

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Kajian Literatur

2.1.1 Review Penelitian Sejenis

Pada setiap penelitian tentunya memiliki penelitian terdahulu. Bagian ini dilakukan sebagai perbandingan antara peneliti dengan penelitian sejenis yang sebelumnya dan sebagai referensi untuk lebih baik kedepannya. Disini peneliti menggunakan dua penelitian sejenis, sebagai berikut:

- 1) Giani Siti Septarini, Mahasiswi Universitas Pasundan 2014 (142050227).

Dengan judul penelitian “Pemberitaan Pencalonan Ridwan Kamil Pada Pilgub Jabar 2018 Di Harian Umum Pikiran Rakyat (Studi Analisis Wacana Pembertitaan Pencalonan Ridwan Kamil Pada Pilgu Jabar 2018 di Harian Umum Pikiran Rakyat Edisi 09 Desember 2017 – 09 Januari 2018)” dengan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi konstruksi sosial. Teknik pengumpulan data yang dilakukan penelitian ini tidak jauh berbeda dengan yang peneliti lakukan, namun yang pasti objek dalam penelitiannya berbeda.

- 2) Tiara Utami Putri, Mahasiswi Universitas Pasundan 2013 (132050295).

Dengan judul penelitian “Analisis Wacana Berita Banjir Bandung Dalam Harian Umum Pikiran Rakyat Edisi 25 Oktober – 16 November 2016” dengan menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini menganalisis teks, dimensi kognisi sosial, dan dimensi konteks sosial. Penelitian melakukan

teknik pengumpulan data dengan studi kepustakaan, internet, observasi, studi dokumentasi, dan wawancara mendalam.

3) Dino Nurcahyo, Mahasiswa Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama).

Dengan judul penelitian “Analisis Wacana Pemberitaan Pencalonan Jokowi Sebagai Calon Presiden 2014 Pada Surat Kabar Harian Kompas” dengan menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini focus utama dalam berita mengenai Jokowi pada surat kabar Kompas edisi September 2013.

Tabel 2.1

Review Penelitian Sejenis

Nama Peneliti & Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Perbedaan Penelitian	Persamaan Penelitian
Giani Siti Septarini 2018 (Universitas Pasundan)	Studi Analisis Wacana Pemberitaan Pencalonan Ridwan Kamil Pada Pilgu Jabar 2018 di Harian Umum Pikiran Rakyat Edisi 09 Desember 2017 – 09 Januari 2018	Kualitatif	Menganalisis Wacana Pemberitaan Pencalonan Ridwan Kamil Pada Pilgu Jabar 2018 di Harian Umum Pikiran Rakyat Edisi 09 Desember 2017 – 09 Januari 2018	Mengetahui analisis wacana teks, kognisi sosial, dan konteks sosial yang dilakukan oleh model Teun Van Dijk
Tiara Utami Putri 2017	Analisis Wacana Berita Banjir Bandung	Kualitatif	Menganalisis Wacana Berita Banjir Bandung	Mengetahui analisis wacana teks, kognisi

(Universitas Pasundan)	Dalam Harian Umum Pikiran Rakyat Edisi 25 Oktober – 16 November 2016		Dalam Harian Umum Pikiran Rakyat Edisi 25 Oktober – 16 November 2016	sosial, dan konteks sosial yang dilakukan oleh model Teun Van Dijk
Dino Nurcahyo 2013 (Universitas Prof Dr. Moestopo)	Analisis Wacana Pemberitaan Pencalonan Jokowi Sebagai Calon Presiden 2014 Pada Surat Kabar Harian Kompas	Kualitatif	Menganalisis Wacana Pemberitaan Pencalonan Jokowi Sebagai Calon Presiden 2014 Pada Surat Kabar Harian Kompas	Mengetahui analisis wacana teks, kognisi sosial, dan konteks sosial yang dilakukan oleh Teun Van Dijk

Sumber Peneliti (2019)

2.1.2. Kerangka Konseptual

2.1.2.1. Komunikasi

Komunikasi memegang peranan penting dalam kehidupan manusia. Komunikasi berasal dari bahasa latin *communico* yang artinya membagi, dalam arti membagi gagasan, ide, atau pikiran. *Communication* Bahasa Inggris, *communicate* dari Bahasa Belanda. *Communicatio* dalam bahasa latin berasal dari kata *communis* yang berarti sama (makna).

Komunikasi akan berlangsung dengan baik apabila selama ada kesamaan makna antara komunikator dan komunikan Aristoteles dalam bukunya *De Arte Rhetorica* merumuskan komunikasi dalam komponen siapa yang berbicara, apa

yang dibicarakan, dan siapa yang mendengarkan. Sedangkan Everett M. Rogers (1985) menyatakan bahwa komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.

Menurut R. Wayne Pace, Brent D, Peterson dan M. Dallas Burnett dalam (Efendy, 2017, h.32) *Techniques for effective communication*, menyatakan bahwa tujuan sentral komunikasi terdiri atas tiga tujuan utama, yaitu:

1. *To secure understanding,*
2. *To establish acceptance,*
3. *To motivate action*

Pertama adalah *to secure understanding*, memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya. Andai kata ia sudah dapat mengerti dan menerima, maka penerimanya itu harus dibina (*to establish acceptance*). Pada akhirnya kegiatan dimotivasi (*to motivate action*). Komponen-komponen komunikasi menurut paradig Lasswell dalam (Efendy, 2017, h.10), lingkup komunikasi berdasarkan komponen terdiri dari:

1. Komunikator (*communicator, source*)
2. Pesan (*Message*)
3. Media (*Media, channel*)
4. Komunikan (*communicant, receiver*)
5. Efek (*effect, impact*)

2.1.2.2. Komunikasi Massa

Merujuk kepada pendapat Tan dan Wright, dalam Liliweri. 1991, merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara masal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh (terpencar), sangat heterogen dan menimbulkan efek tertentu.

