubrik pengetahuan Secara umum dalam rubrik ini segala informasi baik pengetahuan umum, politik, hukum, sosial, ekonomi, maupun agama disajikan disini. Informasinya berbentuk tulisan yang mengetahkan pandangan dari seorang pakar keilmuan sesuai bidangnya, tentang masalah pengetahuan.**
- d. **Rubrik cerita dalam sebuah penerbitan media massa, sering kali ditemukan adanya penulisan-penulisan bercirikan cerita tertentu, baik tentang pengalaman pribadi maupun cerita fiksi lainnya yang ditulis seseorang dalam sebuah surat kabar.**
- e. **Rubrik utama khas, rubrik ini dimaksudkan untuk mencerminkan kekhasan tertentu yang dimiliki oleh media massa tersebut dan tidak dimiliki oleh media massa itu dan tidak dimiliki oleh surat kabar lainnya (Suwandi, 2001:45-46).**

Penulisan rubrik bisa digunakan untuk menjelaskan informasi yang disajikan, mengkritik kebijaksanaan pemerintah, memberikan gambaran suasana yang terjadi di tengah-tengah masyarakat.

Berikut beberapa macam rubrik opini yang ada pada surat kabar, antara lain :

- a. **Artikel**, artikel adalah opini masyarakat yang dituangkan dalam tulisan tentang berbagai masalah mulai dari sosial, politik, ekonomi, budaya, teknologi dan lain-lain. Penulisan artikel bisa berdasarkan gagasan murni dari si penulis, bisa juga mengambil dari sumber lain. Misalnya referensi kepustakaan, gagasan orang lain, renungan tokoh masyarakat dan sebagainya. Penulisan artikel tidak terikat dengan waktu, bentuk berita, gaya bahasa, dan tehnik penulisan jurnalistik lainnya. Tetapi agar artikel ini dibaca oleh publik, penulisnya harus memperhitungkan aktualitas, gaya penulisan serta panjang pendeknya artikel (Djuroto, 2002:67-71).
- b. **Surat pembaca**, surat pembaca adalah surat terbuka yang ditulis seseorang atau satu orang atas nama kelompok organisasi di suatu media pers (surat kabar dan majalah) yang ditujukan kepada seseorang atau kelompok tertentu dengan pesan tertentu (Gunadi, 1998:109).
- c. **Tajuk rencana**, Dr. Lyle Spencer dalam buku *Editorial writing* mendefinisikan tajuk rencana sebagai penyajian fakta dan opini yang disusun secara ringkas, logis dan menyenangkan untuk menghibur, mempengaruhi opini atau menginterpretasikan berita penting sedemikian rupa sehingga yang penting itu menjadi jelas bagi rata-rata pembaca (Gunadi, 1998:115).
- d. **Pojok**, Pojok ialah ruang khusus dalam surat kabar yang berisi tulisan pendek, mengandung kritik atau sindiran dengan gaya humor terhadap hal yang masih hangat (Gunadi, 1998:94).
- e. **Karikatur**, Karikatur adalah bagian dari opini penerbit yang dituangkan dalam bentuk gambar-gambar khusus (Djuroto, 2002:82).

2.1.2.6.3. Isi Rubrik Dalam Surat Kabar

Pada surat kabar baik harian, mingguan maupun bulanan didalamnya memuat berbagai macam isi berita, baik itu berupa fakta atau opini yang dikemas dalam rubrik. Untuk memahami dunia pers, kita pun harus memahami apa isi dari media cetak itu, dibawah ini akan dijelaskan beberapa isi dari media cetak.

