**BAB II**

**KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

1. **Kajian Pustaka**

Dalam suatu penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdapat kajian pustaka yang diperoleh dari berbagai sumber yang yang didapatkan yang berkaitan dengan penelitian yang dibahas. Kajian pustaka sendiri merupakan suatu proses dalam menelaah serta mengkaji terhadap suatu sumber kepustakaan serta dari berbagai literatur yang ditujukan untuk menemukan suatu pedoman maupun pegangan landasan teoritik yang kuat dan mempunyai tingkat kebenaran serta keakuratan yang tinggi. Dalam kerangka ini dapat dikembangkan berdasarkan hasil penelitian ilmiah yang berhubungan dengan masalah dalam penelitian yang peneliti lakukan.

1. **Penelitian Sejenis**

Dalam melakukan penelitian ini, sebelumnya peneliti terlebih dahulu melakukan tinjauan pustaka, melalui *review* penelitian sejenis terdahulu yang sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Tujuan dari penelitian sejenis ini yaitu untuk membandingkan antara penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan penelitian terdahulu, sebagai suatu referensi untuk melakukan penelitian ini agar lebih baik. Berikut terdapat beberapa penelitian sejenis yang terkait dengan penelitian ini yang dijadikan sebagai acuan:

1. Penelitian yang diteliti oleh Narita Rosiana Dea, mahasiswa Universitas Pasundan (UNPAS) pada tahun 2016 yang berjudul “Analisis Wacana Tayangan Berita Kriminal Di Inews TV Bandung”.
2. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan cara teknik wawancara mendalam dengan informan yang berkaitan dengan objek yang diteliti, observasi langsung ke lapangan dan studi pustaka.

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro dari tayangan berita kriminal di Inews TV Bandung yang memiliki suatu makna tertentu yang ingin disampaikan kepada para khalayak.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam pembuatan suatu tayangan dan naskah dari berita kriminal memiliki suatu makna tertentu agar dapat menyampaikan informasi sesuai dengan UU Penyiaran No. 32 Tahun 2002 tentang Aturan Penyiaran. Peneliti menyarankan berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan mengenai tayangan berita kriminal di Ines TV Bandung terkait dengan kualitas tayangan dan naskah dari berita televisi harus sesuai dengan kode etik yang berlaku.

Adapun perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Narita Rosiana Dea dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu subjek dan objek penelitian yang dilakukan berbeda, pada penelitian yang dilakukan Narita Rosiana Dea subjek dan objeknya yaitu Inews TV Bandung mengenai tayangan berita kriminal. Sedangkan subjek dan objek penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu Radar Cirebon TV mengenai pemberitaan pembangunan *Islamic Center* sebagai ikon Kabupaten Cirebon yang di*support* Abu Dhabi.

1. Penelitian yang diteliti oleh Tiara Utami Putri, mahasiswa Universitas Pasundan (UNPAS) pada tahun 2016 yang berjudul “Analisis Wacana Berita Banjir Bandung Dalam Harian Umum Pikiran Rakyat Edisi 25 Oktober – 16 November 2016”. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan oleh Tiara yaitu studi pustaka, internet, studi dokumentasi, pengamatan, dan wawancara mendalam.

Tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh Tiara adalah untuk mengetahui wacana bencana banjir Bandung dalam Harian Umum Pikiran Rakyat dalam dimensi teks, kognisi sosial, dan konteks sosial.

Hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa pada level teks Harian Umum Pikiran Rakyat memberikan suatu kritikan tajam terhadap kinerja pemerintah dalam menangani dampak dari bencana, pada level kognisi sosial Harian Umum Pikiran Rakyat melakukan kontruksi pemberitaan dari berbagai sudut pandang yaitu peristiwa, infrastruktur kota, masyarakat, pemerintah, maupun pakar lingkungan, dan dalam konteks sosial Harian Umum Pikiran Rakyat melakukan fungsi sosial dan fungsi kontrol terhadap pemerintah, serta fungsi edukasi terhadap masyarakat.

Perbedaan dalam penelitian antara Tiara Utami Putri dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu dimensi dan objek penelitiannya. Dimana pada penelitian Tiara Utami Putri menggunakan dimensi teks, kognisi sosial, dan konteks sosial, sedangkan peneliti menggunakan dimensi struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro. Objek dalam penelitian Tiara Utami Putri yaitu berita dalam media massa cetak sedangkan peneliti meneliti berita dalam media massa televisi.

1. Penelitian yang diteliti oleh Agits Dwi Farhany Putri, mahasiswa Universitas Pasundan (UNPAS) pada tahun 2018 yang berjudul “Rubrik Zetiz.en Dan Gaya Hidup Ideal”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara wawancara, observasi, dokumentasi, dan triangulasi. Penelitian tersebut menggunakan teori Konstruksi Realitas Sosial dari Berger dan Luckmann.

Tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh Agits Dwi Farhany Putri yaitu untuk mengetahui rubrik Zetiz.en dan gaya hidup ideal mengguankan studi analisis wacana kritis pada koran Radar Bekasi yang dapat dihubungkan ke dalam analisis wacana pada dimensi dari Norman Fairclogh yaitu teks, *discourse practice* dan *socialcultural practice*.

Hasil dari peneilitian yang dilakukan oleh Agits bahwa pada level teks yang digunakan dalam pemberitaan tentang Gaya Hidup Ideal yang terdapat pada Koran Radar Bekasi bersifat tidak kaku dan relevan yang membuat generasi Z menjadi muda memahami makna yang terdapat dalam teks. Pada level *discourse practice* bahwa mekanisme dalam proses produksi sangat penting digunakan yang bertujuan untuk memudahkan karyawan Radar Bekasi dalam bekerja yang dalam membuat rubrik koran tentang Gaya Hidup Ideal melibatkan semua orang yang ada di Koran Radar Bekasi tersebut. Dan pada level *socialcultural practice* bahwa Koran Radar Bekasi tidak mengandung afilasi politik yang dengan kata lain bersikap netral tanpa menganut partai politik manapun.

Perbedaan pada penelitian Agits Dwi Farhany Putri dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu subjek dan objek penelitian serta model dimensi yang digunakan Agits dari Norman Fairclough sedangkan peneliti menggunakan model dimensi dari Teun A. Van Dijk. Subjek dan objek penelitian Agits yaitu Koran Radar Bekasi dan berita tentang Gaya Hidup Ideal, sedangkan subjek dan objek penelitian peneliti yaitu Radar Cirebon TV dan pemberitaan tentang pembangunan *Islamic Center* sebagai ikon Kabupaten Cirebon yang di*support* Abu Dhabi.

1. Penelitian yang diteliti oleh Rivan Muhammad Fareza, mahasiswa Universitas Pasundan (UNPAS) pada tahun 2017 yang berjudul “Berita Remaja Harian Pagi Tribun Jabar”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengambilan data menggunakan cara studi kepustakaan, internet, observasi, studi dokumentasi, dan wawancara mendalam. Serta menggunakan teori Konstruksi Realitas Sosial.

Tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh Rivan yaitu untuk mengetahui wacana *feature* di rubrik “Milenial” dalam Harian Pagi Tribun Jabar yakni dalam dimensi teks, dimensi kognisi sosial, dan dimensi konteks sosial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada level teks, Harian Pagi Tribun Jabar yang mana tiap harinya membuat berbagai jenis *feature*, tidak terpaku dalam satu jenis *feature* untuk rubrik “Milenial”. Pada level kognisi sosial, Harian Pagi Tribun Jabar melakukan konstruksi pemberitaan dari berbagai sudut pandang yaitu hobi, gaya hidup remaja, dan *trend* yang sedang *booming* di kalangan anak remaja usia sekolah. Dan dalam level konteks sosial, Harian Pagi Tribun Jabar melakukan fungsi penengah antar kelompok pro-kontra, fungsi menghibur, dan fungsi edukasi terhadap anak remaja. Saran dari peneliti dimana Harian Pagi Tribun Jabar dalam pemberitaan *feature* harus lebih padat lagi isinya terutama ialah memperbanyak rubrik yang menarik.

Perbedaannya yaitu pada objek dan subjek penelitian serta model dimensi yang digunakan. Subjek dan objek penelitian Rivan pada Harian Pagi Tribun Jabar dan pemberitaan tentang *feature* pada rubrik “Milenial” dan menggunakan model dimensi teks, kognisi sosial dan konteks sosial. Sedangkan peneliti subjek dan objek penelitiannya yaitu Radar Cirebon TV dan pemberitaan tentang pembangunan *Islamic Center* sebagai ikon Kabupaten Cirebon yang di*support* Abu Dhabi dan menggunakan dimensi sturktur makro, superstruktur dan struktur mikro.

Untuk memudahkan dari uraian penjelasan diatas, maka peneliti dalam penelitian ini membuat tabel penelitian sejenis sebagai berikut:

**Tabel 2.1 Penelitian Sejenis**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nama** | **Judul** | **Teori** | **Metode** | **Persamaan** | **Perbedaan** |
| Narita Rosiana Dea | Analisis Wacana Tayangan Berita Kriminal Di Inews TV Bandung | Teori Konstruksi Realitas Sosial (Berger dan Luckmann) | Metode Penelitian Kualitatif | Menggunakan analisis wacana berita dan teori Konstruksi Realitas Sosial | Subjek dan objek penelitian Narita Inews TV Bandung dan tayangan berita kriminal, sedangkan peneliti Radar Cirebon TV dan berita pembanguanan *Islamc Center* |
| Tiara Utami Putri | Analisis Wacana Berita Banjir Bandung Dalam Harian Umum Pikiran Rakyat Edisi 25 Oktober – 16 November 2016 | Teori Konstruksi Realitas Sosial (Berger dan Luckmann) | Metode Penelitian Kualitatif | Menggunakan analisis wacana berita dan teori Konstruksi Realitas Sosial | Subjek penelitian Tiara dari media cetak dan model dimensinya yaitu teks, kognisi sosial dan konteks sosial, sedangkan peneliti media elektronik serta menggunakan struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro |
| Agits Dwi Farhany Putri | Rubrik Zetiz.en Dan Gaya Hidup Ideal | Teori Konstruksi Realitas Sosial (Berger dan Luckmann) | Metode Penelitian Kualitatif | Menggunakan analisis wacana berita dan teori Konstruksi Realitas Sosial | Subjek dan objek penelitian Agits Koran Radar Bekasi dan berita tentang Gaya Hidup Ideal serta medel dimensi dari Norman Fairclogh, sedangkan peneliti Radar Cirebon TV dan berita pembanguanan *Islamc Center* serta Menggunakan analisis wacana berita dan teori Konstruksi Realitas Sosial model dimensi dari Van Dijk |
| Rivan Muhammad Fahreza | Berita Remaja Harian Pagi Tribun Jabar | Teori Konstruksi Realitas Sosial (Berger dan Luckmann) | Metode Penelitian Kualitatif | Menggunakan analisis wacana berita dan teori Konstruksi Realitas Sosial | Subjek dan objek penelitian Rivan pada Harian Pagi Tribun Jabar dan pemberitaan tentang *feature* pada rubrik “Milenial” serta dimensi pada teks, kognisi sosial dan konteks sosial, sedangkan peneliti Radar Cirebon Tv dan berita pembanguanan *Islamc Center* serta dimensi struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro |

1. **Kerangka Konseptual**

Dalam kerangka konseptual, peneliti mencoba menguraikan suatu konsep yang ada pada judul penelitian ini. Kerangka konseptual sendiri ialah suatu keterkaitan antara teori-teori yang peneliti gunakan dengan konsep yang mendukung dalam judul penelitian yang memiliki tujuan sebagai pedoman dalam menjelaskan penelitian ini yang disusun secara sistematis. Peneliti mencoba menjelaskan berbagai konsep, pengertian, dan sebagainya yang masih berkaitan dengan judul penelitiannya ke dalam kerangka konseptual.