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner bahwa komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*) dalam (Ardianto, 2017, h.3). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi itu harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat akbar di lapangan luas yang dihadiri oleh ribuan orang, bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa maka itu bukan komunikasi massa. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah radio siaran dan televisi keduanya dikenal sebagai media elektronik, surat kabar dan majalah keduanya disebut sebagai media cetak, serta media film. Film sebagai media komunikasi massa adalah film bioskop.

2.1.2.3. Komponen Komunikasi Massa

Hiebert, Ungurait, dan Bohn mengemukakan komponen-komponen komunikasi massa meliputi: “*communicators, codes and contents, gatekeepers, the*

media, regulators, filters, audiences, dan feedback.” (Ardianto, 2017 h.31) Berikut penjelasannya:

1. Communicator (Komunikator)

Proses komunikasi massa diawali oleh komunikator (*communicator*). Komunikator komunikasi massa pada media cetak adalah para pengisi rubrik, reporter, redaktur, pemasang iklan, dan lain-lain. Sedangkan pada media elektronik komunikatornya adalah para pengisi program, pemasok program (rumah produksi), penulis naskah, produser, aktor, presenter, personel teknik, perusahaan periklanan, dan lain-lain. Komunikator dalam media massa berbeda dengan komunikator dalam komunikasi antarpersonal. Pengirim pesan dalam komunikasi massa bukan seorang individu melainkan suatu institusi, gabungan dari berbagai pihak. Dalam artian komunikator dalam komunikasi massa harus terlembagakan.

2. Codes and Content

Codes dan content dapat dibedakan sebagai berikut: *codes* adalah sistem simbol yang digunakan untuk menyampaikan pesan komunikasi, misalnya: kata-kata lisan, tulisan, foto, musik, dan film (*moving pictures*). *Content* atau isi media merujuk pada makna dari sebuah pesan, contohnya seperti berita, dan iklan.

3. Gatekeeper

Gatekeeper seringkali diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia sebagai penjaga gawang. Gawang yang dimaksud dalam hal ini adalah gawang dari sebuah media massa, agar media massa tersebut tidak “kebobolan”.

Kebobolan dalam pengertian media massa tersebut tidak diajukan ke pengadilan oleh pembacanya karena menyampaikan berita yang tidak akurat, menyinggung reputasi seseorang, mencemarkan nama baik seseorang, dan lain-lain. Sehingga *gatekeeper* pada media massa menentukan penilaian apakah suatu informasi penting atau tidak. *Gatekeeper* dalam media massa terdiri dari beberapa pihak, diantaranya penerbit majalah, editor surat kabar, manajer stasiun radio siaran, produser berita televisi, produser film, dan lain-lain. Pada umumnya, stasiun televisi juga memiliki tim *quality control* (QC) untuk menyeleksi isi pesan komunikasi. Mereka dapat dianggap sebagai pihak yang membantu *gatekeeper* dalam menyeleksi isi pesan.

4. *Regulator*

Regulasi media massa adalah suatu proses yang rumit dan melibatkan banyak pihak. Peran *regulator* hampir sama dengan *gatekeeper*, namun *regulator* bekerja diluar institusi media yang menghasilkan berita. *Regulator* bisa menghentikan aliran berita dan menghapus suatu informasi, tapi ia tidak dapat menambah atau memulai informasi, dan bentuknya lebih seperti sensor. Di Amerika Serikat, ada lima macam *regulator* pada proses komunikasi massa:

- a. Pemerintah adalah *regulator* utama, meskipun undang-undang negara menjamin kebebasan berkomunikasi.
- b. Sumber informasi juga bisa memengaruhi arus berita, dengan cara menahan beberapa informasi dan memberikan informasi lainnya.

- c. Pengiklan
- d. Organisasi profesi
- e. Konsumen komunikasi massa pun dapat menjadi *regulator* dengan cara mengontrol pembelian (misalnya tidak membeli tabloid-tablod vulgar sampai akhirnya tabloid tersebut bangkrut dan berhenti terbit), atau menggunakan haknya dipengadilan.

Lembaga regulasi di Amerika Serikat adalah *Federal Communication Commission* (FCC), yang melakukan regulasi untuk media cetak dan elektronik sekaligus. Sementara di Indonesia yang termasuk kategori regulator diantaranya adalah pemerintah dengan perangkat undang-undangnya, khalayak penonton, pembaca, pendengar, asosiasi profesi, Lembaga Sensor Film (LSF), Dewan Pers yang mengatur mengatur media cetak, dan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) untuk media elektronik. Undang-undang produk pemerintah di Indonesia untuk media massa diantaranya adalah Undang-undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers dan Undang-undang Penyiaran. Asosiasi profesi memberikan regulasi berupa kode etik sesuai dengan profesi masing-masing. Baik di Amerika Serikat maupun di Indonesia, seringkali media massa elektronik diatur dengan derajat yang seolah-olah lebih tinggi dibandingkan dengan media cetak. Hal ini disebabkan oleh unsur *simultaneously* media elektronik yang sangat tinggi, khususnya televisi yang lebih meninggalkan kesan karena bentuknya audio visual.

5. Media

Media massa terdiri dari: (1). Media cetak, yaitu surat kabar dan majalah; (2). Media elektronik, yaitu radio siaran, televisi dan media online (internet).

6. Audience (Audiens)

Marshall McLuhan menjabarkan audience sebagai sentral komunikasi massa yang secara konstan dibombardir oleh media. Media mendistribusikan informasi yang merasuk pada masing-masing individu. Audience hampir tidak bisa menghindar dari media massa, sehingga beberapa individu menjadi anggota audience yang besar, yang menerima ribuan besar media massa. Ada beberapa karakteristik dari audiens komunikasi massa diantaranya: audiens biasanya terdiri atas individu-individu yang memiliki pengalaman yang sama dan terpengaruh oleh hubungan sosial dan interpersonal yang sama, audiens tersebut memilih produk media yang mereka gunakan berdasarkan kebiasaan dan atas kesadaran sendiri. Audiens berjumlah besar. Audiens bersifat heterogen. Audiens bersifat anonim. Audiens biasanya tersebar.

