

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kerangka Konseptual

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Kehidupan manusia ditandai oleh dinamika komunikasi. Seluruh umat manusia di dunia benar-benar menyadari bahwa semua kebutuhan hidupnya hanya dapat dipenuhi jika dia berkomunikasi dengan orang lain. Karena itu jika dia berhasil berkomunikasi secara efektif maka seluruh kebutuhannya dapat dia capai. Anak-anak bercengkrama dengan bapak dan ibu di rumah, mereka saling bertukar informasi dan pengalaman. Mereka berdiskusi dan berdialog panjang merundingkan sebuah keputusan.

Kita bertukar informasi dengan para tetangga dan kenalan, kita juga membaca majalah atau surat kabar dan mendengarkan radio atau menonton TV. Setiap pagi hingga petang kita terlibat dalam komunikasi. Benar, kata salah satu aksioma komunikasi, ‘manusia tidak mungkin tidak berkomunikasi’ atau ‘manusia tidak mengelak dari komunikasi’. Artinya, tiada hari tanpa komunikasi. Komunikasi telah ada sejak manusia lahir, dan akan terus ada sepanjang manusia hidup.

Meskipun kita selalu berkomunikasi, namun mungkin sekali kita tidak memahami betul apa yang sedang dilakukan itu memenuhi syarat-syarat berkomunikasi yang baik dan benar. Salah satu cara untuk memahami komunikasi

adalah dengan memahami pengertian komunikasi itu sendiri. Saya akan mengutip beberapa definisi komunikasi yang dapat membantu kita memahami komunikasi.

Carl I. Hovland:

“Komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (*communication in the process to modify the behavior of other individuals*).

William Albig (dalam Djoenarsih, 1991:16):

“*Communication is the process of transmitting meaningful symbols between individuals.*” (Komunikasi adalah proses penyampaian dan penerimaan lambang-lambang yang mengandung makna di antara individu-individu).

B. Aubrey Fisher (1986:11):

Komunikasi dapat dipandang baik atau efektif sejauh ide, informasi, dan sebagainya dimiliki bersama oleh atau mempunyai kebersamaan arti bagi orang-orang yang terlibat dalam perilaku komunikasi tadi.

Berelson dan Steiner (1964):

Komunikasi merupakan transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, figur, grafik, dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasanya disebut komunikasi.

Dari banyaknya definisi komunikasi tersebut, untuk lebih memahami komunikasi, para peminat komunikasi seringkali mengutip paradigma komunikasi yang dikemukakan oleh **Harold Laswell** dalam karyanya *The Structure and Function of Communication in Society*. Menurutnya, pendekatan yang tepat untuk memahami komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*

Dalam paradigma Laswell tersebut dijelaskan bahwa dalam upaya memahami komunikasi harus dapat menjawab lima unsur dalam komunikasi, yakni:

1. Komunikator (*communicator, sender, source*),
2. Pesan (*message*),
3. Media (*channel*),
4. Komunikan (*communicant, communicate, receiver, recipient*),
5. Efek (*effect, impact, influence*).

Berdasarkan lima unsur tersebut, persepsi tentang komunikasi menurut Laswell adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang akan menimbulkan efek tertentu.

Semakin peliknya antar manusia dan semakin pentingnya studi terhadap komunikasi itu, disebabkan teknologi, khususnya teknologi komunikasi yang semakin lama semakin canggih. Dewasa ini orang-orang semakin asyik mempelajari ilmu komunikasi oleh karena jika seseorang salah komunikasinya (*miscommunication*), maka orang yang dijadikan sasaran mengalami salah persepsi (*misperception*), yang pada gilirannya salah interpretasi (*misinterpretation*), yang pada giliran berikutnya terjadi salah pengertian (*misunderstanding*). Dalam hal-hal tertentu salah pengertian ini menimbulkan salah perilaku (*misbehavior*), dan apabila komunikasinya berlangsung berskala nasional, akibatnya bisa fatal.

Semua orang dapat berkomunikasi dengan caranya masing-masing, tetapi tidak semuanya mampu berkomunikasi secara efektif. Komunikasi yang efektif dapat dipahami sebagai komunikasi yang mampu menghasilkan perubahan sikap pada orang lain. Perubahan sikap ini biasanya terlihat pada proses maupun pasca komunikasi.

Komunikasi yang efektif biasanya memiliki tujuan untuk memudahkan orang lain dalam memahami pesan yang disampaikan oleh seorang pemberi pesan (komunikator). Selain itu, komunikasi yang efektif juga bertujuan supaya informasi yang disampaikan dapat menimbulkan feedback dari si penerima pesan (komunikan). Karena alasan-alasan tersebut, maka proses komunikasi yang efektif haruslah dilakukan dengan menggunakan bahasa yang jelas dan dapat dipahami oleh orang lain.

Wilbur Schramm dalam **Effendy**, menampilkan apa yang ia sebut “the condition of success in communication”, yakni kondisi yang harus dipenuhi jika kita menginginkan agar suatu pesan membangkitkan tanggapan yang kita kehendaki.

Kondisi tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa, sehingga dapat menarik perhatian komunikan.
2. Pesan harus menggunakan lambang-lambang tertuju kepada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan, sehingga sama-sama mengerti.
3. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut.

4. Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan tadi yang layak bagi situasi kelompok di mana komunikasi berada pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.

2.1.2. Proses Komunikasi

Sesuatu yang dapat dinikmati saat ini seperti buku yang sedang dibaca, acara-acara televisi yang beraneka ragam, Internet yang banyak membawa informasi baru, komputer yang semakin canggih, dan sejenisnya tidaklah muncul begitu saja, tetapi melalui suatu proses yang cukup panjang. Demikian pula, komunikasi memerlukan proses.