1. **Komunikasi**

Istilah komunikasi sudah terdengar familiar dikehidupan manusia. Setiap hari manusia melakukan interaksi sosial dengan sesama manusia menggunakan komunikasi. Karena komunikasi merupakan suatu alat yang digunakan untuk menjalin suatu relasi atau hubungan dengan manusia lainnya yang dapat menciptakan suatu iklim dan interaksi jika terjadi umpan balik dari komunikannya. Manusia berkomunikasi untuk menyatakan suatu identitas diri, berbagi informasi, membangun kontak sosial dengan manusia lainnya, serta untuk mempengaruhi manusia lain dari segi konatif, afektif dan kognitif seperti yang diinginkannya. Komunikasi juga merupakan bagian terpenting dalam kehidupan manusia untuk saling bertukar informasi.

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan atau informasi yang dilakukan oleh komunikator kepada komunikan baik kepada satu orang atau lebih, dalam kelompok, organisasi ataupun masyarakat, dengan maksud dan tujuan tertentu dengan adanya umpan balik atau *feedback* untuk menciptakan sebuah interaksi yang terhubung dengan lingkungannya. Dalam komunikasi dapat dilakukan secara verbal menggunakan lisan maupun nonverbal menggunakan isyarat atau tulisan.

Menurut **Tubbs dan Moss** dalam buku **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** yang dikutip oleh **Mulyana** mendefinisikan komunikasi sebagai **“proses penciptaan makna antara dua orang (komunikator 1 dan komunikator 2) atau lebih.” (2016:65)**.

1. **Unsur-Unsur Komunikasi**

Dalam buku **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** yang dikutip oleh **Mulyana** dimana **Lasswell** menjelaskan :

**“(Cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut) *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* Atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana?”(2016:69)**

Berdasarkan uraian diatas sudah mendapatkan suatu penjelasan mengenai unsur-unsur yang ada dalam komunikasi dari siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa, dan dengan pengaruh bagaimana. Dari **Lasswell** diturunkan lima unsur komunikasi yang saling bergantung dan berkaitan satu sama lain. Dibawah ini merupakan lima unsur dari komunikasi menurut **Lasswell** dalam buku yang berjudul **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar**, yaitu :

1. Sumber (*source*), sering disebut juga pengirim (*sender*), penyandi (*encoder*), komunikator (*communicator*), pembicara (*speaker*) atau *originator*. Sumber adalah suatu pihak yang berinisiatif atau yang melakukan berkomunikasi. Sumber dapat berupa individu, kelompok, organisasi, perusahaan, atau bahkan negara.
2. Pesan, yaitu apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan merupakan seperangkat simbol verbal (lisan) dan atau nonverbal (tulisan/isyarat) yang mewakili perasaan, nilai, gagasan, atau maksud dari sumber tadi.
3. Saluran atau media, yakni sebuah alat atau wahana apa yang digunakan oleh sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima/komunikan. Saluran dapat merujuk pada bentuk suatu pesan yang disampaikan kepada penerima, apakah saluran verbal atau saluran nonverbal.
4. Penerima (*receiver*), sering juga disebut sasaran/tujuan (*destination*), komunikate (*communicate*), penyandi-balik (*decorder*) atau khalayak (*audience*), pendengar (*listener*), penafsir (*interpreter*), yakni orang yang menerima suatu pesan dari sumber/komunikator.
5. Efek, yaitu suatu yang ditimbulkan atau yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut, misalnya penambahan pengetahuan (dari tidak tahu menjadi tahu), terhibur, perubahan sikap (dari tidak setuju menjadi setuju), perubahan keyakinan, perubahan perilaku (dari tidak bersedia membeli barang yang ditawarkan menjadi bersedia membelinya, atau dari tidak bersedia memilih partai politik tertentu menjadi bersedia memilihnya dalam pemilu), dan sebagainya. (2016:71)

Jadi, kelima unsur dalam komunikasi ini memiliki kaitan yang sangat erat dan sangat bergantung satu sama lainnya. Tak dapat dipungkiri dari kelima unsur diatas tidak lengkap atau salah satunya tidak terpenuhi maka dapat berpengaruh pada jalannya komunikasi, karena dari kelima unsur tesebut memiliki peranan yang penting dalam membangun proses komunikasi. Karena dengan adanya semua unsur tersebut dapat menjadikan komunikasi menjadi efekif. Menurut **Effendy** dalam bukunya **Jurnalistik *Literary Journalism*** yang dikutip oleh **Hikmat** membagi proses komunikasi dalam dua sisi :

1. Proses komunikasi primer

Proses penyampaian pikiran dan/atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media. Proses penyampaian pesannya langsung dilakukan komunikator kepada komunikan tanpa perantara.

1. Proses komunikasi sekunder

Proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat dan sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Proses penyampaian pesan melalui perantara atau tidak langsung tatap muka. (2018:13)

Berdasarkan uraian proses yang dikemukakan oleh **Effendy**, dapat menjelaskan bahwa dalam proses komunikasi penyampaian suatu informasi dari satu orang kepada orang lain dapat dilakukan menggunakan lambang dan alat atau media. Karena informasi dapat disalurkan melalui berbagai cara, ada yang langsung dan ada yang tidak langsung, ada yang menggunakan perantara maupun tidak.

1. **Fungsi Komunikasi**

Di dunia ini, tidak ada suatu benda yang diciptakan oleh Tuhan Yang Maha Kuasa tanpa memiliki suatu fungsi atau kegunaan, hampir semua elemen yang ada di dunia ini memiliki suatu fungsi. Begitu pula dengan komunikasi, dimana dalam prosesnya komunikasi memiliki berbagai fungsi yang berguna dan bermanfaat dalam kehidupan manusia. Apalagi komunikasi sangat berperan penting dalam keseharian manusia, di mana komunikasi dijadikan sebagai sebuah alat dan sarana dalam pertukaran pesan dengan manusia lainnya.

Dalam buku **Jurnalistik *Literary Journalism*** yang dikutip oleh **Hikmat**, **Mulyana** menjelaskan dari pandangan agama Islam, membongkar hakikat fungsi manusia dalam berkomunikasi. Menurutnya, Tuhanlah yang mengajarkan manusia berkomunikasi, karena manusia adalah makhluk yang sempurna, dengan menggunakan akal dan kemampuan bahasa yang dianugerahkan-Nya kepada manusia. Al-Quran mengatakan :

***“Tuhan Yang Maha Pemurah yang telah mengajarkan Al-Quran. Dia menciptakan manusia yang mengajarinya pandai berbicara.(QS. Ar-Rahman [55]:1-4)”*(2018:17)**

Pada hakikatnya manusia dijadikan sebagai khalifah di muka bumi ini dengan menjalan tugas yang dipikulnya, mereka melakukan komunikasi (manusia berkomunikasi). Tugas utama manusia dimuka bumi ini adalah sebagai hamba Tuhan, yang harus menjalankan segala perintah dan meninggalkan segala larangan-Nya, bukan hanya itu manusia berkomunikasi juga untuk bertakwa dan meningkatkan iman kepada Tuhannya dalam beribadah. Dari situ maka terjadilah proses komunikasi yang dilakukan manusia dalam melaksanakan segala tugasnya sebagai manusia berkomunikasi. Manusia berkomunikasi sebagai penunjang dalam kehidupannya.

Menurut **William I. Gorden** dalam bukunya **Jurnalistik *Literary Journalism*** yang dikutip oleh **Hikmat** mengungkapkan empat kerangka fungsi komunikasi yaitu :

1. Komunikasi Sosial

Pada dasarnya manusia adalah makhluk sosial di mana dengan komunikasi dapat berhubungan sosial dengan sesama manusia lainnya dalam upaya memupuk silaturahmi, membangun aktualisasi diri, menanamkan citra diri, dan bekerja sama dalam berbagai bentuk kehidupan guna mempertahan kelangsungan hidup.

1. Komunikasi Ekspresif

Manusia sebagai makhluk yang ekspresif yang ingin menunjukkan dirinya. Untuk memupuk komunikasi sosial, manusia mempunyai suatu keinginan untuk mengungkapkan berbagai perasaan dirinya kepada pihak lain baik sebagai individu maupun kelompok.

1. Komunikasi Ritual

Prosedur-prosedur dalam kehidupan yang sudah ada dan melekat menjadi sebuah keyakinan dan keharusan dilakukan oleh manusia dalam menajalankan fase-fase kehidupan. Karena manusia terlahir dari adat dan budaya yang melekat dengan dirinya.

1. Komunikasi Instrumental

Karena dalam komunikasi salah satu tujuannya adalah mempengaruhi maka, komunikasi instrumental lebih pada fungsi komunikasi unuk melakukan tindakan persuasif, yaitu untuk membujuk, merayu orang atau pihak lain dengan berbagai penguatan informasi yang diberikan. (2018:19)

Jadi, uraian fungsi komunikasi yang telah dijelaskan diatas dapat dirasakan oleh setiap orang dalam melakukan proses komunikasi. Kegunaan dan manfaat komunikasi sangat jelas nyata dalam kehidupan manusia. Manusia dalam berkomunikasi memiliki caranya tersendiri, karena komunikasi memiliki dua sifat yaitu tatap muka (*face to face*) dan bermedia (*mediate*). Tak hanya itu, jenis komunikasipun banyak ragamnya dari komunikasi intrapersonal, komunikasi interpersonal, komunikasi transendental, komunikasi organisasi, komunikasi massa dan lainnya.

1. **Komunikasi Massa**

Komunikasi banyak jenis dan caranya, tak hanya dapat dilakukan secara langsung atau tatap muka, tetapi dapat juga dilakukan secara tidak langsung atau dengan cara menggunakan suatu saluran atau media sebagai perantaranya. Biasanya komunikasi yang dilakukan menggunakan suatu media hanya bersifat satu arah yang artinya umpan balik atau *feedback*nya tetunda, dan tidak terjadi interaksi diantara komunikator dengan komunikannya. Komunikasi ini juga biasanya ditujukan pada khalayak luas yang heterogen dan yang tersebar di manapun. Dari uraian diatas dapat disebutkan bahwa jenis komunikasi ini adalah komunikasi massa.

**Bittner** merumuskan dalam buku **Psikologi Komunikasi** yang dikutip oleh **Rakhmat** tentang komunikasi massa yaitu :

**“*Mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people.* (Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang).”(2015:235)**

Sedangkan menurut **Gerbner** dalam bukunya **Psikologi Komunikasi** yang dikutip oleh **Rakhmat** menuliskan :

**“*Mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continous flow of messages in industrial societies.* (Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri.”(2015:235)**

Menurut **Mulyana** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** mengartikan komunikasi massa sebagai berikut:

**“Komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), berbiaya relatif mahal, yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar dibanyak tempat, anonim, dan heterogen.”(2016:83)**

Dari berbagai definisi menurut para ahli diatas, dapat disederhanakan bahwa definisi komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui sebuah saluran, wahana atau media massa. Pesan yang ada dalam komunikasi massa bersifat umum, disampaikan secara cepat dan serentak kepada khalayak di manapun. Terdapat beberapa bentuk dari media massa yaitu media cetak seperti surat kabar, majalah, tabloid dan lainnya, media elektronik yaitu televisi, radio dan film, serta media *online*. Jadi suatu pesan atau informasi yang disampaikan oleh suatu media massa ditujukan kepada masyarakat luas, heterogen dan anonim secara serentak dan sesaat. Komunikasi massa berbeda dengan jenis komunikasi lainnya.

1. **Efek Komunikasi Massa**

Dalam komunikasi massa terdapat suatu efek. Di mana efek yang dihasilkan dalam komunikasi massa sangat besar pengaruhnya pada kehidupan masyarakat. Efek ini dapat menimbulkan beberapa perubahan baik secara perilaku maupun perasaan. Ketika masyarakat diterpa oleh berbagai informasi yang disajikan dari berbagai media massa maka masyarakat tersebut akan menimbulkan sebuah efek dalam diri masyarakat yang secara tidak diketahuinya dan tidak disadarinya.