7. Filter

Sebagaimana kita ketahui, audiens media massa itu jumlahnya banyak, tersebar, dan heterogen (berbeda usia, jenis kelamin, agama, latar belakang sosial, tingkat penghasilan, pekerjaan, dan lain-lain). Sudah tentu masing-masing audiens mempunyai lingkup pengalaman (*field of experince*), dan kerangka acuan (*frame of reference*) yang berbeda-beda, sehingga

pemaknaan terhadap pesan pun berbeda, sehingga mereka akan merespon pesan secara berbeda pula. Contohnya, tayangan film produksi Amerika Serikat, tentang hidup bersama diluar nikah adalah suatu hal yang sangat biasa bagi masyarakat Amerika. Sementara di Indonesia hal tersebut merupakan hal yang tidak bisa ditolerir, yang tidak sesuai dengan agama dan norma-norma yang berlaku. Jika filter pada seorang audiens longgar, maka budaya hidup bersama itu bisa dijadikan acuan hidup tanpa rasa riku. Sementara, bagi yang filternya rapat, hal tersebut akan ditolak dan tidak akan ditiru dalam kehidupannya.

8. *Feedback* (Umpan Balik)

Komunikasi adalah proses dua arah antara pengirim dan penerima pesan. Proses komunikasi belum lengkap apabila audiens tidak mengirimkan respons atau tanggapan kepada komunikator terhadap pesan yang disampaikan. Respon atau tanggapan ini disebut *feedback*. Namun respons seperti ini tidak terlihat oleh komunikator komunikasi massa. Agar responsnya dapat sampai kepada komunikator, audiens media massa harus memberikan *feedback* seperti menulis surat pembaca, menelpon redaktur media massa tersebut, berhenti berlangganan suatu media cetak, mematikan televisi, dan lain-lain.

2.1.2.4. Media Massa

Ardianto, Komala, dan Karlinah menjelaskan bahwa:

Media massa pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua kategori, yakni media massa cetak dan elektronik. Media cetak yang dapat

memenuhi kriteria sebagai media massa adalah surat kabar dan majalah. Sedangkan media elektronik yang memenuhi kriteria media massa adalah radio siaran, televisi, film, media on-line (internet). (Ardianto et al, 2017, h. 103)

Berdasarkan kategori yang telah disebutkan diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. **Surat kabar**, merupakan media massa yang paling tua dibandingkan dengan jenis media massa lainnya. Surat kabar sebagai media massa memiliki karakteristik seperti publisitas, periodesitas, universalitas, aktualitas, dan terdokumentasikan.
2. **Majalah**, keberadaan majalah sebagai media massa terjadi tidak lama setelah surat kabar. Majalah sebagai media massa memiliki karakteristik seperti dalam penyajiannya yang lebih lama, nilai aktualitas lebih lama, gambar atau foto lebih banyak, dan cover sebagai daya tarik dari majalah.
3. **Radio Siaran**, merupakan media massa elektronik tertua dan sangat luwes. Radio sebagai media massa memiliki karakteristik seperti auditori, radio is the now, imajinatif, akrab, gaya percakapan, menjaga mobilitas.
4. **Televisi**, dari semua media massa yang ada, televisilah yang paling berpengaruh pada kehidupan manusia. Televisi sebagai media massa memiliki karakteristik seperti audiovisual, berpikir dalam gambar, pengoprasian lebih kompleks, durasi, dan metode penyajian.
5. **Film**, merupakan bentuk dominan dari komunikasi massa visual dibelahan dunia ini. Film sebagai media massa memiliki karakteristik seperti layar

yang luas/lebar, pengambilan gambar, konsentrasi penuh, dan identifikasi psikologis.

6. **Media on-line atau internet**, adalah perkakas sempurna untuk menyiagakan dan mengumpulkan sejumlah besar orang secara elektronis. Informasi mengenai suatu peristiwa tertentu dapat ditransmisikan secara langsung, sehingga membuatnya menjadi suatu piranti meriah yang sangat efektif. Banyak sekali forum yang tersedia untuk tujuan istimewa ini. Contoh media massa on-line misalnya website dari CNN, detik.com, tribun, Pikiran Rakyat, Antara.

2.1.2.5 Fungsi Media Massa

Mengacu pada Undang-undang Republik Indonesia nomor 32 tahun 2002 tentang penyiaran pasal 4 ayat 1, media massa mempunyai 4 fungsi, yaitu sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat serta kontrol dan perekat sosial. Masing-masing fungsi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. **Sebagai Media informasi**, yaitu media massa (komunikator) berperan sebagai penyebar pesan kepada masyarakat atau komunikan, media elektronik misalnya memberikan informasi lewat acara berita, atau informasi lain yang dikemas oleh acara ringan sehingga media massa berperan untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan.
2. **Pendidikan (edukasi)**, yaitu media massa berfungsi sebagai media yang memberikan pendidikan kepada masyarakat, sehingga keberadaan media massa tersebut menjadi bermanfaat karena berperan sebagai pendidik masyarakat.

3. **Hiburan yang sehat**, yaitu media massa (komunikator) berperan menyajikan hiburan kepada komunikan atau dalam hal ini masyarakat luas. Hiburan tersebut misalnya acara musik, komedi dan lain sebagainya.
4. **Kontrol dan Perekat Sosial**, yaitu bahwa media massa (komunikator) berpotensi dalam sosialisasi (penyebaran nilai-nilai) yang dapat dijadikan alat untuk mengontrol perilaku sosial melalui konten yang disajikan. Serta media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.

2.1.3. Jurnalistik

Asal muasal istilah jurnalistik berasal dari bahasa Yunani kuno, yaitu *dujaour* yang berarti hari, yakni kejadian hari ini yang diberitakan dalam lembaran tercetak, merujuk pada awal mula munculnya media massa yang disebut *acta diurnal* pada zaman romawi kuno dibawah pemerintahan Raja Julius Cesar.

Acta diurnal yaitu papan pengumuman, jika sekarang semacam majalah dinding yang dipasang di pusat kota, agar diketahui rakyat, berisi informasi hasil rapat senator dalam pemerintahan Raja Julius Cesar. Atas jasanya secara teratur mengumumkan hasil rapat senator itu, Julius Cesar disebut sebagai “Bapak Perintis Pers”.

