**BAB II**

**KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

1. **Kajian Literatur**

**2.1.1 Review Penelitian Sejenis**

Sebagai bahan perbandingan dalam penelitian ini, akan dicantumkan beberapa penelitian terdahulu yang dianggap relevan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti lain sebagai berikut :

**Tabel 2.1**

**Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Ini**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No. | Penelitian Terdahulu | | | Penelitian Ini |
| 1 | Nama Peneliti | Rizwan Sukarna | Haykal Hayyananda | Angga Yogaswara |
| 2 | Judul Penelitian | Analisis Wacana Lirik Lagu “Lahir Hidup Mati” karya band Step Ahead | Analisis Wacana Lirik Lagu “Raja Negeriku” karya band Noah | Analisis Wacana Lirik Lagu “Bahas Bahasa” Karya Barasuara |
| 3 | Metode | Kualitatif | Kualitatif | Kualitatif |
| 4 | Teori | Konstruksi realitas sosial | Konstruksi realitas sosial | Konstruksi realitas sosial |
| 5 | Perbedaan | 1. Isi dari lagu yang dibahas berunsur kehidupan dan ketuhanan. | 1. Isi lagu yang dibahas berunsur Nasionalis.  2. Subjek penelitian adalah band yang sudah tidak asing lagi yaitu Noah. | 1. Isi lagu yang dibahas memiliki bahasan tentang komunikasi. |
| 6 | Persamaan | 1. Subjek penelitian sesama band indie.  2. Menggunakan metode dan teori yang sama. | 1. Menggunakan metode dan teori yang sama. | 1. Menggunakan metode dan teori yang sama. |

**2.2 Kerangka Konseptual**

Dalam tinjauan ini, peneliti akan membahas dan menjelaskan beberapa teori yang berhubungan atau berkaitan dengan masalah pokok yang akan dibahas berdasarkan studi kepustakaan yang peneliti telaah.

**2.2.1 Komunikasi**

Komunikasi adalah sesuatu yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Bahkan komunikasi merupakan sesuatu yang dilakukan oleh manusia dari pertama kali bernafas hingga akhir hayat. Widjaja menjelaskan pengertian singkat mengenai komunikasi dalam bukunya berjudul Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat, yaitu: “Dapat diartikan bahwa komunikasi adalah hubungan kontrak antar dan antara manusia baik individu maupun kelompok.” (2002:1)

Komunikasi dengan nilai seperti itu menjadi kebutuhan utama manusia. Sama hal-nya dengan kebutuhan primer lainnya, manusia tidak pernah cukup untuk melakukan komunikasi. Saat manusia makan dan kenyang, pada waktu yang akan datang akan terasa lapar lagi. Begitu pula kebutuhan manusia terhadap komunikasi. Dalam komunikasinya, manusia mencari apa yang ia butuh tergantung pada individunya. Hal itulah yang membuat manusia dan interaksi yang dilakukan menjadi beragam. Pada akhirnya komunikasi dilakukan untuk mendapatkan aktualisasi diri masing-masing.

Sebelum membahasan permasalahan yang akan diteliti, terlebih dahulu peneliti akan mendefinisikan apa itu komunikasi, tentu saja merujuk dari pendapat para ahli. Ada bermacam macam definisi komunikasi yang dikemukakan oleh para ahli. Tetapi definisi komunikasi secara umum yaitu proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dan menghasilkan *feedback* atau umpan balik. Berikut adalah beberapa definisi komunikasi menurut para ahli:

Hovland, Janis dan Keley dalam buku Djuarsa yang berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi mengatakan bahwa:

**“Komunikasi adalah suatu proses seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk prilaku orang-orang lainnya.” (1999:7)**

Dalam prosesnya, komunikasi tidak selalu berjalan dengan baik, terkadang pesan yang disampaikan komunikator tidak dapat diterima dengan baik oleh komunikan karena terjadi gangguan di dalam proses penyampaiannya dan bila pesan tersebut sampai ke komunikan biasanya tidak terjadi umpan balik (*feed back*).

Tubbs dan Moss dalam buku Mulyana yang berjudul Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar mengatakan bahwa: “Komunikasi sebagai proses penciptaan makna antara dua orang atau lebih.” (2004:59)

Dari pendapat-pendapat yang dikemukakan para ahli di atas, peneliti mengamati bahwa yang dimaksud dengan komunikasi adalah kegiatan yang dilakukan seseorang dalam proses penyampaian pesan yang merupakan sebuah informasi kepada orang lain dengan berdasarkan proses komunikasi secara primer. Sedangkan komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media.

Sementara menurut Effendy dalam buku Ilmu Komunikasi Teori Filsafat Komunikasi mengatakan bahwa:

**“Hakikat Komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia, pernyataan tersebut berupa pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalur.” (2003:28)**

Bahwa komunikasi merupakan sebuah proses untuk pernyataan antar manusia juga pernyataan yang berupa pikiran dan perasaan seseorang kepada orang lain.

Selain para ahli yang diatas, terdapat beberapa definisi atau pengertian tentang apa itu komunikasi. Laswell (dalam Effendi) dalam buku berjudul Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek mengatakan bahwa : “Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu”. (1999:10)

Seperti yang sudah dijelaskan komunikasi memiliki peranan penting dalam kehidupan manusia. Dengan berkomunikasi manusia dapat menyampaikan pikiran dan pendapat-pendapatnya kepada seseorang ataupun sekelompok orang. Sejalan dengan sesuatu yang akan diteliti dalam penelitian ini, yaitu lagu “Bahas Bahasa” yang dinyanyikan oleh band Indie bernama Barasuara. Mereka berkomunikasi dengan khalayaknya melalui musik, lagu dan setiap lirik yang mereka lantunkan. Dengan menyanyikan lagu-lagu tersebut, para pencipta lagu dapat menyampaikan pendapat-pendapatnya kepada khalayak. Dengan demikian khalayak atau pendengar menjadi tahu akan pesan yang ingin disampaikan oleh pencipta lagu tersebut.

**2.2.1.1 Tipe Komunikasi**

Mulyana (2007:72-75) dalam buku berjudul Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar Ada beberapa tipe komunikasi yang telah disepakati oleh para ahli yaitu :

**1. Komunikasi Intrapersonal (*Intrapersonal Communication*)**

**Komunikasi Intrapersonal adalah komunikasi dengan diri sendiri, baik kita sadari atau tidak kita sadari.**

**2. Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal Communication*)**

**Komunikasi Antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun secara non verbal.**

**3. Komunikasi Kelompok**

**Komunikasi Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lainnya untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut.**

**4. Komunikasi Publik**

**Komunikasi Publik adalah komunikasi atara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak) yang tidak bisa dikenal satu persatu.**

**5. Komunikasi Organisasi**

**Komunikasi Organisasi adalah komunikasi yang terjadi didalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar dari pada komunikasi kelompok.**

**6. Komunikasi Massa (Mass Communication)**

**Komunikasi Massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak maupun elektronik. ( 2004:72-75)**

Jika tipe komunikasi ini ditarik kepada masalah yang akan diteliti, maka dalam hal ini Barasuara memakai tipe komunikasi massa dalam melakukan proses komunikasinya. Karena Barasuara merupakan band yang berkecimpung dalam industri musik, dari hal tersebut mereka mengandalkan komunikasi massa untuk menyampaikan karya-karyanya. Hal ini dikarenakan, meraka dalam menyampaikan pesannya menggunakan media massa sebagai perantara untuk menyampaikan hasil karya mereka kepada khalayak. Sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat diterima oleh khalayaknya.