Dalam buku **Psikologi komunikasi** karya **Rakhmat**. Pada umumnya masyarakat lebih teratrik kepada apa yang dilakukan media kepada masyarakat, bukan tertarik kepada apa yang masyarakat lakukan kepada media. Masyarakat ingin tahu bukan untuk apa masyarakat membaca surat kabar atau menonton televisi, melainkan bagaimana surat kabar dan televisi menambah pengetahuan, mengubah sikap, atau menggerakkan perilaku masyarakat. Inilah yang disebut efek komunikasi massa (2015:271). Seperti dinyatakan **Donald K. Robert (Schramm dan Roberts, 1977:359)**, ada yang beranggapan bahwa efek hanyalah **“perubahan perilaku manusia setelah diterpa pesan media massa”**. Karena fokusnya pesan, efek haruslah berkaitan dengan pesan yang disampaikan media massa. (2015:272)

Terdapat tiga pendekatan dalam komunikasi massa yang dituliskan oleh **Steven M. Chaffee** dalam buku **Psikologi komunikasi** karya **Rakhmat** yaitu :

* Melihat efek media massa, baik yang berkaitan dengan pesan maupun dengan media itu sendiri.
* Melihat jenis perubahan yang terjadi pada diri khalayak komunikasi massa penerimaan informasi, perubahan perasaan atau sikap, dan perubahan perilaku atau dengan istilah lain, perubahan kognitif, afektif, dan behavioral.
* Meninjau satuan observasi yang dikenai efek komunikasi massa individu, kelompok, organisasi, masyarakat, atau bangsa. (2015:273)

Jadi efek yang terjadi pada masyarakat setelah mendapatkan informasi dari proses komunikasi massa yaitu lebih mengarah kepada pengetahuan, perasaan, dan perilaku atau konatif, afektif, dan kognitif dari masyarakat baik sebagai individu, kelompok, organisasi maupun lainnya.

1. **Fungsi Komunikasi Massa Bagi Masyarakat**

Dalam komunikasi massa terdapat fungsi yang bermanfaat bagi masyarakat. Dalam bukunya **Elvinaro, Komala & Karlinah** yang berjudul **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** menjelaskan mengenai fungsi dari komunikasi massa bagi masyarakat. Terdapat persamaan dan perbedaan dari setiap item fungsi komunikasi yang dikemukakan oleh para pakar. Dalam pembahasan fungsi komunikasi menjadi suatu hal yang cukup penting untuk didiskusikan, terutama konsekuensi komunikasi melalui media massa. Apa saja konsekuensi yang didapat oleh masyarakat setelah mendapatkan informasi atau melakukan proses komunikasi melalui media massa.

Terdapat beberapa fungsi komunikasi massa menurut salah satu ahli yaitu menurut **Dominick (2001)** terdiri dari *suveillance* (pengawasan), *interpretation*(penafsiran), *lingkage* (keterkaitan), *transmission of values* (penyebaran nilai), dan *entertainment* (hiburan).

1. *Suveillance* (Pengawasan)

Dalam fungsi pengawasan ini dibagi lagi menjadi dua bentuk utama yaitu: (a) *warning or beware surveillance* (pengawasan peringatan); (b) *instrumental surveillance* (pengawasan instrumental). Fungsi pengawasan peringatan terjadi ketika media massa menginformasikan tentang ancaman dari angin topan, meletusnya gunung merapi, kondisi yang memprihatinkan, tayangan inflasi atau adanya serangan militer. Fungsinya lebih kepada menginformasikan sesuatu yang berbahaya. Fungsi pengawasan instrumental adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat mambantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari. Fungsinya lebih kepada menginformasikan yang berguna bagi masyarakat.

1. *Interpretation* (Penafsiran)

Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Organisasi atau industri media memilih dan memutuskan peristiwa-peristiwa yang dimuat atau ditayangkan. Agar masyarakat dapat memberikan makna dari setiap informasi yang didapatinya dari media massa.

1. *Lingkage* (Pertalian)

Karena keberagaman masyarakat, media massa digunakan untuk dapat menyatukan anggota masyarakat, sehingga membentuk *lingkage* (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.

1. *Transmission of values* (Penyebaran Nilai-Nilai)

Fungsi ini juga disebut *sosialization* (sosialisasi). Sosialisasi lebih mengacu kepada suatu cara, di mana seorang individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa sebagai yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar dan dibaca.

1. *Entertainment* (Hiburan)

Pada kenyataannya semua media menjalankan fungsinya sebagai hiburan tak dapat dipungkiri lagi. Televisi adalah media massa yang mengutamakan sajian hiburan. (2009:17)

Sangat jelas efek dan fungsi komunikasi massa dirasakan oleh masyarakat ketika diterpa informasi dari berbagai media. Efek yang dirasakan berupa mendapatnya pengetahuan, perubahan perasaan, dan tingkah laku setelah mendapatkan informasi dari media massa. Maka antara komunikasi massa dengan media massa sangat erat kaitannya dan tak dapat dipisahkan satu sama lain.

1. **Media Massa**

Banyak ragam dari media massa yang saat ini masyarakat gunakan dalam memenuhi kebutuhan akan informasi untuk mengetahui suatu peristiwa dan kejadian yang tengah dialami oleh dunia. Melalui komunikasi massa, masyarakat bisa mendapatkan informasi tersebut. Apalagi dengan semakin berkembangnya zaman dan semakin majunya segala teknologi yang canggih yang dapat digunakan oleh masyarakat luas agar masyarakat dapat melek akan informasi yang tersabar saat ini. Dengan adanya media massa masyarakat dapat dengan mudah dan cepat dalam memperoleh informasi yang diperlukan.

Dalam bukunya **Jurnalistik *Literary Journalism*** karya **Hikmat**  mengartikan media massa adalah tempat dimuat atau disiarkannya hasil kerja wartawan. Media massa dapat dikategorikan menjadi tiga, yakni media massa cetak seperti surat kabar dan majalah, media massa elektronik seperti radio, televisi dan media sosial yang menggunakan internet (media *online*). Dari setiap media massa memiliki suatu karakteristik masing-masing. Karakteristik yang paling menonjol dari eksistensi media massa adalah efek pesan yang disampaikan kepada komunikan (massa). (2018:23)

Dari sini media massa memiliki suatu peranan yang sangat penting, karena dalam aktivitas proses komunikasi massa, media massa dapat menyebarkan informasi, memberikan pengetahuan, hingga dapat membentuk opini publik. Dengan begitu media massa akan dapat mempengaruhi tingkah laku khalayak itu sendiri, serta komunikai massa dapat mentransmisikan warisan sosial yang berfokus pada nilai-nilai serta norma-norma sosial.

1. **Efek Media Massa**

Dari informasi yang diberikan atau dipublikasikan oleh media massa sangat memiliki efek pada kehidupan masyarakat, baik dalam media kecil maupun media besar. Efek tersebut apat mempengaruhi pengetahuan, perasaan dan tingkah laku masyarakatnya saat masyarakat itu diterpa bebagai informasi dari berbagai media, karena khalayak dianggap aktif dalam menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Terdapat tiga efek media massa dalam bukunya **Jurnalistik *Literary Journalism*** karya **Hikmat** yaitu :

1. Efek Kognitif (Pengetahuan)

Dalam efek ini dimana penggunaan media massa untuk memberikan informasi mengenai urusan publik akan merujuk pada peningkatan pengetahuan mengenai urusan publik, kandidat, dan isu-isu aktual bagi audiensi.

1. Efek Afektif (Emosional)

Efek ini lebih mengarah kepada perasaan masyarakat setelah diterpa oleh berbagai informasi yang didapatkan dari media massa. Para peneliti komunikasi politik sepakat, bahwa media massa mempunyai efek pada pencapaian emosi, individu terhadap sistem politik.

1. Efek Konatif (Perilaku)

Efek ini dapat menimbulkan perubahan perilaku yang terjadi pada masyarakat setelah mendapatkan informasi tersebut. Beberapa penelitian mengenai efek media massa pada perilaku politik lebih banyak dipusatkan pada periode kampanye pemilihan. (2018:24)

Dari penjelasan di atas bahwa efek media massa yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Dari informasi yang diberikan oleh media massa masyarakat yang belum mengetahui suatu kejadian atau peristiwa menjadi tahu maka pengetahuan masyarakat bertambah, ketika masyarakat diterpa oleh informasi dari media emosional masyarakat juga terpengaruh akan merasakan apa setelah mendapatkan informasi tersebut perasaan sedih, senang, marah atau sebagainya, serta ketika masyarakat sudah memiliki pengetahuan dan memiliki perasaan atas informasi yang disajikan oleh media massa, maka masyarakat akan mulai bertindak atau bertingkah laku sesuai yang dikehendakinya.

Dalam bukunya **Rakhmat** yang berjudul **Psikologi Komunikasi** mengulas efek pesan dari media massa yang meliputi aspek kognitif, afektif, dan behavioral. Efek kognitif terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak lebih kepada pengetahuan khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi. Efek afektif timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak lebih kepada perasaan. Efek ini ada hubungannya dengan emosi, sikap, atau nilai. Efek behavioral merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku. (2015:274)

Dalam media massa terdapat beberapa bentuknya dalam menyampaikan informasi atau pesan kepada khalayak luas, ada yang berbentuk, cetak, elektronik hingga *online*. Di bawah ini akan dibahas mengenai bentuk-bentuk dari media massa.

1. **Bentuk-Bentuk Media Massa**

Dalam buku karya **Hikmat** yang berjudul **Jurnalistik *Literary Journalism*** membahas mengenai bentuk-bentuk dari media massa. Yang telah disampaikan, media massa saat ini lahir dengan berbagai bentuk yang beragam. Meskipun pada umumnya media massa berdasarkan bentuknya dibagi menjadi tiga, yakni media cetak, media elektronik dan media sosial, tetapi dari ketiga bentuk media massa ini melahirkan bermacam-macam bentuk. Bentuk *real* media cetak diantaranya surat kabar, majalah, buletin, dan sejenisnya. Bentuk media elektronik diantaranya radio dan televisi, sedangkan bentuk media sosial diantaranya *website, Youtube, Facebook, Twitter*. Dalam penjelasan diatas akan diuraikan beberapa bentuk media massa, baik media cetak, media elektronik, maupun media sosial.

1. Media Cetak

Media cetak adalah media yang proses pembuatannya melalui percetakan, seperti surat kabar, majalah, buletin, dan sejenisnya. Salah satu media cetak utama yang sering melekat dengan kita adalah koran sebagai surat kabar. Dalam koran berisi berita-berita terkini dalam berbagai topik, bisa berupa even politik, kriminalitas, olahraga, tajuk rencana, dan cuaca. Dalam koran dibagi menjadi tiga kategori yaitu berita, opini dan iklan. Media massa cetak (surat kabar) memiliki ciri sebagai berikut : 1) pesan-pesannya dapat diulang, dapat dipelajari dan disimpan untuk dapat dibaca pada setiap kesempatan, dan 2) pesan-pesan persuasif pada media massa cetak lebih banyak ditujukan kepada pikiran.

1. Media Elektronik

Sama halnya dengan surat kabar, eksistensi media elektronik pun mengalami pasang surut. Salah satu media elektronik yang sempat merakyat adalah radio. Selain radio, media elektronik yang sangat fenomenal adalah televisi. Televisi dianggap media massa yang paling berpengaruh terhadap kehidupan manusia. Televisi memiliki dampak yang sangat berpengaruh dan besar terhadap khalayak karena perkembangannya yang sangat pesat.

1. Media Sosial

Selain media cetak dan media elektronik, media massa yang ketiga yaitu media sosial. Kebetulan pada era ini media sosial tengah mengalami masa puncaknya karena didukung oleh perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat, terutama adanya internet yang merambah dapat mengakses media apapun, termasuk *handphone* yang jelas menjadi bagian hal yang sangat pribadi. Media sosial adalah sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial, dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. (2018:40)

1. **Kode Etik Media Massa**

Dalam berbagai hal atau dalam melakukan sesuatu harus terdapat suatu kode etik untuk mengatur segala sesuatu agar sesuai dan berjalan dengan semestinya. Tanpa adanya kode etik, sesuatu tidak akan dapat berjalan dengan baik karena tidak ada aturan yang mengaturnya. Dalam media massa juga memiliki kode etik untuk menjalankann suatu fungsinya dengan menaati berbagai ketentuan dan aturan baik secara lisan maupun tulisan yang berlaku dalam suatu lingkungannya.