Secara praktis, jurnalistik diartikan sebagai teknik mengolah berita mulai dari mendapatkan bahan sampai kepada menyebarkanluaskannya kepada khalayak. Apa saja yang terjadi di dunia apakah itu fakta peristiwa atau pendapat yang

diucapkan seseorang, jika diperkirakan akan menarik perhatian khalayak, maka bahan berita dapat disebarluaskan kepada masyarakat dengan menggunakan sebuah media. Seperti yang dikemukakan Sumadiria dalam bukunya *Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Feature* sebagai berikut:

Jurnalistik adalah kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan dan menyebarluaskan berita melalui media berkala kepada khalayak seluas-luasnya dengan secepat-cepatnya (Sumadiria, 2016, hal.3).

Berdasarkan dari pengertian di atas mengatakan bahwa jurnalistik memerlukan kepandaian dalam mengarang untuk memenuhi kebutuhan berita yang akan disebarkan kepada masyarakat, sehingga berita yang disampaikan enak untuk dibaca dan mudah untuk dipahami oleh pembaca.

2.1.4. Surat Kabar

Surat kabar atau yang biasa disebut dengan koran adalah media komunikasi massa yang diterbitkan secara berkala dan bersenyawa dengan kemajuan teknologi pada masanya dalam menyajikan tulisan berupa berita, feature, pendapat, rekaan (fiksi), dan bentuk karangan lainnya.

Sedangkan menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, pengertian surat kabar adalah:

Surat kabar adalah lembaran tercetak yang memuat laporan yang terjadi di masyarakat dengan ciri-ciri terbit secara periodik, bersifat umum, isinya termasa dan aktual mengenai apa saja dan

dimana saja di seluruh dunia untuk diketahui pembaca.

(Effendy, 2005 hal. 241).

Era digital sekarang, surat kabar atau koran memegang peranan penting sebagai sarana komunikasi terupdate. koran berperan penting di kalangan masyarakat, soalnya bisa menjangkau disetiap sudut. informasi yang diberikan juga bervariasi, mulai dari berita politik, hiburan, kesehatan, saham, keuangan dan lain-lain.

2.1.4.1. Karakteristik Surat Kabar

Elvinaro (2017) Karakteristik surat kabar sebagai media massa mencakup: *publisitas, periodesitas, universalitas, aktualitas* dan *terdokumentasikan*.

1. Publisitas (*Publicity*)

Publisitas atau *publicity* adalah penyebaran pada publik atau khalayak. Salah satu karakteristik komunikasi massa adalah pesan dapat diterima oleh sebanyak-banyaknya khalayak yang tersebar di berbagai tempat karena pesan tersebut penting untuk diketahui umum, atau menarik, bagi khalayak pada umumnya. Dengan demikian, semua kativitas manusia yang menyangkut kepentingan umum dan atau menarik untuk umum adalah layak untuk disebarluaskan. Pesan-pesan melalui surat kabar harus memenuhi kriteria tersebut.

2. Periodesitas

Periodesitas menunjuk pada keteraturan terbitnya, bisa harian, mingguan, atau dwi mingguan. Sifat periodesistas sangat penting dimiliki media massa, khususnya surat kabar. Kebutuhan manusia akan informasi sama

halnya dengan kebutuhan manusia akan makan, minum, dan pakaian. Selama ada kehidupan, selama itu pula surat kabar terbit.

3. Universalitas

Universalitas menunjuk pada kemestaan isinya, yang beraneka ragam dan dari seluruh dunia. Dengan demikian atau isi surat kabar meliputi seluruh aspek kehidupan manusia, seperti masalah sosial, ekonomi, budaya, agama, Pendidikan, keamana, dan lain-lain. Selain itu, lingkup kegiatannya bersifat lokal, regional, nasional bahkan internasional. Jadi, apabila ada penertiban (sekalipun bentuknya seperti surat kabar) yang hanya memuat atau berisi salah satu aspek saja, maka penertiban tersebut tidak dapat dikategorikan sebagai surat kabar.

4. Aktualitas

Aktualitas, menurut kata asalnya, berarti “kini” dan “keadaan sebenarnya”. Kedua istilah tersebut erat kaitannya dengan berita, karena definisi berita adalah laporan tercepat mengenai fakta-fakta atau opini yang penting atau menarik minat, atau kedua-keduanya bagi sejumlah besar orang. Laporan tercepat menunjuk pada “kekinian” atau terbaru dan masih hangat. Fakta dan peristiwa penting atau menarik tiap hari berganti dan perlu untuk dilaporkan, karena khalayak pun memerlukan informasi yang paling baru.

5. Terdokumentasikan

Dari berbagai fakta yang disajikan surat kabar dalam bentuk berita atau artikel, dapat dipastikan ada beberapa diantaranya yang oleh pihak-pihak tertentu dianggap penting untuk diarsipkan atau dibuat kliping. Untuk

menyerap isi surat kabar, pembaca dituntut untuk bisa membaca serta memiliki kemampuan intelektualitas tertentu. Khalayaknya yang buta huruf tidak dapat menerima pesan surat kabar.

2.1.5. Berita

Pengetian Berita menurut Spancer yang dikutip Iskandar dalam buku *Jurnalistik Televisi menjadi Reporter Profesional* yaitu: “Berita dapat didefinisikan sebagai fakta yang akurat atau suatu ide yang dapat menarik perhatian bagi sejumlah besar pembaca.” (Iskandar, 2005 h.21)

Berita menjadi informasi yang penting dan menarik perhatian serta minat khalayak pendengar. Berita memang pada awalnya hanya milik surat kabar. Namun, saat ini berita juga erat kaitannya dengan radio, televisi, dan internet. Berita sudah menjadi topik utama bagi media massa.

2.1.5.1 Nilai Berita

Nilai Berita (*News Value*) merupakan acuan yang dapat digunakan oleh para jurnalis, yakni para reporter dan editor, untuk memutuskan fakta yang pantas dijadikan berita dan memilih mana yang lebih baik. Kriteria mengenai nilai berita merupakan patokan berarti bagi reporter.