Seseorang yang sedang berbicara, menulis, mendengarkan, atau membaca, kegiatan komunikasi yang mereka lakukan terdiri dari lebih dari satu tindakan. Sebagai suatu proses, komunikasi memiliki persamaan dengan bagaimana seseorang mengekspresikan perasaan, hal-hal yang berlawanan (kontradiktif), yang sama (selaras, serasi), serta meliputi proses menulis, mendengarkan, dan mempertukarkan informasi.

Menurut **Bovee dan Thill** dalam buku *Business Communication Today, 6e*, proses komunikasi terdiri atas enam tahap, yaitu:

1. Pengirim mempunyai suatu ide atau gagasan,
2. Pengirim mengubah ide menjadi pesan,
3. Pengirim menyampaikan pesan,
4. Penerima menerima pesan,
5. Penerima menafsirkan pesan,

6. Penerima memberi tanggapan dan mengirim umpan balik kepada pengirim.

(Purwanto, 2006:11)

Agar lebih jelas maka peneliti akan membahas proses komunikasi dengan peninjauan dari **Effendy** proses komunikasi adalah sebagai berikut:

Berlangsungnya penyampaian ide, informasi, opini, kepercayaan, perasaan dan sebagainya oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan lambang, misalnya bahasa, gambar, warna, dan sebagainya yang mempunyai syarat. (1989:63-64)

Dari penjelasan tersebut, komunikasi jelas merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang untuk menyatakan atau tidak menyatakan suatu gagasan kepada orang lain dengan menggunakan lambang-lambang berupa bahasa, gambar-gambar atau tanda-tanda yang berarti bersikap umum.

Untuk jelasnya proses komunikasi dapat diklasifikasikan menjadi proses komunikasi secara primer dan secara sekunder. **(Effendy, 2003:33)**.

- a. **Proses komunikasi secara primer (primary process) adalah proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan suatu lambang (symbol) sebagai media atau saluran. Lambang ini umumnya bahasa, tetapi dalam situasi-situasi komunikasi tertentu lambang-lambang yang dipergunakan dapat berupa kial**

(gesture), yakni gerak anggota tubuh, gambar, warna, dan lain sebagainya.

b. Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.

Pada media primer, komunikasi bahasa disebut lambang verbal (verbal symbol) sedangkan lambang-lambang lainnya yang bukan bahasa dinamakan lambang niverbal (non verbal symbol).

1) Lambang Verbal

Dalam proses komunikasi bahasa sebagai lambang verbal paling banyak dan paling sering digunakan, oleh karena hanya bahasa yang mampu mengungkapkan pikiran komunikator mengenai hal atau peristiwa, baik yang konkret maupun yang abstrak, yang terjadi masa kini, masa lalu dan masa yang akan datang.

Betapa pentingnya bahasa dalam proses komunikasi. Bahasa mempunyai dua jenis pengertian yang perlu dipahami oleh para komunikator. Yang pertama adalah pengertian denotatif, yang kedua pengertian konotatif.

Demikianlah masalah bahasa sebagai lambang verbal penyandang pikiran komunikator ketika ia menyampaikan pesannya kepada komunikan dalam proses komunikasi secara primer.

2) Lambang Niverbal

Lambang niverbal adalah lambang yang dipergunakan dalam komunikasi, yang bukan bahasa, misalnya kial, isyarat dengan anggota tubuh, antara lain kepala, mata, bibir, tangan, dan jari.

Gambar adalah lambang lain yang dipergunakan dalam berkomunikasi niverbal. Gambar dapat dipergunakan untuk menyatakan suatu pikiran atau perasaan. Dalam hal tertentu gambar bisa lebih efektif daripada bahasa. Lambang gambar dalam proses komunikasi mengalami perkembangan sesuai dengan pertumbuhan masyarakat dan kemajuan teknologi. Pada akhirnya, apabila gambar itu merupakan lambang untuk proses komunikasi secara primer, menjadi lamhang untuk proses komunikasi secara sekunder.

Demikian sekaligus mengenai lambang verbal dan niverbal dalam proses komunikasi secara primer.

Pada media sekunder, komunikator menggunakan media kedua ini karena komunikan yang dijadikan sasaran komunikasinya jauh tempatnya atau banyak jumlahnya atau kedua-duanya, jauh dan banyak. Kalau komunikan jauh, dipergunakanlah surat atau telepon; jika banyak dipakailah perangkat penguat suara; apabila jauh dan banyak; dipergunakan surat kabar, radio atau televisi.

Komunikasi dalam proses secara sekunder ini semakin lama semakin efektif dan efisien karena didukung oleh teknologi komunikasi yang semakin canggih, yang ditopang pula oleh teknologi-teknologi lainnya yang bukan teknologi komunikasi.

Surat, misalnya sebagai media komunikasi sekunder yang pada mulanya terbatas sekali jangkauan sasarannya, dengan dukungan pesawat terbang jet, dapat mencapai komunikan di mana saja di seluruh dunia. Demikian pula media telepon, jika pada waktu ditemukan menggunakan kawat yang oleh sebab itu terbatas sejadi wilayah jangkauannya, kini dengan radio telepon dapat mencapai sasaran di kota lain, negara lain, dan benua lain.

Televisi siaran dewasa ini yang dipadu dengan komputer menjadi semakin mempesona, baik dalam segi visualnya maupun audialnya, selain jangkauannya semakin jauh dan luas berkat inovasi satelit komunikasi dan antena parabola.