Dalam buku **Jurnalistik *Literary Journalism*** yang dikutip oleh **Hikmat** menuliskan ketentuan-ketentuan itulah yang dapat dikategorikan etika media massa dalam istilah **Ardianto dkk. (2007)** etika komunikasi massa. Etika media massa adalah kewajiban-kewajiban yang harus ditaati oleh media massa yang menjadi takaran penilai baik-buruknya media massa itu. **Sobur (2001)** yang sepakat dengan **Ardianto dkk. (2007)** memandang bahwa :

**”Etika media massa atau etika komunikasi massa sama dengan etika pers. Oleh karena itu mereka mendefinisikan etika media massa adalah filsafat moral yang berkenaan dengan kewajiban-kewajiban pers dan tentang penilaian tentang pers yang baik dan pers yang buruk atau pers yang benar dan pers yang salah."(2018:28)**

Masih dalam buku yang sama, **Sobur (2001)** menegaskan tentang pengertian dari etika pers yaitu :

**“Etika Pers adalah kesadaran moral, yakni pengetahuan tentang baik dan buruk, benar dan salah, tepat dan tidak tepat, bagi orang-orang yang terlibat dalam kegiatan pers.”(2018:28)**

Dalam konteks sikap dan konsepsi media, sistem pers bertanggung jawab sosial sejalan dengan Laporan Komisi Kebebasan Pers Tahun 1947. Sistem pers, yakni tanggung jawab sosial dijadikan rujukan oleh Komisi ini untuk melakukan serangkaian penelitian yang dibiayai *Time Inc*, dan *Encyclopedia Britannica Inc*. Komisi ini membuat laporan berjudul *Freedom of the Press: A Framework of Participle* yang ditulis **William T. Hocking** (anggota komisi). Dalam laporannya tersebut, komisi mengajukan lima syarat yang dituntut masyarakat modern dari pers.

1. Media massa harus menyuguhkan informasi yang benar, tidak bohong, akurat dan cerdas. Media massa sudah komit memiliki isi tiga hal: berita, opini dan iklan.
2. Media massa harus berperan sebagai wahana pertukaran pendapat, komentar, dan kritik yang cerdas dan membangun. Hal ini menguatkan fungsi media massa sebagai alat pendidikan terhadap khalayak.
3. Media massa harus menyajikan gambaran khas dari setiap kelompok masyarakat. Media massa yang baik adalah media massa yang paham terhadap lingkungan tempat media massa itu hidup.
4. Media massa harus selalu menyajikan dan menjelaskan tujuan dan nilai-nilai yang berlaku dimasyarakat. Setelah media massa memahami kondisi masyarakat, maka yang lebih komprehensif mediapun dapat ikut serta mempertahankan, melestarikan, dan menularkan nilai-nilai yang ada pada masyarakat.
5. Media massa harus membuka akses penuh ke berbagai sumber informasi. (2018:30)

Media massa dalam menyebarkan atau mempublikasikan suatu pesan atau informasi kepada khalayak luas harus sesuai dengan aturan yang ada atau harus menaati kode etik yang berlaku agar dapat berjalan dengan semestinya. Dengan adanya kode etik tersebut informasi yang disebarkan dapat teratur dan terstruktur secara sistematis karena telah melewati beberapa proses tahapan sebelum dilakukannya publikasi. Tahapan-tahapan tersebut dimulai dari mencari, mengumpulkan, mengolah hingga menyebarkannya kepada masyarakat luas. Kegiatan tersebut dapat disebut dengan kegiatan jurnalistik.

1. **Jurnalistik**

Jurnalistik adalah suatu kegiatan atau aktivitas yang sering dilakukan oleh seorang jurnalis atau wartawan dalam mencari suatu berita. Secara etimologis, jurnalistik berasal dari kata *journ*. Dalam Bahasa Perancis, *journ* berarti catatan atau laporan harian. Secara sederhana jurnalistik diartikan sebagai suatu kegiatan yang berhubungan dengan pencatatan atau pelaporan setiap hari. Dengan demikian, jurnalistik bukanlah pers, bukan pula media massa. Jurnalistik adalah kegiatan yang memungkinkan pers atau media massa bekerja dan diakui eksistensinya dengan baik.

Dalam kamus, jurnalistik diartikan sebagai kegiatan untuk menyiapkan, mengedit, dan menulis untuk surat kabar, majalah, atau berkala lainnya **(Assegaff, 1983:9)**. Menurut **Ensiklopedi Indonesia**, jurnalistik adalah bidang profesi yang mengusahakan penyajian informasi tentang kejadian dan atau kehidupan sehari-hari (pada hakikatnya dalam bentuk penerangan, penafsiran, dan pengkajian) secara berkala, dengan menggunakan sarana-sarana penerbitan yang ada **(Suhandang, 2004:22)**. Dalam **Leksikon Komunikasi** dirumuskan, jurnalistik adalah pekerjaan mengumpulkan, menulis, menyunting, dan menyebarkan berita dan karangan untuk surat kabar, majalah dan media massa lainnya seperti radio dan televisi **(Kridalaksana, 1977:44)**. (Sumadiria, 2017:2)

Menurut **Sumadiria** dalam karya bukunya yang berjudul **Jurnalistik Indonesia** menjelaskan mengenai pengertian dari jurnalistik yaitu :

**“Secara teknis, jurnalistik adalah kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan menyebarkan berita melalui media berkala kepada khalayak seluas-luasnya dengan secepat-cepatnya.”(2017:3)**

Jadi dari uraian pengertian diatas jurnalistik merupakan sebuah rangkaian kegiatan dalam memproses suatu informasi untuk dijadikan sebuah berita yang akan di sebarkan kepada khalayak luas menggunakan suatu media massa dengan waktu yang serentak, sesaat dan secepat-cepatnya. Jurnalistik lebih merujuk pada kegiatan atau aktivitas dari seorang jurnalis. Selain itu juga, jurnalistik memiliki beberapa bentuk dan pengelolaannya.

1. **Bentuk Jurnalistik**

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

Menurut **Sumadiria** dalam bukunya **Jurnalistik** Indonesia, dari bentuk dan pengelolaannya, jurnalistik dibagi menjadi ke dalam tiga bagian besar yaitu :

1. Jurnalistik Media Cetak

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

1. Jurnalistik Media Elektronik Auditif

Jurnalistik media elektronik auditif atau jurnalistik radio siaran, lebih banyak dipengaruhi dimensi verbal, teknologikal, dan fisikal. Verbal, berhubungan dengan kemampuan menyusun kata, kalimat, dan paragraf secara efektif dan komunikatif. Teknologikal, berkaitan dengan teknologi yang memungkinkan daya pancar radio dapat ditangkap dengan jelas dan jernih oleh pesawat radio penerima. Fisikal, erat kaitannya dengan tingkat kesehatan fisik dan kemampuan pendengaran khalayak dalam menyerap dan mencerna setiap pesan kata atau kalimat yang disampaikan.

1. Jurnalistik Media Elektrinik Audiovisual

Jurnalistik media elektronik audiovisual atau jurnalistik televisi siaran, merupakan gabungan dari verbal, visual, teknologikal, dan dimensi dramatikal. Verbal, berhubungan dengan kata-kata yang disusun secara singkat, padat, efektif. Visual, lebih banyak menekankan pada bahasa gambar yang tajam, jelas, hidup, memikat. Teknologikal, berkaitan dengan daya jangkau siaran, kualitas suara dan gambar yang dihasilkan serta diterima oleh pesawat televisi penerima di rumah-rumah. Dramatikal, berarti bersinggungan dengan aspek serta nilai dramatik yang dihasilkan oleh rangkaian gambar yang dihasilkan secara simultan. (2017:5)

Dari uraian diatas dapat dijelaskan bahwa bentuk jurnalistik terbagi menjadi tiga bagian dari mulai jurnalistik media cetak seperti surat kabar, majalah, dan sejenisnya, jurnalistik media elektronik auditif yaitu radio dan jurnalistik media elektronik audiovisual yaitu televisi. Tak hanya itu saat ini terdapat jurnalistik yang menggunakan suatu jaringan atau yang biasa disebut dengan media *online* yang mengggunakan jaringan internet untuk mengaksesnya.

Dalam kegiatan jurnalistik terdapat sebuah lembaga yang menaungi didalamnya yang disebut dengan Pers. Pers sangat berkaitan erat dengan media massa bahkan arti sempit dari pers sendiri menunjuk pada sebuah media massa yang berbentuk media cetak seperti surat kabar, majalah, tabloid dan sejenisnya. Sedangkan dalam arti luasnya lebih menunjuk bahwa pers tak hanya media cetak saja tetapi menunjukkan pada media elektronik juga seperti radio dan televisi. Antara pers, media massa, dengan jurnalistik ketiganya saling berkaitan dan berhubungan erat dalam menjalankan tugasnya.

Secara yuridis formal, seperti dinyatakan dalam Pasal 1 ayat (1) UU Pokok Pers No. 40/1999 yang dikutip oleh **Sumadiria** dalam buku yang berjudul **Jurnalistik Indonesia** yaitu :

**“Pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia.”(2017:31)**

Dapat dijelaskan dari pengertian pers dalam UU Pokok Pers No. 40 Tahun 1999 bahwa didalam sebuah pers yang mana merupakan sebuah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa didalamnya terdapat kegiatan jurnalistik untuk mengolah suatu informasi yang akan dijadikan sebuah berita dan akan dipublikasikan kepada khalayak luas dengan menggunakan sebuah saluran yang tersedia seperti media massa yang ada saat ini.

Selain pengertian pers, didalam buku **Menulis Artikel dan Tajuk Rencana** karya **Sumadiria** juga menjelaskan mengenai fungsi utama pers. Terdapat lima fungsi utama pers yang berlaku universal, karena kelima fungsi tersebut dapat ditemukan pada setiap negara di dunia yang menganut paham demokrasi, yakni:

1. Informasi (*to inform*)

Fungsi pertama dari lima fungsi utama pers ialah menyampaikan informasi secepat-cepatnya kepada masyarakat yang seluas-luasnya. Setiap informasi yang disampaikan harus memenuhi kriteria dasar: aktual, faktual, menarik, atau penting, benar, lengkap-utuh, jelas-jernih, jujur-adil, berimbang, relevan, bermanfaat, etis.

1. Edukasi (*to educate*)

Apapun informasi yang disebarluaskan pers hendaknya dalam kerangka mendidik (*to educate*). Pers setiap hari melaporkan berita, memberikan tinjauan atau analisis atas berbagai peristiwa dan kecenderungan yang terjadi, serta ikut berperan dalam mewariskan nilai-nilai luhur universal, nilai-nilai dasar nasional, dan kandungan budaya-budaya lokal dari satu generasi ke generasi berikutnya secara estafet.

1. Koreksi (*to influence*)

Pers adalah pilar demokrasi keempat setelah legislatif, eksekutif, dan yudikatif. Dalam kerangka ini kehadiran pers dimaksudkan untuk mengawasi dan mengontrol kekuasaan legislatif, eksekutif, dan yudikatif agar kekuasaan mereka tidak menjadi korup dan absolut.

1. Rekreasi (*to entertain*)

Fungsi keempat pers adalah menghibur. Pers harus mampu memerankan dirinya sebagai wahana rekreasi yang menyenangkan sekaligus menyehatkan bagi semua lapisan masyarakat.