Kriteria nilai berita juga sangat penting bagi para editor dalam mempertimbangkan dan memutuskan, mana berita terpenting dan terbaik untuk dimuat, disiarkan, atau ditayangkan melalui medianya kepada masyarakat luas. Nilai berita menurut Sumardia (2008, hal 80-88)

1. Keluarbiasaannya (*unusualness*)

News is unusualness. Berita adalah sesuatu yang luar biasa. Dalam pandangan jurnalistik, berita bukanlah suatu peristiwa biasa. Berita adalah suatu peristiwa luar biasa (*news is unusual*). Di dunia ini, begitu banyak peristiwa yang masuk kategori luar biasa, seperti pesawat terbang meledak di udara, kebakaran yang melahap ratusan rumah di suatu pemukiman, gunung meletus yang menyebabkan puluhan ribu jiwa harus mengungsi, atau kapal tenggelam yang menelan korban ratusan penumpang tewas. Peristiwa-peristiwa seperti itu, selalu mendapat tempat utama dalam dunia jurnalistik karena menimbulkan dampak besar bagi kehidupan.

2. Kebaruan (*Newness*)

News is new. Berita adalah semua apa yang terbaru. Berita adalah apa saja yang disebut hasil karya terbaru, seperti sepeda motor baru, mobil baru, rumah baru, Gedung baru, walikota baru, bupati baru, gubernur baru, presiden baru. Semua hal yang baru, apapun namanya, pasti memiliki nilai berita.

3. Akibat (*Impact*)

News has impact. Berita adalah segala sesuatu yang berdampak luas. Suatu peristiwa tidak jarang menimbulkan dampak besar dalam kehidupan masyarakat. Dampak suatu pemberitaan bergantung pada beberapa hal seberapa banyak khalayak yang terpengaruh, pemberitaan itu langsung mengenai kepada khalayak atau tidak, dan segera radio, atau televisi yang melaporkannya.

4. Aktual (*Timeliness*)

News is timeliness. Berita adalah peristiwa yang sedang atau baru terjadi. Secara sederhana actual berarti menunjuk pada peristiwa yang baru atau yang sedang terjadi. Sesuai dengan definisi jurnalistik media massa haruslah memuat atau menyiarkan berita-berita aktual yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat.

5. Kedekatan (*Proximity*)

News is nearby. Berita adalah kedekatan. Kedekatan mengandung dua arti. Kedekatan geografis dan kedekatan psikologis. Kedekatan geografis menunjuk pada suatu peristiwa atau berita yang terjadi di sekitar tempat tinggal kita. Semakin dekat suatu peristiwa yang terjadi dengan domisili kita, maka semakin terusik dan semakin tertarik kita untuk menyimak dan mengikutinya kedekatan psikologis lebih banyak ditentukan oleh tingkat keterikatan pikiran, perasaan, atau, kejiwaan seseorang dengan suatu objek peristiwa atau berita. Sebagai pegangan, ada dua hal yang harus menjadi pertimbangan dalam menentukan berita bernilai kedekatan geografis dan kedekatan psikologis. Pertama, suatu kejadian atau peristiwa akan dianggap lebih penting sebagai berita bagi orang atau kelompok masyarakat yang berdekatan dengan tempat peristiwa itu terjadi. Kedua, suatu peristiwa akan tetap memiliki daya Tarik dan dianggap penting oleh khalayak pembaca, pendengar atau pemirsa.

6. Informasi (*information*)

News is information. Berita adalah informasi. Menurut Wilbur Schramm, informasi adalah segala yang bisa menghilangkan ketidakpastiaan. Setiap hari, sebuah kota memproduksi ratusan ribu dan bahkan jutaan informasi. Bila 200

kota lebih yang terdapat di seluruh Indonesia digabung, maka dipastikan terdapat miliaran informasi hanya dalam satu hari. Tetapi dalam perspektif sosio-jurnalistik, dari sekian banyak informasi atau yang nyaris tak terhingga itu, hanya sebagian kecil saja atau sedikit sekali yang dilaporkan media massa.

7. Konflik (*conflict*)

News is conflict. Berita adalah konflik atau segala sesuatu yang mengandung unsur atau sarat dengan dimensi pertentangan. Konflik atau pertentangan, merupakan sumber berita yang tak pernah kering dan tak akan pernah habis. Ketika terjadi perselisihan antara dua individu yang makin menajam dan tersebar luas, serta banyak orang yang menganggap perselisihan tersebut dianggap penting untuk diketahui, maka perselisihan yang semula urusan individual, berubah menjadi masalah sosial.

8. Orang penting (*Public Figure, News Maker*)

News is about people. Berita adalah tentang orang-orang penting, orang-orang ternama, pesohor, selebriti, figure punlik. Orang-orang penting, orang-orang terkemuka, di mana pun selalu membuat berita. Jangankan ucapan dan tingkah lakunya, namanya saja sudah membuat berita. Teori jurnalistik menegaskan, nama menciptakan berita (*names makes new*)

9. Kejutan (*Surprising*)

News is surprising. Kejutan adalah sesuatu yang datangnya tiba-tiba, di luar dugaan, tidak direncanakan, di luar perhitungan, tidak diketahui sebelumnya. Kejutan bisa menunjuk pada ucapan dan perbuatan manusia. Bisa juga menyangkut binatang dan perubahan yang terjadi pada lingkungan alam, benda-

benda mati. Semuanya bisa mengundang dan menciptakan informasi serta tindakan yang mengejutkan, mengguncang dunia. Seakan langit akan runtuh, bukit akan terbelah, dan laut akan musnah.

10. Ketertarikan Manusiawi (*Human Interest*)

News is interesting. Kadang-kadang suatu peristiwa tak menimbulkan efek berarti pada seseorang, sekelompok orang, atau bahkan lebih jauh lagi pada suatu masyarakat, tetapi telah menimbulkan getaran pada suasana hati, suasana kejiwaan, dan alam perasaannya. Cerita *human-interest*, lebih banyak mengaduk-aduk perasaan dari pada mengundang pemikira. Aspek kejiwaan kita, emosi kita, empati kita, seperti dikuras habis-habisan.

