

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR

2.1 Kajian Literatur

2.1.1 Review Penelitian Sejenis

Review penelitian sejenis merupakan tinjauan penelitian yang serupa atau penelitian terdahulu yang sejenis dan berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti. Review penelitian sejenis juga merupakan kumpulan penelitian-penelitian terdahulu oleh peneliti sebelumnya, mencakup beberapa hal seperti masalah yang diteliti, siapa yang meneliti, dan dimana serta kapan penelitian itu dilakukan, teknik yang digunakan dan hasil atau kesimpulannya.

Peneliti menggunakan beberapa penelitian terdahulu yang digunakan sebagai sumber referensi atau perbandingan untuk penelitian ini:

1. “Representasi Profesionalitas Wartawan Pada Film Kill The Messenger”, Richard Jefferson, Hermawan Pancasiwi, Abraham Wahyu Nugroho (Universitas Katolik Soegijapranata, 2021)

Metode yang digunakan dalam penelitian ini mengarah kepada analisis deskriptif dengan metode penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini menggunakan model analisis semiotika John Fiske. Pada tahapan analisis data menggunakan tiga tahapan mulai dari level realitas, representasi dan ideologi.

Objek pada penelitian ini adalah Film Kill The Messenger yang mengisahkan tentang seorang wartawan profesional dalam mengungkap kasus narkoba yang dilakukan oleh *Central Intelligence Agency* (CIA) untuk

mendanai perang dingin di Nicaragua melalui tulisannya yang berjudul “Dark Alliance”. Dalam film ini juga menyampaikan pesan mengenai kinerja profesional wartawan yang sangat penting meskipun mendapat banyak tekanan dari berbagai pihak yang merasa mendapatkan ancaman dari sebuah berita yang dibuat.

Oleh karena itu, peneliti ingin memahami bagaimana representasi profesionalitas wartawan dalam Film *Kill The Messenger* pada tingkat realitas, representasi dan ideologi pada film *Kill The Messenger*.

2. “Pemberitaan Kasus PT PLN (Persero) di Media Siber dan Penerapan Kode Etik Jurnalistik (Analisis *Framing* Pemberitaan *Blackout* Listrik 4 Agustus 2019 di Okezone.Com)”, Lavenia, Lusia Savitri Setyo Utami (Universitas Tarumanagara 2019).

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode analisis *Framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis data dengan melihat serta menemukan bingkai atau kemasan media, yang bisa dilihat dengan perspektif yang digunakan jurnalis dalam meliput dan menuliskan berita.

Objek dalam penelitian ini adalah pemberitaan tentang peristiwa blackout listrik 4 Agustus 2019. Dalam rentang waktu mulai dari 4 Agustus sampai dengan 31 Agustus 2019 terdapat 42 berita terkait yang telah disajikan oleh Okezone.com. Dan peneliti memilih beberapa berita untuk diamati dan

menganalisisnya, mengambil 5 artikel untuk mengetahui bagaimana pembingkai berita yang dilakukan.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti adalah dengan penelusuran data *online*, observasi non partisipan, wawancara dan studi kepustakaan.

Dalam kesimpulan yang peneliti buat, berdasarkan hasil temua dan diskusi. Secara keseluruhan Okezone.com membingkai pemberitaan tentang *blackout* listrik 4 Agustus 2019 dengan menerapkan sebuah prinsip *cover both side* yang disajikan dalam artikel berbeda karena karakteristik pemberitaan di media siber yang sangat cepat. Dan dalam mengemas isu-isu kontroversional yang menonjolkan sudut pandang yang cenderung menyudutkan pihak PLN dalam hal manajemen dan pengelolaan yang bobrok dan tidak memiliki upaya antisipasi.

3. “Analisis Isi Kualitatif Pelanggaran Kode Etik Jurnalistik Pasal 5 Pada Media *Online* Tribunnews.com Edisi 15 Agustus 2022 – 30 September 2022”, Sulastri (Universitas Islam Negeri Mataram).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan analisis isi kualitatif yang menggunakan paradigma konstruktivisme. Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data yaitu dengan teknik dokumentasi, data yang dikumpulkan dengan cara mengumpulkan teks berita media *online* Tribunnews.com.

Objek penelitian ini adalah media *online* Tribunnews.com yang teks beritanya di terbitkan dari tanggal 25 Agustus 2022 sampai dengan 15

September 2022, mengenai pelanggaran-pelanggaran kode etik jurnalistik yang dilakukan dari beberapa berita yang dibuat.

Dalam hasil penelitian, peneliti menyimpulkan bahwa terdapat pelanggaran kode etik yang dilakukan dan pelanggaran yang didominasi yaitu mengenai pelanggaran penyebutan identitas korban kejahatan asusila.

Tabel 2.1. Review Penelitian Sejenis

Nama dan Judul Penelitian	Teori Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
Richard Jefferson, Hermawan Pancasiwi, Abraham Wahyu Nugroho (Universitas Katolik Soegijapranata, 2021) "Representasi Profesionalitas Wartawan Pada	Semiotika John Fiske, Kode-kode Televisi	Kualitatif Analisis Deskriptif	Menggunakan metode penelitian kualitatif, menggunakan teori semiotika John Fiske mengenai kode-kode televisi	Fokus penelitian memahami bagaimana representasi profesionalitas wartawan dalam Film <i>Kill The Messenger</i> pada tingkat realitas, representasi dan ideologi

Film Kill The Messenger”				pada film <i>Kill The Messenger</i> .
Lavenia, Lusia Savitri Setyo Utami (Universitas Tarumanagara 2019). “Pemberitaan Kasus PT PLN (Persero) di Media Siber dan Penerapan Kode Etik Jurnalistik (Analisis <i>Framing</i> Pemberitaan <i>Blackout</i> Listrik 4 Agustus 2019 di Okezone.Com)”	Analisis framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki	Pendekatan Deskriptif Kualitatif	Meneliti mengenai pelanggaran etika jurnalistik yang dilakukan oleh media berita	Menggunakan teknik analisis <i>framing</i>

<p>Sulastr (Universitas Islam Negeri Mataram 2023) “Analisis Isi Kualitatif Pelanggaran Kode Etik Jurnalistik Pasal 5 Pada Media <i>Online</i> Tribunnews.com Edisi 15 Agustus 2022 – 30 September 2022”</p>	<p>Teknik Pengumpulan Data Model Interaktif Miles dan Hubermen</p>	<p>Analisis Isi Kualitatif</p>	<p>Meneliti pelanggaran- pelanggaran kode etik jurnalistik dalam pembuatan berita</p>	<p>Menggunakan paradigma konstruktivisme</p>
--	--	------------------------------------	---	--

2.2 Kerangka Konseptual

2.2.1 Komunikasi

2.2.1.1 Definisi Komunikasi

Komunikasi adalah sebuah proses pengiriman dan penerimaan pesan atau informasi yang terjadi antara individu maupun kelompok dalam suatu sistem yang terdiri dari pengirim, saluran komunikasi dan penerima. Komunikasi juga memiliki sebuah tujuan untuk menyampaikan ide, perasaan, gagasan atau sebuah intruksi sari satu pihak ke pihak lainnya. Menurut Edwar Depari, komunikasi didefinisikan sebagai proses penyampaian ide, harapan, dan pesan yang disampaikan melalui sebuah lambang tertentu yang memiliki makna, dilakukan berdasarkan utusan yang ditujukan kepada penerima.

Selain itu menurut Bernard Berelson dan Gary A. Steiner menyebutkan bahwa komunikasi adalah sebuah transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, figur, grafik dan lainnya. Dari tindakan atau proses transmisi itulah yang biasanya disebut komunikasi.

Tujuan komunikasi juga biasanya bervariasi, salah satunya untuk menginformasikan suatu hal, menghibur, membangun hubungan, memecahkan masalah atau mengkoordinasikan sebuah tindakan. Komunikasi yang efektif juga harus melibatkan penyampaian pesan yang jelas, pemahaman yang tepat, dan tanggapan yang tepat dari penerima.

Dapat disimpulkan komunikasi sendiri merupakan sebuah penyampaian informasi atau pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada penerima atau komunikan, berupa berbagai jenisnya yang bisa disampaikan melalui sebuah media

atau saluran yang dapat dipahami dan tersampaikan dengan efektif. Setiap simbol atau kata yang terdapat pesan-pesan dibaliknya, juga bertujuan untuk menyampaikan dan mendapatkan informasi secara tidak langsung namun dapat dipahami dengan mudah dan dapat mempengaruhi penerimanya.