1. Mediasi (*to mediate*)

Mediasi artinya penghubung. Bisa juga disebut sebagai fasilitator atau mediator. Dengan kemampuan yang dimilikinya, pers telah menghubungkan berbagai peristiwa yang terjadi diberbagai belahan bumi itu dengan kita yang sedang duduk di ruang tamu atau sedang bersantai di sofa. (2020:112)

Pers juga memiliki karakteristik yang menjadikan ciri-ciri spesifik untuknya. Dengan demikian terdapat lima ciri spesifik pers yang kita bahas disini:

1. Periodesitas artinya pers harus terbit secara teratur, periodik misalnya setiap hari, seminggu sekali, dua minggu sekali, satu bulan sekali, atau tiga bulan sekali.
2. Publisitas berarti pers ditujukan kepada khalayak sasaran umum yang sangat heterogen.
3. Aktualitas berarti informasi apapun yang disuguhkan media pers harus mengandung unsur kebaruan, menunjuk kepada peristiwa yang benar-benar baru terjadi atau sedang terjadi.
4. Universalitas berkaitan dengan kesemestaan pers dilihat dari sumbernya dan dari keanekaragaman materi isinya.
5. Objektivitas merupakan nilai etika dan moral yang harus dipegang teguh oleh surat kabar dalam menjalankan profesi jurnalistiknya. (2017:38)

Ketika sudah memahami akan kegiatan dari jurnalistik yang mana mencari, mengolah informasi, yang sudah melewati beberapa tahapan hingga menjadi sebuah berita yang akan dipublikasikan kepada masyarakat luas. Dan juga mengenal akan pers sebagai lembaga sosial dan wahana komunikasi massa dalam kegiatan jurnalistik. Aktivitas itu semua menjadikan masyakarat menjadi melek akan informasi yang diketahui melalui berbagai berita di media massa. Dari fungsi dan karakteristik pers memberikan penjelasan bahwa dalam melakukan kegiatan jurnalistik seorang jurnalis atau wartawan harus berpedoman pada aturan yang ada atau kode etik yang ada, agar informsi yang dibuatnya telah memenuhi persyaratan dan pantas untuk diberitakan kepada khalayak.

1. **Berita**

Berita merupakan suatu informasi yang dipublikasikan melalui sebuah media. Segala sesuatu yang terjadi di dunia ini dapat disebut dengan berita. Informasi akan suatu peristiwa atau kejadian yang sedang dialami oleh suatu daerah atau mengenai sesuatu yang menarik yang layak untuk dipublikasikan kepada masyarakat luas yang masuk kedalam kriteria berita. Banyak definisi yang dikemukakan oleh para ahli mengenai berita.

Menurut **P Williard C. Bleyer** dalam ***Newspaper Writing and Editing*** yang dikutip oleh **Sumadiria** dalam bukunya yang berjudul **Jurnalistik Indonesia** menyatakan:

 **“Berita adalah sesuatu yang termasa yang dipilih oleh wartawan untuk dimuat dalam surat kabar, karena dia menarik atau mempunyai makna bagi pembaca surat kabar, atau karena dia dapat menarik para pembaca untuk membaca berita tersebut.”(2017:64)**

Selain itu dalam buku yang sama yaitu **Jurnalistik Indonesia** karya **Sumadiria** yang mengutip pengertian berita menurut **William S. Maulsby** dalam ***Getting the News*** menegaskan:

**“Berita dapat didefinisikan sebagai suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta-fakta yang mempunyai arti penting dan baru terjadi, yang dapat menarik perhatian para pembaca surat kabar yang memuat berita tersebut.”(2017:64)**

Dalam definisi jurnalistik, seperti dikutip **Assegaf (1984:54)** dalam buku yang sama karya **Sumadiria,** dikatakan :

**“Berita adalah laporan tentang fakta atau ide yang termasa, yang dipilih oleh staf redaksi suatu harian untuk disiarkan, yang dapat menarik perhatian pembaca, entah karena dia luar biasa, entah karena penting atau akibatnya, entah pula karena dia mencakup segi-segi *human interest* seperti homor, emosi, dan ketegangan.”(2017:65)**

Setelah merujuk kepada beberapa definisi tersebut, maka dalam buku **Jurnalistik Indonesia** karya **Sumadiria** mendefinisikan berita sebagai berikut:

**“Berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan atau penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau media *online internet*.”(2017:65)**

Dari uraian diatas dapat ditarik penjelasan dari beberapa definisi berita oleh para pakar bahwa berita merupakan suatu laporan penting bagi khayalak luas mengenai suatu peristiwa atau informasi yang sedang terjadi di belahan dunia yang dipublikasikan dan disebarkan kepada khalayak melalui media massa. Berita memiliki beberapa konsep dalam proses membuat suatu laporan untuk dibagikan kepada khalayak.

1. **Konsep Berita**

Dalam bukunya **Hikmat** yang berjudul **Jurnalistik *Literary Journalism*** menjelaskan mengenai konsep berita. Selain definisi, sejumlah ilmuwanpun menyodorkan catatan konsepsi terkait dengan berita, sehingga banyak sekali rujukan tentang konsep berita. Sedikitnya ada delapan konsep berita yang dapat dijadikan acuan. Kedelapan konsep tersebut, yakni :

1. Berita sebagai laporan tercepat (*news as timely report*). Konsep ini menitikberatkan pada waktu terjadinya suatu peristiwa (*newness*) sebagai faktor terpenting.
2. Berita sebagai rekaman (*news as record*). Berita yang tercetak dalam surat kabar merupakan bahan dokumentasi.
3. Berita sebagai fakta objektif (*news as objective fact*). Berita harus faktual dan objektif. Namun, nilai objektif untuk suatu fakta merupakan suatu hal yang membingungkan karena tidaklah mungkin ada objektivitas yang mutlak. Bagi wartawan, berita objektif adalah laporan mengenai suatu fakta yang diamanatinya tanpa pandangan memihak.
4. Berita sebagai interpretasi (*news as interpretation*). Dalam situasi yang kompleks, yang menyangkut bidang politik, ekonomi, dan sebagainya. Suatu fakta dijelaskan agar pembaca mengerti. Mereka perlu diberi penjelasan mengenai sebab-sebabnya, akibatnya, situasinya, dan sebagainya. Hal itu berarti di balik berita (*news behind the news*). Untuk menggali dan menyajikannya diperlukan kepandaian dan kejujuran, tetapi bahayanya adalah prasangka (*prejudice*) terhadap suatu persoalan tentu.
5. Berita sebagai sensasi (*news as sensation*). Disini terdapat unsur subjektif yakni, bahwa sesuatu yang mengejutkan (*shock*) dan yang menggetarkan atau mengharukan (*thrills*) bagi pembaca yang satu akan berlainan dengan pembaca yang lain.
6. Berita sebagai minat insani (*news as human interest*). Berita menarik bukan karena pentingnya peristiwa yang dilaporkan, melainkan karena sifatnya menyentuh perasaan insani, menimbulkan rasa iba, terharu, gembira, prihatin, dan sebagainya.
7. Berita sebagai ramalan (*news as prediction*). Wartawan cenderung untuk menarik perhatian kepada masa depan daripada masa kini dan masa lalu karena minat pembaca terletak pada masa depan. Untuk itu diperlukan ramalan yang masuk akal (*intelegent forecast*).
8. Berita sebagai gambar (*news as picture*). Ilustrasi halaman surat kabar selain sifatnya semata-mata hiburan, seperti *comic strips*, juga mengandung nilai berita (*news value*). Banyak kejadian yang dilaporkan dalam bentuk gambar yang sering lebih efektif daripada kalau diterangkan dengan kata-kata (**Mott** dalam **Effendy**, 1981:130). (2018:149)

Dari konsep yang dipaparkan diatas bahwa sebuah berita sebelum dipublikasikan kepada khalayak berita dibuat sesuai dengan apa yang khalayak butuhkan dan apa peristiwa yang sedang terjadi dilapangan secara aktual dan sesuai fakta. Selain dari konsep, beritapun memiliki berbagai jenisnya.

1. **Jenis-Jenis Berita**

Terdapat beberapa jenis berita dalam jurnalistik yang diketahui yang ditulis dan dibuat oleh seorang wartawan. Jenis dalam berita lebih merujuk pada sifat pelaporan yang dibuat dan didapatkan oleh seorang wartawan. Dalam buku **Jurnalistik Indonesia** oleh **Sumadiria** mengelompokkan jenis-jenis berita kedalam tiga kelompok yaitu *elementary, intermediate, advance*. Berita *elementary* mencakup pelaporan berita langsung (*straight news*), berita mendalam (*depth news report*), dan berita menyeluruh (*comprehensive news report*). Berita *intermediate* meliputi pelaporan berita interpretatif (*interpretative news report*) dan pelaporan karangan-khas (*feature story news*). Sedangkan untuk kelompok *advance* menunjuk pada pelaporan mendalam (*depth reporting*), pelaporan penyelidikan (*investigative reporting*), dan penulisan tajuk rencana (*editorial writing*).

1. *Straight news report* adalah laporan langsung mengenai suatu peristiwa.
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.
4. *Interpretative report* biasanya memfokuskan sebuah isu, masalah, atau peristiwa-peristiwa kontroversial.
5. *Feature story* menyajikan suatu pengalaman pembaca (*reading experiences*) yang lebih bergantung pada gaya (*style*) penulisan dan humor daripada pentingnya informasi yang disajikan.
6. *Depth reporting* adalah pelaporan jurnalistik yang bersifat mendalam, tajam, lengkap dan utuh tentang suatu peristiwa fenomenal atau aktual.
7. *Investigative reporting* memusatkan pada sejumlah masalah dan kontroversi.
8. *Editorial writing* adalah pikiran sebuah institusi yang diuji didepan sidang pendapat umum.
9. **Kriteria Umum Nilai Berita**

Dalam membuat suatu berita seorang wartawan harus mengetahui kriteria umum nilai-nilai berita, agar berita yang dibuatnya sesuai dan pantas untuk dipublikasikan kepada khalayak luas. Adanya kriteria umum nilai berita juga menjadi sebuah acuan bagi wartawan untuk membuat berita mana yang baik dan layak untuk dijadikan sebuah berita. Kriteria nilai berita ini dijadikan sebuah patokan oleh reporter dalam membuat sebuah berita agar dapat digolongkan atau diklasifikasikan beritanya, untuk memudahkan khalayak dalam menerima informasi tersebut.

Dalam buku **Jurnalistik Indonesia** yang ditulis oleh **Sumadiria** menjelaskan mengenai kriteria umum nilai berita. Kriteria umum 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. Dengan kriteria tersebut, seorang reporter dapat dengan mudah mendeteksi mana peristiwa yang harus diliput dan dilaporkan, dan mana peristiwa yang tak perlu diliput dan harus dilupakan. 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.

Kriteria umum nilai berita, menurut **Brian S. Brooks**, **George Kennedy**, **Darly R. Moen**, dan **Don Ranly** dalam ***News Reporting amd Editing*** (1980:6-17) menunjuk kepada sembilan hal. Beberapa pakar lainnya menyebutkan, ketertarikan manusiawi (*humanity*) dan seks (*sex*) dalam segala dimensi dan manifestasinya, juga termasuk ke dalam kriteria umum niali berita yang harus diperhatikan dengan saksama oleh para reporter dan editor media massa.

1. Keluarbiasaan (*unusualness*)

Berita adalah sesuatu yang luar biasa. Berita adalah suatu peristiwa luar biasa (*news is unusual*). Peristiwa yang termasuk kategori luar biasa, seperti pesawat terbang meledak di udara, kebakaran yang melahap ratusan rumah disuatu pemukiman, dan lain sebagainya.

1. Kebaruan (*newness*)

Berita adalah semua apa yang baru. 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.

1. Akibat (*impact*)

Berita adalah segala sesuatu yang berdampak luas. Suatu peristiwa tidak jarang menimbulkan dampak besar dalam kehidupan masyarakat. Kenaikan harga bahan bakar minyak (BBM), tarif angkutan umum, tarif telepon, dan lain sebagainya.

1. Aktual (*timeliness*)

Berita adalah peristiwa yang sedang atau baru terjadi. Secara sederhana aktual berarti menunjuk pada peristiwa yang baru atau yang sedang terjadi. Berita adalah apa yang terjadi hari ini, apa yang masih belum diketahui tentang apa yang akan terjadi hari ini, atau adanya opini berupa pandangan dan penilaian yang berbeda dengan opini sebelumnya.

1. Kedekatan (*proximity*)

Berita adalah kedekatan. Kedekatan mengandung dua arti. Kedekatan geografis dan kedekatan psikologis. Kedekatan geografis menunjuk pada suatu peristiwa atau berita yang terjadi disekitar tempat tinggal kita. Kedekatan psikologis lebih banyak ditentukan oleh tingkat keterikatan pikiran, perasaan, atau kejiwaan seseorang dengan suatu objek peristiwa atau berita.

1. Informasi (*information*)

Berita adalah informasi. Menurut **William Wilbur Schramm, “Informasi adalah segala yang bisa menghilangkan ketidakpastian”**

1. Konflik (*conflict*)

Berita adalah konflik atau segala sesuatu yang mengandung unsur atau sarat dengan dimensi pertentangan. Berita konflik, berita tentang pertentangan dua pihak atau lebih, menimbulkan dua sisi reaksi dan akibat yang berlawanan.