**2.2.1.2 Komunikasi Verbal**

Bahasa adalah alat paling penting dalam melakukan komunikasi verbal. Manusia dalam komunikasi verbalnya membutuhkan bahasa agar dapat berkomunikasi dengan manusia lain disekitar. Dengan menggunakan bahasa, kita dapat mengekspresikan pendapat, menyampaikan pikiran maupun ide-ide kepada seorang individu maupun khalayak. Menurut Cangara dalam buku berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi bahasa sendiri memiliki tiga fungsi untuk menciptakan komunikasi yang efektif, yaitu :

**1. Untuk mempelajari tentang dunia sekeliling kita.**

**2. Untuk membina hubungan yang baik diantara sesama manusia**

**3. Untuk menciptakan ikatan-ikatan dalam kehidupan manusia. (2002:103)**

Dalam melakukan komunikasi, kita seringkali menggunakan komunikasi verbal bahkan tanpa sadar setiap hari kita semua melakukannya sebagai sarana untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada pihak lain yang kita tuju. Definisi dari komunikasi verbal itu sendiri adalah komunikasi dengan menggunakan simbol-simbol verbal yang tentu saja adalah bahasa. Selain komunikasi verbal, kita juga mengenal komunikasi nonverbal. Definisi komunikasi non verbal adalah peristiwa komunikasi diluar kata-kata yang terucap dan tertulis. Dengan kata lain, komunikasi verbal merupakan komunikasi dalam bentuk lisan dan tulisan dan komunikasi non verbal adalah kebalikannya. Sehingga dalam penggunaannya, komunikasi verbal menggunakan bahasa. Bahasa sendiri dapat di definisikan sebagai seperangkat kata yang telah disusun secara berstruktur sehingga menjadi himpunan kalimat yang mengandung arti.

**2.2.2 Komunikasi Massa**

Informasi adalah kebutuhan bagi manusia. Untuk dapat memenuhi kebutuhan akan informasinya tersebut manusia dibantu dengan adanya komunikasi massa. Komunikasi yang dilakukan antara suatu individu dengan khalayak yang tentunya menggunakan media di dalam penyampaian pesannya. Dalam penulisan penelitian kali ini, peneliti mencoba lebih memperdalam pembahasan pada komunikasi massa. Dikarenakan komunikasi yang dilakukan menggunakan lirik lagu dapat menjadi salah satu acuan dalam berkomunikasi dengan orang lain dalam cakupan yang luas karena menyangkut pendengar dari band Barasuara. Komunikasi dengan menggunakan lirik lagu tidak menuntut kedekatan yang dalam antara orang-orang yang melakukan komunikasi.

Komunikasi massa merupakan bentuk pengiriman pesan kepada komunikan yang jumlahnya banyak melalui media massa. Pengertian komunikasi massa yang dikemukakan oleh Rakhmat dalam buku Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi karangan Ardianto disebutkan bahwa:

**Komunikasi massa diartikan sebagai bentuk komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang terbesar, heterogen dan anonim melalui mediacetak maupun elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak atau sesaat. (2007:6)**

Selain itu, Cangara dalam buku berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi dijelaskan definisi dari Komunikasi Massa adalah sebagai berikut :

**“Proses komunikasi yang berlangsung dimana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada masyarakat atau khalayak yang sifatnya sosial melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar dan film”. (1998:36)**

Komunikasi massa tidak terpaku pada lambang-lambang dan kata-kata saja. Komunikasi massa berlanjut pada komunikasi piktorial, yaitu komunikasi yang memanfaatkan gambar-gambar yang realistis (fotografi warna).. Penyempurnaan itu berlangsung baik dalam bidang reproduksi foto, film dan televisi. Penemuan teknologi berupa radio, film dan televisi menjadi pelengkap alat-alat komunikasi massa disamping koran, majalah, dan buku.

Effendi dalam buku berjudul Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek komunikasi massa memiliki pengertian yaitu : “Komunikasi yang menggunakan media massa”. (1984:20)

Berbagai pengertian atau definisi mengenai komunikasi massa terlihat bahwa inti dari proses komunikasi ini adalah media massa sebagai salurannya untuk menyampaikan pesan kepada komunikan untuk mencapai tujuan tertentu. Pernyataan diatas merupakan gambaran yang jelas mengenai pengertian komunikasi massa. Bahkan, dari pengertian tersebut dapat diketahui pula ciri-ciri komunikasi massa dan yang membedakannya dari bentuk komunikasi lain.

**2.2.2.1 Ciri Komunikasi Massa**

Komunikasi massa memiliki ciri-ciri khusus yang membedakan tipe komunikasi ini dengan tipe komunikasi lainnya. Effendi (1984:35) dalam buku berjudul Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, menyebut ciri komunikasi massa yaitu :

1. **Komunikasi massa berlangsung satu arah**

**Ini berarti bahwa tidak terdapat arus balik dari komunikan ke komunikatornya. Dengan kata lain komunikatornya tidak mengetahui tanggapan para pembacanya atau penontonnya tentang pesan yang ia sampaikan**

1. **Komunikator pada komunikasi massa melembaga.**

**Media massa sebagai saluran komunikasi massa merupakan lembaga, yakni suatu institusi atau organisasi. Oleh karena itu komunikatornya melembaga.**

1. **Pesan bersifat umum.**

**Pesan ini bersifat umum karena ditujukan kepada umum dan mengenai kepentingan umum.**

1. **Ciri lain dari komunikasi massa yaitu kemampuannya untuk menimbulkan keserempakan pada pihak khalayak dalam menerima pesan-pesan yang disebarkan.**
2. **Komunikan komunikasi massa bersifat heterogen. Komunikan komunikasi massa bersifat heterogen yakni tidak saling mengenal satu sama lain dan berasal dari seluruh status sosial, umur, jenis kelamin, agama, ras, suku, budaya dan lain-lain. (1984:35)**

Sementara Elvinaro dalam bukunya Komunikasi Massa Suatu Pengantar menyebutkan pula karakteristik komunkiasi massa, yaitu sebagai berikut:

1. **Komunikator Terlembagakan**
2. **Pesan Bersifat Umum**
3. **Komunikannya Anonim dan Heterogen**
4. **Media Massa Menimbulkan Keserempakan**
5. **Komunikasi Mengutamakan isi Ketimbang Hubungan**
6. **Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah**
7. **Stimulasi Alat indra “terbatas”**
8. **Umpan Balik Tertunda *(Delayed)* (2005:7-12)**

Dilihat dari karakteristik komunikasi massa yang disebutkan oleh Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek, serta Elvinaro dalam bukunya Komunikasi Massa Suatu Pengantar, apa yang disebutkan oleh keduanya hampir sama mengenai karakteristik komunikasi massa, namun masih bisa dilihat perbedaan dari pendapat antara keduanya.

Elvinaro menyebutkan bahwa komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan, stimulasi alat indra “terbatas”, serta umpan balik tertunda. Ketiga karakteristik diatas tidak disebutkan oleh Effendy, oleh karena itu terlihat jelas pengertian dari Elvinaro lebih lengkap dalam memaparkan karakteristik komunikasi massa dengan meneliti dan membahas semua karakter tersebut dari berbagai aspek.

Dapat ditarik kesimpulan juga bahwa komunikasi itu bersifat sangat dinamis, bergerak sesuai dengan siapa pelakunya, dan sebagai masyarakat awam, kita tidak akan bisa menduga-duga apa yang akan terjadi nanti setelah kita melakukan proses komunikasi. Pernyataan di atas menunjukan bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang berlangsung satu arah, media massa saluran komunikasi merupakan lembaga, bersifat umum dan sasarannya-pun dapat beragam.

**2.2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa**

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

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

Kelima fungsi diatas akan berimplikasi juga pada media massa sebagai saluran pengirim pesannya, sehingga dewasa ini media massa pun dicirikan sebagai alat pengontrol sosial. Komunikasi massa dan media massa sebagai saluran pesannya bisa mengantarkan dampak pada orang banyak, mengingat isi pesan dalam komunikasi massa memiliki tujuan memengaruhi perasaan, sikap, opini, atau perilaku khalayak maupun individu.