2.2.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi

Terdapat pula unsur-unsur di dalam komunikasi, yang dimana ini merupakan hal-hal yang harus ada agar suatu proses komunikasi dapat berlangsung. Unsur komunikasi juga mengalami sebuah perkembangan dari waktu ke waktu mengikuti perubahan zaman yang terjadi. Yang dimana ini sangat berkaitan dengan perkembangan peradaban manusia dalam caranya berkomunikasi.

Pendapat Lasswell dalam buku Effendy, Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa/sumber? mengatakan apa? dengan saluran apa? kepada siapa? efek seperti apa?. Dari kelima unsur tersebut itu merupakan unsur utama dalam berlangsungnya sebuah proses komunikasi.

1. Sumber atau komunikator adalah pihak utama yang ada di dalam komunikasi, dapat berupa individu, kelompok, organisasi atau negara yang berperan sebagai penyampai pesan.
2. Pesan adalah suatu yang akan disampaikan kepada komunikan dari komunikator yang berisi sebuah informasi penting yang memiliki nilai, mewakili perasaan, gagasan atau maksud yang dapat disampaikan secara verbal atau non-verbal.

3. Saluran atau media adalah suatu alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan secara langsung maupun tidak langsung.
4. Penerima yaitu orang atau individu maupun kelompok yang menerima sebuah pesan atau gagasan yang diberikan oleh sumber atau komunikator.
5. Efek yakni sebuah kondisi yang dapat memberikan perubahan sikap, pandangan dan pengetahuan kepada penerima pesan yang telah disampaikan oleh sumber atau komunikator.

Dari semua unsur-unsur yang telah dijelaskan diatas, bisa menjelaskan bahwa ada beberapa komponen dalam proses komunikasi yang membuat komunikasi dapat berjalan dengan baik dan efektif hanya jika seseorang dapat memahami satu sama lainnya. Serta dengan proses yang efektif itu, kita akan mendapatkan sebuah *feedback* yang baik juga.

2.2.1.3 Proses Komunikasi

Proses komunikasi merupakan sebuah aliran informasi, gagasan, perasaan, dan pesan antara satu atau lebih yang dilakukan melalui berbagai cara atau saluran dengan tujuan untuk memahami, berbagi informasi dan mempengaruhi seseorang.

Menurut Lasswell, tahapan yang membedakan proses komunikasi itu ada dua tahap, yaitu:

1) Proses Komunikasi Secara Primer

Proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang terhadap orang lain dengan menggunakan sebuah lambang (symbol) sebagai media

utama dalam proses komunikasi, yang secara langsung dapat menerjemahkan pikiran ataupun perasaan yang menyampaikan kepada penerima.

2) Proses Komunikasi Secara Sekunder

Proses penyampaian pesan yang dilakukan dengan menggunakan sebuah alat sebagai media penyampaian pesan kepada penerima, merupakan media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama

2.2.2 Komunikasi Massa

2.2.2.1 Definisi Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas. Komunikasi massa juga merupakan komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak maupun elektronik yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditunjukkan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat.

Menurut Jalaludin Rahmat, komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang ditunjukkan kepada sejumlah khalayak yang tersebar melalui media cetak, surat kabar, majalah, elektronik, radio dan televisi. Karena disampaikan melalui media, pesan dapat diterima serentak dan sesaat. Pengertian komunikasi massa bisa dibagi menjadi 2, secara luas dan sempit. Komunikasi massa secara luas adalah kegiatan yang dilakukan oleh satu orang atau lebih untuk menyampaikan sebuah pesan

melalui media massa seperti cetak, elektronik maupun digital dengan diharapkannya ada sebuah timbal balik. Jika secara sempit, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada orang banyak.

2.2.2.2 Karakteristik Komunikasi Massa

Menurut Hafied Cangara, komunikasi massa adalah salah satu jenis komunikasi yang sangat berbeda dari jenis lainnya. Pesan yang terbuka untuk khalayak ramai yang beragam terdiri dari perbedaan suku, usia, agama, pekerjaan dan kebutuhan. Komunikasi massa juga memiliki beberapa karakteristik yang membedakan dengan jenis komunikasi lainnya.

1) Komunikator Terlembaga

Komunikasi massa memiliki ciri-ciri yang sama seperti layaknya komunikator yang tetap melembagakan di dalam organisasi yang kompleks.

2) Pesan Bersifat Umum

Dalam menyampaikan pesan, berbeda dengan jenis komunikasi antar individu atau pribadi. Dalam komunikasi massa pesan yang disampaikan memiliki sifat yang umum, yang dimana pesan tersebut tidak hanya tertuju pada satu individu namun khalayak umum.

3) Memiliki Sifat Serempak

Menurut Effendy komunikasi massa memiliki karakteristik sifat yang serempak, yang dimana komunikasi massa disampaikan kepada banyak

orang dengan jumlah individu yang sangat banyak dan disampaikan dengan menggunakan media massa secara bersamaan atau serempak serta cepat.

4) Pesan Bersifat Satu Arah

Pesan disampaikan secara langsung antara komunikan dan komunikator namun komunikator dan komunikan tidak bertemu secara langsung dan tidak bisa merespon pesan tersebut secara langsung.

5) Komunikan Bersifat Anonim dan Heterogen

Dalam komunikasi massa, menyampaikan pesan dari komunikator dengan cara umum kepada seluruh masyarakat tanpa membedakan jenis kelamin, usia, adat, budaya, ras dan lainnya.

6) Terjadi *Delayed Feedback*

Komunikan dan komunikator tidak berkomunikasi secara langsung dan komunikasi yang bersifat satu arah ini, maka *feedback* atau umpan baliknya pun akan tertunda.

2.2.2.3 Fungsi Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah salah satu aktivitas sosial yang berfungsi di masyarakat. Robert K Merton mengemukakan, bahwa fungsi aktivitas sosial memiliki dua aspek, yaitu fungsi nyata (*manifest function*) adalah fungsi nyata yang diinginkan, kedua fungsi tidak nyata atau tersembunyi (*latent function*) yaitu fungsi yang tidak diinginkan.

Sehingga pada dasarnya setiap fungsi sosial dalam masyarakat itu memiliki efek fungsional dan disfungsional. Selain fungsi nyata dan tidak nyata, setiap aktivitas sosial juga berfungsi melahirkan fungsi-fungsi sosial lain (beiring function), bahwa manusia memiliki kemampuan beradaptasi yang sangat sempurna. Sehingga setiap fungsi sosial yang dianggap membahayakan dirinya, maka dia akan mengubah fungsi-fungsi yang ada.

2.2.2.4 Unsur-Unsur Komunikasi Massa

Menurut Harold Laswell dalam sebuah buku ilmu komunikasi suatu pengantar yang dikutip oleh Deddy Mulyana, cara dalam menggambarkan komunikasi itu dengan menjawab pertanyaan mengenai "*Who Say What In Which Channel To Whom With What Effect*" atau siapa yang mengatakan, apa, dengan saluran apa, kepada siapa, dengan pengaruh yang bagaimana. Unsur-unsur komunikasi massa sebagai berikut:

1. Sumber

Bisa dikatakan sebagai sender, communicator dan lainnya dimana pihak yang berinisiatif mempunyai kebutuhan dalam berlangsungnya sebuah komunikasi.

2. Pesan

Sebuah maksud yang diampaikan seperti simbol baik nonverbal maupun verbal, biasanya bisa mewakili perasaan dan maksud dari sumber.

3. Saluran

Dalam melakukan penyampaian pesan kepada penerima, saluran disini bisa digunakan sebagai sarana untuk menyampaikan pesan dan bisa berbentuk pesan dari cara penyajian sebuah datanya.

4. Penerima

Penerima merupakan orang yang sebagai penerima pesan atau disebut sebagai komunikan dan menerima pesan dari seorang komunikator.

5. Efek

Disini efek bisa dikatan sebagai hasil dari proses penyampaian dan penerimaan pesan yang telah dilakukan.

2.2.2.5 Sejarah Drama

Drama telah menjadi pertunjukan nenek moyang selama beberapa abad. Banyak orang masih meminatinya bahkan sampai saat ini. Drama sendiri sudah ada sejak abad ke-5 SM berdasarkan bukti yang tertulis. Hal ini didasarkan pada penemuan naskah drama Yunani yang ada pada saat itu, yang ditulis oleh Aeschylus pada tahun 525-256 SM. Yang dimana di dalam teks tersebut berisi persembahan kepada dewa.

2.2.2.6 Pengertian Drama

Drama berasal dari bahasa Yunani, yaitu draomai yang memiliki arti berbuat, bertindak dan beraksi. Jika secara umum, drama merupakan suatu karya sastra yang ditulis dalam bentuk dialog yang dipertunjukkan oleh seorang aktor.

