

## **BAB II**

### **KERANGKA TEORI**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Pada sub-bab ini, peneliti akan memaparkan beberapa penelitian terkait dengan topik penelitian ini. Ada empat penelitian terdahulu yang peneliti temukan. Pertama, penelitian berjudul “Analisis Wacana Kritis terhadap Muatan-Muatan Liberalisme dalam Pemberitaan Undang-Undang Pelayaran di Harian Bisnis Indonesia” karya Ribut Heru Santoso tahun 2009 dari Universitas Indonesia, Depok.

Penelitian ini bertujuan untuk membongkar dan menggambarkan pembingkai yang dilakukan Bisnis Indonesia dalam memberitakan seputar Undang-Undang Pelayaran yang diduga sarat dengan muatan-muatan liberalisme di dalamnya. Sejauh mana media ini melakukan penekanan pada pemberitaan, sehingga berita yang disampaikan cenderung memunculkan indikasi adanya muatan-muatan liberalisme tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode analisis wacana kritis menurut Norman Fairclough dan hasil penelitian tersebut adalah pembingkai pemberitaan harian Bisnis Indonesia yang menekankan pada sikap yang condong atau pro kepada liberalisasi ekonomi, yang diwujudkan dalam bentuk dukungan terhadap pengambil alihan pengelolaan aset-aset strategis

yang dimiliki oleh negara khususnya di sektor pelabuhan kepada pihak swasta asing dan nasional dengan membentuk sebuah badan otoritas pelabuhan.

Perbedaan penelitian peneliti dengan penelitian ini yaitu terdapat pada topik dan objek penelitian yang akan diteliti. Pada penelitian terdahulu ini, topik dan objek penelitian tersebut adalah berita mengenai muatan-muatan liberalisme dalam pemberitaan Undang-Undang Pelayaran di harian *Bisnis Indonesia*.

Sementara, topik dan objek penelitian peneliti merupakan tajuk rencana mengenai wacana anti-Demokrat dalam kontroversi Rancangan Undang-Undang (RUU) Pilkada di harian *Media Indonesia*. Sedangkan, persamaan penelitian peneliti dengan penelitian terdahulu ini terdapat pada metode penelitian, yakni menggunakan metode analisis wacana kritis menurut Norman Fairclough.

Kedua, penelitian berjudul “Analisis Wacana Kritis Berita Penyiraman Munarman kepada Tamrin Tomagola di *Republika Online*” karya Ari Ardiansyah tahun 2013 dari Universitas Budi Luhur, Jakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ideologi dan kepentingan dibalik terbitnya berita mengenai Penyiraman Munarman kepada Tamrin Tomagola pada *Republika Online*.

Penelitian ini menggunakan metode analisis wacana kritis menurut Norman Fairclough. Hasil penelitian ini adalah pemberitaan *Republika online* dengan topik penyiraman yang dilakukan Munarman kepada Tamrin

Tomagola dikonstruksi dengan strategi wacana tertentu, di antaranya: diwujudkan dengan penggunaan bahasa dalam teks berita yang dihasilkan.

Perbedaan penelitian peneliti dengan penelitian ini adalah objek penelitian yang akan diteliti. Pada penelitian terdahulu, objek penelitiannya merupakan berita tentang penyiraman munarman kepada Tamrin Tomagola di *Republika online*.

Sementara objek penelitian peneliti merupakan wacana anti-Demokrat dalam kontroversi Rancangan Undang-Undang (RUU) Pilkada pada tajuk rencana di harian Media Indonesia. Persamaan penelitian peneliti dengan penelitian terdahulu ini terdapat pada kesamaan metode penelitian, yakni analisis wacana kritis menurut Norman Fairclough.