**Fungsi *surveilance*** **(pengawasan)**, komunikasi massa dalam hal ini tidak lepas dari peranan media massa sebagai *watch dog* atau anjing pengawas dalam tatanan sosial masyarakat. Dengan efek komunikasi yang bisa mengubah sikap, opini, dan perilaku, menjadikan fungsi komunikasi massa ini efektif untuk menjaga kehidupan sosial dan menggiringnya ke arah yang dianggap ideal oleh masyarakat. Oleh karenanya, bisa saja media massa memberi pengaruhnya melalui penciptaan opini-opini yang baik kepada masyarakat agar masyarakat memiliki kognisi terhadap sesuatu yang diinginkannya. Media massa yang berfungsi mengawasi berarti identik sebagai alat kontrol sosial. Contoh komunikasi massa memainkan pengawasan lewat media, ialah ketika pemerintah bertindak opresif kepada rakyat. Dengan adanya pengawasan oleh media massa, tentu bisa menjadikan pemerintah tidak bertindak opresif kepada rakyatnya karena diawasi media massa.

**Fungsi *interpretation* (penafsiran)**, komunikasi massa memberi fungsi bahwa media massa sebagai salurannya sedang memasok pesan atau data, fakta, dan informasi dengan tujuan memberi pengetahuan dan pendidikan bagi khalayak. Media massa yang punya pandangan ideal terhadap sesuatu akan memberi pengetahuan bagi khalayak terhadap apa yang sedang dipermasalahkan saat itu. Di sini komunikasi massa memberikan penafsiran terhadap sebuah peristiwa yang menjadi pokok pembicaraan publik. Fungsi penafsiran paling kentara, bisa dilihat dari media massa yang mempublikasikan opini dari para ahli. Pemuatan opini-opini itu biasa ditemukan dalam media cetak lewat rubrik opini atau tajuk rencana, juga di radio dan televisi yang menayangkan siaran khusus mengenai peristiwa yang sedang hangat di masyarakat. Tujuan dari fungsi penafsiran ini diantaranya memberikan hiburan, pendidikan, pemahaman, dan membentuk opini publik, serta kemungkinan propaganda untuk khalayak.

**Fungsi *linkage* (keterkaitan)**, komunikasi massa dalam fungsi keterkaitannya ialah saluran media massa bisa digunakan sebagai alat pemersatu khalayak atau masyarakat yang notabene tidak serta-merta homogen. Karena media massa bisa mendesain tatanan sosial ke arah yang ideal, maka keberagaman masyarakat pun sebenarnya merupakan bidang garapan dari fungsi media massa dalam menciptakan persatuan lewat pembentukan sikap, opini, perilaku khalayak dari pesan-pesan di media. Terdapatnya keberagaman khalayak dari segi budaya, agama, golongan, dsb, bisa dipersatukan lewat pesan yang dikirim oleh media massa, sebab khalayak yang beragam tadi, menaruh perhatian jika terdapat kesamaan *interest* (minat) dalam suatu peristiwa yang sedang terjadi.

**Fungsi *transmission of value* (penyebaran nilai)**, komunikasi massa sebagai fungsi menyebarkan nilai mengacu pada bagaimana individu atau khalayak dapat mengadopsi sebuah perilaku dan nilai kelompok lain. Itu terjadi karena media massa sebagai salurannya telah menyajikan pesan atau nilai-nilai yang berbeda kepada masyarakat yang berbeda pula. Dalam konteks ini, media massa bisa mewakili perilaku budaya suatu masyarakat dengan mengangkatnya sebagai isi pesan, untuk diinformasikan kepada khalayak atau publik dengan tujuan yang konstruktif, namun tidak menutup kemungkinan destruktif. Kondisi seperti itu bisa terjadi sebab media massa yang membawa pesan baru yang berbeda, menjadikan khalayak secara psikis membandingkan dirinya dengan apa yang ada dalam isi pesan media massa. Bila terdapat nilai-nilai yang dirasa sesuai dengan dirinya, kemungkinan besar akan diambilnya sebagai hal baru.

**Fungsi *entertainment* (hiburan)**, dalam fungsi komunikasi massa sebagai sarana penghibur, media massa sebagai saluran komunikasi massa dapat mengangkat pesan-pesan yang sifatnya mampu menciptakan rasa senang bagi khalayak. Fungsi ini sebetulnya menjadi nilai lebih komunikasi massa, sekalipun isi pesan tersebut tidak murni menghibur. Contoh pesan atau informasi tentang kampanye sungai bersih limbah, yang dipastikan akan bisa menghibur para khalayak yang setuju dengan isi gagasan kampanye tersebut, hal itu disebabkan khalayak merasa gembira karena ada pihak yang memiliki kesamaan pandangan. Dengan demikian, maka fungsi menghibur dalam komunikasi massa terdapat pada seberapa bisanya isi pesan dalam media massa menggembirakan khalayak. Unsur memberi hiburan dalam media massa menjadi salah satu yang penting sebab dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi media massa.

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 ide baru, dan**
2. **Membujuk masyarakat agar memanfaatkan inovasi tersebut [1978:29]**

Dengan fungsi media massa sebagai sarana paling efektif, seperti yang telah dipaparkan Schramm, hendaknya masyarakat dapat menangkap ide baru yang ditawarkan, dan bisa mengoptimalkan serta melakukan inovasi.

**2.2.3 Pengertian Jurnalistik**

Dalam buku **Jurnalistik Indonesia** **Menulis Berita dan Feature** karangan **Sumadiria [2005:2]**, secara etimologis jurnalistik berasal dari kata *journ*. Dalam bahasa Perancis, *journ* 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 adalah 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 sistematik 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].**

Pengertian dan definisi jurnalistik berdasarkan rangkuman para ahli di atas, mengungkapkan pula bahwa jurnalistik merupakan kegiatan yang tidak bisa dipisah atau erat kaitannya dengan apa yang kita sebut informasi. Tetapi, unsur-unsur informasi dalam jurnalistik semuanya digerakkan dan diberdayakan oleh pers dan media massa dalam kerangka jurnalistik. Arus informasi dalam khazanah jurnalistik tersebut memungkinkan pesan yang diciptakannya terstruktur dengan baik, dan mereka pun tak akan demikian tanpa adanya dukungan dari media massa yang terlembagakan. Berdasarkan definisi yang ada, bahwa informasi dalam wilayah jurnalistik dapat dikembangkan ke dalam tiga jenis, meliputi:

1. *News* (berita)
2. *Views* (pandangan atau opini)
3. *Advertising* (iklan)

Informasi dalam konteks *news* (berita) adalah sekumpulan laporan yang didapat dari fakta peristiwa yang terjadi. Berita yang dilaporkan oleh seorang wartawan tidak boleh dicampur-adukkan dengan opini wartawan itu sendiri. Hal tersebut mengartikan bahwa sebuah berita harus identik, sama persis dengan kejadian yag sebenarnya di lapangan agar esensi melaporkan fakta benar-benar terjadi. Berita yang disajikan murni tanpa opini, sejatinya menyerahkan pada pembaca, pendengar, atau pemirsa untuk menanggapinya secara jernih tanpa adanya hambatan komunikasi atau *noise*.

Informasi dalam konteks *views* (pandangan atau opini) merupakan segenap isi pesan faktual yang lebih menekankan aspek opini seseorang untuk disebarkan pada pembaca, pendengar, atau pemirsa. Biasanya argumentasi dari seorang ahli atau pakar merupakan informasi yang tepat disampaikan kepada publik dengan tujuan memengaruhi publik, agar memiliki penilaian yang sama dalam menanggapi sebuah peristiwa. Jenis informasi *news* dan *views* dalam komunikasinya kepada publik tersebut diperkuat oleh **Romli** dalam buku **Kamus Jurnalistik [2008:64]**. Ia menyebutkan bahwa jurnalistik merupakan proses atau teknik mencari, mengolah, menulis, dan menyebarluaskan informasi berupa berita (*news*) dan opini (*views*) kepada publik melalui media massa.