11. Seks (*Sex*)

News is sex. Berita adalah seks. Seks adalah berita. Sepanjang sejarah peradaban manusia, segala hal yang berkaitan dengan perempuan, pasti menarik dan menjadi sumber berita. Seks memang identic dengan perempuan. Perempuan identic dengan seks.

Pandangan jurnalistik, berita bukanlah suatu peristiwa biasa. Sumardia (2008, h. 80-88) mengemukakan bahwa adalah suatu peristiwa luar biasa (*news is unusual*). Suatu berita akan menarik perhatian bila informasi yang dijadikan berita itu merupakan sesuatu yang baru. Berita adalah segala sesuatu yang berdampak luas. Suatu peristiwa tidak jarang menimbulkan dampak besar dalam kehidupan masyarakat. Berita adalah peristiwa yang sedang atau baru terjadi. Secara sederhana aktual berarti menunjuk pada peristiwa yang baru atau yang sedang terjadi.

2.1.5.2. Jenis Berita

Berita adalah dalam beberapa kategori atau jenisnya. Sumardia (2008) mengemukakan bahwa jenis berita dibagi menjadi tiga, yaitu:

1. *Straight News Report*

Adalah laporan langsung mengenai suatu peristiwa. Misalnya, sebuah pidato biasanya merupakan berita-berita langsung yang hanya menyajikan apa yang terjadi dalam waktu singkat. Berita memiliki nilai penyajian objektif tentang fakta-fakta yang dapat dibuktikan. Biasanya, berita jenis ini ditulis dengan unsur-unsur yang dimulai dari *what, who, when, where, why, dan how* (5W+1H)

2. *Depth news report*

Merupakan laporan yang sedikit berbeda dengan *straight news report*. Reporter (wartawan) menghimpun informasi dengan fakta-fakta mengenai peristiwa itu sendiri sebagai informasi tambahan untuk peristiwa tersebut.

3. *Comprehensive news*

Merupakan laporan tentang fakta yang bersifat menyeluruh ditinjau dari berbagai aspek. Berita menyeluruh, sesungguhnya merupakan jawaban terhadap kritik sekaligus kelemahan yang terdapat dalam berita langsung (*straight news*).

Sumardia (2008) menjelaskan bahwa *straight news* adalah berita langsung. Apa adanya, ditulis secara singkat dan lugas. Sebagian besar halaman depan surat

kabar (*headline news*) berisi berita jenis ini. Demikian pula berita radio, televisi, dan media online sebagian berupa besar berita jenis ini.

2.1.6. Kerangka Teoritis

Setiap media memiliki karakter dan latar belakang tersendiri, baik dalam isi dan pengemasan beritanya, maupun tampilan serta tujuan dasarnya. Perbedaan ini dilatarbelakangi oleh kepentingan yang berbeda dari masing-masing media massa. Baik yang bermotif politik, ekonomi, agama dan sebagainya.

Berita Sebagai Konstruksi Realitas Menurut Peter L. Berger dan Thomas Luckmann dalam bukunya Kontruksi Realitas Sosial menjabarkan bahwa,

Teori tentang konstruksi realitas dengan bahasa sebagai instrumennya. Dalam proses konstruksi realitas, bahasa adalah unsur utama. Ia merupakan instrumen pokok menceritakan realitas. Bahasa adalah alat konseptualisasi dan alat narasi. Begitu pentingnya bahasa, sehingga tidak ada satu pun Berita tanpa Bahasa. (1996)

Pekerjaan media pada hakikatnya adalah mengkonstruksikan realitas. Realitas dalam berita dibangun oleh adanya sejumlah fakta. Fakta dari suau realitas itupun tidak selalu statis, melainkan memiliki dinamika yang mungkin berubah seiring dengan perubahan peristiwa itu sendiri. Pekerjaan media massa merupakan kegiatan jurnalistik. Dimana kegiatan tersebut berusaha menjanjikan informasi mengenai sebuah peristiwa untuk dijadikan berita. Dalam hal ini media massa merupakan jembatan penghubung antara sumber informasi dengan masyarakat.

Melalui media massa inilah khalayak dapat memperoleh informasi mengenai lingkungan sekitarnya dan lingkungan luarnya.

Surat Kabar Sebagai Media Realitas Sebuah realitas dapat seolah-olah menjadi nyata jika diperkukuh dengan dukungan media. Media massa memiliki kesanggupan dalam menularkan dan menyuapkan ide, bahkan jika perlu menjungkir balikkan kenyataan yang tengah berlaku. Surat kabar adalah salah satu media massa dari komunikasi massa yang merepresentasikan realita sosial. Suatu realitas sosial yang berkembang di masyarakat merupakan suatu hasil konstruksi realitas yang dimuat di media massa.

Darma menjelaskan dalam bukunya Analisis Wacana Kritis mengenai realitas, yakni:

Apa saja yang kita lihat pada sebuah realitas sebenarnya adalah kemasan atau penampilan saja. Pada saat otak kita dibanjiri oleh sejumlah data dan fakta, pada saat itu pula kita merasa tak mampu lagi untuk menampung semuanya, apalagi mencermati makna yang dikandungnya. (2009)

Makna dalam hal ini berarti pengenalan tempat-tempat segala sesuatu di dalam suatu sistem. Pengenalan seperti itu terjadi jika relasi sesuatu yang lain dalam sistem tersebut menjadi terjelaskan atau terpahami.

Penolakan atau penerimaan suatu paham oleh media direpresentasikan sebagai sebuah realitas yang menjadi landasan berita utama di surat kabar dan menjadi pemicu bagi perbincangan yang terjadi di kemudian. Demikian secara terus-menerus dalam kehidupan kita sehari-hari, mengacu kepada konsep proses komunikasi dan daur hidup informasi dalam sebuah siklus.

Wacana Sebagai Konstruksi Realitas Berdasarkan sebuah penelitian, proses konstruksi realitas oleh pelaku pembuat wacana, misalnya dalam media massa dimulai dengan adanya realitas pertama berupa keadaan, benda, pikiran, orang, peristiwa, dan sebagainya.