2.2 Tinjauan Tentang Journalistik

2.2.1 Definisi Journalistik

Journalistik dapat diartikan sebagai suatu karya seni dalam hal membuat catatan tentang peristiwa sehari-hari. Karya seni dimaksud memiliki nilai keindahan yang dapat menarik perhatian khalayaknya (pembaca, pendengar, pemirsa), sehingga dapat dinikmati dan dimanfaatkan untuk keperluan hidup manusia. Pengertian journalistik tersebut kemudian berkembang lebih pada makna sebagai suatu seni dan atau keterampilan mencari, mengumpulkan, mengolah, dan menyajikan informasi dalam bentuk berita secara indah untuk memenuhi kebutuhan dan bermanfaat bagi pergaulan hidup manusia.

Secara lebih luas, pengertian atau definisi jurnalistik menurut **Roland E. Wolseley** dalam **Understanding Magazines (1969:3)** yang dikutip oleh **Sumadiria** dalam **Jurnalistik Indonesia** 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.

Kemudian **Erik Hodgins**, **Redaktur Majalah Time**, menyatakan dalam buku **Sumadiria** yang berjudul **Jurnalistik Indonesia**,

Jurnalistik adalah pengiriman informasi dari sini ke sana dengan benar, saksama dan cepat, dalam rangka membela kebenaran dan keadilan berpikir yang selalu dapat dibuktikan.

Dari definisi di atas dapat dilakukan suatu analisis bahwa secara teknis, jurnalistik adalah kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan menyebarkan berita melalui media berkala kepada khalayak seluas-luasnya dengan secepat-cepatnya. Kemudian dapat diambil “benang merah” bahwa di dalam jurnalistik ada unsur-unsur:

1. Komunikator (orang yang menyampaikan pesan),
2. Pesan/isi pernyataan, bisa berupa informasi, berita, gambar, dan sejenisnya,

3. Medium atau alat perantara, seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, dan media massa lainnya,
4. Komunikan atau *audience*, seperti pembaca surat kabar, majalah; pendengar radio, atau pemirsa televisi,
5. Aktivitas atau kegiatan yang dilakukan secara periodik (bisa setiap saat, setiap hari, setiap minggu, setiap bulan dan seterusnya),
6. Mempunyai cara atau aturan untuk menyampaikan pesan.

Ilmu Jurnalistik di era sekarang, seiring dengan pesatnya teknologi informasi komunikasi tidak bisa lagi menempatkan dirinya sebagai ilmu atau pengetahuan yang hanya layak diketahui oleh orang-orang media. Sebagai ilmu dan pengetahuan yang mengajarkan keterampilan dalam menyampaikan pesan antarmanusia, ibarat sebuah perusahaan terbuka, jurnalistik mau tidak mau harus “go public” dan siapa pun berhak mengetahui dan menguasainya, serta mempraktkannya dalam kehidupan berkomunikasi dengan sesama manusia.

2.2.2 Fungsi Jurnalistik

Menurut **Dja'far H Assegaf (1983)**, jurnalistik merupakan kegiatan untuk menyampaikan pesan atau berita kepada khalayak ramai (massa), melalui saluran media, baik media cetak maupun media elektronik.

Adapun fungsi jurnalistik, antara lain:

1. Pemberi informasi

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

2. Pemberi hiburan

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

3. Pemberi kontrol (alat kontrol sosial)

Sebagai media penyampai informasi, media pers tidak hanya sebatas menyampaikan atau memberikan informasi yang berkaitan dengan suatu peristiwa, akan tetapi berkewajiban juga menyampaikan gagasan-gagasan maupun pendapat

yang berkaitan dengan kepentingan masyarakat luas. Bila ada suatu kebijakan, baik dari pemerintah maupun lembaga-lembaga tertentu, yang dipandang tidak sesuai atau berlawanan dengan kepentingan masyarakat, media pers punya kewajiban untuk mengingatkan. Cara mengingatkannya dilakukan melalui tulisan di tajuk rencana maupun karya jurnalistik lainnya.

4. Pendidik masyarakat.

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

2.2.3 Karakteristik Jurnalistik

Jurnalistik atau jurnalisme menurut **Luwi Ishwara (Kris Budiman, 2005)** dalam bukunya yang berjudul **Dasar-Dasar Jurnalistik** mempunyai ciri-ciri atau karakteristik yang penting untuk diperhatikan, antara lain :

- *Skeptis*; adalah sikap untuk selalu mempertanyakan segala sesuatu, meragukan apa yang diterima, dan mewaspadaai segala kepastian agar tidak mudah tertipu. Inti dari skeptis adalah keragu-raguan. Karenanya, media massa biasanya tidak puas dengan permukaan sebuah peristiwa serta enggan untuk mengingatkan kekurangan yang ada

di dalam masyarakat. Wartawan akan terjun langsung ke lapangan, berjuang, serta menggali hal-hal yang eksklusif dari suatu peristiwa sebagai bahan berita.

· *Bertindak (action)*; adalah wartawan tidak menunggu sampai peristiwa itu muncul, tetapi ia akan mencari dan mengamati dengan ketajaman naluri seorang wartawan (sense of social).

· *Berubah*; adalah perubahan merupakan hukum utama jurnalisme. Media bukan lagi sebagai penyalur informasi, tetapi bertindak sebagai fasilitator, penyaring (filter) dan pemberi makna dari sebuah informasi.

· *Seni dan Profesi*; adalah wartawan melihat dengan mata yang segar pada setiap peristiwa untuk menangkap aspek-aspek yang unik dan menarik di tengah kehidupan masyarakat.