Satu bentuk informasi lain dalam produk jurnalistik, yaitu *Advertising* atau periklanan. Aspek informatif satu ini bukan berita bukan juga opini, melainkan sebuah penyampaian pesan komersial dari lembaga usaha yang bekerjasama dengan media massa terkait, untuk mempromosikan barang atau jasa yang ditawarkannya. Lembaga usaha ini menggunakan strategi beriklan di media massa agar publik bisa tahu produknya tanpa harus bertatap muka. Tentu ini bukan hal buruk bagi publik sebab dengan kehadirannya, publik akan mengetahui kemana dan dimana tempat memenuhi kebutuhan hidupnya.

**2.2.3.1 Bentuk Jurnalistik**

Jurnalistik memiliki jangkauan yang luas dan bagian besar sehingga bentuknya dapat terbagi-bagi. Sumadiria dalam bukunya yang berjudul Jurnalistik Indonesia menjelaskan pembagian bentuk jurnalistik dilihat dari segi bentuk dan pengolahannya, jurnalistik dibagi dalam tiga bagian besar yaitu:

1. **Jurnalistik Media cetak**

**Jurnalistik media meliputi, jurnalistik surat kabar harian, jurnalistik surat kabar mingguan, dan jurnal majalah.**

1. **Jurnalistik Auditif**

**Jurnalistik auditif yaitu jurnalistik radio siaran**

1. **Jurnalistik Media Elektronik Audiovisual**

**Jurnalistik media elektronik audiovisual adalah jurnalistik televisi siaran dan jurnalistik media online (internet).” (2010:46)**

Dari penjelasan Sumadiria diatas dapat ditarik pengertian bahwa jurnalistik merupakan suatu proses aktivitas, sedangkan media massa adalah produk dari aktivitas tersebut dan pers sebagai wadah yang menampung aktivitas dan produk jurnalistik tersebut.

**2.2.4 Media Massa**

Media adalah organisasi yang menyebarkan informasi yang berupa produk budaya atau pesan yang mempengaruhi dan mencerminkan budaya dalam masyarakat.

**Media massa merupakan sumber kekuatan, alat control, manajemen dan inovasi dalam masyarakat yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan dan sumber daya yang lainnya. (McQuail 1989:115).**

Media massa terbagi menjadi dua, diantaranya :

1. Media Massa Cetak
2. Surat Kabar
3. Majalah
4. Media Masa Elektronik
5. Media Massa Elektronik
6. Radio
7. Televisi
8. Film (Kuswandi , 1996, h. 98)

Ada beberapa unsur penting dalam media massa, yakni :

1. Adanya sumber informasi
2. Isi pesan (informasi)
3. Saluran informasi (media)
4. Khalayak sasaran (masyarakat)
5. Umpan balik khalayak sasaran (Kuswandi, 1996, h. 98)

Berdasarkan penyataan di atas bahwa media massa berfungsi sebagai media informasi, hiburan, pendidikan, kontrol sosial serta untuk mempengaruhi khalayak.

**2.2.5 YouTube**

YouTube adalah situs yang saat ini merupakan kanal terdepan dalam hal berbagi video. Situs ini memungkinkan penggunanya mengunggah, menonton, dan berbagi video yang menampilkan berbagai macam konten video buatan penggunanya, entah itu klip film, klip acara TV, dan video musik. Selain itu ada pula konten amatir seperti blog video atau yang lebih dikenal dengan nama vlog, video orisinal pendek, dan video pendidikan juga banyak video-video lainnya.

Kebanyakan konten di YouTube diunggah oleh individu, meskipun perusahaan-perusahaan besar pun sudah menggunakan YouTube contohnya perusahaan media seperti CBS, BBC, Vevo, Hulu. Ada pula organisasi lain seperti perusahaan-perusahaan yang sudah mengunggah materi mereka ke situs ini sebagai bagian dari program kemitraan YouTube, Pengguna tak terdaftar dapat menonton video, sementara pengguna terdaftar dapat mengunggah video dalam jumlah tak terbatas. Video-video yang dianggap berisi konten ofensif ataupun vulgar hanya bisa ditonton oleh pengguna terdaftar berusia 18 tahun atau lebih.

**2.2.6 Musik**

Musik adalah bunyi yang pada awalnya diterima oleh individu dengan cara yang berbeda-beda berdasarkan sejarah, lokasi, budaya dan selera seseorang. Musik pada hakikatnya adalah bagian dari seni yang menggunakan bunyi sebagai media penciptaannya.

Walaupun dari waktu ke waktu beraneka ragam bunyi senantiasa mengerumuni masyarakat, tidak semuanya dapat dianggap sebagai musik karena sebuah karya musik harus memiliki irama, melodi, dan lain-lain.

Poerwadarminta dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia menuturkan bahwa: “Musik adalah bunyi-bunyian (terutama bunyi-bunyian barat).” (1986:664)

Maka peneliti menyimpulkan bahwa musik merupakan gabungan berbagai bunyi dari instrumen alat musik dan suara manusia. Hal ini berhubungan dengan kasus yang diteliti, mengenai lagu “Bahas Bahasa” yang diciptakan dan dinyanyikan olehBarasuara*.*

Menurut Jamalus dalam buku berjudul Seni Musik Klasik, berpendapat bahwa:

**“Musik adalah karya seni bunyi berbentuk lagu atau komposisi musik yang mengungkapkan pikiran dan perasaan penciptanya melalui unsur-unsur musik yaitu irama, melodi, harmoni, bentuk dan struktur lagu dan ekspresi sebagai satu kesatuan.” (2008:15-16)**

Dalam lagu tersebut, bukan saja gabungan dari berbagai bunyi dan instrument alat musik tetapi lagu tersebut dapat diekspresikan sebagai satu kesatuan yang saling berkesinambungan sehingga menciptakan sebuah perpaduan yang apik antara musik dari alat dan bunyi dari manusia, karena itu setiap alunan musik harus saling terkait anatara pikiran ,perasaan, dan juga dengan instrument alat musik. Sehingga pada akhirnya musik tersebut dapat dimengerti oleh masyarakat pada umumnya.

**2.2.6.1 Fungsi Musik**

Secara umum, dahulu fungsi musik bagi masyarakat Indonesia antara lain sebagai sarana atau media upacara ritual kebudayaan dan keagamaan. Namun kini musik juga berfungsi sebagai media hiburan, media ekspresi diri, media komunikasi, pengiring tari, dan sarana ekonomi.

Sebagai sarana Komunikasi di beberapa tempat di Indonesia, bunyi- bunyi tertentu ada memiliki arti tertentu bagi anggota kelompok masyarakatnya. Umumnya, bunyi-bunyian itu memiliki  pola dan ritme tertentu, dan menjadi tanda bagi anggota masyarakatnya atas suatu peristiwa atau kegiatan.

Musik selain sebagai hiburan, dapat juga memiliki manfaat yang lain. Seperti kemampuan untuk mendamaikan hal yang sedang gundah, sehingga orang yang mendengarkan musik bisa menjadi lebih rileks akal dan pikirannya. Selain itu musik memiliki efek terapi pada otak sehingga dapat mempengaruhi kecerdasan otak seseorang. Contoh saja, menurut sebuah penelitian musik-musik klasik dapat menstimulasi kerja otak sehingga baik untuk didengarkan saat akan menghadapi sebuah ujian.

Bila dikaitkan dengan permasalahannya yang diteliti maka lagu “Bahas Bahasa” yang dibawakan oleh Barasuara ini memiliki fungsi komunikasi. Merekamenyampaikan pesan kepada khalayak dengan menggunakan musik sebagai perantaranya. Pesan dalam lagu tersebut dikomunikasikan melalui media massa seperti internet, radio ataupun *platform* musik digital masa kini.

**2.2.7 Lagu**

Lagu dan musik adalah unsur yang memiliki keterkaitan satu sama lainnya. Secara mendasar musik dapat dikatakan suatu kelompok bunyi-bunyian terdiri dari beberapa alat yang mengeluarkan suara dengan irama yang dirangkai dengan tujuan menimbulkan suatu bunyi berirama yang harmonis dan dapat dinikamati oleh pendengarnya.