1. Orang penting (*prominence*)

Berita adalah tentang orang-orang penting, orang-orang ternama, pesohor, selebriti, figur publik. Orang-orang penting, orang-orang terkemuka, dimanapun selalu membuat berita.

1. Kejutan (*surprising*)

Kejutan adalah sesuatu yang datangnya tiba-tiba, diluar dugaan, tidak direncanakan, diluar perhitungan, tidak diketahui sebelumnya. Petenis Yayuk Basuki membuat kejutan ketika mengalahkan Gabriela Sabatini pada pertandingan eksibisi di Jakarta, September 1994.

1. Ketertarikan manusiawi (*human interest*)

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.

1. Seks (*sex*)

Berita adalah seks. Sepanjang sejarah peradaban manusia, segala hal yang berkaitan dengan perempuan, pasti menarik dan menjadi sumber berita. Seks memang identik dengan perempuan. Seks bisa menyentuh masalah poligami. Seks begitu akrab dengan dunia perselingkuhan para petinggi negara hingga selebriti, dari Bill Clinton hingga *play boy* kampung kelas teri. (2017:91)

Secara keseluruhan berita bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak mengenai peristiwa, dengan adanya kriteria tersebut lebih memudahkan khalayak dalam menggolongkan berita-beritanya masuk kedalam kriteria yang mana. Dari situ khalayak menjadi mengerti dan paham mengenai pemberitaan di berbagai media.

1. **Pengertian Ikon Kota**

Pada dasarnya ikon kota merupakan sebuah simbol dari kota itu sendiri. Ikon kota dijadikan sebagai media komunikasi dan informasi kepada masyarakat. Ikon kota adalah simbol, dimana simbol masuk kedalam komunikasi yaitu komunikasi nonverbal dimana didalamnya mengandung pesan dan makna. Menurut sumber yang peneliti dapatkan dari [www.bugiswarta.com](http://www.bugiswarta.com) yang diakses oleh peneliti pada Jumat 02 Oktober 2020 pukul 18.06 WIB pemahaman filosofi pendekatan arsitektural sebuah ikon kota adalah sebuah karya arsitektur (seni menata ruang dan menemukan bentuk) dan karya arsitektur adalah sebuah hasil dari kajian estetika (keindahan) bentuk dan makna (filosofi) manusia dan budaya yang diwakili. Jika dilihat dari fungsi bangunannya ikon kota dapat didefinisikan sebagai bangunan sesuatu yang dimaksudkan untuk menyampaikan pesan atau mencerminkan identitas atau karakter masyarakat, identitas budaya, tatanan sosial, identitas keagamaan, budaya masa lalu (sejarah), simbol kekuasaan, kejayaan, kejayaan ekonomi, kejayaan teknologi, atau pengharapan ke masa yang akan datang.

Bangunan ikon atau simbol dimaksudkan sebagai media untuk menunjukkan sebuah identitas masyarakat baik identitas ideologi, identitas manusia, dan alam. Secara umum ikon kota tersebut dapat berbentuk :

* Bangunan keagamaan seperti masjid di Aceh, vihara, candi, dll.
* Bangunan tradisional seperti rumah adat, bangunan kolonial, bangunan ibadah kuno.
* Bangunan tugu seperti tugu Monumen Nasional di Jakarta, Tugu Pahlawan di Surabaya, dll.
* Patung atau bangunan bentuk menyerupai tokoh seperti patung Jenderal Sudirman, patung Sultan Hasanuddin, dll.

Ikon kota dalam falsafah arsitektur dianggap sebagai media komunikasi dan informasi. Kehadirannya dapat mewujudkan suatu maksud dan tujuan yang diharapkan, misalnya bangunan sejarah yang diharapkan menyampaikan pesan sejarah masa lalu kepada generasi yang akan datang. Ikon kota akan menjadi sebuah *landmark* masyarakat yang diharapkan dapat membawa suatu pengaruh pada masyarakat baik pada konsep pemikiran, atau sampai pada *style* gaya hidup yang turut mendorong terjadinya pola interaksi sosial budaya baru.

Ikon kota dapat dijadikan sebagai ciri khas dari suatu daerahnya yang dijadikan sebagai simbol yang mengandung pesan didalamnya untuk disampaikan kepada masyarakat luas dan dikenalkan serta sebagai pengingat daerah tersebut. Ikon kota juga dijadikan sebagai media untuk komunikasi dan informasi kepada masyarakat luas karena mengandung pesan dan masyarakat dapat menilai dari ikon tersebut.

1. **Kerangka Teoretis**

Dalam kerangka teoretis peneliti menggunakan satu teori yang berkaitan dengan judul dalam penelitian ini. Kerangka teori sendiri merupakan suatu landasan teori yang dapat disebut dengan kajian kepustakaan. Di mana teori ini, yang nantinya peneliti akan gunakan dalam menguraikan dan menjelaskan penelitian yang di telitinya. Peneliti menggunakan satu teori yang berkaitan dengan penelitian yang ditelitinya. Maka dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Teori Konstruksi Realitas Sosial dari Peter L. Berger dan Thomas Luckmann.

1. **Teori Konstruksi Realitas Sosial**

Teori konstruksi realitas sosial mengungkapkan bahwa fakta yang ada semua didunia ini merupakan hasil rekonstruksi sosial masyarakat atau berdasarkan pengaruh baik dari individu maupun lingkungan. Teori konstruksi realitas sosial merupakan sebuah proses sosial melalui suatu tindakan serta interaksi yang mana seorang individu maupun kelompok yang menciptakan suatu realitas yang dialami dan dimiliki bersama secara terus menerus secara subjektif. Disini individu bebas dalam menentukan dunia sosialnya yang dikonstruksikan berdasarkan kehendaknya.

Menurut **Ritzer** dalam bukunya **Konstruksi Sosial Media Massa** yang ditulis oleh **Bungin** menjelaskan:

**“Dari paradigma definisi sosial yang mengakui manusia adalah aktor yang kreatif dalam realitas sosialnya. Manusia adalah pencipta yang relatif bebas di dalam dunia sosialnya.” (2008: 5)**

Artinya, tindakan manusia tidak sepenuhnya ditentukan oleh norma-norma, kebiasaan-kebiasaan, nilai-nilai dan sebagainya, yang kesemua itu tercakup dalam fakta sosial yaitu tindakan yang tergambarkan struktur dan pranata sosialnya. Manusia secara aktif dan kreatif mengembangkan dirinya melalui respon-respon terhadap stimulus dalam dunia kognitifnya.

Dalam proses sosialnya, manusia dijadikan sebagai pencipta suatu realitas sosial yang bebas sesuai yang dikehendakinya terhadap dunia sosialnya. Dari paradigma di atas di mana dalam definisi sosialnya lebih tertarik pada pemikiran manusia tentang proses sosial. Karena manusia mempunyai suatu kebebasan bertindak diluar batas kontrol struktur dan pranata sosialnya. Karena pada dasarnya manusia merupakan makhluk sosial.

**Hidayat** dalam **Bungin** bukunya **Konstruksi Sosial Media Massa** menguraikan:

**“Dalam paradigma komunikasi hasil kajian ini memperkuat *constructivism paradigm* di mana realitas sosial dilihat sebagai hasil konstruksi sosial, dimana kebenaran suatu realitas sosial bersifat relatif.” (2008: 5)**

Dalam penjelasan ontologis, realitas sosial dikonstruksi itu berlaku sesuai konteks spesifik yang dinilai relevan oleh pelaku sosial. Sedangkan dalam konteks epistemologi, pemahaman tentang suatu realitas, merupakan produk interaksi antara peneliti dengan objek yang diteliti. Dalam konteks aksiologi, peneliti sebagai *passionate participation*, fasilitator yang menjembatani keragaman subjektivitas pelaku sosial. Sedangkan tujuan penelitian adalah rekonstruksi realitas sosial dialektis antara peneliti dengan pelaku sosial yang diteliti.

Pada kenyataannya realitas sosial tidak berdiri sendiri tanpa kehadiran individu, baik di dalamnya maupun di luar realitas tersebut. Realitas sosial itu memiliki makna, manakala realitas sosial dikonstruksi dan dinamakan secara subjektif oleh individu lain sehingga memantapkan realitas itu secara objektif. Individu mengkonstruksi realitas sosial, dan merekonstruksinya dalam dunia realitas, memantapkan realitas itu berdasarkan subjektivitas individu lain dalam institusi sosialnya.

Teori kontruksi realitas sosial dikenalkan oleh dua orang tokoh yaitu **Peter L. Berger** dan **Thomas Luckmann** melalui bukunya yang berjudul ***The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociological of Knowledge* (1996)**.

**“Ia menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, dimana individu menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif.” (Sugiyono, 2008: 13)**

Asal usul konstruksi sosial dari filsafat konstruktivisme yang dimulai dari gagasan-gagasan konstruktif kognitif. Pengetahuan selalu merupakan konstruksi dari individu yang mengetahui dan tidak dapat ditransfer kepada individu lain yang pasif. Karena itu konstruksi harus dilakukan sendiri olehnya terhadap pengetahuan itu, sedangkan lingkungan adalah sarana terjadinya konstruksi itu. Konstruktivisme dilihat sebagai sebuah kerja kognitif individu untuk menafsirkan dunia realitas yang ada karena terjadi relasi sosial antara individu dengan lingkungan atau orang disekitarnya. Individu kemudian membangun sendiri pengetahuan atas realitas yang dilihat itu berdasarkan pada struktur pengetahuan yang telah ada sebelumnya. Dan konstruktivisme macam inilah yang oleh **Berger dan Luckmann** disebut dengan konstruksi sosial.

**Berger dan Luckmann (Sugiyono, 2008: 14)** mulai menjelaskan realitas sosial dengan memisahkan pemahaman ‘kenyataan’ dan ‘pengetahuan’. Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat di dalam realitas-realitas yang diakui sebagai memiliki keberadaan (*being*) yang tidak tergantung kepada kehendak kita sendiri. Sedangkan pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik yang spesifik. Selain itu institusi masyarakat tercipta dan dipertahankan atau diubah melalui tindakan dan interaksi manusia. Meskipun masyarakat dan institusi sosial terlihat nyata secara objektif, namun pada kenyataan semuanya dibangun dalam definisi subektif melalui proses interaksi. Objektivitas baru bisa terjadi melalui penegasan berulang-ulang yang diberikan oleh orang lain yang memiliki definisi subjektif 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. Terjadi dialektika antara individu menciptakan masyarakat dan masyarakat menciptakan individu. Proses dialektika ini terjadi melalui eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi.

Dibawah ini akan dijelaskan gagasan **Berger dan Luckmann** tentang eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi yaitu :

1. Ekternalisasi

Penyesuaian diri dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia.

1. Objektivasi

Interaksi sosial yang terjadi dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi.

1. Intenalisasi

Proses dimana individu mengidentifikasikan dirinya dengan lembaga-lembaga sosial/organisasi sosial tempat individu menjadi anggotanya.

Proses dialektika yang dikemukakan oleh **Berger dan Luckmann** terbagi menjadi tiga bagian. Dimana bagian pertama eksternalisasi tahapnya dimulai dari suatu interaksi yang dilakukan oleh individu dengan media massa yang ingin menyampaikan suatu pesan. Karena yang kita tahu dalam ekternalisasi manusia menjadi bagian dari dunia sosiokulturalnya yang penting dalam kehidupan manusia karena menjadi suatu yang mendasar dalam pola perilaku interaksi individu.

**Berger dan Luckmann** berpendapat dalam buku **Konstruksi Sosial Media Massa** yang ditulis ole **Bungin** bahwa:

**“Produk-produk sosial dari eksternalisasi manusia mempunyai suatu sifat yang *sui generis* dibandingkan dengan konteks organismis dan konteks lingkungannya, maka penting ditekankan bahwa eksternalisasi itu sebuah keharusan antropologis yang berakar dalam perlengkapan biologis manusia.” (2008: 16)**

Selanjutnya tahapan proses dialektika yang kedua yaitu objektivasi dimana interaksi sosial terjadi dalam dunia intersubjektif masyarakat yang dilembagakan. Objektivasi bisa terjadi karena adanya penyebaran opini dari produk sosialnya yang dikembangkan dalam masyarakat. Dalam objektivasi juga terdapat sebuah signifikan atau sebuah tanda oleh manusia yang digunakan sebagai suatu isyarat.