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

2.2.4 Bentuk Jurnalistik

Sumadiria dalam bukunya yang berjudul **Jurnalistik Indonesia**, Dilihat dari segi bentuk dan pengelolaannya, jurnalistik dibagi ke dalam tiga bagian besar: jurnalistik media cetak (*newspaper and magazine journalism*), jurnalistik media elektronik auditif (*radio broadcast journalism*), jurnalistik media audiovisual (*television journalism*).

Setiap bentuk jurnalistik memiliki ciri dan kekhasannya masing-masing. Ciri dan kekhasannya itu antara lain terletak pada aspek filosofi penerbitan, dinamika teknis persiapan dan pengelolaan, serta asumsi dampak yang ditimbulkan terhadap khalayak pembaca, pendengar, atau pemirsa.

1. Jurnalistik Media Cetak

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

2. Jurnalistik Media Elektronik Auditif

Jurnalistik media elektronik auditif atau jurnalistik radio siaran, lebih banyak dipengaruhi dimensi verbal, teknologikal, dan fisikal. *Verbal*, berhubungan dengan kemampuan menyusun kata, kalimat, dan paragraf secara efektif dan komunikatif. *Teknologikal*, berkaitan dengan teknologi yang memungkinkan daya pancar radio dapat ditangkao dengan jelas dan jernih oleh pesawat radio

penerima. *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 Audiovisual

Merupakan gabungan dari segi verbal, visual, teknologikal, dan dimensi dramatikal. *Verbal*, berhubungan dengan kata-kata yang disusun secara singkat, padat, efektif. *Visual*, lebih banyak menekankan pada bahasa gambar yang tajam, jelas, hidup, memikat. *Teknologikal*, berkaitan dengan daya jangkauan siaran, kualitas suara dan gambar yang dihasilkan serta diterima oleh pesawat televisi penerima di rumah-rumah.

Dramatikal, berarti bersinggungan dengan aspek serta nilai dramatik yang dihasilkan oleh rangkaian gambar yang dihasilkan secara simultan. Dengan aspek dramatik, seluruh pancaindera khalayak pemirsa bekerja secara optimal. Para pakar komunikasi kerap mengatakan, televisi memiliki daya hipnotis luar biasa, sehingga emosi dan perilaku khalayak dapat dengan mudah dimainkan atau diciptakan dalam seketika.

2.2.5 Kode Etik Jurnalistik

Kemerdekaan berpendapat, berekspresi sebagai representasi dari kebebasan pers merupakan Hak Asasi Manusia (HAM) yang dilindungi Pancasila, Undang-Undang Dasar 1945, dan Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia PBB. Kemerdekaan pers adalah sarana masyarakat untuk memperoleh informasi dan berkomunikasi guna

memenuhi kebutuhan hakiki guna meningkatkan kualitas hidup manusia. Dalam mewujudkan kemerdekaan pers itu, seorang wartawan juga harus menyadari adanya kepentingan bangsa, tanggung jawab sosial, keberagaman masyarakat, dan norma-norma agama. Karenanya, dalam melaksanakan tugas, fungsi, hak, kewajiban dan peranannya, pers menghormati hak asasi setiap orang. Karena itu, pers dituntut profesional dan terbuka untuk dikontrol oleh masyarakat. Untuk menjamin kemerdekaan pers dan memenuhi hak publik untuk memperoleh informasi yang benar, seorang wartawan sebagai pekerja profesional memerlukan landasan moral dan etika profesi sebagai pedoman operasional dalam menjaga kepercayaan publik dan menegakkan integritas serta profesionalisme. Atas dasar itulah, wartawan menetapkan dan harus menaati Kode Etik Jurnalistik.

Pengamalan kode etik baik bagi penyandang profesi (wartawan) maupun bagi masyarakat sangatlah penting. Pasalnya, kode etik menurut **Alwi Dahlan (1993)** sedikitnya memiliki lima (5) manfaat bagi pihak yang mentaatinya, di antaranya :

- **Melindungi keberadaan seorang professional dalam berkiprah di bidangnya**
- **Melindungi masyarakat dari mall praktek oleh praktisi yang kurang professional**
- **Mendorong persaingan sehat antar praktisi**
- **Mencegah kecurangan antar profesi**

- **Mencegah manipulasi informasi oleh narasumber**

Begitu pula Kode Etik Jurnalistik (KEJ) menempati posisi yang sangat strategis dan penting bagi wartawan. Bahkan dibandingkan dengan undang-undang lainnya yang memiliki sanksi fisik dan material sekalipun, di hati sanubari setiap wartawan seharusnya KEJ mempunyai kedudukan yang sangat istimewa. Wartawan yang tidak memahami dan menaati KEJ akan kehilangan harkat dan martabatnya sebagai seorang wartawan. Dewan Kehormatan Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) merumuskan setidaknya ada empat (4) alasan mengapa kode etik jurnalistik amat penting bagi para wartawan, di antaranya :

- Kode etik jurnalistik dibuat khusus dari, untuk dan oleh kalangan wartawan sendiri dengan tujuan untuk menjaga martabat atau kehormatan profesi wartawan. Ini berarti pelanggaran terhadap kode etik jurnalistik adalah pelanggaran terhadap nilai nilai kehormatan profesinya sendiri.
- Wartawan harus memiliki keterampilan teknis di bidang profesinya. Misalnya harus dapat menulis berita atau menyiarkan berita dengan benar, adil dan berimbang. Selain itu, wartawan juga harus memiliki pengetahuan dan wawasan yang sangat luas. Pendek kata, wartawan harus berilmu dan 'pinter', baik dalam penguasaan teknis jurnalistik maupun sosial kemasyarakatan. Kode Etik Jurnalistik dalam hal ini menjadi salah satu dan yang utama sebagai barometer profesionalisme wartawan.