Penampilan atau pementasan drama dapat disebut dengan teater. Drama juga bisa dikatakan sebagai cerita yang diperagakan di atas panggung yang berdasarkan sebuah teks naskah.

Pada umumnya juga, drama sendiri memiliki dua arti, yaitu dalam arti luas dan arti sempit. Drama dalam arti luas adalah semua jenis tontonan atau pertunjukan yang menceritakan kisah di depan umum. Sedangkan secara arti sempit, drama adalah sebuah cerita tentang kehidupan manusia dalam masyarakat yang dimainkan di atas panggung.

2.2.2.7 Jenis-jenis Drama

Secara garis besar drama memiliki tiga jenis sesuai dengan bentuk strukturnya, seperti berdasarkan penyajian kisah drama, berdasarkan sarana, dan berdasarkan keberadaan naskah drama.

- 1) Berdasarkan Penyajian Kisah Drama
 - a. Tragedi, pada drama ini lebih cenderung banyak bercerita tentang kesedihan.
 - b. Komedi, dalam drama ini menceritakan mengenai hal-hal yang mengandung sebuah kelucuan yang memiliki maksud untuk menghibur.
 - c. Tragekomedi, yaitu drama yang berisi mengenai cerita perpaduan sebuah drama tragedi dengan drama komedi.

- d. Opera, sebuah drama yang penyampaian dialognya menggunakan sebuah nyanyian atau musik.
- e. Melodrama, adalah drama yang penyampaian dialognya diucapkan dan diiringi dengan suara musik ataupun lagu.
- f. Farce, drama ini hampir menyerupai drama dagelan namun tidak sepenuhnya sama. Perbedaannya pada cara penyampaiannya.
- g. Sendratari, merupakan drama yang menggabungkan seni drama dan seni tari.

2) Berdasarkan Dengan Sarana Pementasan

- a. Drama Panggung, merupakan drama yang dimainkan oleh aktor-aktor yang ditampilkan diatas panggung.
- b. Drama Radio, drama yang tidak bisa ditonton langsung dan hanya bisa didengar oleh para peminat dan pendengar.
- c. Drama Televisi, merupakan drama yang mirip seperti drama panggung namun tidak bisa diraba dan hanya bisa ditonton.
- d. Drama Film, adalah drama yang menggunakan media layar lebar serta dipertunjukan di dalam bioskop.
- e. Drama Wayang, sebuah drama yang pertunjukannya dilakukan oleh pagelaran wayang.
- f. Drama Boneka, yakni drama yang tokohnya digambarkan dan diperankan dengan boneka namun dimainkan oleh beberapa orang.

3) Berdasarkan Masanya

- a. Drama Tradisional, merupakan sebuah drama yang biasanya berbicara mengenai sebuah kesaktian, kehidupan, istana ataupun kerajaan dan peristiwa yang luar biasa.
- b. Drama Modern, sebuah drama yang memiliki tujuan untuk memberikan pendidikan kepada masyarakat yang umumnya bertema kehidupan manusia sehari-hari.

2.2.2.8 Unsur-Unsur Drama

Menurut Waluyo, unsur-unsur yang pembangunan dalam drama saling menjalin dan membentuk suatu kesatuan yang saling berkaitan satu dan lainnya. Drama memiliki dua unsur yaitu unsur Intrinsik dan unsur Ekstrinsik.

- 1) Unsur Intrinsik, Rokhmansyah menyebutkan unsur intrinsik merupakan unsur yang membangun atau membentuk suatu drama yang berasal dari dalam. Komponen-komponen yang berada di dalamnya meliputi tokoh, amanat, bahasa, dialog, alur, latar, tema.
- 2) Unsur Ekstrinsik, merupakan unsur yang membentuk karya sastra dari luar sastra itu sendiri. Unsur ekstrinsik itu sendiri berupa latar belakang pengarang naskah, kondisi sosial budaya dan tempat naskah drama di karang atau dibuat.

2.2.2.9 Drama Korea

Drama Korea merupakan sebuah istilah untuk menggambarkan sebuah drama yang diproduksi dari negara asalnya yang menggunakan bahasa korea serta disiarkan di televisi yang berbentuk format film atau series. Di dalam drama Korea

sendiri, memiliki dua genre yaitu genre Sageuk dan kontemporer. Drama Sageuk lebih menceritakan mengenai tokoh-tokoh sejarah, kejayaan sebuah sejarah yang sudah terjadi dan menentukan latar belakang sejarah. Sedangkan drama kontemporer merupakan genre drama modern yang mengisahkan tentang percintaan, konflik yang berhubungan dengan anggota keluar ataupun sosial.

2.2.2.10 Definisi Berita

Berita merupakan sebuah informasi yang penting dan bisa dibilang menarik perhatian banyak orang. Dari segi etimologis berita sering disebut dengan warta. Warta sendiri berasal dari bahasa ansekerta, yaitu “*vritta*”, yang memiliki arti kejadian atau peristiwa yang telah terjadi. Persamaan dalam bahasa Inggris dapat dimaknai dengan ‘*write*’. Istilah berita dalam bahasa Indonesia diambil dari kata asal kata “*vritta*” dalam bahasa Sansekerta, yang berarti kejadian atau peristiwa yang telah terjadi (Yunus, 2010:46).

Definisi berita menurut Sumadiria dalam bukunya *Jurnalistik Indonesia*, yaitu laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbarunya yang benar, menarik, dan penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi atau media *online* internet. (Sumadiria, 2005:65).

Berita dapat didefinisikan dengan berbagai cara termasuk menarik perhatian, luar biasa, dan terkini (baru). Berdasarkan definisi ini, berita dapat didefinisikan sebagai sebuah informasi atau laporan yang menarik perhatian banyak

masyarakat konsumen, berdasarkan fakta, kejadian tau pendapat dan disusun serta disebarluaskan oleh media dalam waktu singkat.

2.2.2.11 Jenis-Jenis Berita

Dalam sebuah berita terbadap beberapa jenis berita di dalamnya, berdasarkan peristiwa dan penggalian data:

1. *Haard News*, adalah berita mengenai peristiwa yang dianggap sangat penting bagi masyarakat baik secara individu, kelompok maupun organisasi. Berita penting yang harus disampaikan langsung kepada publik di hari itu. Dimana berita ini tidak bisa ditunda pemberitaannya karena akan cepat basi.
2. *Soft News*, adalah berita yang tidak terikat dengan aktualis tetapi memiliki daya tarik untuk pemirsanya. Berita ringan dan biasanya berfokus pada hiburan, gaya hidup dan topik lain yang dianggap sebagai berita keras. Dalam berita *soft news* juga lebih mengandalkan human interest dan memberikan sudut pandang yang lebih personal.
3. *Investigative Reports*, adalah jenis berita yang eksklusif. Dalam berita ini, data-datanya tidak bisa diperoleh dipermukaan, tetapi harus melalui proses berdasarkan penyelidikan. Dalam penyajian beritanya juga membutuhkan waktu yang lama dan membutuhkan energi yang besar untuk para reporter yang melakukan berita investigasi ini.

2.2.2.12 Berita Televisi

Berita dalam arti teknis jurnalistik yaitu “laporan mengenai fakta atau ide yang terkini, yang dipilih oleh staf redaksi suatu stasiun Tv untuk disiarkan, serta menarik penonton, mungkin karena luar biasanya, karena pentingnya atau akibatnya dan juga karena mencakup *human interest* seperti emosi, ketegangan atau menggelikan. (Bajuri, 2010:85).

Berdasarkan pengamatan oleh beberapa ahli dalam bidang pertelevisian menyebutkan bahwasannya informasi yang diperoleh melalui siaran televisi dapat mengendap dalam ingatan manusia lebih lama dibandingkan dengan perolehan informasi yang sam tapi melalui membaca. Hal ini disebabkan karena gambar atau visualisasi bergerak yang berfungsi sebagai tambahan dan dukungan informasi penulisan narasi penyiar dan reporter memiliki kemampuan untuk memperkuat daya ingatan manusia dan menggilnya (*record*) kembali. (Muda, 2003:27).

2.2.2.13 Format Berita Televisi

Dalam industri televisi, ada banyak istilah yang berkaitan dengan cara yang digunakan untuk menyampaikan berita. Televisi unggul dibandingkan dengan media lainnya karena dapat membawa penonton ke lokasi kejadian melalui penggunaan gambar. Televisi memiliki efek yang sangat besar pada penonton karena gambar dan suara alami. Pengelola program berita menghadapi masalah mencari format terbaik untuk menyampaikan berita.