- a. Fakta, fakta adalah sesuatu yang bisa dilihat, diraba, dan dirasakan oleh setiap orang. Oleh karena itu laporan faktual adalah laporan wartawan dari lapangan berdasarkan sesuatu yang dilihat atau kesaksian dari orang lain yang melihatnya. Isi media cetak yang berdasarkan fakta adalah berita. Misalnya, berita kejadian kebakaran, kecelakaan, kriminal, olah raga, dan lain-lain, yang semuanya bisa disaksikan kejadiannya baik secara langsung oleh wartawan atau melalui saksi.
- b. Opini, opini artinya pendapat atau pandangan tentang sesuatu. Karena itu opini biasanya bersifat objektif karena pandangan atau penilaian seseorang dengan yang lainnya selalu berbeda. Jadi, kendati fakta dan permasalahannya sama, namun ketika orang beropini, antara orang yang satu dengan yang lainnya memeperlihatkan adanya perbedaan. Opini dalam media cetak biasanya ditempatkan di halaman opini. Pada halaman ini biasanya ditemukan : artikel, tajuk rencana, karikatur, pojok, dan surat pembaca.
- c. Antara opini dan fakta, dari isi media cetak antara fakta dan opini ini terdapat tulisan yang berada di antara keduanya, yaitu feature. Feature (diucapkan menjadi ficer) ada juga yang menerjemahkan ke dalam bahasa indonesia menjadi karangan khas. Meskipun disebut karangan khas, feature bukan karya fiksi, melainkan tulisan faktual bergaya sastra sehingga amat menarik untuk dibaca dan terkadang mampu mengarahkan emosi pembacanya.

Karena itulah, *feature* terkadang subyektif, sebab dalam memberikan penilaian atau penjelasan amat bergantung pada subyektivitas penulisnya, misalnya tentang pujian akan keindahan, kecantikan, kesedihan, dan lainlain yang tentu saja sangat relatif dan subyektif. Tampilnya hal-hal tadi terkadang memunculkan opini atau pendapat pengarangnya (Abdullah, 2001:13-16).

2.1.2.7. Teori Konstruksi Sosial

Tuchman menyebutkan, konstruksi realitas merupakan suatu upaya menyusun realitas dari satu atau sejumlah peristiwa yang semula terpenggal-penggal (acak) menjadi tersistematis hingga membentuk cerita atau wacana. Pandangannya ini melihat berita atau hasil liputan merupakan hasil konstruksi realitas, seperti yang menarik atau yang konversial untuk kemudian dikomentari oleh pihak redaksi dengan kata-kata atau kalimat yang mengusik, menggelitik, dan ada kalanya reflektif.

Dalam konstruksi realitas, bahasa adalah unsur utama. Ia merupakan instrument pokok untuk menceritakan realitas. Teori ini diungkapkan oleh **Peter L Berger** dan **Luckmann** dalam bukunya yang berjudul *The Social Contruktion Of Reality, A Treatise In The Sociological Of Knowledge* (1996). Pada proses konstruksi realitas, Bahasa adalah unsur utama. Dalam substansi teori dan pendekatan ini adalah pada proses simultan yang terjadi secara alamiah melalui Bahasa dalam kehidupan sehari-hari pada sebuah komunitas primer dan semi-sekunder. Teori yang dikemukakannya menyatakan bahwa konstruksi realitas

merupakan pembentukan pengetahuan yang diperoleh dan hasil penemuan sosial. Realitas sosial menurut keduanya terbentuk secara sosial.

Realitas adalah hasil ciptaan manusia kreatif melalui kekuatan konstruksi sosial terhadap dunia sosial sekelilingnya. Realitas dunia sosial itu berdiri sendiri di luar individu, yang menurut kesan kita bahwa realitas itu “ada” dalam diri sendiri dan hukum yang menguasainya. Individu bukanlah manusia korban fakta sosial, namun mesin produksi sekaligus reproduksi yang kreatif dan mengkonstruksi dunia sosialnya (**Bungin** dalam **Sosiologi Komunikasi**, 2006:188).