· Kode Etik Jurnalistik menyangkut hati nurani terdalam wartawan. Rumusan dalam Kode Etik Jurnalistik merupakan hasil pengumpulan hati nurani wartawan. Pelaksanaannya juga harus dilandasi dengan hati nurani. Maka pelanggaran terhadap KEJ, berarti pengkhianatan terhadap hati nurani profesi wartawan sendiri, dan ini jelas merupakan sifat yang sangat tercela. Secara prinsip pelanggaran terhadap KEJ khusus bagi wartawan dapat bermakna merupakan perbuatan yang lebih tercela daripada pelanggaran terhadap hukum atau perundang-undangan sekalipun.

· Kode Etik Jurnalistik adalah mahkota dalam hati setiap wartawan. Pelaksanaan Kode Etik Jurnalistik merupakan salah satu barometer seberapa besar amanah yang diberikan oleh rakyat kepada pers dijalankan. Tanpa memahami Kode Etik Jurnalistik secara benar wartawan telah mengkhianati kepercayaan yang dipegangnya. Tanpa memahami dan tunduk kepada Kode Etik Jurnalistik wartawan telah mengkorupsi kedaulatan rakyat yang dipercayakan kepada mereka. Oleh karena itu pemahaman dan penataan terhadap Kode Etik Jurnalistik mutlak bagi wartawan.

2.3 Konsep Spiral Keheningan

2.3.1 Definisi Spiral Keheningan

Dalam kehidupan sehari-hari pola interaksi yang dilakukan oleh setiap orang sangat bervariasi. Khususnya pola komunikasi yang terjadi pada sebagian besar mahasiswa disetiap interaksinya. Hal ini sangat terlihat jelas dalam sebuah wadah seperti pada sebuah forum diskusi. Di wadah seperti inilah terlihat perbedaan yang

sangat mencolok dan juga sangat biasa kita saksikan, yaitu banyak mahasiswa yang pasif dan tertutupi oleh sekelompok yang vocal, sedangkan kelompok yang pasif/bungkam menjadi kelompok yang terdominasi atau yang tenggelam. Disini kelompok yang tenggelam akibat kaum mayoritas merasa kesulitan untuk menyampaikan pendapat-pendapat mereka karena kelompok ini merupakan kelompok yang kurang pandai dalam berbicara.

Definisi minoritas umumnya hanya menyangkut jumlah. Suatu kelompok dikatakan sebagai minoritas apabila jumlah anggota kelompok tersebut secara signifikan jauh lebih kecil daripada kelompok lain di dalam komunitas. Dari sudut pandang ilmu sosial pengertian minoritas tidak selalu terkait dengan jumlah anggota. Suatu kelompok akan dianggap kelompok minoritas apabila anggota-anggotanya memiliki kekuasaan, kontrol dan pengaruh yang lemah terhadap kehidupannya sendiri dibanding anggota-anggota kelompok dominan. Jadi, bisa saja suatu kelompok secara jumlah anggota merupakan mayoritas tetapi dikatakan sebagai kelompok minoritas karena kekuasaan, kontrol dan pengaruh yang dimiliki lebih kecil daripada kelompok yang jumlah anggotanya lebih sedikit.

Berikut definisi spiral keheningan:

Dikemukakan oleh **Elizabeth Noelle** pada tahun 1984. Melalui tulisannya yang berjudul *The Spiral of Silence*, secara ringkas teori ini menjawab pertanyaan, mengapa orang-orang dari kelompok minoritas sering merasa perlu untuk menyembunyikan pendapat, pilihan dan pandangannya ketika berada dalam kelompok mayoritas. Secara ontologis, bisa dilihat bahwa teori ini termasuk kategori ilmiah. Teori ini menyatakan bahwa sudah menjadi nasib atau takdir kalau pendapat atau pandangan (yang dominan) bergantung pada suara mayoritas dari suatu kelompok.

Diam adalah emas biasanya juga berlaku pada konteks teori spiral of silence. Daripada ngomong belum tentu didengar pendapatnya, maka lebih baik diam. Makna diam yang kedua yakni diam bukan berarti setuju juga masih dalam kerangka teori ini. Orang sering merasa lebih aman jika tidak mengeluarkan pendapatnya di forum-forum tertentu karena berbagai alasan. Misalnya karena tidak ada yang bakalan mendukung pendapatnya atau ia dalam posisi minoritas atau mungkin malahan ia merasa inferior. Sedangkan diam bukan berarti setuju biasa terjadi pada peminangan dimasa dulu ketika seorang gadis dilamar atau dipinang oleh seorang pemuda. Dengan tanda diam berarti ia setuju untuk dijodohkan dengan pemuda tersebut.

Teori spiral kebisuan mengajukan gagasan bahwa orang-orang yang percaya bahwa pendapat mereka mengenai berbagai isu publik merupakan pandangan minoritas cenderung akan menahan diri untuk mengemukakan pandangannya, sedangkan mereka yang meyakini bahwa pandangannya mewakili mayoritas cenderung untuk mengemukakan kepada orang lain. Noelle-neumann menyebut

situasi tersebut sebagai spiral keheningan yang terjadi ketika orang mengemukakan opininya karena merasa pandangannya mewakili pandangan populer memilih untuk diam. Proses ini terjadi pola pikir atau bentuk menyerupai spiral sedemikian rupa sehingga satu pendapat akan terakhir dengan publisitas dan popularitas tinggi, sedangkan pendapat lainnya akan berakhir dengan publisitas dan popularitas.