Ketiga, penelitian berjudul “Pandangan Kompas dan Media Indonesia atas Konflik Israel-Palestina: Sebuah Tinjauan Analisis Wacana Kritis terhadap Wacana Berita” karya Puri Yuanita tahun 2009 dari Universitas Indonesia, Depok.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pandangan-pandangan yang tercermin dalam wacana berita konflik Israel-Palestina pada surat kabar Kompas dan Media Indonesia, serta bertujuan juga untuk membandingkan keberpihakan dan strategi wacana yang terlihat dalam wacana berita konflik Israel-Palestina kedua surat kabar tersebut.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis wacana kritis menurut Norman Fairclough dan hasil penelitian tersebut adalah perbedaan keberpihakan dan strategi wacana antara kedua surat kabar

tersebut termanifestasi ke dalam beberapa wujud kebahasaan, yakni judul dan subjudul, struktur klausa dan kalimat, diksi/leksikal, kombinasi antarklausa (anak kalimat), rangkaian kalimat atau kutipan pernyataan/pendapat, pola tindak tutur, dan penggunaan kata yang menandakan kemunculan wacana tertentu di dalam teks.

Perbedaan penelitian peneliti dengan penelitian terdahulu ini terdapat pada wacana dan objek penelitian yang akan diteliti. Pada penelitian terdahulu ini membahas mengenai pemberitaan konflik Israel-Palestina pada harian Kompas dan Media Indonesia.

Sementara, penelitian yang akan diteliti membahas mengenai wacana anti-Demokrat dalam kontroversi Rancangan Undang-Undang (RUU) Pilkada pada tajuk rencana harian Media Indonesia. Persamaan penelitian peneliti dengan penelitian terdahulu ini terdapat pada persamaan metode penelitian, yakni analisis wacana kritis menurut Norman Fairclough.

Keempat, penelitian tersebut berjudul “Wacana RUU Pemilu 2009 dalam Pemberitaan di Media Massa” karya A W D Adnan Sadewa tahun 2009 dari Universitas Sebelas Maret, Surakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui wacana-wacana apa saja yang coba disampaikan oleh Harian Umum Kompas dan Republika dalam pemberitaan tentang RUU Pemilu 2009 yang dimuat dalam teks beritanya periode 14 Februari – 4 Maret 2008.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan analisis wacana dan hasil penelitian tersebut adalah semuanya tergantung pada latar belakang

dan visi misi dari masing-masing media tersebut. Harian Umum Kompas belajar dari pengalaman pembredelannya tahun 1978, kemudian berkembang menjadi koran dengan gaya halus, dalam arti melakukan kritik secara implisit atau secara tidak langsung. Sehingga menjadikan Kompas sebagai koran yang bergaya moderat.

Demikian juga dengan Harian Republika, khususnya dalam pemberitaan RUU Pemilu, Harian Republika ingin menegaskan bahwa apa yang telah dilakukan oleh para wakil rakyat di DPR dianggap telah menyengsarakan umat dan bangsa. Hal tersebut tidak sesuai dengan misi Harian Republika khususnya di Bidang Politik, yang mana Harian Republika ingin mendorong terwujudnya demokratisasi dan mengoptimalkan lembaga-lembaga negara, partisipasi politik semua lapisan masyarakat, mengutamakan kejujuran dan moralitas dalam politik.

Perbedaan penelitian peneliti dengan penelitian terdahulu adalah objek penelitian yang akan diteliti pada penelitian ini dan metode analisis yang dipakai dalam penelitian ini, yakni analisis wacana kritis. Selain itu, wacana yang peneliti teliti juga mengenai anti-Demokrat dalam kontroversi Rancangan Undang-Undang Pemilihan Kepala Daerah, sementara penelitian terdahulu meneliti RUU Pemilu. Persamaan hanya terdapat pada jenis penelitian, yakni kualitatif.

## 2.2 Teori atau konsep-konsep yang digunakan

### 2.2.1 Wacana

Wacana merupakan bagian terpenting saat membuat sebuah tulisan. Menurut Hawthorn (1992) yang dikutip oleh Eriyanto (2001:2) menjelaskan bahwa wacana adalah komunikasi kebahasaan yang terlihat sebagai sebuah pertukaran diantara pembicara dengan pendengar, sebagai sebuah aktivitas personal di mana bentuknya ditentukan oleh tujuan sosialnya.

Sementara, Hamad (2010:3) menyatakan secara singkat dapat dikatakan bahwa wacana (*discourse*) adalah susunan data atau fakta dengan memakai sistem tanda yang membentuk cerita dan mengandung makna.