Dalam **Bungin**, **Berger dan Luckmann** berpendapat di buku **Konstruksi Sosial Media Massa** bahwa:

**“Memanifestasikan diri dalam produk-produk kegiatan manusia yang tersedia, baik bagi produsen-produsennya maupun bagi orang lain sebagai unsur dari dunia bersama.” (2008: 16)**

Dengan demikian, bahasa memegang peran penting dalam objektivasi terhadap tanda-tanda dan bahkan tidak saja dapat memasuki wilayah *de facto* melainkan juga *a priori* yang berdasarkan kenyataan lain tidak dapat dimasuki dalam pengalaman sehari-hari. Bahasa merupakan alat simbolis untuk mensignifikasi dimana logika ditambahkan secara mendasar kepada dunia sosial yang di objektivasi. Dari situ maka ada yang disebut dengan ”Objektivasi Linguistik”. **Bungin** dalam buku **Konstruksi Sosial Media Massa, Berger dan Luckmann** menjelaskan mengenai objektvasi linguistik yaitu :

**“Melakukan signifikasi, memberikan tanda bahasa dan simbolisasi terhadap benda yang disignifikasi, melakukan tipifikasi terhadap kegiatan seseorang yang kemudian menjadi objektivasi lingusitik yaitu pemberian tanda verbal maupun simbolisasi yang kompleks.” (2008: 18)**

Proses dialektika yang ketiga yaitu internalisasi. Dalam internalisasi dimana individu mengidentifikasi dirinya dengan lembaga sosial yang ada ditempatnya. Dalam internalisasi juga dimana individu memahami dan manafsirkan langsung dari suatu peristiwa objektif yang tejadi untuk mengungkapkan suatu makna. Individu juga tidak hanya memahami proses subjektif orang lain tetapi memahami juga dunia dimana individu itu hidup. Dalam buku **Konstruksi Sosial Media Massa**, **Bungin** menjelaskan mengenai internalisasi dimana:

**“Titik awal dari proses ini adalah internalisasi; pemahaman atau penafsiran yang langsung dari suatu peristiwa objektif sebagai pengungkapan suatu makna, artinya, sebagai suatu manifestasi dari proses-proses subjektif bagi individu sendiri.” (2008: 19)**

Menurut **Berger dan Luckmann** dalam bukunya **Bungin** yang berjudul **Konstruksi Sosial Media Massa** mengartikan:

**“Realitas sosial adalah pengetahuan yang bersifat keseharian yang hidup dan berkembang di masyarakat, seperti konsep, kesadaran umum, wacana publik, sebagai hasil dari konstruksi sosial.” (2008: 24)**

Realitas sosial yang dimaksudkan oleh **Berger dan Luckmann** ini terdiri dari realitas objektif, realitas simbolis, dan realitas subjektif. Realitas objektif adalah realitas yang terbentuk dari pengalaman di dunia objektif yang berada di luar diri individu, dan realitas ini dianggap sebagai kenyataan. Realitas simbolis merupakan ekspresi simbolis dari realitas objektif dalam berbagai bentuk. Sedangkan realitas subjektif adalah realitas objektif dan simbolis ke dalam individu melalui proses internalisasi. (Henry dalam Sugiyono, 2008: 24)

 Jadi dari penjelasan uraian diatas, teori konstruksi realitas sosial ialah suatu proses sosial di mana seorang individu melakukan suatu tindakan atau interaksi terhadap dirinya sendiri, masyarakat maupun dunia luar untuk menciptakan suatu realitas secara terus menerus berulang-ulang bersama dengan cara subjektif. Dalam teori ini terdapat tiga proses dialektika yang dikemukakan oleh **Berger dan Luckmann** yaitu ekternalisasi yaitu penyesuaian diri dengan dunia sosiokulturalnya, dimana proses ini merupakan tahap awal bagi individu mulai berinteraksi terhadap suatu pesan. Objektivasi yaitu interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau institusional, dimana dalam proses ini terdapat suatu signifikasi seperti bahasa dalam dunia sosial. Dan yang terakhir internalisasi yaitu proses individu mengidentifikasi dirinya dalam lembaga-lembaga sosial, dimana individu memahami dam menafsirkan suatu peristiwa objektif yang diungkapkan dengan suatu makna.

1. **Analisis Wacana**

Istilah wacana banyak digunakan oleh kalangan dari mulai pendidikan mengenai bahasa, komunikasi, sastra maupun lainnya. Antara wacana dengan bahasa juga memiliki kaitannya. Begitu juga antara komunikasi dengan wacana memiliki suatu hubungan dan kaitan di dalamnya.

**Webster** dalam buku **Analisis Teks Media** yang ditulis oleh **Sobur** menjelaskan mengenai istilah wacana yaitu :

**“Kata *discourse* berasal dari bahasa Latin *discursus* yang berarti lari kian-kemari (yang diturunkan dari dis-‘dari, dalam arah yang berbeda’, dan currere ‘lari’)**

1. **Komunikasi pikiran dengan kata-kata; ekspresi ide-ide atau gagasan-gagasan; konversasi atau percakapan.**
2. **Komunikasi secara umum, terutama sebagai suatu subjek studi atau pokok telaah.**
3. **Risalah tulis; disertasi formal; kuliah; ceramah; khotbah.” (2012:10)**

**Ismail Murahimin** dalam buku **Analisis Teks Media** yang ditulis oleh **Sobur** mengartikan wacana sebagai :

**“Kemampuan untuk maju (dalam pembahasan) menurut urut-urutan yang teratur dan semestinya dan komunikasi buah pikiran, baik lisan, maupun tulisan, yang resmi dan teratur.” (2012:10)**

Jika definisi ini kita pakai sebagai pegangan, maka dengan sendirinya semua tulisan yang teratur, yang menurut urut-urutan yang semestinya, atau logis, adalah wacana. Karena itu, sebuah wacana harus punya dua unsur penting, yakni kesatuan (*unity*) dan kepaduan (*coherence*).

**Samsuri** menjelaskan dalam buku **Analisis Teks Media** karya **Sobur** yang menyatakan bahwa:

**“Wacana ialah rekaman kebahasaan yang utuh tentang peristiwa komunikasi, biasanya terdiri atas seperangkat kalimat yang mempunyai hubungan pengertian yang satu dengan yang lainnya. Komunikasi itu dapat menggunakan bahasa lisan, dan dapat pula memakai bahasa tulisan.” (2012:10)**

**Stubbs** dalam buku berjudul **Analisis Wacana Kajian Teoritis dan Praktis** karya **Rusminto** menjelaskan:

**“Analisis wacana merupakan suatu kajian yang meneliti dan menganalisis bahasa yang digunakan secara ilmiah, baik dalam bentuk lisan maupun tulisan.” (2015:4)**

**Mills** dengan mengacu pada pendapat **Foucault** dalam buku **Analisis Teks Media** yang ditulis oleh **Sobur** menjelaskan:

**“Membedakan pengertian wacana menjadi tiga macam, yakni wacana dilihat dari level konseptual teoritis, konteks penggunaan, dan metode penjelasan.” (2012:11)**

Berdasarkan level konseptual teoritis, wacana diartikan sebagai domain umum dari semua pernyataan, yaitu semua ujaran atau teks yang mempunyai makna dan mempunyai efek dalam dunia nyata. Sementara, dalam konteks penggunaannya, wacana berarti sekumpulan pernyataan yang dapat dikelompokkan ke dalam kategori konseptual tertentu. Pengertian ini menekankan pada upaya untuk mengidentifikasi struktur tertentu dalam wacana, yaitu kelompok ujaran yang diatur dengan suatu cara tertentu, misalnya wacana imperialisme dan wacana feminisme. Sedangkan dilihat dari metode penjelasaannya, wacana merupakan suatu praktik yang diatur untuk menjelaskan sejumlah pernyataan.

Secara singkat dan sederhana, teori wacana menjelaskan sebuah peristiwa terjadi seperti terbentuknya sebuah kalimat atau pernyataan (**Heryanto, 2000:344**). Karena itulah dinamakan analisis wacana. Sebuah kalimat bisa terungkap bukan hanya karena ada orang yang membentuknya dengan motivasi atau kepentingan subjektif tertentu (rasional dan irasional).

Menurut **Syamsuddin** dalam buku **Analisis Teks Media** yang ditulis oleh **Sobur** menyatakan :

**“Pembahasan dan analisis wacana merupakan suatu bidang yang relatif baru dan masih kurang mendapat perhatian para ahli bahasa (linguis) pada umumnya” (2012:47)**

Analisis wacana adalah studi tentang struktur pesan dalam komunikasi. Lebih tepatnya lagi, analisis wacana adalah telaah mengenai aneka fungsi (pragmatik) bahasa. Analisis wacana lahir dari kesadaran bahwa persoalan yang terdapat dalam komunikasi bukan terbatas pada penggunaan kalimat atau bagian kalimat, fungsi ucapan, tetapi juga mencakup struktur pesan yang lebih kompleks dan inheren yang disebut wacana (**Littlejohn: 1996:84**).

Dalam pandangan **Littlejohn**, meski menulis dan bahkan bentuk-bentuk nonverbal dapat dianggap wacana, kebanyakan analisis wacana berkonsentrasi pada percakapanyang muncul secara wajar. Menurutnya, terdapat beberapa untai analisis wacana, bersama-sama menggunakan seperangkat perhatian.

1. Seluruhnya mengenai cara-cara wacana disusun, prinsip yang digunakan oleh komunikator untuk menghasilkan dan memahami percakapan atau tipe-tipe pesan lainnya. Ahli analisis wacana melihat pada pembicaraan nyata dan bentuk-bentuk nonverbal seperti mendengar dan melihat, dan mereka melakukan studi makna dari bentuk-bentuk yang teramati didalam konteks.
2. Wacana dipandang sebagai aksi; ia adalah cara melakukan segala hal, biasanya dengan kata-kata. Ahli analisis wacana berasumsi bahwa pengguna bahasa mengetahui bukan hanya aturan-aturan tata bahasa kalimat, namun juga aturan-aturan untuk menggunakan unit-unit yang lebih besar dalam menyelesaikan tujuan-tujuan pragmatik dalam situasi sosial. Bahasa digunakan dengan suatu strategi guna mencapai tujuan yang diinginkan seperti memuat permohonan, mendapat giliran, bersikap sopan, atau memperoleh kerjasama.
3. Analisis wacana adalah suatu pencarian prinsip-prinsip yang digunakan oleh komunikator aktual dari perspektif mereka; ia tidak mempedulikan ciri/sifat psikologis tersembunyi atau fungsi otak, namun terhadap problema percakapan sehari-hari yang kita kelola dan kita pecahkan.