Realitas sosial itu “ada” di lihat dari subjektivitas “ada” itu sendiri dan dunia objektif di sekeliling realita sosial itu. Individu tidak hanya di lihat sebagai kehadira-nya, namun di liat dari mana “kedirian” itu berada, bagaimana iya menerima dan mengatualisasikan dirinya serta bagaimana pola lingkungan menerimanya. Realitas sosial tidak berdiri sendiri tanpa kehadiran individu, baik di dalam maupun di luar realitas tersebut. Realitas sosial itu sendiri memiliki makna, manakala realitas sosial di konstruksi dan di maknakan secara subjektif oleh individu lain sehingga memantapkan realitas itu secara objektif. Individu menkonstruksi realita sosial, dan menkontruksika nya dalam dunia realitas, memantapkan realitas itu bedasarkan subjektifitas individu lain dalam instuasi sosialnya (**Bungin** dalam **Sosiologi Komunikasi**, 2006:188).

Realitas bukanlah sesuatu yang hadir secara alamiah. Tapi sebaliknya, ia dibentuk dan dikonstruksi. Oleh karena itu realitas berwajah gana atau floral. Setiap orang bisa memiliki konstruksi yang berbeda atas suatu realitas. Setiap orang yang mempunyai pengalaman, referensi, pendidikan tertentu, dan lingkungan pergaulan

sosial tertentu akan menafsirkan realitas sosial itu dengan konstruksinya masing-masing. Realitas sosial adalah pengetahuan yang bersifat pengetahuan yang hidup dan berkembang di masyarakat seperti konsep, kesadaran umum, wacana publik, sebagai hasil dari konstruksi sosial. Realitas sosial dikonstruksi melalui proses eksternalisasi, objektifikasi, dan internalisasi. Menurut **Berger** dan **Luckmann**, konstruksi sosial tidak berlangsung dalam ruang hampa, namun sarat dengan kepentingan-kepentingan (**Bungin 2006:192**).

Pemahaman realitas dan pengetahuan di pisahkan. Mereka mengetahui realitas objektif dengan membatasi realitas sebagai kualitas yang berkaitan dengan fenomena yang kita anggap berada diluar kemampuan kita, sebab fenomena tersebut tidak bisa di tiadakan, sedangkan pengetahuan di definisikan sebagai kepastian bahwa fenomena adalah riil adanya dan memiliki karakteristik yang khusus dalam kehidupan sehari-hari.

Berger dan **Luckmann** menjelaskan, tugas pokok sosiologi dan pengetahuan adalah menjelaskan dialektika anatadiri (*self*) dengan dunia sosiokultural. Dialektika ini berlangsung dalam proses 3 momen simultan. (1) eksternalisasi (penyesuaian diri) dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia; (2) Objektifitas yaitu interaksi sosial yang terjadi dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusional; sedangkan (3) Internalisasi, yaitu proses yang mana individu mengidentifikasikan dirinya dengan lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial tempat individu menjadi anggotanya. Proses internalisasi lebih merupakan penyerapan kembali dunia objektif kesadaran sedemikian rupa sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh

struktur dunia sosial. Berbagai macam unsur dari dunia yang telah terobjektifkan tersebut akan ditangkap sebagai gejala realitas diluar kesadarannya sekaligus gejala internal kesadarannya. Melalui internalisasi manusia menjadi hasil masyarakat.

Parera menambahkan, tiga momen dialektika itu memunculkan suatu proses konstruksi sosial yang dilihat dari segi asal mulanya merupakan hasil ciptaan manusia yaitu buatan interaksi intersubjektif. Melalui proses dialektika ini, realita sosial dapat dilihat dari ketiga tahap tersebut. Eksternalisasi adalah bagian penting dalam kehidupan individu dan menjadi bagian dari dunia sosiokulturnya. Dengan kata lain, eksternalisasi terjadi pada tahap yang sangat mendasar, dalam suatu pola perilaku interaksi antara individu dengan produk-produk sosial masyarakatnya. Maskud dari proses ini adalah ketika produk sosial telah menjadi bagian penting dalam masyarakat yang setiap saat dibutuhkan oleh individu, maka produk sosial itu menjadi bagian penting dalam masyarakat yang setiap saat dibutuhkan oleh individu, maka produk sosial itu menjadi bagian penting dalam kehidupan seseorang untuk melihat kehidupan luar (**Bungin dalam Sosiologi Komunikasi, 2006:194**).