Sedangkan, Roger Fowler (1977) yang dikutip juga oleh Eriyanto dalam bukunya (2001:2) mengatakan bahwa wacana adalah komunikasi lisan atau tulisan yang dilihat dari titik pandang kepercayaan, nilai, dan kategori yang masuk di dalamnya; kepercayaan di sini mewakili pandangan dunia; sebuah organisasi atau representasi dari pengalaman.

Selain itu, Eriyanto (2001:2) dalam bukunya juga mengutip definisi wacana menurut Foucault (1972) yakni, wacana: kadang kala sebagai bidang dari semua pernyataan (*statement*), kadang kala

sebagai sebuah individualisasi kelompok pernyataan, dan kadang kala sebagai praktik regulatif yang dilihat dari sejumlah pernyataan.

Sebuah struktur tulisan atau wacana akan mencerminkan penulisnya. Menurut Putra (2010:100) menyatakan bahwa sebuah tulisan mencerminkan siapa penulisnya. Kejelasan gagasan (*clarity*), kecermatan (*accuracy*), serta ketrampilan berpikir tampak dalam struktur bangun dan rangkaian sebuah tulisan atau wacana secara keseluruhan.

Menurut Hamad (2010:4) menjelaskan bahwa dalam mengkonstruksikan realitas hingga menjadi wacana, pembuat wacana dipengaruhi oleh sejumlah faktor baik internal maupun eksternal. Keadaan ini berpengaruh kepada pemakaian bahasa untuk mengemas realitas. Dari hal ini dapat dipahami dua hal, yakni:

1. Wacana itu bukanlah susunan tanda yang kosong melainkan berisi pilihan fakta.
2. Penggunaan sistem tanda (bahasa) dalam pesan (wacana) tidaklah bersifat arbitrer (sembarang) melainkan berdasarkan pilihan sadar atas dasar alasan-alasan yang jelas.

Sebagai “wadah” realitas yang dikonstruksikan, dengan demikian, wacana mengandung banyak data, fakta, dan informasi. Di dalam wacana itu juga, bahasa tidak hanya dipakai sesuai kaidah tata-bahasa, tetapi penggunaan yang melibatkan unsur-unsur bahasa.

Pemakaian bahasa dalam wacana bersifat *beyond pragmatic*. Tanda-tanda bahasa dipakai sebagai alat menggambarkan realitas serta sebagai sarana untuk memperjuangkan kepentingan (Hamad, 2010:4).

Berdasarkan pengertian tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa wacana merupakan kumpulan dari serangkaian fakta, yang kemudian nantinya akan dikemas menjadi sebuah tulisan. Namun, pada praktiknya pada proses penulisan wacana tersebut akan dipengaruhi oleh faktor-faktor yang mempengaruhi, baik secara internal maupun eksternal.

### **2.2.2 Analisis Wacana**

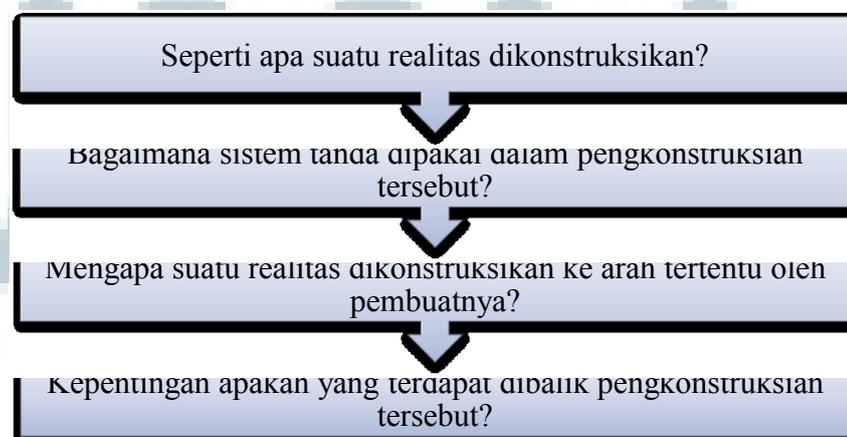
Analisis wacana merupakan sebuah proses menganalisis atau mempelajari lebih lanjut mengenai wacana-wacana yang dikemukakan dalam sebuah tulisan. Menurut Eriyanto (2001:3) mengatakan bahwa analisis wacana berhubungan dengan studi mengenai bahasa / pemakaian bahasa.