Dari penjelasan diatas, kaum minoritas tenggelam dalam kebungkamannya terhadap kaum mayoritas. Mayoritas disini berarti sekelompok orang yang aktif/vocal dalam forum diskusi dan kaum minoritas merupakan kaum yang meng “iya” kan saja apapun yang berlangsung selama forum diskusi berlangsung. Kaum minoritas yang menjadi sasaran penulis pada makalah ini adalah sekelompok mahasiswa yang sering bungkam (diam) dalam forum diskusi akibat terdominasi oleh sekelompok orang yang terlalu aktif (mayoritas)

2.3.2 Faktor Terjadinya Spiral Keheningan

Premis pokok teori *the Spiral of Silence* bahwa ketika seseorang mempunyai pandangan yang berbeda atau bertentangan dengan pandangan yang dominan dikemukakan media, sementara pandangan orng-orang di sekitarnya juga sama dengan media, maka ia cenderung bersikap “diam” atau mengikuti pendapat dominan yang dikemukakan media.

Secara umum teori ini menjelaskan bahwa tindakan seseorang untuk mengekspresikan pendapat pribadinya dipengaruhi oleh empat faktor, yaitu:

komunikasi massa (media massa), komunikasi antar-pribadi dan hubungan sosial, ekspresi pendapat individu, dan persepsi individu mengenai opini lingkungan masyarakat di sekitarnya.

Asumsi yang mendasari pemikiran teori *the Spiral of Silence*:

- Individu-individu yang terlibat perilaku menyimpang akan diisolir oleh masyarakat.
- Setiap individu secara terus menerus akan merasa takut terisolir dari lingkungan masyarakat di sekitarnya.
- Rasa takut terhadap isolasi ini, menyebabkan tiap individu berupaya setiap waktu untuk mengetahui dan memantau pendapat yang berkembang di lingkungan masyarakat sekitarnya.
- Kondisi-kondisi tersebut akhirnya akan mempengaruhi perilakunya di publik, terutama dalam hal keterbukaan ekspresi pendapatnya.

2.3.3 Kelemahan dan Kritik Atas Teori Spiral Keheningan

- **Noelle-Neumann (1984)** sendiri sebagai perumus teori **Spiral Of Silence** mengatakan bahwa teori ini hanya berlaku secara situasional dan kontekstual, yakni hanya sekitar permasalahan pendapat dan pandangan pada kelompok. Dan, teori ini tidak memiliki pengaruh bagi orang-orang yang dikenal sebagai avant garde dan hard core. Yang dimaksud dengan avant garde di sini ialah orang-orang yang merasa bahwa posisi mereka akan semakin kuat biasanya

para intelektual, artis, opinion leader, atau visioner, sedangkan orang-orang yang termasuk ke dalam kelompok hard core ialah mereka yang selalu menentang, apa pun konsekuensinya.

- Sebagai sebuah teori yang ilmiah, **Spiral Of Silence** yang dikemukakan oleh **Neumann** memiliki kelemahan karena formulasi teorinya tidak lengkap, dan konsep-konsep utamanya tidak dijelaskan dengan memadai. Di samping itu, spiral kebisuan, sebagai teori opini publik, dikelompokkan bersama perspektifnya yang lain tentang masyarakat dan media massa. Di pihak lain, spiral kebisuan ini memperlakukan opini publik sebagai suatu proses dan bukan sebagai sesuatu yang statis. Perspektif itu juga memperhatikan dinamika produksi media dengan pembentukan opini publik (**Glynn dan McLeod, 1985; Katz, 1981; Salmon dan Kline, 1983**).

2.3.4 Pengaruh Media

Media berfungsi menyebarluaskan opini publik yang menghasilkan pendapat atau pandangan yang dominan. Sementara individu dalam hal menyampaikan pandangannya akan bergantung pada pandangan yang dominan, sedangkan media pada gilirannya cenderung memberitakan pandangan yang terungkap dan karenanya spiral keheningan berlanjut. Noelle-neumann memaparkan bahwa media tidak memberikan interpretasi yang luas dan seimbang terhadap peristiwa sehingga masyarakat memiliki pandangan terhadap realita secara terbatas dan sempit.

Media massa memiliki tiga sifat atau karakteristik yang berperan membentuk opini publik yaitu:

1. Ubikuitas

Mengacu pada fakta. Media merupakan sumber informasi yang luas karena terdapat dimana saja, dengan kata lain, ubikuitas dapat didefinisikan sebagai kepercayaan. Kepercayaan bahwa media terdapat dimana-mana. Itu sebabnya media menjadi instrumen yang sangat penting, diandalkan dan selalu tersedia ketika orang membutuhkan informasi. Untuk itu media berusaha mendapat simpati dari publik terhadap pandangan atau pendapat yang disampaikan.

2. Kumulatif

Pengaruh timbal balik dalam membangun kerangka acuan. Dalam hal ini media mengacu pada proses media yang selalu mengulang-ulang apa yang diberitakan. Pengulangan terjadi disepanjang program, baik pada satu media tertentu ataupun pada media lainnya, baik yang sejenis maupun tidak.

3. Konsonan

Konsonan dihasilkan berdasarkan kecenderungan media untuk menegaskan atau melakukan konfirmasi terhadap pemikiran dan pendapat mereka sendiri dan menjadikan pemikiran dan pendapat itu seolah-olah berasal dari masyarakat.

Peran media memberikan kontribusi terhadap munculnya spira keheningan karena media memiliki kemampuan untuk menentukan dan menyebarkan pandangan-pandangan yang dinilai lebih dapat diterima publik secara umum. Dengan

demikian, mereka yang memiliki pandangan yang bertentangan dengan pandangan khalayak umum, lebih sulit untuk mendapatkan tempat di media. Pandangan minoritas cenderung dijadikan kambing hitam oleh media.