Ketika manusia coba memahami, tentang realitas sosial tadi melalui fase eksternalisasi, objektifikasi, dan internalisasi maka pada hakikatnya manusia dalam proses komunikasi, komunikasi disini tidak dilihat dari prespektif paradigm transmisi. Komunikasi lebih dilihat pada bagaimana komunikasi membentuk konstruksi tentang apa yang dipercaya manusia tersebut sebagai realitas tadi. Komunikasi yang terjadi dalam tataran komunikasi simbolik.

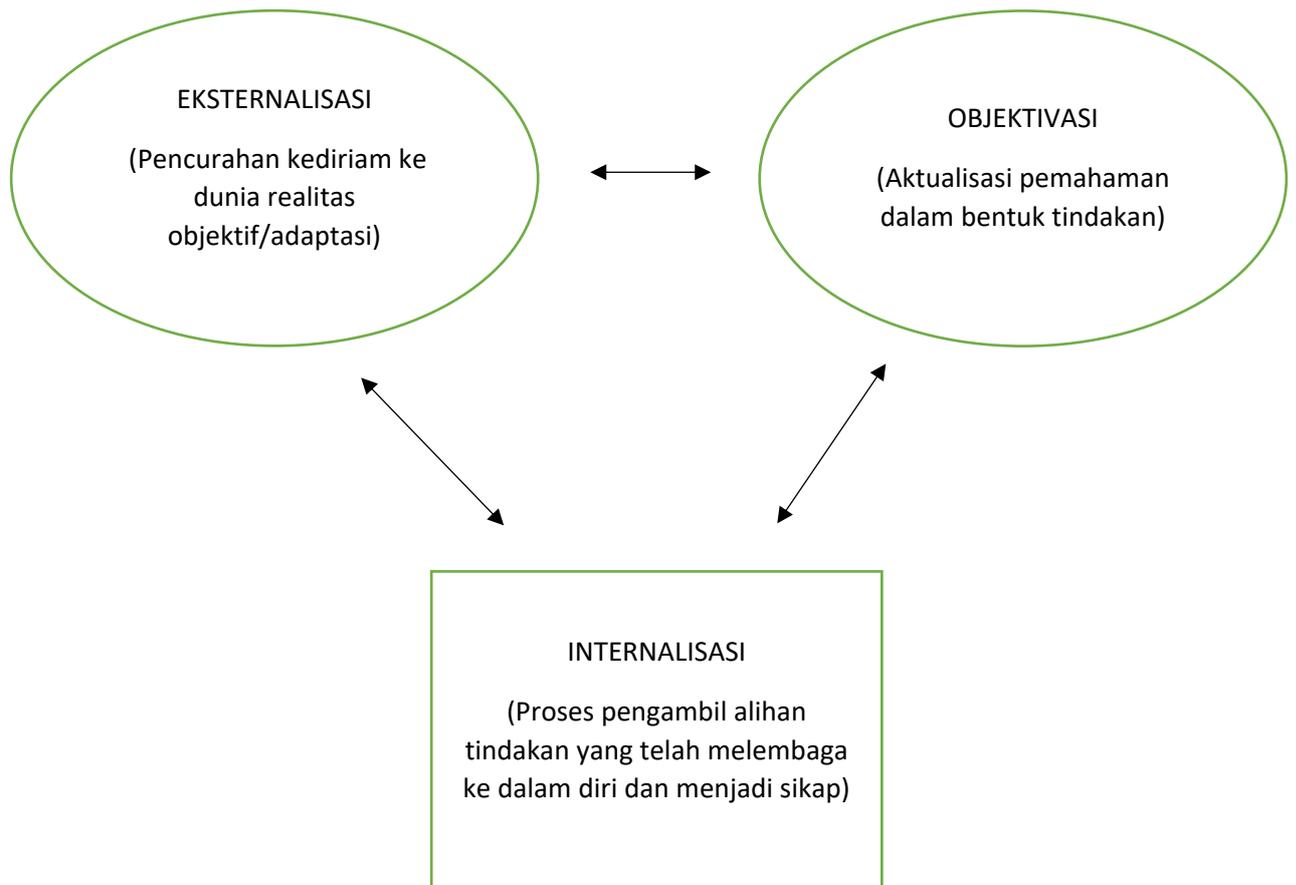
Konstruktifisme dilihat sebagai sebuah kerja kognitif individu untuk menafsirkan dunia realitas yang ada karena terjadi realitas sosial antara individu dengan lingkungan atau orang disekitarnya. Kemudian individu membangun sendiri pengetahuan atau realitas yang dilihatnya itu berdasarkan pada struktur pengetahuan yang telah ada sebelumnya, yang oleh Piaget disebut dengan skema/skemata. Konstruktivisme semacam ini yang oleh Berger dan Luckmann disebut sebagai konstruksi sosial.