Sedangkan, Crystal (1987) yang dikutip oleh Eriyanto dalam bukunya Analisis Wacana (2001:3) mengungkapkan bahwa analisis wacana memfokuskan pada struktur yang secara alamiah terdapat pada bahasa lisan, sebagaimana banyak terdapat dalam wacana seperti percakapan, wawancara, komentar, dan ucapan-ucapan.

Sementara Hamad (2010:59) menjelaskan bahwa analisis wacana merupakan salah satu jenis *content analysis* yang khas yang memiliki metodologi penelitian tersendiri. Secara sederhana pula, analisis wacana terdiri dari dua kata: analisis dan wacana. Untuk pelaksanaan riset *discourse analysis (DA)*, dua kata menjadi: *analysis* berarti metode risetnya, wacana merupakan objek analisisnya.

Tujuan dasar analisis wacana melihat realitas apa yang diungkapkan dalam wacana tersebut. Seperti diungkapkan oleh Hamad (2010:56) mengatakan bahwa tujuan dasar *discourse analysis* adalah menemukan konstruksi realitas dalam suatu wacana. Ia juga menjelaskan tujuan *discourse analysis* pada proses konstruksi realitas dalam pembentukan wacana adalah ingin menjawab pertanyaan sebagai berikut:

**Gambar 2.1 Proses Konstruksi Realitas dalam Pembentukan Wacana**



Sumber : Hamad, 2010:56

Menurut Mohammad A.S.Hikam, terdapat tiga pandangan mengenai bahasa dalam analisis wacana. Pandangan pertama diwakili oleh kaum positivisme-empiris. Oleh penganut aliran ini, bahasa dilihat sebagai jembatan antara manusia dengan objek di luar dirinya. Pandangan kedua, disebut sebagai konstruktivisme. Pandangan ini banyak dipengaruhi oleh pemikiran fenomenologi.

Pandangan ketiga disebut sebagai pandangan kritis. Pandangan ini ingin mengoreksi pandangan konstruktivisme yang kurang sensitif pada proses produksi dan reproduksi makna yang terjadi secara historis maupun institusional (Eriyanto, 2001:4-5).

Adapun analisis wacana dalam bentuk analisis wacana kritis (*critical discourse analysis/CDA*) berarti peneliti menganalisis wacana pada level naskah beserta sejarah dan konteks wacana tersebut. Penelaahan atas wacana tidak hanya dilakukan pada level naskah namun dilanjutkan pada faktor-faktor yang mempengaruhi naskah (Hamad, 2010:65).

### **2.2.3 Analisis Wacana Kritis**

Menurut Eriyanto (2001:7) menjelaskan bahwa dalam analisis wacana kritis (*Critical Discourse Analysis / CDA*), wacana di sini tidak dipahami semata sebagai studi bahasa. Menurutnya juga, bahasa dianalisis bukan dengan menggambarkan semata dari aspek

kebahasaan, tetapi juga menghubungkan dengan konteks. Konteks di sini berarti bahasa itu dipakai untuk tujuan dan praktik tertentu, termasuk di dalamnya praktik kekuasaan.

Sementara, Fairclough dan Wodak yang dikutip oleh Eriyanto (2001:7) mengatakan bahwa analisis wacana kritis melihat wacana (pemakaian bahasa dalam tuturan dan tulisan) sebagai bentuk dari praktik sosial. Analisis wacana kritis juga menyelidiki bagaimana melalui bahasa kelompok sosial yang ada saling bertarung dan mengajukan versinya masing-masing.

Ada banyak model dalam analisis wacana kritis, misalnya : Teun A. Van Dijk, Theo van Leeuwen, Sara Mills, Norman Fairclough, dan lainnya. Pada penelitian ini, model analisis wacana kritis yang digunakan adalah model analisis wacana kritis Norman Fairclough.

Menurut Eriyanto (2001:285) menjelaskan bahwa analisis Norman Fairclough didasarkan pada pertanyaan besar, bagaimana menghubungkan teks yang mikro dengan konteks masyarakat yang makro. Fairclough berusaha membangun suatu model analisis wacana yang mempunyai kontribusi dalam analisis sosial dan budaya, sehingga ia mengombinasikan tradisi analisis tekstual yang selalu melihat bahasa dalam ruang tertutup dengan konteks masyarakat yang lebih luas.