Lagu merupakan syair-syair yang dinyanyikan dengan irama yang menarik agar menjadi enak didengar. Lagu bisa menjadi media curahan hati orang yang membuat lagu itu tadi. Dalam fungsinya sebagai media komunikasi, lagu juga sering digunakan sebagai sarana untuk mengajak bersimpati tentang realitas yang sedang terjadi maupun atas cerita-cerita imajinatif yang ingin ditunjukan oleh si pembuat lagu..

Moelibo dalam buku berjudul Kamus Besar Bahasa Indonesia menyebutkan bahwa : “Lagu adalah ragam suara yang berirama (dalam bercakap, bernyanyi, membaca dan sebagainya).” (1988:486)

Dari pengertian lagu diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa karakteristik yang membedakan anatara lagu dengan musik adalah terdapat pada ada tidaknya suatu teks di dalam susunan nada tersebut. Jadi pengertian lagu adalah nada-nada tertentu yang dibentuk oleh melodi dan dinotasikan dengan sadar sengaja ditunjukan pada suata teks yang telah dibuat.

**2.2.8 Lirik**

Lirik merupakan karya sastra yang diciptakan untuk mengisi sebuah lagu. Lagu mungkin saja tidak memiliki lirik dalam lagu instrumental contohnya. Namun sebuah lirik sudah pasti merupakan bagian dalam lagu. Lirik dalam sebuah lagu dapat bertemakan tentang kehidupan sehari-hari, percintaan, sosial, religi dan lain-lain tergantung dari inspirasi pencipta lagu dalam menciptakan lirik lagu tersebut. Lirik lagu merupakan luapan apa yang dirasakan oleh seseorang tentang suatu hal yang dialami oleh panca inderanya. Moelibo Dalam Kamus Besar bahasa Indonesia mengatakan bahwa: “Lirik adalah karya sastra (puisi) uang berisikan curahan perasaan pribadi, susunan kata sebuah nyanyian.” (1988:582)

Meskipun lagu dapat tidak memiliki lirik, namun saat memuat lirik didalamnya nada dan tempo haruslah sesuai dengan lirik lagu yang dibuat. Membuat lirik lagu haruslah dengan bahas dan bahasa yang baik karena terkait dengan sastra. Terlebih lagi pada lagu-lagu Barasuara yang liriknya begitu puitis. Selain itu biasanya kata-kata (lirik lagu) yang dibuat oleh pencipta lagu tidak semua dapat dimengerti oleh khalayak, karena itu memerlukan suatu penelitian tentang lirik lagu tersebut. Sobur dalam buku berjudul Semiotika Komunikasi mengartikan pengertian sastra adalah:

**Struktur tanda-tanda yang bermakna tanpa memperhatikan sistem tanda-tanda dan maknanya serta konvensi tanda, struktur karya sastra (atau karya sastra) tidak dapat dimengerti secara optimal.” (2003:143)**

Penentuan dan pemilihan kata-kata yang digunakan juga tergantung pada individu yang menciptakan lirik lagu, karena memang belum ada ketentuan yang mengatur dalam membuat sebuah lirik lagu tetapi lirik lagu yang dibuat oleh pencipta lagu pasti memiliki makna tersendiri yang ingin disampaikan kepada para pendengarnya. Dalam sebuah proses pembuatan lirik lagu, band-band independen mampu lebih bebas berkarya karena tidak dibatasi oleh apapun.

**2.2.9 Moral**

Moral bila diartikan merupakan sebuah etika. Etika sendiri berasal dari bahasa yunani yaitu *ethos. Ethos* berarti watak kesusilaan atau adat kebiasaan. Sedangkan moral sendiri berasal dari bahasa latin yaitu *mos* dan dalam bentuk jamaknya *“mores”* yang berarti adat kebiasaan atau cara hidup seseorang dengan melakukan perbuatan yang baik dan menghindari hal-hal yang buruk. Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kedua menjelaskan bahwa : “Moral adalah bentuk pengajaran mengenai baik dan buruknya perbuatan, sikap, kewajiban, akhlak, dan budi pekerti yang diterima manusia.”

Etika dan moral memang memiliki pengertian yang serupa. Namun moral memiliki perbedaan yang mengarah pada nilai-nilai perbuatan, sedangkan etika merupakan pengkajian sistem nilai yang berlaku. Moral juga dapat diartikan sebagai sikap, perilaku, tindakan, kelakuan yang dilakukan seseorang pada saat mencoba melakukan sesuatu berdasarkan pengalaman, tafsiran, suara hati, serta nasihat, dll.

Menurut Immanuel Kant, moralitas adalah hal kenyakinan dan sikap batin dan bukan hal sekedar penyesuaian dengan aturan dari luar, entah itu aturan hukum negara, agama atau adat-istiadat. Selanjutnya dikatakan bahwa, kriteria mutu moral seseorang adalah hal kesetiaannya pada hatinya sendiri. Moralitas adalah pelaksanaan kewajiban karena hormat terhadap hukum, sedangkan hukum itu sendiri tertulis dalam hati manusia. Dengan kata lain, moralitas adalah tekad untuk mengikuti apa yang dalam hati disadari sebagai kewajiban mutlak.

Adapun pengertian moral dalam kamus filsafat dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Menyangkut kegiatan-kegiatan yang dipandang baik atau buruk, benar atau salah, tepat atau tidak tepat.
2. Sesuai dengan kaidah-kaidah yang diterima, menyangkut apa yang dianggap benar, baik, adil dan pantas.
3. Memiliki kemampuan untuk diarahkan oleh (dipengaruhi oleh) keinsyafan benar atau salah. Kemampuan untuk mengarahkan (mempengaruhi) orang lain sesuai dengan kaidah-kaidah perilaku nilai benar dan salah.
4. Menyangkut cara seseorang bertingkah laku dalam berhubungan dengan orang lain.
5. **Kerangka Teoritis**

**2.3.1 Teori Kontruksi Realitas Sosial**

Membahas teori kontruksi sosial (*social construction*), tentu tidak bisa terlepas dari bangunan teoritik yang telah dikemukakan oleh Peter L Berger dan thomas Luckmann. Peter L Berger merupakan sosiolog dari *New School for sicial Reserach*, New York, sementara Thomas Luckmann adalah sosiolog dari *Universitas of Frankfurt*. Teori kontruksi sosial, sejatinya dirumuskan kedua akademis ini sebagai suatu kajian teoritis dan sistemastis mengenai sosiologi pengetahuan.

Berger dan Luckmann (dalam Basari) dalam buku berjudul *The Social Construction of Reality* yang menjelaskan bahwa teori kontruksi sosial adalah :

**“Teori sosiologi kontemporeryang berpijak pada sosiologi pengetahuan. Dalam teori ini terkandung pemahaman bahwa kenyataan dibangun secara sosial, serta kenyataan dan pengetahuan merupakan dua istilah kunci untuk memahaminya. Kenyataan adalah suatu kualitas yang terdapat dalam fenomena-fenomena yang diakui memiliki keberadaan (being)-nya sendiri sehingga tidak tergantung kepada kehendak manusia; sedangkan pengetahuan adalah kepastian bahwa fenomen-fenomen itu nyata (real) dan memiliki karakteristik yang spesifik. (1990:1)**

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa teori kontruksi sosial merupakan pengetahuan sosiologi dimana implikasinya harus menekuni pengetahuan yang ada dalam masyarakat dan sekaligus proses-proses yang membuat setiap perangkat pengetahuan yang ditetapkan sebagai kenyataan. Sosiologi pengetahuan harus menekuni apa saja yang dianggap sebagai pengetahuan dalam masyarakat.