Format acara berita yaitu sebuah perencanaan dasar dari suatu konsep acara televisi yang akan menjadi landasan sebuah kreativitas dan bentuk desain

produksi yang terbagi menjadi beberapa kriteria yang disesuaikan dengan tujuan dan target pemirsa acara tersebut.

Maka dari itu dalam program berita televisi dikenal dengan beberapa format berita, antara lain yaitu:

1. *Reader*

Reader, merupakan format berita singkat yang disampaikan oleh presenter tanpa video. Biasanya digunakan untuk melaporkan peristiwa penting dan mendadak yang tidak memiliki video. Namun, format pembaca tidak cocok untuk laporan seremonial.

2. *Voice Over*

Adalah format berita dengan video yang mengambil cerita secara keseluruhan, mulai dari intro hingga kalimat terakhir oleh presenter. Dalam format ini presenter muncul di depan kamera untuk membacakan judul berita dan diikuti oleh pemutaran gambar video, yang biasanya berlangsung sekitar 45 detik sementara suara presenter membaca berita diiringi oleh gambar.

3. *Reader SOT*

Merupakan rekaman wawancara panjang atau rekaman suara dari narasumber. SOT sebaiknya singkat dan berfokus pada berita yang telah dibacakan sebelumnya. Lead presenter harus menjelaskan nama sumber dan informasi singkat SOT, tetapi tidak harus sama dengan SOT.

4. *Voice Over SOT*

Format ini merupakan gabungan dari format VO dan SOT; VO membahas peristiwa yang relevan atau terkait dengan apa yang diungkapkan dalam SOT, dan SOT menampilkan sumber yang spesifik yang berkaitan dengan peristiwa tersebut.

5. *Reader Grafis*

Pada format ini merupakan gabungan dari format VO dan SOT; VO membahas peristiwa yang relevan atau terkait dengan apa yang diungkapkan dalam SOT, dan SOT menampilkan sumber yang spesifik yang berkaitan dengan peristiwa tersebut.

6. *Package*

Package adalah format berita yang lengkap, dengan presenter membacakan lead, sedangkan reporter atau pengisi suara membacakan naskah paket sendiri. Reporter menulis paket, dan koordinator bidang harus mengeditnya untuk gaya dan isi. Paket selalu dimulai dengan presenter membaca intro atau lead. Dengan menyampaikan beberapa fakta yang paling penting dan menarik, pemimpin juga dapat menarik perhatian penonton.

7. Laporan Langsung

Laporan langsung dalam format ini dikenal sebagai format dua arah. Presenter di studio berada di bagian kiri layar, dan reporter di lokasi berada di bagian kanan.

8. Laporan Khusus

Paket berita dengan banyak narasumber yang memberikan pendapat dan analisis, serta narasi dan soundbita. Karena sifatnya yang panjang, laporan khusus biasanya disiarkan secara terpisah dari berita.

9. *Breaking News*

Breaking news adalah berita tidak terjadwal yang dapat terjadi kapan saja dan sangat penting dan harus disiarkan segera setelah terjadi.

2.2.2.14 Representasi

Representasi adalah sebuah konsep menghubungkan antar sebuah makna dan bahasa. Representasi dapat diartikan juga sebagai penggunaan bahasa yang mengatakan atau menggambarkan sesuatu yang bermakna atau penuh dengan arti kepada orang lain. Menurut Stuart Hall, representasi merupakan sebuah produksi konsep makna yang berada dalam pikiran melalui bahasa. Ini merupakan hubungan antara sebuah konsep dan bahasa yang menggambarkan suatu objek, orang atau sebuah peristiwa yang nyata ke dalam objek, orang ataupun peristiwa fiksi. Yang dimana representasi memiliki arti menggunakan bahasa untuk mengatakan sesuatu yang memiliki arti, atau menggambarkan dunia yang penuh arti kepada orang lain.

Berdasarkan penjelasan diatas, representasi bisa dikatakan memiliki dua proses utama. Yang pertama, representasi berupa mental yaitu konsep mengenai sesuatu yang berada di kepala kita masing-masing, dalam bentuk masih berupa sesuatu yang abstrak. Untuk yang kedua, representasi bahasa, yang memiliki peran

penting dalam produksi makna. Sebuah konsep abstrak yang berada dalam kepala kita ini kemudian diterjemahkan ke dalam sebuah bahasa yang sering digunakan, yang dimana dapat menghubungkan konsep serta ide-ide mengenai sesuatu dengan tanda ataupun simbol-simbol tertentu. Maka dari itu hubungan tersebut dapat disebut sebagai representasi.

Terdapat juga tiga pendekatan yang digunakan untuk menerangkan bagaimana merepresentasikan makna melalui bahasa, (Hall, 1997:192-193).

- 1) Pendekatan Reflektif, yaitu makna yang dapat diproduksi oleh manusia melalui objek dan pengalaman yang terjadi dalam masyarakat secara nyata.
- 2) Pendekatan Intensional, sebuah penuturan bahasa berupa lisan maupun tulisan dapat memberikan makna unik pada setiap hasil karya.
- 3) Pendekatan Konstruksionis, pendekatan ini bahasa dan penggunaan bahasa tidak bisa menetapkan makna dalam bahasa melalui dirinya sendiri. Yang dimana harus dihadapkan dengan hal lain hingga memunculkan apa yang disebut interpretasi.

2.2.2.15 Etika Jurnalistik

Etika jurnalistik merupakan sebuah aturan-aturan yang harus diikuti dan dipatuhi oleh seorang jurnalis dalam menjalankan tugasnya. Ada beberapa prinsip yang dimana harus dipegang oleh jurnalis, yaitu independent, berimbang, akurat, dan profesional. Dalam melaksanakan tugas, seorang jurnalis perlu memiliki standar yang memadai dan disepakati oleh masyarakat pers. Melalui standar yang

telah dirumuskan serta dikeluarkan oleh organisasi atau asosiasi profesi dan disepakati oleh masyarakat pers adalah kode etik. Maka dari itu seorang wartawan sebagai profesional dalam menjalankan tugas-tugasnya dibimbing oleh kode etik. Etika jurnalistik atau etika pers ini menjadi sorotan utama dalam praktek jurnalistik, dengan berpedoman pada kode etik jurnalistik mencerminkan kegiatan jurnalistik yang baik dan dapat diterima oleh masyarakat.

2.2.2.16 Kode Etik Jurnalistik

Secara umum kode etik jurnalistik merupakan himpunan atau kumpulan mengenai etika yang berada dibidang jurnalistik yang dibuat, dari dan untuk kaum jurnalis (wartawan) saja. Kode etik jurnalistik juga merupakan aturan yang dibuat oleh persatuan wartawan itu sendiri, untuk menjadikan sebuah rambu-rambu aktivitas jurnalistik di Indonesia. Terdapat empat poin yang harus dipatauhi wartawan di Indonesia, yaitu mencangkup empat bab mengenai kepribadian dan integritas, cara pembicaraan dan menyatakan pendapat, sumber berita serta kekuatan kode etik jurnalistik.

2.2.2.17 Elemen Elemen Jurnalistik

Bill Kovach dan Tom Rosenstiel (2001), dalam bukunya *The Elements of Journalism, What Newspeople Should Know and the Public Should Expect* (New York: Crown Publishers). Merumuskan sebuah prinsip-prinsip itu dalam Sepuluh Elemen Jurnalisme, yaitu:

1. Kebenaran

Kewajiban dari para jurnalis adalah menyampaikan sebuah kebenaran, dimana masyarakat dapat memperoleh informasi yang mereka butuhkan untuk berdaulat. Bentuk dari sebuah “kedaulatan jurnalistik” yang ingin dicapai ini bukan hanya sekedar akurasi, namun merupakan sebuah bentuk kebenaran yang praktis dan fungsional.

Salah satu contoh dari kebenaran fungsional yaitu seorang polisi menangkap tersangka koruptor berdasarkan fakta yang diperoleh. Kemudian kejaksaan membuat sebuah tuntutan dan tersangka itu di adili, sesudah proses pengadilan, hakim memvonis tersangka itu bersalah atau tidak bersalah.

Dengan demikian, kebenaran dalam jurnalistik bukanlah sebuah kebenaran dalam tataran filosofis, melainkan kebenaran dalam tataran fungsional. Contohnya, ada seseorang yang membutuhkan informasi mengenai lalu lintas agar bisa mengambil rute yang lancar. Orang membutuhkan informasi harga, ramalan cuaca dan sebagainya sebagai kebutuhan dan mengambil sebuah keputusan.