Sedangkan, menurut Semma (2008:282) menyatakan bahwa model yang dibuat Fairclough, sering disebut sebagai model perubahan sosial. Fairclough memusatkan wacana pada bahasa. Ia menggunakan wacana menunjuk pada pemakaian bahasa sebagai praktik sosial. Implikasi dari asumsi tersebut, bahwa wacana adalah bentuk dari tindakan.

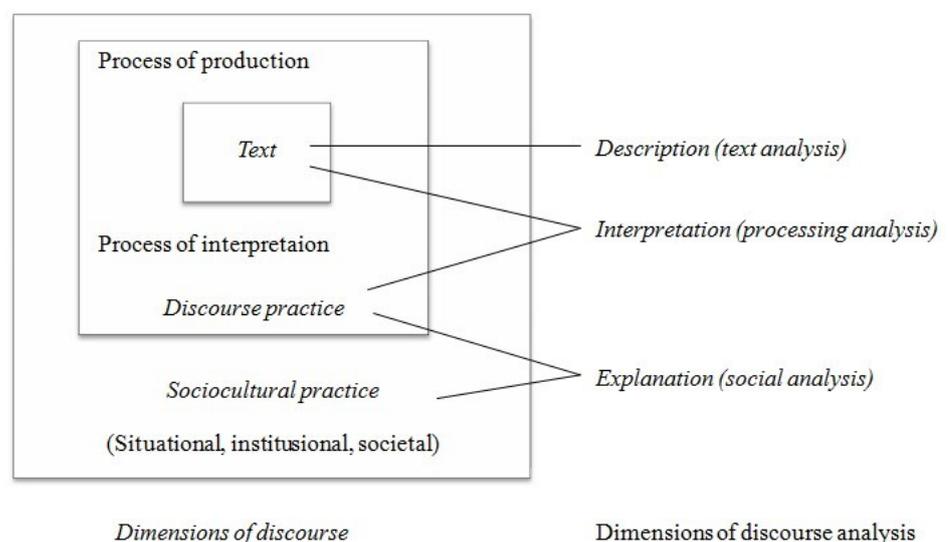
Selain itu, menurut Kriyantono (2008:262) mengatakan bahwa Fairclough membangun suatu model yang menjelaskan wacana sebagai perpaduan linguistik dan pemikiran-pemikiran sosial dan politik yang memusatkan pada pemakaian bahasa sebagai praktik sosial atau merefleksikan sesuatu.

Menurut Fairclough dalam bukunya yang dikutip oleh Hamad (2010:66) menjelaskan bahwa CDA (*critical discourse analysis*) Norman Fairclough melihat teks sebagai hal yang memiliki konteks baik berdasarkan “*process of production*” atau “*text production*”; “*process of interpretation*” atau “*text consumption*” maupun berdasarkan praktik sosio-kultural.

Menurut Hamad (2010:66) mengungkapkan bahwa untuk memahami wacana (naskah/teks), kita tak dapat melepaskan dari konteksnya. Untuk menemukan “konstruksi realitas” dibalik teks kita memerlukan penelusuran atas konteks produksi teks, konsumsi teks, dan aspek sosial budaya yang mempengaruhi pembuatan teks.

Ada tiga dimensi yang dianalisa menggunakan model analisis wacana Norman Fairclough ini, yaitu : teks, *discourse practice*, dan *sociocultural practice*. Berikut adalah bagan ketiga dimensi yang digambarkan oleh Norman Fairclough (1995:98) dalam bukunya:

**Gambar 2.2 Dimensi Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough**



Sumber : Norman Fairclough (1995:98)

a. Teks

Menurut Kriyantono (2008:263) menjelaskan bahwa intinya adalah teks bukan hanya menunjukkan bagaimana suatu objek digambarkan tetapi juga bagaimana hubungan antar objek didefinisikan. Di sini dilakukan analisis linguistik pada struktur teks untuk menjelaskan teks tersebut, yang meliputi kosa kata, kalimat, proposisi, makna kalimat dari

lainnya. Untuk mempermudah analisis bisa digunakan metode analisis pembedaan.