Basari dalam buku berjudul Tafsir Sosial atas Kenyataan : Risalah tentang Sosiolog Pengetahuan mengatakan bahwa :

1. **Realitas merupakan hasil ciptaan manusia kreatif melalui kekuataan kontruksi sosial terhadap dunia sosial di sekelilingnya.**
2. **Hubungan antara pemikiran manusia dan konteks sosial tempat pemikiran itu timbul, bersifat berkembang dan dikembangkan.**
3. **Kehidupan masyarakat itu dikonstruksi secara terus menerus.**
4. **Membedakan antara realitas dengan pengetahuan. Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat di dalam kenyataan yang diakui sebagai memiliki keberadaan (being) yang tidak bergantung kepada kehendak kita sendiri. Sementara pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realtas-realitas itu nyata (real) dan memiliki karakteristik yang spesifik. (1990:31)**

Sosiologi pengetahuan, yang dikembangkan Berger dan Luckmann, mendasarkan pengetahuannya dalam dunia kehidupan sehari-hari masyarakat sebagai kenyataan. Bagi mereka, kenyataan kehidupan sehari-hari dianggap menampilkan diri sebagai kenyataan *par excellence* sehingga disebutnya sebagai kenyataan utama (*paramount*). Berger dan Luckmann menyatakan dunia kehidupan sehari-hari menampilkan diri sebagai kenyataan yang ditafsirkan oleh manusia. Maka dari itu, apa yang menurut manusia nyata ditemukan dalam dunia kehidupan sehari-hari merupakan suatu kenyataan seperti yang dialaminya.

Teori konstruksi sosial berakar pada paradigma konstruktivis yang melihat realitas sosial sebagai kontruksi sosial yang diciptakan oleh individu yang merupakan manusia bebas. Individu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksi berdasarkan kehendaknya. Manusia dalam banyak hal memiliki kebebasan untuk bertindak di luar batas kontrol struktur dan pranata sosialnya dimana individu melalui respon-respon terhadap stimulus dalam dunia kognitifnya. Dalam proses sosial, individu manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas di dalam sosialnya.

Berger dan Luckmann meyakini secara substantif bahwa realitas merupakan hasil ciptaan manusia kreatif melalui kekuatan konstruksi sosial terhadap dunia sosial di seklilingnya, “*reality is socially constructe”*

Tentu saja, teori ini berakar pada paradigma konstruktivis yang melihat realitas sosial sebagai konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu yang merupakan manusia bebas. Individu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksi berdasarkan kehendaknya. Manusia dalam banyak hal memiliki kebebasan untuk bertindak di luar batas kontrol struktur dan pranata sosialnya dimana individu melalui respon-respons terhadap stimulus dalam dunia kognitif nya. Dalam proses sosial, individu manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas di dalam dunia sosialnya.

Ontologi teoritik yang di kembangkan oleh L Berger berangkat dari paradigma konstruktivis memandang realitas sebagai konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu. Namun demikian, kebenaran suatu realitas sosial bersifat nisbi, yang berlaku sesuai konteks spesifik yang dinilai relevan oleh pelaku sosial. Melihat berbagai karakteristik dan substansi pemikiran dari teori konstruksi sosial nampak jelas, bahwa teori ini berparadigma konstruktivis.

Lebih jauh, paradigma konstruktivis melihat realitas sosial sebagai konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu merupakan manusia bebas. Individu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksi berdasarkan kehendaknya. Manusia dalam banyak hal memiliki kebebasan untuk bertindak di luar batas kontrol struktur dan pranata sosialnya dimana individu melalui respon-respons terhadap stimulus dalam dunia kognitif nya. Dalam proses sosial, individu manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas di dalam dunia sosialnya.

Adapun asumsi bangunan teoritik L Berger dan Luckman tersebut adalah:

1. Realitas merupakan hasil ciptaan manusia kreatif melalui kekuataan konstruksi sosial terhadap dunai sosial di sekelilingnya
2. Hubungan antara pemikiran manusia dan konteks sosial tempat pemikiran itu timbul, bersifat berkembang dan dilembagakan
3. Kehidupan masyarakat itu dikonstruksi secara terus menerus
4. Membedakan antara realitas dengan pengetahuan. Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat di dalam kenyataan yang diakui sebagai memiliki keberadaan (*being*) yang tidak bergantung kepada kehendak kita sendiri. Sementara pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik yang spesifik.

Berger dan Luckman mengatakan institusi masyarakat tercipta dan dipertahankan atau diubah melalui tindakan dan interaksi manusia. Meskipun masyarakat dan institusi sosial terlihat nyata secara obyektif, namun pada kenyataan semuanya dibangun dalam definisi subjektif melalui proses interaksi. Objektivitas baru bisa terjadi melalui penegasan berulang-ulang yang diberikan oleh orang lain yang memiliki definisi subyektif yang sama. Pada tingkat generalitas yang paling tinggi, manusia menciptakan dunia dalam makna simbolis yang universal, yaitu pandangan hidupnya yang menyeluruh, yang memberi legitimasi dan mengatur bentuk-bentuk sosial serta memberi makna pada berbagai bidang kehidupannya.

Proses konstruksinya, jika dilihat dari perspektif teori Berger & Luckman berlangsung melalui interaksi sosial yang dialektis dari tiga bentuk realitas yang menjadi *entry concept*, yakni *subjective reality*, *symbolic reality* dan *objective reality*. Selain itu juga berlangsung dalam suatu proses dengan tiga momen simultan, eksternalisasi, objektivikasi dan internalisasi.

1. *Objective reality*, merupakan suatu kompleksitas definisi realitas (termasuk ideologi dan keyakinan ) serta rutinitas tindakan  dan tingkah laku yang telah mapan terpola, yang kesemuanya dihayati oleh individu secara umum sebagai fakta.
2. *Symblolic reality*, merupakan semua ekspresi simbolik dari apa yang dihayati sebagai “*objective reality*” misalnya teks produk industri media, seperti berita di media cetak atau elektronika, begitu pun yang ada di film-film.
3. *Subjective reality*, merupakan konstruksi definisi realitas yang dimiliki individu dan dikonstruksi melalui proses internalisasi. Realitas subjektif yang dimiliki masing-masing individu merupakan basis untuk melibatkan diri dalam proses eksternalisasi, atau proses interaksi sosial dengan individu lain dalam sebuah struktur sosial. Melalui proses eksternalisasi itulah individu secara kolektif berpotensi melakukan objectivikasi, memunculkan sebuah konstruksi *objektive reality* yang baru.

Melalui sentuhan Hegel yakni tesis-antitesis-sintesis, Berger menemukan konsep untuk menghubungkan antara yang subjektif dan objektif melalui konsep dialektika, yang dikenal dengan eksternalisasi-objektivasi-internalisasi.

1.     *Eksternalisasi* ialah penyesuaian diri dengan dunia sosio-kultural sebagaiproduk manusia. “*Society is a human product*”.

2.     *Objektivasi* ialah interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami institusionalisasi. *“Society is an objective reality”*.

3.    *Internalisasi* ialah individu mengidentifikasi  diri di tengah lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial di mana individu tersebut menjadi anggotanya. “*Man is a social product*”.

Jika teori-teori sosial tidak menganggap penting atau tidak memperhatikan hubungan timbal balik (*interplay*) atau dialektika antara ketiga momen ini menyebabkan adanya kemandegan teoritis. Dialektika berjalan simultan, artinya ada proses menarik keluar (eksternalisasi) sehingga seakan-akan hal itu berada di luar (objektif) dan kemudian  ada proses penarikan kembali ke dalam (internalisasi) sehingga sesuatu yang berada di luar tersebut seakan-akan berada dalam diri  atau kenyataan subyektif.

Konstrusi sosialnya mengandung dimensi objektif dan subyektif.  Ada dua hal yang menonjol  melihat realitas peran media dalam dimensi objektif yakni pelembagaan dan legitimasi.