Menurut Kovach dan Rosenstiel, kebenaran yang diberitakan oleh media dibentuk lapisan demi lapisan. Sebagai contoh yaitu peristiwa tabrakan lalu lintas. Pada hari pertama, seorang wartawan memberitakan kecelakaan itu seputar di mana lokasinya, jam berapa kejadian terjadi, jenis kendaraannya, berapa nomer polisinya, dan

bagaimana keadaan korbannya. Hari kedua, berita itu mungkin ditanggapi oleh pihak lain. Hari ketiga, mengoreksi apa yang diberitakan. Sebuah koreksi juga bisa ditambahkan ketika ada pembaca mengirim surat pembaca atau tanggapan lewat kolom opini dan seterusnya.

Maka kebenaran jurnalisme dibentuk hari demi hari, lapisan demi lapisan. Kebenaran dibentuk berhati-hati ini pula terbentuk bangunan kebenaran yang lebih lengkap.

2. Loyalitas Kepada Warga (*citizens*)

Bagi Kovach dan Rosenstiel, kepada siapa wartawan harus menempatkan loyalitasnya? Perusahaannya? Pembacanya? Atau masyarakatnya?. Itu adalah sebuah pertanyaan yang sangat penting. Sejak era 1980-an terdapat banyak wartawan Amerika yang berubah menjadi orang bisnis. Dalam sebuah survei menemukan separuh wartawan Amerika menghabiskan setidaknya sepertiga waktu mereka untuk urusan manajemen ketimbang jurnalisme. Walaupun demikian, tanggung jawab itu sekaligus menaati sumber dari keberhasilan perusahaan mereka. Perusahaan media yang mendahulukan kepentingan masyarakat justru lebih menguntungkan ketimbang yang hanya mementingkan bisnisnya sendiri. Serta komitmen kepada warga bukanlah egoisme profesional, kesetiaan pada warga ini adalah makna dari independensi jurnalistik.

Independensi adalah bebas dari semua kewajiban kecuali kesetiaan terhadap kepentingan publik.

Maka dari itu, jurnalis yang mengumpulkan berita tidak sama dengan karyawan perusahaan biasa yang harus mendahulukan kepentingan atasannya. Jurnalis sendiri memiliki kewajiban sosial yang dapat mengalahkan kepentingan langsung atasannya pada waktu-waktu tertentu dan kewajiban ini justru merupakan sumber keberhasilan finansial atasan mereka.

3. Disiplin dalam Verifikasi

Disiplin verifikasi tercermin dalam praktik-praktik seperti mencari saksi-saksi dari sebuah peristiwa, membuka sebanyak mungkin sumber berita dan meminta komentar dari banyak pihak. Dalam disiplin verifikasi berfokus untuk menceritakan apa yang terjadi dengan sebenar-benarnya. Hal ini yang membedakan jurnalisme dengan hiburan, fiksi, propaganda dan seni.

Kovach dan Rosenstiel berpendapat, “saudara sepupu” hiburan yang disebut *infotainment* harus dimengerti wartawan agar tahu batas-batasnya. Yang diketahui bahwa *infotainment* hanya berfokus pada apa-apa yang menarik perhatian pemirsa dan pendengar, sedangkan jurnalisme meliputi kepentingan masyarakat yang bisa menghibur tapi juga tidak bisa.

Terdapat juga sejumlah prinsip intelektual dalam ilmu peliputan yaitu:

- 1) Tidak menambah-nambahkan sesuatu yang tidak ada.
- 2) Jangan mengecoh audiens.
- 3) Bersikap transparan sedapat mungkin tentang motif dan metode anda.
- 4) Lebih mengandalkan pada liputan orisinal yang dilakukan sendiri.
- 5) Bersikap rendah hati, tidak menganggap diri paling tahu.

4. Jurnalis Harus Independen

Kovach dan Rosenstiel berpendapat bahwa independen sangat mutlak diperlukan. Sebab itu, wartawan tidak boleh mengungkapkan opininya dalam sebuah berita, wartawan hanya diperbolehkan mengemukakan pendapatnya dalam kolom opini bukan dalam berita.

Sikap independen juga harus dijunjung tinggi di atas identitas lain seorang wartawan, independensi dari faksi bukan berarti membantah adanya pengaruh pengalaman atau latar belakang si jurnalis. Misalnya dari segi ras, agama, ideologi, pendidikan, status sosial-ekonomi dan gender pada diri wartawan dijadikan bahan informasi untuk liputan mereka.

5. Jurnalis sebagai Pemantau Independen Terhadap Kekuasaan

Jurnalis harus bertindak sebagai pemantau independen terhadap suatu kekuasaan. Seorang wartawan tidak hanya sekedar memantau pemerintahan, namun semua lembaga kuat yang berada di

masyarakat. Pers percaya dapat mengawasi dan mendorong para pemimpin agar mereka tidak melakukan suatu hal yang buruk seperti hal yang tidak boleh mereka lakukan sebagai seorang pejabat publik atau pihak yang menangani urusan publik. Dalam hal ini salah satu pemantauan yaitu melakukan *investigative reporting*. Salah satu dari konsekuensi dari investigasi yaitu kecenderungan media yang bersangkutan mengambil sikap terhadap isu yang mendorong mereka melakukan sebuah investigasi.

6. Jurnalisme Harus Menyediakan Forum bagi Kritik maupun Komentar dari Publik

Kovach dan Resenstiel menerangkan pada zaman dulu terdapat banyak surat kabar yang menjadikan ruang tamu sebagai forum publik yang memungkinkan setiap orang datang menyampaikan sebuah pendapatnya, mengkritik dan sebagainya. Forum ini juga dibangun berdasarkan prinsip-prinsip yang sama sebagaimana halnya dalam jurnalisme yaitu: kejujuran, fakta dan verifikasi. Dengan demikian fungsi dari jurnalisme sebagai sebuah forum publik sangat amat penting, karena seperti pada zaman Yunani kuno, lewat forum semacam inilah demokrasi ditegakkan.

7. Jurnalisme Harus Menarik dan Relevan

Tugas jurnalis yaitu menemukan cara untuk membuat hal-hal yang penting menjadi menarik dan relevan untuk dapat dibaca, diengar dan ditonton. Intinya adalah seorang jurnalis memiliki sebuah tujuan

yang jelas, yaitu menyediakannya informasi yang dibutuhkan orang untuk memahami dunia dan membuatnya menjadi bermakna, relevan dan memikat.

8. Jurnalis Harus Menjaga Beritanya Tetap Komprehensif dan Proposional

Menurut Kovach dan Rosenstiel mengatakan banyak surat kabar yang dalam penyajian beritanya tidak proposional, contohnya dalam membuat sebuah judul-judul yang sensasional dan lebih menekankan pada aspek emosional. Propersional dan komprehensif dalam bidang jurnalisme memang tak seilmiah pembuat peta. Berita mana yang diangkat, mana yang penting dan mana yang dijadikan berita utama, penilaiannya bisa berbeda-beda antara jurnalis dan pembaca.

9. Jurnalis Memiliki Kewajiban Untuk Mengikuti Suara Hati Nurani Sendiri

Setiap jurnalis dari ruang redaksi dan direksi, harus memiliki sebuah rasa etika dan tanggung jawab personal atau sebuah panduan moral. Terlebih lagi, mereka punya tanggung jawab dalam menyuarakan sekuat-kuatnya nurani mereka dan membiarkan yang lain melakukan hal yang serupa. Membolehkan setiap individu wartawan untuk menyuarakan hati nuraninya pada dasarnya membuat urusan manajemen jadi lebih kompleks. Untuk mereka memang mengambil keputusan final, tapi untuk mereka harus senantiasa membuka diri

agar setiap orang yang hendak memberi kritik atas komentar bisa datang langsung kepada mereka.

10. Warga Juga Memiliki Hak dan Tanggung Jawab Dalam Hal-hal yang Terkait Dengan Berita

Dalam elemen terbaru ini muncul dengan perkembangan teknologi informasi yang khususnya adalah internet. Saat ini warga bukan lagi sekedar sebagai konsumen pasif di media , tetapi mereka juga menciptakan medianya sendiri. Ini bisa dilihat dari munculnya blog, jurnalisme online, jurnalisme warga (*citizen journalism*), jurnalisme komunitas dan berbagai media alternatif. Dalam hal ini warga dapat menyumbangkan pemikiran, opini, berita dan sebagainya yang pada demikian juga dapat mendorong perkembangan jurnalisme.