Sementara, menurut Eriyanto (2001:289) mengatakan bahwa setiap teks pada dasarnya, menurut Fairclough, dapat diuraikan dan dianalisis dari ketiga unsur tersebut:

**Tabel 2.1 Analisis Teks CDA Norman Fairclough**

UNSUR	YANG INGIN DILIHAT
Representasi	Bagaimana peristiwa, orang, kelompok, situasi, keadaan, atau apapun ditampilkan dan digambarkan dalam teks.
Relasi	Bagaimana hubungan antara wartawan, khalayak, dan partisipan berita ditampilkan dan digambarkan dalam teks.
Identitas	Bagaimana identitas wartawan, khalayak, dan partisipan berita ditampilkan dan digambarkan dalam teks.

*Sumber : Eriyanto (2001 : 289)*

b. *Discourse practice* (Praktik Wacana)

Menurut Kriyantono (2008:263) menjelaskan bahwa *discourse practice* (praktik wacana) merupakan dimensi yang

berkaitan dengan proses produksi dan konsumsi teks. Sebuah teks pada dasarnya dihasilkan lewat proses produksi, seperti pola kerja, bagan kerja, dan rutinitas dalam menghasilkan teks. Demikian pula konsumsi teks dapat berbeda dalam konteks yang berbeda. Konsumsi dapat dihasilkan secara personal atau kolektif.

Sementara menurut Eriyanto (2001:316) mengatakan bahwa analisis *discourse practice* memusatkan perhatian pada bagaimana produksi dan konsumsi teks. Teks dibentuk lewat suatu praktik diskursus, yang akan menentukan bagaimana teks tersebut diproduksi.

### c. *Sociocultural Practice* (Praktik Sosial Budaya)

Menurut Kriyantono (2008:263) menjelaskan bahwa *sociocultural practice* (praktik sosial budaya) artinya melihat bangunan wacana yang berkembang dalam masyarakat, dimana dimensi ini melihat konteks di luar teks, antara lain sosial, budaya, atau situasi saat wacana itu dibuat.

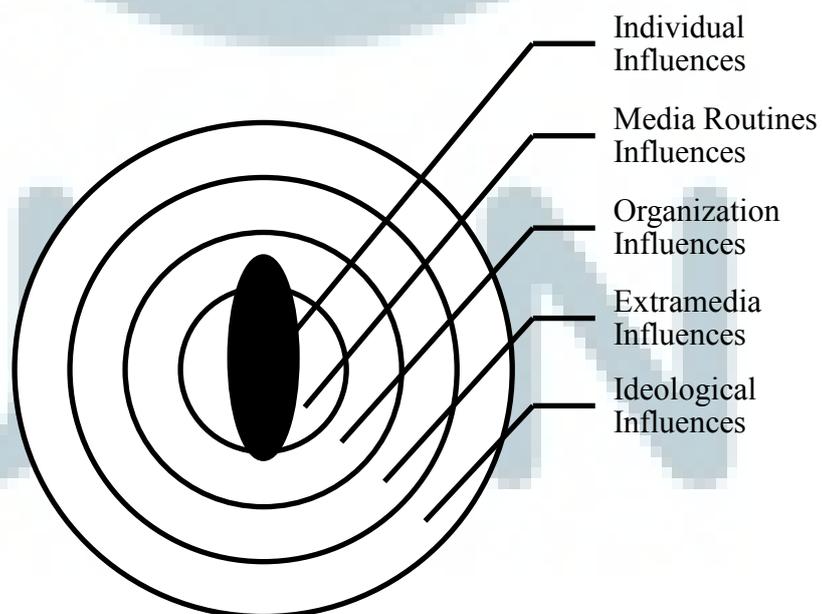
Sedangkan, menurut Eriyanto (2001:320) mengatakan bahwa analisis *sociocultural practice* didasarkan pada asumsi bahwa konteks sosial yang ada di luar media mempengaruhi bagaimana wacana yang muncul dalam media. Menurutnya juga, *sociocultural practice* tidak berhubungan langsung

dengan produksi teks, tetapi menentukan bagaimana teks diproduksi dan dipahami.