2.1.7. Kerangka Pemikiran

Kerangka Pemikiran merupakan pemetaan (mid mapping) yang dibuat dalam penelitian untuk menggambarkan alur pikir peneliti. Berdasarkan tujuan penelitian ini yaitu menjelaskan analisis wacana Teun. A Van Dijk, maka diperlukan adanya landasan teori untuk membatasi penelitian ini sekaligus menjadi paradigma dalam penelitian

Analisis Wacana Teun A. Van Dijk

Wacana menurut Van Dijk yang dikutip oleh Eriyanto dalam bukunya yang berjudul Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media yaitu:

Wacana digambarkan mempunyai tiga dimensi / bangunan: teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Inti analisis Van Dijk adalah menggabungkan ketiga dimensi wacana tersebut ke dalam satu kesatuan analisis. Dalam dimensi teks, yang diteliti adalah bagaimana struktur teks dan strategi wacana yang dipakai untuk menegaskan suatu tema tertentu. Pada level kognisi sosial, dipelajari proses produksi teks berita yang melibatkan kognisi individu dari wartawan. Sedangkan aspek ketiga, mempelajari bangunan wacana yang berkembang dalam masyarakat akan suatu masalah. (2001)

Wacana oleh van Dijk digambarkan mempunyai tiga dimensi/ bangunan: teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Inti analisis van Dijk adalah menggabungkan ketiga dimensi wacana tersebut ke dalam satu kesatuan analisis. Dalam dimensi teks yang pertama, yang diteliti adalah bagaimana struktur teks dan strategi wacana yang dipakai untuk menegaskan suatu tema tertentu. Pada level kognisi sosial dipelajari proses produksi teks berita yang melibatkan kognisi individu dari wartawan. Sedangkan aspek ketiga mempelajari bangunan wacana yang berkembang dalam masyarakat akan suatu masalah. Ketiga dimensi ini merupakan bagian yang integral dan dilakukan secara bersama-sama dalam analisis Van Dijk (Eriyanto, 2001).

Tiga dimensi wacana oleh Van Dijk kemudian dikerucutkan lagi dimana teks dibagi menjadi 3 (tiga) yakni struktur makro, superstruktur dan struktur mikro. Struktur makro adalah struktur luar pembentuk wacana. Struktur makro ini merupakan makna global/ umum dari suatu teks yang dapat diamati dengan melihat topik atau tema yang dikedepankan dalam suatu berita tersebut, jadi bisa dengan jelas terlihat contohnya hanya dengan melihat dari judulnya.

Superstruktur berkaitan dengan skematik wacana. Superstruktur, ini merupakan struktur wacana yang berhubungan dengan kerangka atau skema suatu teks, bagaimana bagian-bagian teks tersusun ke dalam berita secara utuh. Jadi harus adanya kesinambungan dari masing – masing paragraf atau bagian – bagiannya.

Struktur mikro mencakup elemen-elemen kebahasaan yang digunakan dalam wacana. Struktur mikro adalah makna wacana yang dapat diamati dari bagian kecil dari suatu teks yakni kata, kalimat, parafrase dan lain-lain. Jadi struktur mikro ini

lebih spesifik dan harus diteliti secara detail dari kata, kalimat hingga frase yang digunakan dalam artikel atau berita tersebut. Van Dijk juga menetapkan 4 (empat) elemen kebahasaan yang dikaji pada tataran struktur mikro, yakni elemen sintaksis, semantis, stilistik dan retorik.

Pemakaian kata, kalimat, proposisi, retorika tertentu oleh media dipahami Van Dijk sebagai bagian dari strategi wartawan. Pemakaian kata-kata tertentu, kalimat, gaya tertentu bukan semata-mata dipandang sebagai cara berkomunikasi, tetapi di pandang sebagai politik berkomunikasi- suatu cara untuk mempengaruhi pendapat umum, menciptakan dukungan, memperkuat legitimasi, dan menyingkirkan lawan atau penentang. Struktur wacana adalah cara yang efektif untuk melihat proses retorika dan persuasi yang dijalankan ketika seseorang menyampaikan pesan. Kata-kata tertentu mungkin dipilih untuk mempertegas pilihan dan sikap, membentuk kesadaran politik, dan sebagainya. Berikut akan diuraikan satu per satu elemen wacana van djk tersebut:

1. Tematik

Elemen tematik menuju pada gambaran umum dari suatu teks. Bisa juga disebut sebagai gagasan inti, ringkasan, atau yang utama dari suatu teks. Topik menggambarkan apa yang ingin diungkapkan oleh wartawan dalam pemberitannya. Topik menunjukkan konsep dominan, sentral, dan paling penting dari isi suatu berita.

2. Skematik

Teks atau wacana umumnya mempunyai skema atau alur dari pendahuluan sampai akhir. Alur tersebut menunjukkan bagaimana

bagian-bagian dalam teks disusun dan diurutkan sehingga membentuk kesatuan arti. Wacana percakapan sehari-hari, misalnya, mempunyai skema salam perkenalan, isi pembicaraan, dan salam penutup/perpisahan.

3. Latar

Latar merupakan bagian berita yang dapat mempengaruhi semantic (arti) yang ingin ditampilkan. Seorang wartawan ketika menulis berita biasanya mengemukakan latar belakang atas peristiwa yang ditulis. Latar yang dipilih menentukan ke arah mana pandangan khalayak hendak di bawa.

4. Detil

Elemen wacana detil berhubungan dengan kontrol informasi yang ditampilkan seseorang. Komunikator akan menampilkan secara berlebihan informasi yang menguntungkan dirinya atau citra yang baik. Sebaliknya, ia akan menampilkan informasi dalam jumlah sedikit (bahkan kalau perlu tidak disampaikan) kalau hal itu merugikan kedudukannya.