Berger dan **Luckmann** mengatakan, institusi masyarakat tercipta dan dipertahankan atau diubah melalui tindakan dan interaksi manusia. Meskipun masyarakat dan institusi sosial terlihat nyata secara objektif, namun pada kenyataan semuanya dibangun dalam definisi subjektif melalui proses interaksi (**Bungin** dalam **Sosiologi Komunikasi**, 2006:191).

Pandangan kritis yang mengoreksi pandangan konstruktivisme lebih menekankan pada konstelasi kekuatan yang terjadi pada proses, produksi dan reproduksi makna. Individu disini diposisikan sebagai yang aktif, tidak pasif. Individu dianggap sebagai subjek yang bisa menafsirkan secara bebas sesuai dengan pikirannya, karena sangat berhubungan dan dipengaruhi oleh kekuatan sosial yang ada dalam masyarakatnya. Bahasa dalam pandangan kritis dipahami sebagai representasi yang berperan dalam membentuk subjek tertentu, tema-tema wacana tertentu, maupun strategi-strategi di dalamnya.

Gambar 2.1.2.7 Proses Konstruksi Realitas Sosial

Peter L. Berger dan Thomas Luckmann



2.1.2.7.1. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konstruksi Realitas

Dalam mengkonstruksi sebuah realita banyak factor yang mendukung mengapa realita dikonstruksi. Diantaranya adalah faktor ekonomi, politik, dan ideologi.

1. Ekonomi

Tidak bisa dipungkiri bahwa ekonomi sangat mempengaruhi dalam mempengaruhi suatu realita. Telah kita ketahui bahwa fungsi pers adalah sebagai alat edukasi penyaji informasi tapi adanya industri fungsi pers menjadi berubah. Dengan alasan mencari profit akhirnya idealism oers menjadi bergeser lantaran adanya kepentingan permodal.

2. Politik

Keentingan politik juga sangat dominan dalam pembentuka realitas. Politik setiap tindaklah haruslah menuai suatu keuntungan politik. Begitu pula dengan pemberitaan media haruslah ada yang menguntungkan dari segi politik. Singkatnya pers membutuhkn berita dari peristiwa politik, dan politik pun membutuhkan pers atau media sejenis sebagai alat komunikasi politiknya.

3. Ideologi

Media berperan mendefinisikan bagaimana realitas seharusnya dipahami dan kemudian disajikan kepada khalayak. Dalam sebuah pemberitaan ada pihak yang bersikap pro pada suatu peristiwa dan ada pula yang bersikap kontra. Kedua pihak tentu memiliki alasan tersendiri dan bukan tanpa sebab ada yang memengaruhinya. Realitas yang sama bisa maknai dan dijelaskan secara berbeda karena memaknai kerangka politik yang berbeda.