Gambar 1.1 Bagan Model Spiral of Silence



Sumber: Teori Komunikasi Massa (Stanley J. Baran, Dennis K. Davis)

2.3.5 Teori Spiral Keheningan

Terbentuknya pendapat umum, dalam teori yang dikemukakan oleh Neumann ini merupakan suatu proses atas saling berpengaruhnya antara komunikasi massa, komunikasi antarpribadi, persepsi individu atas pendapatnya sendiri dalam hubungan dengan orang lain dalam masyarakat.

Melalui **Spiral of Silence, Neumann (1973)** mengajak kita kembali kepada teori media massa yang perkasa, yang mampu mempengaruhi hampir setiap orang dengan cara yang sama.

Sebagaimana telah disinggung diatas, secara singkat teori ini memberikan gambaran mengenai hubungan antara mayoritas dengan minoritas dalam suatu kelompok masyarakat. Selain itu, dijelaskan pula peran media massa yang sangat kuat sebagai pembentuk opini dari yang kemudian disepakati sebagai opini dari kelompok mayoritas.

Kajian Noelle Neumann ini menitikberatkan peran opini dalam interaksi sosial. Sebagaimana kita ketahui, opini publik sebagai sebuah isu kontroversial akan berkembang pesat saat dikemukakan melalui media massa. Ini berarti opini publik juga dibentuk, disusun dan dikurangi oleh pesan media massa. Opini yang berkembang dalam kelompok mayoritas juga dipengaruhi oleh peran dari media massa. Selain media massa, opini publik juga dapat terbentuk dari interaksi masyarakat itu sendiri atau dari opinion leader (terutama bagi masyarakat pedesaan).

Dengan demikian, ada beberapa hal yang perlu kita catat sebagai asumsi ketika muncul berbagai opini di tengah masyarakat dalam kaitannya dengan sebuah peristiwa, yakni bahwa:

1. Individu memiliki opini tentang berbagai isu akan tetapi, ketakutan akan terisolasi menentukan apakah individu itu akan mengekspresikan opini-opininya secara umum. Untuk meminimalkan kemungkinan terisolasi, individu-individu itu mencari dukungan bagi opini mereka dari lingkungannya, terutama dari media massa.
2. Media massa dengan bias kekiri-kirisan mereka memberkan interpretasi yang salah pada individu-individu itu tentang perbedaan yang sebenarnya dalam opini publik pada berbagai isu. Media mendukung opini-opini kelompok kiri dan biasanya menggambarkan kelompok tersebut dalam posisi yang dominan.
3. Sebagai akibatnya, individu-individu itu mungkin mengira apa yang sesungguhnya posisi mayoritas sebagai opini suatu kelompok minoritas. Dengan berlalunya waktu, maka lebih banyak orang akan percaya pada opini yang tidak didukung oleh media massa itu, dan mereka tidak lagi mengekspresikan pandangan mereka secara umum karena takut akan terisolasi.
4. Selama waktu tersebut, karena 'mayoritas yang bisu' tetap diam, ide minoritas mendominasi diskusi. Yang terjadi kemudian, apa yang pada mulanya menjadi opini minoritas, di kemudian hari dapat menjadi dominan. Begitu pula sebaliknya.

Lebih lanjut, **Noelle Neumann (1984)** menyatakan bahwa kekuatan media massa untuk menjadikan opini sebagai dominan diperoleh dari: (1) kehadirannya dimana-mana (ubiquity); (2) pengulangan pesan yang sama dalam suatu waktu (kumulasi); dan (3) konsensus tentang nilai-nilai kiri di antara mereka yang bekerja dalam media massa, yang kemudian direfleksikan dalam isi media massa.