#### 2.2.4 Teori Hirarki Pengaruh Media

Menurut Harahap (2013:12) menjelaskan bahwa media massa memiliki kecenderungan atau perbedaan dalam memproduksi informasi kepada khalayaknya, dapat diungkap dengan pelapisan-pelapisan yang meliputi institusi-institusi media massa. Shoemaker dan Reese (1991) membentuknya dalam model “*hierarchy of influence*” dalam lima kategori:

**Gambar 2.3 Model *Hierarchy of Influence Media*  
( Shoemaker and Reese, 1991 )**



*Sumber : Harahap, 2013 : 13*

## 1. Pengaruh Individual

Pengaruh individu-individu pekerja media, diantaranya adalah karakteristik pekerja komunikasi, latar belakang personal dan profesional. Dalam pengaruh individual ini, faktor yang berpengaruh, seperti: *attitude* atau perilaku, keterampilan, dan latar belakang jurnalis atau pekerja media. Ada tiga faktor instrinsik pada individu yang bisa mempengaruhi media antara lain: karakteristik, komunikatornya, pengaruh sikap, dan kepercayaan atau nilai-nilainya. Tiga faktor tersebut akan tersosialisasikan dalam pekerjaannya.

## 2. Pengaruh Rutinitas Media

Apa yang dihasilkan oleh media massa dipengaruhi oleh kegiatan-kegiatan seleksi-seleksi yang dilakukan oleh komunikator. Faktor yang mempengaruhi dalam rutinitas media ini adalah:

### a. Sumber berita (*suppliers*)

Sumber berita atau *suppliers* adalah sumber berita yang didapatkan oleh media untuk sebuah pemberitaan. Misalnya, lembaga pemerintah, lembaga swasta, LSM, partai politik, dan sebagainya. Terkadang lembaga-lembaga tersebut memberikan pesanan agar berita yang keluar dari sebuah media tidak bertentangan dengan lembaganya. Walaupun sumber berita tidak terlalu berdampak signifikan

pada konten dari sebuah media, tetapi ketergantungan sebuah media terhadap lembaga tersebut untuk mendapatkan berita akan mempengaruhi pemberitaan tersebut.

b. Organisasi media (*processor*)

Organisasi media atau *processor* merupakan redaksi dari sebuah media yang mengemas pemberitaan dan selanjutnya dikirim kepada audiens. Unsur yang paling berpengaruh pada organisasi media adalah editor media, karena melalui kebijakan editor pada setiap media adalah yang menentukan manakah berita yang akan diterbitkan, dan mana yang tidak.

c. Audiens (*consumers*)

Audiens atau *consumer* adalah konsumen berita (pendengar, pembaca, penonton). Unsur audiens turut berpengaruh, karena pemilihan sebuah berita yang akan ditampilkan oleh sebuah media bertujuan untuk menarik simpatik dan mengikuti selera dari audiens, karena berita tersebut juga disampaikan kepada khalayaknya. Sehingga, media juga akan memperhatikan nilai berita dalam pemberitaannya, agar ketergantungan media terhadap audiens bisa menghasilkan keuntungan bagi medianya.

Rutinitas dari sebuah media memiliki pengaruh yang penting pada produksi isi simbolik. Mereka membentuk lingkungan dimana pekerja media melaksanakan pekerjaannya, dan pengaruh rutinitas ini berpengaruh secara alami, karena bersifat keseharian dan terkesan tidak memaksa pekerja media (Shoemaker, 1996:137).

### 3. Pengaruh Organisasi

Masalah satu tujuan dari media massa adalah mencari keuntungan materiil. Tujuan-tujuan dari media massa akan berpengaruh pada isi yang dihasilkan (Harahap, 2013:12). Level organisasi berkaitan dengan struktur manajemen organisasi pada sebuah media, kebijakan sebuah media dan tujuan sebuah media.

Dalam konteks ini, hal yang paling berpengaruh dalam media adalah pemilik media itu sendiri. Jadi penentu kebijakan pada sebuah media dalam menentukan sebuah pemberitaan tetap dipegang oleh pemilik media. Ketika tekanan datang untuk mendorong, pekerja secara individu dan rutinitas mereka harus tunduk pada organisasi yang lebih besar dari tujuannya (Shoemaker, 1996:140).