2.1.2.7.2. Strategi Media Massa dalam Melakukan Konstruksi Realitas

Pada hakikatnya isi media adalah hasil konstruksi realitas dengan menggunakan bahasa sebagai perangkat dasarnya. Dengan demikian bahasa pun adalah nyawa bagi kehidupan media massa. Karena tanpa Bahasa baik verbal maupun non-verbal rekayasa realita dalam media massa tidak akan tercipta. Berikut ini adalah strategi media massa dalam konstruksi realitas yang berujung pada pembentukan citra. Dalam **Analisis Teks Media** oleh **Subur**, ada tiga hal yang bisa dilakukan media dalam mengkonstruksi realitas yaitu dengan pemilihan symbol (fungsi bahasa), pemilihan fakta yang akan disajikan (strategi framing) dan kesedian memberi tempat (agenda setting).

2.1.2.7.3. Dampak Dari Konstruksi Media Massa

Sebuah realitas bisa dikonstruksi dan dimaknai secara berbeda oleh media lain. Hasil dari konstruksi dari media tersebut juga akan berdampak besar pada khalayak. Dampak tersebut diantaranya yaitu:

1. Menggiring Khalayak pada Ingatan Tertentu

Media adalah tempat di mana khalayak memperoleh informasi mengenai realitas yang terjadi di sekitar mereka. Dengan demikian konstruksi yang disajikan media ketika memaknai realitas mempengaruhi bagaimana khalayak kemudian bersikap. Seperti dikutip **Eriyanto** dari **W. Lance Bennet Regina G. Lawrence** dalam buku **Analisis Framing** menyebutkan bahwa peristiwa sebagai ikon berita. Apa yang diketahui

khalayak tentang suatu realitas disekitarnya tergantung pada bagaimana media menggambarannya. Sebuah ikon yang ditanamkan oleh media sebagai pencitraan dari sebuah realita akan diingat kuat oleh khalayak.

2. Mobilisasi Massa

Media merupakan alat yang sangat ampuh dalam menarik dukungan publik, dan berkaitan dengan opini public. Bagaimana media mengkonstruksi bisa mengakibatkan pemahaman khalayak yang berbeda atas peristiwa atau realitas yang sama. Oleh karena itu media harus dilihat sebagai tempat di mana setiap kelompok yang berkemungkinan terhadap suatu realitas saling bertarung memperebutkan dukungan public, dan saling mengkonstruksi realitas sesuai dengan kepentingannya pula. Konstruksi tersebut dapat digunakan untuk meyakinkan khalayak bahwa peristiwa tertentu adalah peristiwa benar yang harus mendapatkan perhatian yang seksama dari khalayak.

2.1.2.8. Analisis Framing

Framing adalah pendekatan untuk melihat bagaimana realitas itu dibentuk dan dikonstruksi oleh media. Proses pembentukan dan konstruksi realitas itu, hasil dari akhirnya adalah adanya bagian tertentu dari realitas yang lebih menonjol dan lebih mudah dikenal. Akibatnya, khalayak lebih mudah mengingat aspek-aspek tertentu yang disajikan menonjol oleh media. Aspek-aspek yang tidak disajikan secara tidak menonjol, bahkan tidak diberitakan, menjadi terlupakan dan sama sekali tidak diperhatikan oleh khalayak.

Framing adalah sebuah cara bagaimana peristiwa disajikan oleh media. Penyajian tersebut dilakukan dengan menekankan bagian tertentu, menonjolkan aspek tertentu, dan membesarkan cara bercerita tertentu dari suatu realitas atau peristiwa. Disini media menyeleksi, menghubungkan dan menonjolkan sehingga makna dari peristiwa lebih mudah menyentuh dan diingat oleh khalayak. Seperti dikatakan **Frank D. Durham**, Framing membuat dunia lebih diketahui dan dimengerti. Realitas yang kompleks dipahami dan disederhanakan dalam kategori tertentu. Bagi khalayak, penyajian realitas yang demikian, membuat realitas lebih bermakna dan dimengerti (**Eriyanto** dalam **Analisis Framing – Konstruksi Ideologi, dan Politik Media**, 2002:66).

Framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana prespektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau prespektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagaimana yang ditonjolkan dan dihilangkan, dan hendak dibawa kemana berita tersebut.

Tabel 2.1.2.8 Konsep Framing

Robert N. Entman	Proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol dibandingkan aspek yang lain. Ia juga menyertakan penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapatkan alokasi lebih besar dari pada sisi yang lain.
------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

William A. Gamson	<p>Cara bercerita atau gugusan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Cara bercerita itu terbentuk itu terbentuk dalam sebuah kemasan (package). Kemasan itu semacam skema atau struktur pemahaman yang digunakan individu untuk mengkonstruksi makna pesan-pesan yang ia sampaikan, serta untuk menafsirkan makna pesan-pesan yang ia terima.</p>
Todd Gitlin	<p>Strategi bagaimana realitas atau dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak pembaca. Peristiwa-peristiwa ditampilkan dalam pemberitaan agar tampak menonjol dan menarik perhatian khalayak pembaca. Itu dilakukan dengan seleksi, pengulangan, penekanan, dan presentasi aspek tertentu dari realitas.</p>
David E. Snow dan Robert Benford	<p>Pemberiaan makna untuk menafsirkan peristiwa dan kondisi yang relevan. Frame mengorganisasikan system kepercayaan dan diwujudkan dalam kata kunci tertentu, anak kalimat, citra tertentu, sumber informasi, dan kalimat tertentu.</p>
Amy Binder	<p>Skema interpretasi yang digunakan oleh individu untuk menempatkan, menafsirkan,</p>

	mengidentifikasi, dan melabeli peristiwa secara langsung atau tidak langsung. Frame mengorganisir peristiwa yang kompleks ke dalam bentuk dan pola yang mudah dipahami dan membantu individu untuk mengerti makna dan peristiwa.
Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicky	Strategi konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dan dihubungkan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita.

(Sumber: Eriyanto, Analisis Framing, 2002:68)

Bagi Pan dan Kosicky, analisis framing dapat menjadi salah satu alternatif dalam menganalisis teks media di samping analisis isi kualitatif. Pan dan Kosicky menilai, sebagai suatu metode analisis isi, analisis framing agak berbeda dengan pendekatan yang dipakai dalam analisis isi kuantitatif.

Framing diidentifikasi sebagai proses membuat suatu pesan lebih menonjol menempatkan informasi lebih daripada yang lain sehingga khalayak lebih tertuju pada pesan tersebut.

Model ini berasumsi bahwa setiap berita mempunyai frame yang berfungsi sebagai pusat dari organisasi ide. Frame ini adalah suatu ide yang dihubungkan dengan elemen yang berbeda dalam teks berita (seperti kutipan sumber, latar informasi, pemakaian kata atau kalimat tertentu) ke dalam teks secara keseluruhan. Frame berhubungan dengan makna. Bagaimana seseorang memaknai suatu

peristiwa dapat dilihat dari perangkat tanda yang dimunculkan dalam teks. Elemen yang menandakan pemahaman seseorang yang mempunyai bentuk yang terstruktur dalam bentuk aturan atau konvensi penulisan sehingga ia dapat menjadi “jendela” melalui mana makna yang tersirat dari berita menjadi terlihat.

Dalam pendekatan Pan dan Kosicky, perangkat framing dapat dibagi ke dalam empat struktur besar, yaitu:

1. Struktur Sintarkis

Sintarkis berhubungan dengan bagaimana cara wartawan menyusun peristiwa-pernyataan, opini, kutipan, pengamatan atau peristiwa ke dalam bentuk susunan umum berita. Struktur semantic ini dengan demikian dapat diamati dari bagan berita (*lead* yang dipakai, latar, *headline*, kutipan yang diambil, dan sebagainya). Intinya ia mengamati bagaimana wartawan memahami peristiwa yang dapat dilihat dari cara ia menyusun fakta ke dalam bentuk umum berita.