Dari segi analisisnya, ciri dan sifat wacana itu dapat dikemukakan sebagai berikut (**Syamsuddin, 1992:6**):

1. Analisis wacana membahas kaidah memakai bahasa didalam masyarakat (*rule of use* – menurut Widdowson) Analisis wacana merupakan usaha memahami makna tuturan dalam konteks, teks, dan situasi (Firth)
2. Analisis wacana merupakan pemahaman rangkaian tuturan melalui interpretasi semantik (Beller)
3. Analisis wacana berkaitan dengan pemahaman bahasa dalam tindak berbahasa (*what is said from what is done* – menurut Labov)
4. Analisis wacana diarahkan kepada masalah mamakai bahasa secara fungsional (*functional use of language* – menurut Coulthard)
5. **Analisis Wacana Sebagai Alternatif Analisis Teks Media**

Melalui analisis wacana kita bukan hanya mengetahui bagaimana isi teks berita, tetapi juga bagaimana pesan itu disampaikan. Lewat kata, frase, kalimat, metafora macam apa suatu berita disampaikan. Analisis wacana berbeda dengan apa yang dilakukan oleh analisis isi kuantitatif, antara lain (**Eriyanto, 2001: 337-341**). Pertama, dalam analisisnya analisis wacana lebih bersifat kualitatif dibandingkan dengan analisis isi yang umumnya bersifat kuantitatif. Analisis wacana lebih menekankan kepada pemaknaan teks ketimbang penjumlahan unit kategori seperti dalam analisis isi. Dasar dari analisis wacana adalah interpretasi, karena analisis wacana merupakan bagian dari dari metode interpretatif yang mengandalkan interpretasi dan penafsiran peneliti. Kedua, analisis isi kuantitaif pada umumnya hanya dapat digunakan untuk membedah muatan teks komunikasi yang bersifat *manifest* (nyata), sedangkan analisis wacana justru berpretensi memfokuskan pada pesan *latent* (tersembunyi). Makna suatu pesan dengan demikian tidak bisa hanya ditafsirkan sebagai apa yang tampak nyata dalam teks, namun harus dianalisis dari makna yang tersembunyi. Pretensi analisis wacana adalah pada muatan, nuansa, dan makna yang laten dalam teks media. Ketiga, analisis isi kuantitatif hanya dapat mempertimbangkan “apa yang dikatakan” (*what*), tetapi tidak dapat menyelidiki “bagaimana ia dikatakan” (*how*). Dalam kenyataannya, yang penting bukan apa yang dikatakan oleh media, akan tetapi bagaimana dan dengan cara apa pesan dikatakan. Hal ini disebabkan analisis wacana bukan sekadar bergerak dalam level makro (isi dari suatu teks), tetapi juga pada level mikro yang menyusun suatu teks, seperti kata, kalimat, ekspresi, dan retoris. Keempat, analisis wacana tidak berpretensi melakukan generalisasi.

Menurut **Van Dijk** dalam buku **Analisis Teks Media** yang ditulis oleh **Sobur**:

**“Sebuah wacana dapat berfungsi sebagai suatu pernyataan (*assertion*), pertanyaan (*question*), tuduhan (*accusation*), atau ancaman (*threat*).” (2012:71)**

Jadi dalam analisis wacana kita belajar untuk mengetahui suatu makna yang terkandung dalam suatu teks bukan hanya mengetahui teks tersebut tetapi kita juga belajar menginterpretasi nilai yang terkandung dalam teks tersebut. Dalam analisis wacana juga tidak hanya menganalisis pesan dari teks secara tulisan tetapi menganalisis juga dari teks secara lisan. Didalam suatu media, wacana digunakan untuk memahami bagaimana kalimat-kalimat pemberitaan tersebut disampaikan, apa makna dari teks yang diungkapkan dan disajikan dalam berita tersebut, maka diperlukannya suatu analisis agar dapat mengetahui makna dari setiap teks yang terkandung didalamnya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis wacana model Teun A. Van Dijk untuk menjelaskan dalam penelitian yang ditelitinya.

1. **Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan suatu pemikiran peneliti yang berkaitan dengan judul yang diambil oleh peneliti. Tidak hanya itu kerangka pemikiran ini masih berkaitan dengan kerangka konseptual dan juga kerangka teoretis. Khusunya antara kerangka teoretis dengan kerangka pemikiran harus sejalan dan harus saling keterkait agar dapat mempermudah peneliti dalam menjelaskan dan menguraikan penelitian yang ditelitinya. Dalam kerangka pemikiran peneliti memberikan sebuah gambaran singkat mengenai tahapan penelitian dari tahap awal hingga tahap akhir. Dalam penelitian ini meneliti sebuah tayangan berita dalam sebuah media massa mengenai pemberitaan pembangunan sebuah infrastruktur yaitu pembanguan *Islamic Center* yang akan dijadikan sebagai Ikon Kabupaten Cirebon yang mempunyai pengaruh terhadap dinamika sosial, bukan hanya itu fakta yang terjadi tersebut juga dapat mempengaruhi kehidupan masyarakat dalam lingkungan sosialnya.

1. **Analisis Wacana Teun A. Van Dijk**

Banyak para ahli yang mengenalkan, menjabarkan, menjelaskan serta mengembangkan mengenai model analisis wacana. Dalam penelitian ini peneliti mengambil salah satu model analisis wacana dari **Teun A. Van Dijk**. Karena model analisis ini paling banyak digunakan dan dipakai. Dalam buku **Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media** yang ditulis oleh **Eriyanto**, model yang dipakai oleh **Van Dik** ini sering disebut sebagai “kognisi sosial”. Menurut **Van Dijk**, penelitian atas wacana tidak cukup hanya didasarkan pada analisis atas teks semata, karena teks hanya hasil dari suatu praktik produksi yang harus diamati. Disini harus dilihat juga bagaimana suatu teks diproduksi, sehingga kita memperoleh suatu pengetahuan kenapa teks bisa semacam itu. **Van Dijk** membuat suatu jembatan yang menghubungkan elemen besar berupa struktur sosial tersebut dengan elemen wacana yang mikro dengan sebuah dimensi yang dinamakan kognisi sosial. Kognisi sosial tersebut mempunyai dua arti. Disatu sisi ia menunjukkan bagaimana proses teks tersebut diproduksi oleh wartawan/media, disisi lain ia menggambarkan bagaimana nilai-nilai masyarakat yang patriarkal itu menyebar dan diserap oleh kognisi wartawan, dan akhirnya digunakannya untuk membuat teks.

Wacana oleh **Van Dijk** digambarkan mempunyai tiga dimensi/bangunan: teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. 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. Model dari analisis **Van Dijk** ini dapat digambarkan sebagai berikut:

**Teks**

**Kognisi Sosial**

**Konteks**

 **Gambar 2.1 Model Analisis Wacana Teun A. Van Dijk**

***Sumber: Eriyanto, Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media (2015:225)***

**Van Dijk** membagi kedalam tiga tingkatan. Pertama, struktur makro. Ini merupakan makna global/umum dari suatu teks yang dapat diamati dengan melihat topik atau tema yang dikedepankan dalam suatu berita. Kedua, superstruktur. Ini merupakan struktur wacana yang berhubungan dengan kerangka suatu teks, bagaimana bagian-bagian teks tersusun kedalam berita secara utuh. Ketiga, struktur mikro adalah makna wacana yang dapat diamati dari bagian kecil dari suatu teks yakni kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, parafrase, dan gambar. Kita tidak hanya mengetahui apa yang diliput oleh media, tetapi juga bagaimana cara media mengungkapkan sebuah peristiwa yang terjadi kedalam teks yang menggunakan pilihan bahasa dan bagaimana diungkapkan menggunakan retorika tertentu. Jika digambarkan maka struktur wacana adalah sebagai berikut:

**Struktur Makro**

Makna global dari suatu teks yang dapat diamati

dari topik/tema yang diangkat oleh suatu teks.

**Superstruktur**

Kerangka suatu teks, seperti bagian pendahuluan, isi, penutup, dan kesimpulan.

**Struktur Mikro**

Makna lokal dari suatu teks yang dapat diamati dari pilihan

kata, kalimat, dan gaya yang dipakai oleh suatu teks.

**Gambar 2.2 Struktur Teks**

***Sumber: Eriyanto, Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media (2015:227)***

Penelitian yang berjudul *Analisis Wacana Pemberitaan Pembangunan Islamic Center Sebagai Ikon Kabupaten Cirebon yang DiSupport Abu Dhabi* ini menggunakan satu teori yaiu teori konstruki realitas sosial dari **Peter L. Berger dan Thomas Luckmann** dimana sebuah proses sosial melalui sebuah interaksi atau tindakan dari individu maupun kelompok berdasarkan realitas yang dialami terus menerus bersama yang bersifat relatif. Selain teori konstruksi realitas sosial yang digunakan peneliti juga menggunakan model analisis wacana **Teun A. Van Dijk**. Dalam penelitian ini peneliti hanya meneliti satu dimensi dari model analisis wacana tersebut. Hal ini dikarenakan dalam penelitian ini fokus peneliti hanya menganalisis bagaimana sebuah berita pembangunan infrastruktur di suatu daerah ditayangkan di sebuah media massa dan bagaimana sebuah teks pemberitaan tersebut dibuat.

Dalam penelitian ini fokus peneliti ialah untuk mengetahui suatu interpretasi dari suatu teks berita dan apa makna dari tayangan pemberitaan tersebut dan isi teks yang digunakan dalam berita pembangunan *Islamic Center* yang akan dijadikan sebagai ikon Kabupaten Cirebon. Selain untuk mengerti, memahami serta menafsirkan makna dari tayangan dan isi teks pemberitaan tersebut, peneliti juga mengungkap apa tujuan dari penayangan berita tersebut yang diikuti juga oleh isi teks sebagai suatu informasi untuk memperjelas berita tersebut. Bukan hanya dar teks tulisan melainkan dari teks lisan juga.

Struktur wacana adalah suatu cara yang efektif untuk melihat proses retorika dan persuasi yang dijalankan ketika seseorang menyampaikan pesan. Berikut dapat diuraikan satu per satu elemen wacana **Van Dijk** ke dalam tabel yaitu:

**Tabel 2.2 Elemen Wacana Teun A. Van Dijk**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Struktur Wacana** | **Hal Yang Diamati** | **Elemen** |
| Struktur Makro | **Tematik**Tema/topik yang dikedepankan dalam suatu berita | Topik |
| Superstruktur | **Skematik**Bagaimana bagian dan urutan berita diskemakan dalam teks berita utuh | Skema |
| Struktur Mikro | **Semantik**Makna yang ingin ditekankan dalam teks berita. Misal dengan memberi detail pada satu sisi atau membuat eksplisit satu sisi dan mengurangi detil sisi lain | Latar. Detil, Maksud, Pra-anggapan, Nominalisasi |
| Struktur Mikro | **Sintaksis**Bagaimana kalimat (bentuk, susunan) yang dipilih | Bentuk Kalimat, Koherensi, Kata Ganti  |
| Struktur Mikro | **Stilistik**Bagaimana pilihan kata yang dipakai dalam teks berita | Leksikon |
| Struktur Mikro | **Retoris** Bagaimana dan dengan cara penekanan dilakukan | Grafis, Metafora, Ekspresi |

***Sumber: Eriyanto, Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media (2015:229)***

Dalam penelitian yang berjudul *Analisis Wacana Pemberitaan Pembangunan Islamic Center Sebagai Ikon Kabupaten Cirebon yang DiSupport Abu Dhabi* di mana peneliti menggunakan teori konstruksi realitas sosial dari **Berger dan** Luckmann, peneliti dapat menjelaskan bahwa suatu realitas sosial yang ada merupakan hasil dari konstrusi sosial individu maupun kelompok yang masih bersifat relatif. Peneliti juga menggunakan analisis wacana model **Teun A. Van Dijk**, di mana menggunakan tiga tingkatan yaitu sturktur makro untuk mengetahui makna luas dari isi teks suatu berita, superstruktur untuk mengetahun kerangka susunan bagian-bagian dari teks seperti pendahuluan, isi dan kesimpulan, serta struktur makro di mana untuk mengetahui makna lokal dari makna yang ditekankan (semantik), pilihan kalimat (sintaksis), pilihan kata (stilistik) serta cara penekanan yang dilakukan (retoris).

Dari paparan penjelasan diatas mengenai analisis wacana dari ahli **Teun A. Van Dijk**, dalam kerangka pemikiran ini peneliti dapat membuat bagan untuk memperjelas uraian seperti diatas sebagai berikut:

**Gambar 2.3 Bagan Kerangka Pemikiran**

Analisis Wacana Pemberitaan Pembangunan *Islamic Center* Sebagai Ikon Kabupaten Cirebon Yang Di*Support* Abu Dhabi

Teori Konstruksi Realitas Sosial

(Peter L. Berger dan Thomas Luckman)

Analisis Wacana

Model Teun A. Van Dijk

(Elemen Teks)

Makna keseluruhan dari suatu isi teks berita dan tayangan berita

 - Smantik

 - Sintaksis

 - Stilistik

 - Retoris

 - Pendahuluan

 - Isi

 - Kesimpulan

Struktur Makro

(Tematik)

Struktur Mikro

Superstruktur

(Skematik)

***Sumber: Peter L. Berger dan Thomas Luckman; Teun A. Van Dijk; hasil modifikasi peneliti dan pembimbing .2020.***