5. Maksud

Elemen wacana maksud, hampir sama dengan elemen detil. Dalam detil, informasi yang menguntungkan komunikator akan diuraikan dengan detil yang Panjang. Elemen maksud melihat informasi yang menguntungkan komunikator akan diuraikan secara eksplisit dan jelas. Sebaliknya, informasi yang merugikan akan diuraikan secara tersamar, implisit, dan tersembunyi.

6. Koherensi

Koherensi adalah pertalian atau jalinan antar kata, atau kalimat dalam teks. Dua buah kalimat yang menggambarkan fakta yang berbeda dapat dihubungkan sehingga tampak koheren. Sehingga, fakta yang tidak berhubungan sekalipun dapat menjadi berhubungan sekalipun dapat menjadi berhubungan ketika seorang menghubungkannya.

7. Koherensi Kondisional

Koherensi kondisional diantaranya ditandai dengan pemakaian anak kalimat sebagai penjelas. Disini ada dua kalimat, di mana kalimat kedua adalah penjelas atau keterangan dari proposisi pertama, yang dihubungkan dengan kata hubung. (konjungsi) seperti “yang, atau “dimana”.

8. Koherensi Pembeda

Kalau koherensi kondisional berhubungan dengan pertanyaan bagaimana dua peristiwa dihubungkan/dijelaskan, maka koherensi pembeda berhubungan dengan pertanyaan bagaimana dua peristiwa atau fakta itu hendak di bedakan.

9. Peningkaran

Elemen wacana peningkaran adalah bentuk praktik wacana yang menggambarkan bagaimana wartawan menyembunyikan apa yang ingin diekspresikan secara implisit.

10. Bentuk Kalimat

Bentuk kalimat adalah segi sintaksis yang berhubungan dengan cara berpikir logis, yaitu prinsip kausalitas. Dimana ia menanyakan apakah A yang menjelaskan B, atukah B yang menjelaskan A. logika kausalitas ini kalau diterjemahkan ke dalam Bahasa menjadi susunan subjek (yang menerangkan) dan predikat (yang diterangkan).

11. Kata Ganti

Elemen kata ganti merupakan elemen untuk memanipulasi Bahasa dengan menciptakan suatu komunitas imajinatif. Kata ganti merupakan alat yang dipakai oleh komunikator untuk menunjukkan di mana posisi seseorang dalam wacana.

12. Leksikon

Pada dasarnya elemen ini menandakan bagaimana seseorang melakukan pemilihan kata atas berbagai kemungkinan kata yang tersedia.

13. Praanggapan

Elemen wacana praanggapan (presupposition) merupakan pernyataan yang digunakan untuk mendukung makna suatu teks. Kalau katar berarti upaya mendukung pendapat dengan jalan memberi latar belakang, maka praanggapan adalah upaya mendukung pendapat dengan memberikan premis yang dipercaya kebenarannya.

14. Grafis

Elemen ini merupakan bagian untuk memeriksa apa yang ditekankan atau ditonjolkan (yang berarti dianggap penting) oleh seseorang yang dapat diamati dari teks.

15. Metafora

Dalam suatu wacana, seorang wartawan tidak hanya menyampaikan pesan pokok lewat teks, tetapi juga kiasan, ungkapan, metafora yang dimaksudkan sebagai ornament atau bumbu dari suatu berita.

Van Dijk (1988) mengemukakan bahwa penelitian atas wacana tidak cukup hanya didasarkan pada analisis atas teks semata, karena teks hanya hasil dari suatu praktik produksi yang harus juga diamati. Disini harus dilihat juga bagaimana produksi teks itu bekerja. Proses produksi itu melibatkan suatu proses yang disebut sebagai kognisi sosial. Istilah ini sebenarnya diadopsi dari pendekatan lapangan psikologi sosial, terutama untuk menjelaskan struktur dan proses terbentuknya suatu teks. Kognisi sosial hadir untuk menjembatani antara teks dan konteks. Kognisi sosial berkaitan dengan proses mental dan kognisi pembuat wacana dalam proses produksi wacana.

Suatu teks yang cenderung memarjinalkan wanita, misalnya, lahir karena kognisi/kesadaran mental diantara wartawan bahkan kesadaran dari masyarakat yang memandang wanita secara rendah sehingga teks disini hanya bagian kecil saja dari praktik wacana yang merendahkan wanita.

Oleh karena itu, penelitian mengenai wacana tidak bisa mengeksklusi seakan-akan teks adalah bidang yang kosong, sebaliknya ia adalah bagian kecil dari struktur

besar masyarakat. Pendekatan yang dikenal sebagai kognisi sosial ini membantu memetakan bagaimana produksi teks yang melibatkan proses yang kompleks tersebut dapat dipelajari atau dijelaskan.

Kognisi sosial mempelajari proses produksi teks berita yang melibatkan kognisi individu dari wartawan. Sedangkan aspek ketiga mempelajari bangunan wacana yang berkembang dalam masyarakat akan suatu masalah. Analisis van Dijk disini menghubungkan analisis tekstual ke arah analisis yang komprehensif bagaimana teks berita itu diproduksi, baik dalam hubungannya dengan individu wartawan maupun dari masyarakat.

Adanya analisis terhadap kognisi sosial membuat daftar pertanyaan yang diajukan kepada pembuat wacana akan lebih memperjelas bagaimana wacana diproduksi dan konteks seperti apa yang mempengaruhinya. (Van Dijk, 1988)

Sementara, untuk analisis konteks sosial dilakukan melalui studi intertekstualitas, yakni mengaitkan suatu wacana dengan wacana terkait yang ada sebelum dan sesudahnya.

Menurut Van Dijk (1988) keterkaitan antara teks, kognisi sosial dan konteks sosial mencerminkan kecenderungan suatu wacana. Kelebihan proses analisis wacana yang dilakukan oleh Van Dijk adalah bagaimana ia menghubungkan antara teks dan kontes emlalui kognisi sosial pembuat wacana.

Untuk lebih jelasnya mengenai analisis wacana Teun A. Van Dijk berikut merupakan bagan penelitiannya:

Gambar 2.1

Bagan Kerangka Pemikiran



Sumber: Peneliti, Pembimbing dan Berger dan Luckman: Van Dijk (2019)