Alasan Mengapa Kelompok Minoritas Memilih Diam Dalam Mayoritas

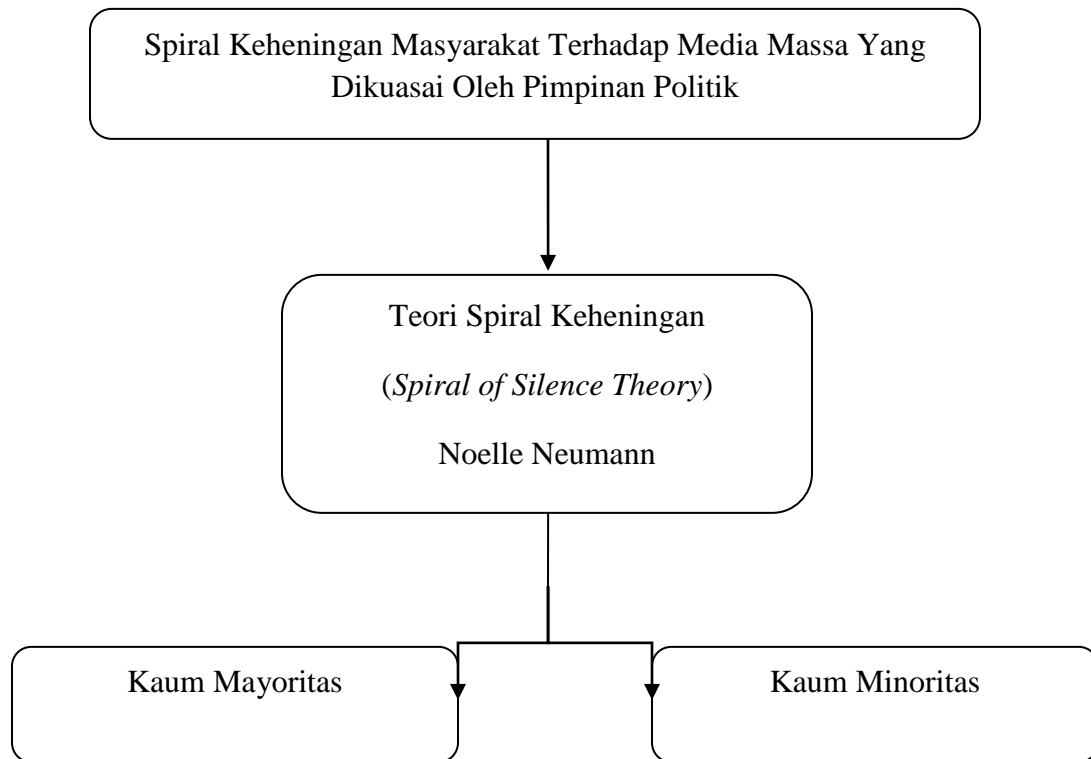
Alasan sederhana dalam kasus ini adalah adanya keinginan manusia untuk dapat hidup bersosialisasi dengan masyarakat. Manusia mempunyai kebutuhan mendasar sebagai makhluk sosial yang butuh interaksi dengan sesamanya. Apabila dalam kelompok masyarakat, seseorang kemudian tidak menyetujui opini mayoritas yang ada, bukan tidak mungkin individu tersebut akan terisolasi. Orang tersebut akan dianggap aneh, pemberontak dan tidak mengikuti keinginan masyarakat pada umumnya. Mereka kemudian akan dianggap sebagai kelompok yang tidak mengenal kelompoknya sendiri. Terlebih lagi, dampak jangka panjangnya, mereka tidak akan diterima oleh masyarakat.

2.4 Kerangka Pemikiran

Berorientasi pada konsep dan teori yang telah penulis jabarkan sebelumnya, maka penulis menggunakan teori spiral keheningan dari **Noelle Neumann** sebagai landasan teori yang digunakan sebagai pedoman dalam menganalisis penelitian. Teori

dan konsep tersebut penulis gambarkan dalam bentuk bagan kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 1.2 Bagan Kerangka Pemikiran



Sumber: Penulis 2018

Teori *the Spiral of Silence* dari Elisabeth Noelle Neumann, menekankan pada bidang politik dalam memperoleh dukungan suara dalam kampanye. Elisabeth Noelle Neumann melalui teori spiral keheningan menganalisa bagaimana komunikasi interpersonal dan media beroperasi bersama-sama dalam membangun opini publik. Spiral keheningan terjadi ketika individu merasa opini mereka populer, sedangkan mereka yang tidak beropini seperti ini akan cenderung diam. Proses ini terjadi dalam spiral, sehingga satu sisi isu berhasil melalui banyak publikasi dan di lain pihak dengan sedikit publikasi.

Penyuaran sudut pandang mayoritas (dominan) oleh media membuat kelompok masyarakat yang memiliki sudut pandang tersebut memiliki keberanian dan kepercayaan diri untuk mengemukakan pendapat mereka. Bahkan seringkali pandangan tersebut disuarakan pula melalui mimbar-mimbar dan penggunaan atribut pendukung seperti pemasangan spanduk, stiker, emblem dan lain sebagainya, baik di lingkungan mereka maupun di kendaraan-kendaraan. Adapun kelompok yang memegang pandangan berbeda akan lebih berhati-hati dalam mengeluarkan pendapat mereka bahkan cenderung menjadi diam dan tidak bersedia mengutarakan pendapatnya karena perasaan takut akan diisolasi oleh lingkungan masyarakatnya.

Dengan adanya pengaruh media yang menyuarakan pandangan dominan yang berkembang pada mayoritas publik seakan mengarahkan banyak individu untuk menyesuaikan perilaku dan pandangannya pada opini yang diangkat oleh media. Dalam hal ini media memberi dukungan pada spiral keheningan karena media dianggap sebagai sebuah wadah komunikasi publik. Dengan demikian kesediaan orang untuk mengemukakan pendapat tergantung dengan opini yang disuarakan oleh media. Tanpa dukungan dari orang lain yang memiliki pengaruh bagi pandangan yang berbeda dengan opini publik maka orang akan tetap bersikap konsonan atau sejalan dengan pandangan yang ditawarkan oleh media.

Informasi yang seringkali disaring oleh media membuat isu dan pandangan yang ditampilkan dan dipersepsikan mungkin saja merupakan gambaran realitas yang tidak sepenuhnya akurat. Jika media cukup sering mengangkat sebuah isu dan pandangan melalui berita-beritanya maka hal ini dapat saja dikatakan bahwa media sedang melakukan agenda berita, mengidentifikasi dan menonjolkan apa yang harus diperhatikan dan menentukan apa yang semestinya berjalan di masyarakat.

Dengan demikian orang mendapatkan iklim opini publik melalui media massa. Dan kekuatan maupun pengaruh media massa dalam menyuarakan opini publik memengaruhi pergeseran pandangan seseorang serta terbungkamnya pandangan yang berbeda dengan pandangan mayoritas. Ketika orang melihat pada media untuk mendapatkan gambaran dan persepsi dari populasi, maka terdapat kecenderungan untuk menerima apa yang direpresentasikan oleh persepsi tersebut.

Dan seringkali terjadi iklim ganda dari opini yaitu iklim yang dipersepsikan secara langsung oleh mayoritas populasi dan iklim dari liputan media, dimana iklim ganda ini akan semakin membungkam mereka yang merasa berpandangan berbeda (minoritas).