1. *Pelembagaan* dalam perspektif Berger terjadi mulanya ketika semua kegiatan manusia mengalami proses pembiasaan (habitualisasi). Artinya tiap tindakan yang sering diulangi pada akhirnya akan menjadi suatu pola yang kemudian bisa direproduksi, dan dipahami oleh pelakunya sebagai pola yang dimaksudkan itu. Pelembagaan terjadi apabila suatu tipikasi yang timbal-balik dari tindakan-tindakan yang sudah terbiasa bagi berbagai tipe pelaku. Dengan kata lain, tiap tipikasi seperti itu merupakan suatu lembaga.
2. Sementara *legitimasi* menghasilkan makna-makna baru yang berfungsi untuk mengintegrasikan makna-makna yang sudah diberikan kepada proses-proses kelembagaan yang berlainan. Fungsi legitimasi adalah untuk membuat obyektivasi  yang sudah dilembagakan menjadi tersedia secara obyektif dan masuk akal secara subyektif.  Hal ini mengacu kepada dua tingkat, pertama keseluruhan tatanan kelembagaan harus bisa dimengerti secara bersamaan oleh para pesertanya dalam proses-proses kelembagaan yang berbeda. Kedua keseluruhan individu (termasuk di dalam media ), yang secara berturut-turut melalui berbagai tatanan dalam tatanan kelembagaan harus diberi makna subyektif.  Masalah legitimasi tidak perlu dalam tahap pelembagaan yang pertama, dimana lembaga itu sekedar fakta yang tidak memerlukan dukungan lebih lanjut . Tapi menjadi tak terelakan apabila berbagai obyektivasi tatanan kelembagaan akan dialihkan kepada generasi baru. Di sini legitimasi tidak hanya sekedar soal “nilai-nilai” ia juga selalu mengimplikasikan “pengetahuan”.

**2.4 Kerangka Pemikiran**

**2.4.1 Analisi Wacana**

Analisis adalah sebuah upaya atau proses (penguraian) untuk memberi penjelasan dari sebuah teks (realitas sosial) yang mau atau sedang dikaji oleh seseorang atau kelompok dominan yang kecenderungannya mempunyai tujuan tertentu untuk memperoleh apa yang di inginkan. Artinya dalam sebuah konteks kita juga harus menyadari akan adanya sebuah kepentingan, Oleh karena itu analisis yang terbentuk nantinya telah kita sadari telah dipengaruhi oleh si penulis dari berbagai faktor, kita dapat mengatakan bahwa di balik wacana itu terdapat makna dan citra yang diinginkan serta kepentingan yang sedang diperjuangkan.

Wacana adalah proses pengembangan dari komunikasi, yang menggunakan simbol-simbol, yang berkaitan dengan interpretasi dan peristiwa-peristiwa, di dalam sistem kemasyarakatan yang luas. Melalui pendekatan wacana pesan-pesan komunikasi, seperti kata-kata, tulisan, gambar-gambar, dan lain-lain, Eksistensinya ditentukan oleh orang-orang yang menggunakannya, konteks peristiwa yang berkenaan dengannya, situasi masyarakat luas yang melatarbelakangi keberadaannya, dan lain-lain. Kesemuanya itu dapat berupa nilai-nilai, ideologi, emosi, kepentingan-kepentingan, dan lain-lain.

Analisis wacana yang dimaksudkan dalam sebuah penelitian, adalah sebagai upaya pengungkapan maksud tersembunyi dari subyek (penulis) yang mengemukakan suatu pernyataan. Pengungkapan dilakukan dengan menempatkan diri pada posisi sang penulis dengan mengikuti struktur makna dari sang penulis sehingga bentuk distribusi dan produksi ideologi yang disamarkan dalam wacana dapat di ketahui. Jadi, wacana dilihat dari bentuk hubungan kekuasaan terutama dalam pembentukan subyek dan berbagai tindakan representasi.

Pemahaman mendasar ananlisis wacana adalah wacana tidak dipahami semata-mata sebagai obyek studi bahasa. Bahasa tentu digunakan untuk menganalisis teks. Bahasa tidak dipandang dalam pengertian linguistik tradisional. Bahasa dalam analisis wacana kritis selain pada teks juga pada konteks bahasa sebagai alat yang dipakai untuk tujuan dan praktik tertentu termasuk praktik ideologi.

Wacana menurut Eco yang dikutip Eriyanto dalam buku berjudul Analisis Wacana mengatakan :

**“Secara etimologis, wacana berasal dari bahasa Sansekerta *wac/wak/vak*, yang artinya berkata, berucap. Kata tersebut kemudian mengalami perubahan bentuk menjadi wacana. wacana adalah satuan bahasa terlengkap dalam hirearki gramatikal tertinggi dan merupakan satuan gramatikal yang tertinggi atau terbesar. Wacana direalisasikan dalam bentuk karangan yang utuh, seperti novel, cerpen, atau prosa dan puisi,lirik lagu,seri ensiklopedi dan lain-lain serta paragraph, kalimat, frase, dan kata yang membawa amanat lengkap. Jadi, wacana adalah unit linguistik yang lebih besar dari kalimat atau klausa. (2001:128)**

Menggunakan teori analisis wacana dapat memaknai suatu kejadian atau peristiwa melalui tanda-tanda yang ada seperti simbol atau bahasa. Tanda dan bahasa mampu menjelaskan suatu peristiwa yang terjadi. Wacana digunakan untuk menganalisis isi media. Karena pesan dalam media mengandung berbagai tanda yang memiliki makna atau pesan tertentu yang perlu dimaknai untuk mengetahui maksud dari isi pesan tersebut.

**2.4.1.1 Analisis Wacana Norman Fairclough**

Fairclough berpendapat bahwa analisis wacana adalah bagaimana bahasa menyebabkan kelompok sosial yang ada bertarung dan mengajukan ideologinya masing-masing. Konsep ini mengasumsikan dengan melihat praktik wacana bias jadi menampilkan efek sebuah kepercayaan (ideologis) artinya wacana dapat memproduksi hubungan kekuasaan yang tidak imbang antara kelas sosial, laki-laki dan wanita, kelompok mayoritas dan minoritas dimana perbedaan itu direpresentasikan dalam praktik sosial. Analisis Wacana melihat pemakaian bahasa tutur dan tulisan sebagai praktik sosial. Praktik sosial dalam analisis wacana dipandang menyebabkan hubungan yang saling berkaitan antara peristiwa yang bersifat melepaskan diri dari dari sebuah realitas, dan struktur sosial.

Dalam hal ini dari penjelasan Norman Fairclough dapat ditarik kesimpulannya bahwasanya dalam analisis wacana seorang peneliti atau penulis melihat teks sebagai hal yang memiliki konteks baik berdasarkan “*process of production*” atau “*text production*”; “*process of interpretation*” atau “*text consumption*” maupun berdasarkan praktik sosio-kultural. Dengan demikian, untuk memahami wacana (naskah/teks) kita tak dapat melepaskan dari konteksnya. Untuk menemukan ”realitas” di balik teks kita memerlukan penelusuran atas konteks produksi teks, konsumsi teks, dan aspek sosial budaya yang mempengaruhi pembuatan teks. Dikarenakan dalam sebuah teks tidak lepas akan kepentingan yang yang bersifat subjektif.

Didalam sebuah teks juga dibutuhkan penekanannya pada makna (*Meaning*) (lebih jauhdari interpretasi dengan kemampuan integrative, yaitu inderawi, daya piker dan akal budi) Artinya: Setelah kita mendapat sebuah teks yang telah ada dan kita juga telah mendapat sebuah gambaran tentang teori yang akan dipakai untuk membedah masalah, maka kita langkah selanjutnya adalah kita memadukann kedua hal tersebut menjadi kesatuan yaitu dengan adanya teks tersebut kita memakai sebuah teori untuk membedahnya.