2.2.2.18 Makna Etika Jurnalistik

Etika jurnalistik merupakan sebuah aturan-aturan yang harus diikuti oleh para jurnalis dalam setiap melakukan tugasnya. Prinsip-prinsip etika jurnalistik yang harus dipegang oleh jurnalis diantaranya yaitu independent, berimbang, akurat dan profesional. Etika jurnalistik juga sangat penting dan memiliki beberapa alasan mengapa sepenting itu etia jurnalistik, diantaranya:

1. Memastikan Keakuratan Informasi, dimana seorang jurnalis memiliki tanggung jawab untuk menyampaikan sebuah informasi yang akurat dan terpercaya. Serta membantu para jurnalis dalam melakukan verifikasi fakta dan memastikan bahwa informasi yang disampaikan bebas dari bias dan manipulasi.

2. Menjaga Objektivitas, seorang jurnalis harus melaporkan fakta secara objektif dan tidak memihak. Disini etika jurnalistik juga membantu jurnalis untuk memisahkan fakta dari opini dan menghindari konflik kepentingan.
3. Melindungi Privasi, seorang jurnalis harus menghormati privasi individu dan tidak menyebarkan sebuah informasi pribadi yang tidak relevan dengan kepentingan publik. Dan etika jurnalistik juga membantu jurnalis dalam menentukan batasan antara kepentingan publik dan privasi individu.
4. Menjaga Martabat Profesi, dalam hal ini etika jurnalistik membantu dan menjaga martabat profesi jurnalistik dengan selalu memastikan bahwa jurnalis bekerja secara profesional dan bertanggung jawab.

Maka dari itu etika jurnalistik merupakan suatu landasan penting bagi profesi jurnalistik. Dengan cara menjunjung tinggi etika jurnalistik, seorang jurnalis dapat memastikan bahwa setiap informasi yang jurnalis sampaikan itu akurat, objektif dan berimbang.

2.2.2.19 Idealisme Wartawan

Idealisme wartawan merujuk pada prinsip-prinsip etis dan nilai-nilai luhur yang dipegang oleh seorang jurnalis dalam menjalankan profesinya. Media jurnalistik juga mesti ditopang oleh sebuah idealisme yang diusung melalui fungsi-fungsi dan peran dalam masyarakat yang begitu dibutuhkan.

Beberapa elemen idealisme wartawan yang utama antara lain yaitu:

1) Objektivitas

Yaitu wartawan harus berusaha menyampaikan informasi secara objektif, tanpa adanya pengaruh oleh kepentingan atau bias pribadi. Dimana mereka harus menyajikan sebuah fakta secara seimbang dan netral.

2) Integritas

Wartawan harus memiliki sebuah integritas dan kejujuran dalam melakukan investigasi dan pelaporannya. Mereka juga tidak boleh terlibat dalam sebuah praktik-praktik tidak etis seperti sebuah penyuapan atau manipulasi informasi.

3) Kemerdekaan

Dalam hal ini wartawan harus mampu bertindak secara independen dan bebas dari intervensi pihak luar, baik dari pemerintahan, korporasi maupun kelompok kepentingan tertentu.

4) Tanggung Jawab Sosial

Wartawan memiliki sebuah tanggung jawab untuk memberikan informasi yang berguna bagi masyarakat, dapat membangun kesadaran publik dan mendorongnya suatu perubahan positif dalam masyarakat.

5) Akurasi dan Ketelitian

Wartawan disini harus memastikan keakuratan sebuah informasi yang mereka sampaikan, serta melakukan kegiatan verifikasi dan *cross-checking* sebelum kegiatan publikasian.

2.2.2.20 Teori Pers Dunia

Pers merupakan lembaga sosial atau suatu lembaga kemasyarakatan yang merupakan subsistem dari sistem pemerintahan di negara di mana ia beroperasi bersama-sama dengan subsistem lainnya. Menurut Wilbur Schramm dalam bukunya yang bernama *The four theories of press* (1986), menyatakan bahwa pers di dunia sekarang dapat dikategorikan menjadi empat, antara lain:

1. Teori Pers Otoritarian

Teori otoritarian adalah teori normative yang menempatkan semua bentuk komunikasi yang berada dibawah kontrol elit pemerintah atau otoritas. Dalam teori ini mula perkembangannya hanya di negara-negara monarki di Eropa, yang pada saat itu kerajaan dan gereja merupakan otoritas tertinggi disuatu negara. Pengaplikasian teori ini dimulai pada abad ke-16 di Inggris, Perancis dan Spanyol, dan pada zaman berikutnya meluas ke Rusia, Jerman, Jepang dan negara-negara lain di Asia dan Amerika latin. Dalam teori ini pers harus mendukung kebijakan dari pemerintah dan mengabdikan kepada negara, menjadikan pers pada zaman ini begitu pasif. Dimana para penerbit diawasi melalui izin-izin terbit dan sensor. Maka untuk dapat sejajar dengan negara-negara maju, teori pers ini sangat cocok untuk digunakan, karena apabila menggunakan sistem demokrasi atau musyawarah sangat rentan perpecahan terjadi. Sehingga tujuan-tujuan negara susah dicapai karena sulitnya menyatukan suara itu sendiri.

2. Teori Pers Libertarian

Dalam teori libertarian ini merupakan kebalikan dari teori otoritarian dalam hal hubungan posisi manusia terhadap negara. Disini manusia tidak lagi dianggap bebas untuk dipimpin dan diarahkan, kebenaran bukan lagi milik kodrari manusia serta disini pers dianggap sebagai partner dalam mencari sebuah kebenaran. Hai ini pers dalam sebuah negara yang menganut paham libertarianisme harus menjadi mitra dalam upaya pencarian suatu kebenaran dan bukan sebagai alat pemerintah. Pers dituntut untuk mengawasi pemerintah, yang pada akhirnya lahirlah istilah pers merupakan pilar kekuasaan keempat setelah eksekutif, legislatif dan yudikatif.

3. Teori Pers Tanggung jawab Sosial

Teori tanggung jawab sosial merupakan gagasan dari evolusi praktisi media dan hasil kerja komisi kebebasan pers, dimana tanggung jawab sosial memungkinkan dimikilinya oleh pers. Dalam hal ini pers dapat memberikan banyaknya informasi dan menghimpun segala gagasan atau wacana dari segala tingkatan kecerdasan. Pers yang berdasarkan teori tanggung jawab sosial tidak hanya mewakili mayoritas rakyatnya tapi memberikan jaminan atas hak-hak golongan minoritas untuk bersuara lewat media.

4. Teori Pers Soviet Komunis

Sistem dari oers ini adalah menopang kehidupan sistem sosialis Soviet Rusia dan memelihara pengawasan yang dilakukan pemerintah terhadap segala bentuk kegiatan sebagaimana biasanya terjadi dalam

kehidupan komunis. Oleh karena itu, negara-negara tersebut tidak ada pers bebas, yang ada hanya pers pemerintah.

2.2.2.21 Reputasi

Charles J. Fombrun dalam Trimanah (2012), menyebutkan bahwa reputasi adalah sebuah gambaran mengenai hubungan antara identitas perusahaan, nama, dan citra. Pengetian tersebut diperkuat oleh Foley dan Kendrick dalam Hastowo (2020) yang menyebutkan bahwa reputasi merupakan sebuah *feedback* dari pelayanan suatu perusahaan yang dibangun berdasarkan testimoni atau pengalaman serta validasi dari pihak ketiga dari luar para pemangku kepentingan sebuah perusahaan.

Charles J. Fombrun dalam Harwinda (2020) menyebutkan bahwa reputasi memiliki empat elemen yang perlu ditangani oleh perusahaan:

1) Kreadibilitas

Berhubungan dengan *image* dari sebuah perusahaan yang telah mendapatkan kepercayaan, pengakuan dan penghargaan dari *stakeholder* secara emosional.

2) Terpercaya

Image suatu perusahaan yang berasal dari karyawannya, dimana pada saat perusahaan memperlakukan dan memberdayakan karyawan dengan baik, maka akan ada rasa kepemilikan dan kepercayaan

terhadap perusahaan dari karyawan sehingga *image* perusahaan akan bagus dengan sendirinya.

3) Keterandalan

Image yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan pelanggan perusahaan melalui kualitas dan mutu dan jasa yang ditawarkan serta terus berinovasi untuk menjadi perusahaan yang selalu mengetahui kebutuhan pelanggan.

4) Tanggungjawab Sosial

Image perusahaan bertanggungjawab terhadap masyarakat sekitar melalui kepedulian mereka mengenai masalah yang sedang terjadi dan pengaruh yang dapat mereka miliki pada masyarakat.