2. Struktur Skrip

Skrip berhubungan dengan bagaimana wartawan mengisahkan atau menceritakan peristiwa ke dalam bentuk berita. Struktur ini melihat bagaimana strategi cara bercerita atau bertutur yang dipakai oleh wartawan dalam mengemas peristiwa ke dalam bentuk berita.

3. Struktur Tematik

Tematik berhubungan dengan bagaimana wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa ke dalam proposisi, kalimat atau hubungan antar kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. Struktur ini

akan melihat bagaimana pemahaman itu diwujudkan dalam bentuk yang lebih.

4. Struktur Retoris

Retoris berhubungan dengan bagaimana wartawan memakai pilihan teks, idiom, grafik, dan gambar yang dipakai bukan hanya mendukung tulisan, melainkan juga menekankan arti tertentu kepada pembaca.

Table 2.1.2.8 Perangkat framing model Pan dan Kociski

Struktur	Perangkat framing	Unit yang di amati
SINTAKIS <ul style="list-style-type: none"> • Cara wartawan menyusun fakta 	1. Skema berita	Headline, lead, latar, informasi, kutipan, sumber, pernyataan, penutup.
SKRIP <ul style="list-style-type: none"> • Cara wartawan mengisahkan fakta 	2. Kelengkapan berita	5w + 1H
TEMATIK <ul style="list-style-type: none"> • Cara wartawan menulis fakta 	3. Detail 4. Koherensi 5. Bentuk kalimat 6. Kata ganti	Paragraph, proposisi, kalimat, hubungan antar kalimat
RETORIS <ul style="list-style-type: none"> • Cara wartawan menekankan fakta 	7. Leksikon 8. Grafis 9. Metafora	Kata, idiom, gambar, foto, grafik

2.2. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran ini berguna untuk dapat melihat jalannya tahapan penelitian yang dilakukan dengan berdasarkan pada teori-teori, konsep-konsep, maupun pemahaman-pemahaman para ahli dalam memaknai konstruksi realitas sosial di media massa. Penelitian ini pun dilakukan melalui analisis framing pada konstruksi pada rubrik Singgalang Masuk Sekolah yang ada pada Harian Umum Singgalang.

Sebagai landasan untuk memecahkan masalah yang telah di kemukakan peneliti, maka diperlukan kerangka pemikiran yang berupa teori atau pendapat para ahli yang tidak diragukan lagi kebenarannya, yaitu teori mengenal hal yang terkait dengan penelitian yang sekarang dilakukan oleh peneliti.

Kehadiran rubrik Singgalang Masuk Sekolah pada koran Singgalang kota Padang membuat ketertarikan sendiri para pelajar untuk membaca bahkan terjun langsung pada dunia jurnaslistik.

Singgalang Masuk Sekolah merupakan rubrik terbitan koran Singgalang yang sudah ada sejak awal tahun 2000-an. Yang bermula bernama KMS (Koran Masuk Sekolah) dengan crews yang hanya berjumlah 3 orang semakin lama tumbuh semakin pesat karena memang mengandung konten yang menarik dan disukai para pelajar yang ada di Sumatera Barat bahkan kota Padang.

Bila dikaitkan dengan surat kabar, perbedaan individu akan mempengaruhi tanggapan terhadap informasi yang di sajikan media massa. Baik perbedaan tingkat pendidikan, status sosial, dan lain-lain.

Perbedaan individu tersebut bisa dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Daya tangkap, kondisi psikologis merupakan sebagian dari faktor internal, sedangkan faktor eksternal ialah yang berasal dari luar pribadi individu seperti, lingkungan, keluarga, pendidikan, teman bermain dan lain-lain. Untuk lebih menjelaskan alur penelitian pada konsep yang lebih jelas dan terarah, maka peneliti menuangkannya dalam gambar kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2.2
Bagan Kerangka Pemikiran