Kemudian Norman Fairclough mengklasifikasikan sebuah makna dalam analisis wacana sebagai berikut:

1. Translation (mengemukakan subtansi yang sama dengan media).

Artinya: . Pada dasarnya teks media massa bukan realitas yang bebas nilai. Pada titik kesadaran pokok manusia, teks selalu memuat kepentingan. Teks pada prinsipnya telah diambil sebagai realitas yang memihak. Tentu saja teks dimanfaatkan untuk memenangkan pertarungan idea, kepentingan atau ideologi tertentu kelas tertentu. Sedangkan sebagai seorang peneliti memulainya dengan membuat sampel yang sistematis dari isi media dalam berbagai kategori berdasarkan tujuan penelitian.

1. Interpreatation (berpegang pada materi yang ada, dicari latarbelakang, konteks agar dapat dikemukakan konsep yang lebih jelas.

Artinya: Kita konsen terhadap satu pokok permasalahan supaya dalam menafsirkan sebuah teks tersebut kita bisa mendapat latar belakang dari masalah tersebut sehingga kemudian kita bisa menentukan sebuah konsep rumusan masalah untuk membedah masalah tersebut.

1. Ekstrapolasi (menekankan pada daya pikir untuk menangkap hal dibalik yang tersajikan).

Artinya: kita harus memakai sebuah teori untuk bisa menganalisis masalah tersebut, karena degnan teori tersebut kita bisa dengan mudah menentukan isi dari teks yang ada

1. Meaning (lebih jauhdari interpretasi dengan kemampuan integrative, yaitu inderawi, daya piker dan akal budi)

Artinya: Setelah kita mendapat sebuah teks yang telah ada dan kita juga telah mendapat sebuah gambarang tentang teori yang akan dipakai untuk membedah masalah, maka kita langkah selanjutnya adalah kita memadukann kedua hal tersebut menjadi kesatuan yaitu dengan adanya teks tersebut kita memakai sebuah teori untuk membedahnya.

Dan menurutnya dalam analisis wacana Norman Fairclough juga memberikantingkatan, seperti sebagai berikut:

1. Analisis Mikrostruktur (Proses produksi): menganalisis teks dengan cermat dan focus supaya dapat memperoleh data yang dapat menggambarkan representasi teks. Dan juga secara detail aspek yang dikejar dalam tingkat analisis ini adalah garis besar atau isi teks, lokasi, sikap dan tindakan tokoh tersebut dan seterusnya.
2. Analisis Mesostruktur (Proses interpretasi): terfokus pada dua aspek yaitu produksi teks dan konsumsi teks.
3. Analisis Makrostruktur (Proses wacana) terfokus pada fenomena dimana teks dibuat.

Dengan demikian, menurut Norman Fairclough untuk memahami wacana (naskah/teks) kita tak dapat melepaskan dari konteksnya. Untuk menemukan ”realitas” di balik teks kita memerlukan penelusuran atas konteks produksi teks, konsumsi teks, dan aspek sosial budaya.

Dalam pelaksanaannya, analisis wacana untuk ilmu komunikasi ditempatkan sebagai bagian dari metode penelitian sosial dengan pendekatan kualitatif. Sebagaimana dimaklumi dalam penelitian sosial, setiap permasalahan penelitian selalu ditinjau dari perspektif teori sosial (dalam hal ini teori-teori komunikasi). Analisis wacana sebagai metode penelitian sosial tidak hanya mempersoalkan bahasa (wacana) melainkan pula dikaitkan dengan problematika sosial. Lebih dari itu, sebagai bagian dari metode penelitian sosial dengan pendekatan kualitatif, analisisis wacana ini juga mamakai paradigma penelitian. Dengan demikian proses penelitiannya tidak hanya berusaha memahami makna yang teradapat dalam sebuah naskah, melainkan acapkali menggali apa yang terdapat di balik naskah menurut paradigma penelitian yang dipergunakan.

Aplikasi analisis wacana dimulai dengan pemilihan naskah (text, talk, act, and artifact) dalam suatu bidang masalah sosial, misalnya naskah (berita) tentang politik. Selanjutnya kita memilih tiga perangkat analisis wacana yang saling berkaita: perpektif teori, paradigma penelitian, dan metode analisis wacana itu sendiri. Dari penerapan ketiga perangkat tadi secara simultan terhadap naskah yang dipilih akan diperoleh hasil penelitian analisis wacana.

Untuk perspektif teori, dalam analisis wacana sebagai metode penelitian sosial lazimnya memakai dua jenis teori: teori substantif dan teori wacana. Teori substantif di sini adalah teori tertentu yang sesuai dengan tema penelitian, misalnya teori politik, teori kekuasaan, teori gender, teori ekonomi-politik, teori ideologi, dan sebagainya. Teori subtanstif diperlukan untuk menjelaskan bidang permasalahan penelitian analisis wacana dari perpektif teori yang bersangkutan.

Lebih lanjut, Fairclough dan Wodak berpendapat bahwa analisis wacana adalah bagaimana bahasa menyebabkan kelompok sosial yang ada bertarung dan mengajukan ideologinya masing-masing.

Berikut disajikan karakteristik penting dari analisis kritis :

1. Tindakan. Wacana dapat dipahami sebagai tindakan (actions) yaitu mengasosiasikan wacana sebagai bentuk interaksi. Sesorang berbicara, menulis, menggunakan bahasa untuk berinteraksi dan berhubungan dengan orang lain. Wacana dalam prinsip ini, dipandang sebagai sesuatu yang betujuan apakah untuk mendebat, mempengaruhi, membujuk, menyangga, bereaksi dan sebagainya. Selain itu wacana dipahami sebagai sesuatu yang di ekspresikan secara sadar, terkontrol bukan sesuatu di luar kendali atau diekspresikan secara sadar.
2. Konteks. Analisis wacana mempertimbangkan konteks dari wacana seperti latar, situasi, peristiwa dan kondisi. Wacana dipandang diproduksi dan di mengerti dan di analisis dalam konteks tertentu.

Guy Cook menjelaskan bahwa analisis wacana memeriksa konteks dari komunikasi: siapa yang mengkomunikasikan dengan siapa dan mengapa; kahalayaknya, situasi apa, melalui medium apa, bagaimana, perbedaan tipe dan perkembangan komunikasi dan hubungan masing-masing pihak. Tiga hal sentaralnya adalah teks (semua bentuk bahasa, bukan hanya kata-kata yang tercetak dilembar kertas, tetapi semua jenis ekspresi komunikasi). Konteks (memasukan semua jenis situasi dan hal yang berada dilar teks dan mempengaruhi pemakaian bahasa, situsai dimana teks itu diproduksi serta fungsi yang dimaksudkan). Wacana dimaknai sebagai konteks dan teks secara bersama. Titik perhatianya adalah analisis wacana menggambarkan teks dan konteks secara bersama-sama dalam proses komunikasi.

1. Historis, menempatkan wacana dalam konteks sosial tertentu dan tidak dapat dimengerti tanpa menyertakan konteks.
2. Kekuasaan. Analisis wacana mempertimbangkan elemen kekuasaan. Wacana dalam bentuk teks, percakapan atau apa pun tidak di pandang sebagai sesuatu yang alamiah wajar dan netral tetapi merupakan bentuk pertarungan kekuasaan. Konsep kekuasaan yang dimaksudkan adalah salah satu kunci hubungan anatara wacana dan masyarakat.

Ideologi adalah salah satu konsep sentral dalam analisis wacana kritis karena setiap bentuk teks, percakapan dan sebaginya adalah paraktik ideologi atau pancaran ideologi tertentu. Dari penjelasan diatas, kerangka pemikiran pada penelitian ini secara singkat tergambar pada bagan dibawah ini:

**Gambar 2.1**

**Bagan kerangka pemikiran**

Analisis Wacana Lirik Lagu “Bahas Bahasa” karya Barasuara

Teori Konstruksi sosial Peter L.Berger dan Thomas Luckmann

Analisis Wacana Norman Fairclough

Makna

Realitas Eksternal

Nilai Moral dari Lirik Lagu “Bahas Bahasa”

Pemaknaan Lirik setiap bait

Contoh dalam kehidupan nyata

****

Nilai moral dalam masyarakat.