2.3 Kerangka Teoritis

2.3.1 Teori Semiotika John Fiske

Teori semiotika John Fiske dalam semiotika (ilmu mengenai tanda) terdapat dua perhatian utama, yakni hubungan antara tanda dan maknanya, dan bagaimana suatu tanda dikombinasikan menjadi suatu kode (J. Fiske dan J. Hartley, 2003:22). Menurut John Fiske, semiotika merupakan sebuah studi mengenai pertanda dan makna dari sistem tanda, ilmu mengenai tanda, tentang bagaimana makna dibangun dalam sebuah teks, media atau studi tentang bagaimana tanda dari jenis karya apa pun dalam masyarakat yang mengkomunikasikan makna itu.

Fiske sendiri menganalisis acara televisi sebagai “teks untuk mengevaluasinya sebagai lapisan sosio-budaya makna serta isi. Fiske juga

berpendapat tidak setuju dengan gagasan bahwa konsumen umum mengonsumsi barang yang ditawarkan oleh merek tanpa berpikir terdahulu. Fiske juga menolak gagasan “penonton” yang mengasumsikan massa yang tidak kritis. Yang dimana disini Fiske sendiri menyarakkan untuk “audiensi” dengan latar belakang dan identitas sosial apapun yang memungkinkan mereka menerima teks-teks yang berbeda (Vera, 2015:34).

John Fiske juga menyatakan bahwa semiotika dipelajari dalam tiga bidang utama, sebagai berikut:

- 1) Tanda itu sendiri. Dalam hal ini berbagai tanda dipelajari dan cara tanda-tanda yang berbeda menyampaikan maknanya serta bagaimana mereka berkaitan dengan orang yang menggunakannya. Tanda adalah ciptaan manusia dan hanya sapat dipahami dalam arti orang yang menggunakannya.
- 2) Kode atau sistem yang mengorganisasikan tanda. Studi ini membahas cara berbagai kode dibuat untuk memenuhi persyaratan suatu masyarakat atau budaya untuk mengeksploitasi metode komunikasi yang dapat ditransmisikan.
- 3) Kebudayaan tempat kode dan tanda bekerja. Pada bagian ini bergantung pada penggunaan kode dan tanda-tanda itu untuk keberadaan dan bentuknya sendiri.

Pada dasarnya perspektif Jhon Fiske mengenai semiotika selaras dengan perspektif dengan tokoh lainnya seperti Charles Sanders Peirce, Ferdinand de

Saussure, dan Roland Barthes. Setiap penelitian tentang makna dan tanda harus memiliki tiga komponen utama, seperti acuan tanda, penggunaan tanda dan tanda itu sendiri. Tanda adalah objek fisik yang dapat dilihat oleh mata manusia, tanda mengacu pada sesuatu di luar tanda itu sendiri serta bergantung pada pengenalan oleh penggunanya sehingga bisa disebut sebagai tanda.

John Fiske mengemukakan teori mengenai kode-kode televisi (*the codes of television*). Fiske berpendapat, bahwa kode-kode yang muncul atau yang digunakan dalam acara televisi saling berhubungan sehingga dapat terbentuknya suatu makna. Teori ini juga berpendapat bahwa sebuah realitas tidak muncul begitu saja melalui kode-kode yang timbul, namun diolah juga melalui penginderaan sesuai referensi yang telah dimiliki oleh pemirsa televisi, sehingga sebuah kode akan dipersepsi secara berbeda oleh orang yang berbeda juga. Melalui perkembangannya, model John Fiske tidak hanya digunakan dalam menganalisis acara televisi, akan tetapi juga dapat digunakan untuk menganalisis isi teks media yang lainnya.

Maka dari itu kode-kode televisi yang diungkapkan dalam teori John Fiske, bahwa peristiwa yang ditayangkan dalam dunia televisitelah diencode oleh kode-kode sosial yang terbagi menjadi tiga level, yaitu:

- 1) Level Realita. Kode-kode sosial yang termasuk kedalam level pertama ini mengenai peristiwa yang ditandakan (*encoded*) sebagai realitas tampilan pakaian, lingkungan, perilaku, percakapan, gestur, ekspresi, suara, dan dalam bahasa tulis berupa dokumen, transkrip wawancara dan hal lainnya.

- 2) Level Representasi. Kode-kode yang termasuk dalam level kedua ini merupakan kode-kode yang berkaitan dengan kode-kode teknik. Seperti kamera, lighting, editing, suara dan musik. Jika dimasukkan ke dalam bahasa tulis yaitu kata, kalimat foto, grafik. Dan dalam bahasa gambar bisa disebut kamera, tata cahaya, editing, musik dan lainnya.
- 3) Level Ideologi. Semua elemen diorganisasikan dan dikategorikan dalam kode-kode ideologis, seperti patriarki, individualisme, ras, kelas, materialisme, kapitalisme dan lainnya sebagainya.

2.3.2 Teori Semiotika

2.3.2.1 Pengertian Semiotika

Tanda-tanda (*sign*) adalah basis dari seluruh komunikasi (Littlejohn, 1996:64). Manusia dengan perantaraan tanda-tanda, dapat melakukan komunikasi dengan sesamanya. Banyak hal bisa dikomunikasikan di dunia ini.

Jika secara etimologis semiotika berasal dari bahasa Yunani “simeon” yang berarti (tanda). Secara terminologis, semiotika dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa seluruh kebudayaan sebagai tanda. Menurut Van Zoest (dalam Sobur, 2001:96) mengartikan bahwa semiotic sebagai ilmu tanda (*sign*) dan segala yang berhubungan dengannya, cara berfungsi, hubungannya dengan kata lain, pengirimannya dan penerimaannya oleh mereka yang mempergunakannya.

Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda sendiri adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Semiotika atau di dalam istilah Barthes, semiologi pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana manusia (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*). Memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat dicampuradukkan dengan mengomunikasikan (*to communicate*). Sedangkan menurut Berger (dalam Sobur, 2003:18) mengungkapkan mengenai semiotika menaruh perhatian pada apapun yang dapat dinyatakan sebagai tanda. Sebuah tanda adalah semua hal yang dapat diambil sebagai petanda yang mempunyai arti penting untuk menggantikan sesuatu yang lain.

Dengan begitu, semiotika pada prinsipnya merupakan sebuah disiplin yang memperlajari apapun yang bisa digunakan untuk menyatakan suatu kebohongan. Jika sesuatu tersebut tidak dapat digunakan untuk mengatakan sesuatu kebohongan, sebaiknya tidak digunakan untuk mengatakan kebenaran.

Berita dapat didefinisikan dengan berbagai cara, termasuk menarik perhatian, luar biasa, dan terkini (baru). Berdasarkan definisi ini, berita dapat didefinisikan sebagai informasi atau laporan yang menarik perhatian masyarakat konsumen, berdasarkan fakta, kejadian, atau ide (pendapat), dan disusun dan disebar oleh media dalam waktu singkat.

Dua tokoh penting dalam ilmu semiotika adalah Ferdinand de Saussure (1857-1913) dan Charles Sanders Peirce (1839-1914). Saussure berasal dari Eropa

dan mengembangkan ilmu semiologi (semiology), sedangkan Peirce berasal dari Amerika dan menyebutnya semiotika. Seiring berjalannya waktu, banyak ilmuwan baru bermunculan untuk mengkaji teori semiotika. Berikut adalah beberapa ilmuwan terkenal yang menggunakan teorinya dalam karya mereka.

1. Ferdinand De Saussure

Studi tentang tanda dalam kehidupan sosial dan hukum yang mengaturnya dikenal sebagai semiotika Saussure. Ini menunjukkan bahwa tanda tunduk pada hukum masyarakat. Saussure menekankan lebih lanjut bahwa tanda memiliki makna karena dipengaruhi oleh peran linguistik. Saussure membagi gagasan semiotikanya menjadi empat konsep: signifiant dan signifie, langue dan parole, synchronic dan diachronic, dan syntagmatic dan paradigmatic.

Pertama, signifiant dan signifie. Signifiant, atau petanda, adalah apa yang diterima oleh pikiran kita, seperti gambar awal suatu objek. Sedangkan signifie, atau makna, adalah apa yang kita pikirkan setelah menerima tanda. Untuk tujuan ini, kita menggunakan meja sebagai objek untuk signifiant dan signifie. Komponen kata meja adalah M-E-J-A, dan signifikansinya adalah apa yang terlintas di benak kita.

2. Charles Sanders Peirce

Charles Sanders Peirce adalah salah seorang tokoh semiotika yang mengatakan bahwa sebuah tanda adalah suatu hal yang bisa mewakili sebuah hal pada hal lainnya. Hal yang lain itu disebut

interpretant untuk tanda yang pertama. Selanjutnya tanda yang pertama mengacu kepada objek tertentu (Kris Budiman: 2004). Menurut Peirce, tanda (sign) adalah sesuatu yang dapat mewakili sesuatu yang lain dalam jangka waktu tertentu. Pengertian semiotika Peirce menyatakan bahwa tanda berkaitan erat dengan logika. Logika digunakan oleh manusia untuk memikirkan karakter yang muncul di sekitarnya.

Tanda dapat menghubungkan pikiran dari satu orang ke orang lain. Pierce membagi tanda menjadi tiga bagian untuk memberi makna pada sesuatu. Mereka adalah ikon, indeks dan simbol. Ikon adalah gambaran visual yang memiliki kemiripan antara bentukStanda dan objek yang ditunjukkan. Indeks adalah tanda yang menunjukkan atau mengisyaratkan suatu objek tertentu. Hubungan tanda dan petanda bersifat sebab akibat dan mengacu pada fakta yang ada. Simbol sendiri adalah tanda yang menunjukkan pada hubungan tanda dan petanda yang alamiah. Langsung merujuk pada objek yang dibicarakan yang sudah melewati pemahaman yang ada dimasyarakat.

3. Roland Barthes

Roland Barthes di lahirkan pada tahun 1915 bertempat di Cheorbough, dan dibesarkan di daerah Bayonne. Ia hidup dalam keluarga penganut agama Protestan. Roland adalah salah satu tokoh besar dalam sejarah ilmu semiotika. Menurutnya semiotika merupakan ilmu yang dapat digunakan untuk memaknai ataupun mengartikan suatu tanda. Bahasa

adalah susunan tanda yang dapat mengandung pesan tertentu dari suatu masyarakat. Selain bahasa, tanda dapat berupa musik, notasi musik, objek, perbincangan, gambar, logo, gestur tubuh, mimik muka, dll.

Roland membuat model analisis tanda signifikan dua tahap, atau dua urutan signifikan, dan kemudian membaginya menjadi denotasi dan konotasi. Tahap pertama signifikasi adalah hubungan antara penanda dan petanda dalam bentuk nyata. Barthes menyebutnya sebagai konotasi, yang berarti makna asli atau makna umum yang mutlak dan dipahami oleh kebanyakan orang. Konotasi adalah istilah yang digunakannya untuk menggambarkan makna tahap kedua. Ini menjelaskan hubungan yang terjadi ketika tanda dikombinasikan dengan perasaan atau emosi. Konotasi seringkali dianggap sebagai denotasi dan tidak disadari. Jadi, analisis semiotika digunakan untuk mengatasi kesalahpahaman yang sering terjadi di masyarakat. Konotasi sering tidak disadari karena bekerja pada tingkat subjektif. Mitos menggambarkan perspektif masyarakat pada tahap kedua. Kebudayaan menggunakan mitos untuk menjelaskan atau mengartikan beberapa hal tentang hal-hal yang terjadi di alam.

Mitos berkaitan dengan kebiasaan atau budaya seseorang. Mitos, oleh karena itu, adalah cara budaya menjelaskan atau memahami beberapa hal tentang hal-hal yang terjadi di alam. Tokoh—Tokoh semiotika memiliki pemahaman yang mirip tentang tanda. Satu-satunya adalah gagasan yang mereka gunakan saat menjelaskan tanda. Ferdinand membaca tanda dan

menggabungkan aksentuasi penekanan pada bahasa untuk memecahkannya dalam jangka panjang. Meskipun demikian, tanda-tanda dapat muncul dalam adat istiadat, agama, dan berbagai cara lainnya.

Di sisi lain, Pierce menggunakan tiga gagasan semiotika untuk menganalisis makna. Konsep ini, meskipun terdiri dari ikon, indeks, dan simbol, tidak memiliki detail yang cukup untuk menjelaskan artinya yang tersembunyi. Akibatnya, model analisis Roland lebih disukai untuk mendapatkan makna tanda secara konseptual dan mendalam. Karena mengandung hampir setiap aspek yang dihasilkan dari tanda-tanda dari tokoh atau ahli sebelumnya, ini sangat cocok untuk digunakan.

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan struktur konseptual atau sebuah kerangka kerja yang digunakan untuk mengorganisasikan dan menghubungkan informasi atau ide-ide dalam proses pemikiran atau analisis dikenal sebagai kerangka pemikiran. Kerangka pemikiran ini membantu dalam pembuatan argumen atau strategi yang solid serta memetakan hubungan antara konsep-konsep yang saling terkait.

Menurut Sugiyono (2015:91), kerangka berpikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang diteliti. Jika menurut Dalman (2016:184), kerangka berpikir atau kerangka pemikiran adalah dasar

pemikiran dari penelitian yang disintesis dari fakta-fakta, observasi dan telaah kepustakaan.

Maka dari itu berdasarkan pengertian yang sudah dijelaskan dapat disimpulkan bahwa kerangka pemikiran adalah menjelaskan secara garis besar mengenai penelitian yang akan dilakukan.

Untuk menganalisis mengenai representasi pelanggaran etika jurnalistik dalam meningkatkan reputasi media MSC dimata publik pada drama Korea Pinocchio, peneliti menggunakan teori semiotika dari John Fiske yaitu *The Codes Of Television*. Peneliti disini memilih beberapa kode yang ada dalam teori John Fiske untuk membantu mempermudah peneliti dalam meneliti representasi pelanggaran etika jurnalistik dalam meningkatkan reputasi media MSC dimata publik pada drama Korea Pinocchio.

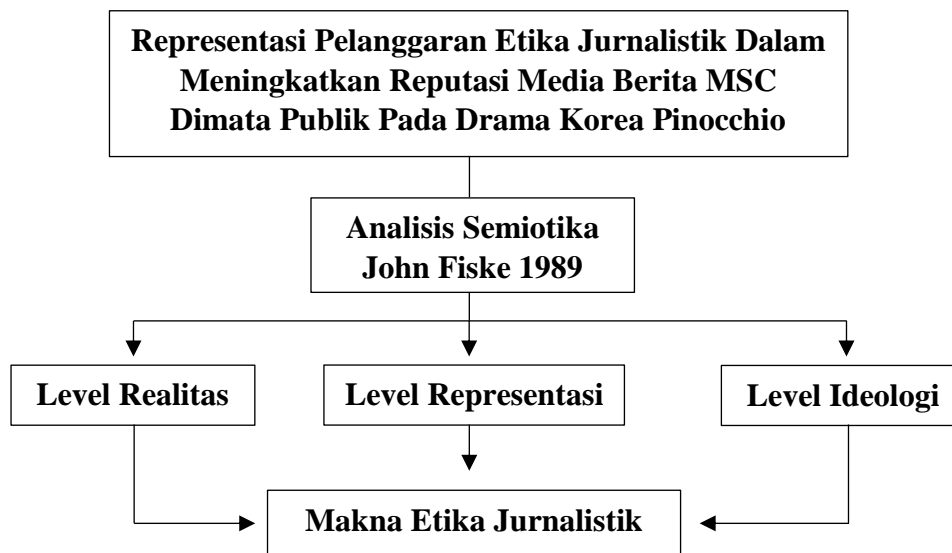
Semiotika yang dibahas dalam konsepsi John Fiske adalah bahasa yang ditulis yang mengandung kata, kalimat, proposisi, foto, grafik dan bagaimana makna dibangun dalam teks media atau studi mengenai bagaimana tanda dari jenis karya apapun dalam masyarakat yang mengonsumsi makna tersebut dalam objek yang akan peneliti teliti. Fiske sendiri mempunyai pendapat bahwa realitas adalah produk pokok yang dibuat oleh manusia, dari pandangan John Fiske apa yang ditampilkan di layar kaca, seperti film merupakan realitas sosial.

Peneliti disini menggunakan teori analisis semiotika John Fiske agar bisa membedah representasi pelanggaran etika jurnalistik oleh media MSC dalam drama Pinocchio, yang dimulai dari level realitas, representasi dan ideologi.

Dalam kode-kode yang telah diungkapkan oleh John Fiske, dimana peristiwa yang ditayangkan dalam dunia televisi telah diencode oleh kode-kode social yang terbagi menjadi tiga level. Untuk level pertama adalah realitas yang terdiri dari penampilan, busana, make-up, lingkungan (*environment*), kelakuan (*behavior*), cara bicara (*speech*), bahasa tubuh (*gesture*), suara (*sound*), dan ekspresi. Lalu realitas direpresentasikan melalui kamera, pencahayaan, editing, musik dan *sound*. Yang kemudian keduanya diterima oleh kode-kode ideologi seperti individualisme, patriarki, ras, kelas dan lainnya.

Dari penjelasan di atas, peneliti merumuskan sebuah kerangka pemikiran sebagai berikut:

Tabel 2.2 Bagan Kerangka Pemikiran



Sumber : Olahan Peneliti (2024)