Dalam organisasi media ini terdapat tiga tingkatan umum. Tingkatan pertama yaitu terdiri dari pekerja lapangan, seperti: penulis berita, reporter, dan tim kreatif. Tingkatan menengah, seperti: manager, editor, produser, dan lembaga yang

berhubungan dengan tingkatan pertama dan tingkatan ketiga. Tingkatan ketiga atau teratas, seperti: korporasi media yang membuat kebijakan dan keputusan pada sebuah media.

#### 4. Pengaruh Ekstramedia

Level pengaruh ini berasal dari luar organisasi media atau yang biasa disebut dengan *extra media level*. Pengaruh eksternal tersebut biasanya berasal dari: sumber informasi untuk pengayaan konten berita (sumber berita), pengiklan dan audiens, kontrol dari pemerintah, struktur pasar, dan teknologi.

Unsur pertama, yakni: sumber berita. Sumber berita memiliki efek yang sangat besar pada konten sebuah media massa, karena seorang jurnalis tidak bisa menyertakan apa laporan beritanya, jika mereka tidak tahu atau terlibat dalam pembuatan berita tersebut. Biasanya untuk mendapatkan sebuah berita, bisa didapatkan dari jurnalis lainnya, dari orang yang berada di tempat kejadian, dari sumber resmi pemerintah dan polisi, dan lainnya.

Unsur kedua, yakni: pengiklan dan pembaca. Unsur ini sangat berpengaruh pada level ekstramedia karena iklan dan pembaca adalah penentu kelangsungan sebuah media, dan kedua unsur inilah yang membiayai jalannya produksi serta memperoleh keuntungan. Menurut J.H. Altschull yang dikutip oleh Shoemaker (1996:190), sebuah konten dari pers secara

langsung berhubungan dengan kepentingan yang membiayai sebuah pers. Sebuah pers diibaratkan sebagai peniup terompet, dan suara dari terompet itu dikomposisikan oleh orang yang membiayai peniup terompet tersebut. Ini bukti secara substansial bahwa isi dari media secara langsung maupun tidak langsung dipengaruhi oleh pengiklan dan pembaca.

Unsur ketiga adalah kontrol dari pemerintah. Pemerintah dapat mengontrol pemberitaan sebuah media jika bertentangan dengan kebijakan sebuah pemerintahan dalam sebuah negara. Kemudian, unsur keempat adalah struktur pasar atau pangsa pasar media.

Media massa beroperasi secara primer pada pasar yang komersil, dimana media harus berkompetisi dengan media lainnya untuk mendapat perhatian dari pembaca dan pengiklan. Terakhir, unsur kelima yaitu teknologi. Konten media dapat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi yang digunakan. Dalam kemajuan teknologi saat ini juga, sehingga konvergensi media dapat terwujud, dan membantu mempercepat arus informasi.

##### 5. Pengaruh Ideologi

Ideologi merupakan sebuah pengaruh yang paling menyeluruh dari semua pengaruh. Ideologi di sini diartikan sebagai mekanisme simbolik yang menyediakan kekuatan

kohesif yang mempersatukan di dalam masyarakat (Harahap, 2013:13).

Level ini berhubungan dengan konsepsi atau posisi seseorang dalam menafsirkan realitas dalam sebuah media. Penanaman ideologi sebuah media kepada masyarakat tidak disadari secara langsung, terdapat pendekatan yang dilakukan, salah satunya adalah pendekatan studi budaya atau disebut *cultural studies*. Pendekatan ini lebih menekankan pada studi tentang teks media sebagai penghasil ideologi dibandingkan dengan pendekatan ekonomi politik yang lebih melihat kepada aspek ekonomi dan politik.

Studi ini beranggapan bahwa media adalah instrumen kekuasaan kelompok elit dan media berfungsi menyampaikan pemikiran kelompok yang mendominasi masyarakat, terlepas apakah pemikiran itu efektif atau tidak. Kata kunci dari pendekatan ini adalah hegemoni.

Pengertian hegemoni yang digagas oleh pemikir Marxis dari Italia, yaitu Antonio Gramsci, seperti yang dikutip oleh Shoemaker (1996:433), hegemoni adalah dominasi ideologi palsu atau cara pikir terhadap kondisi sebenarnya. Ideologi tidak disebabkan oleh sistem ekonomi saja, tetapi ditanamkan secara mendalam pada semua kegiatan masyarakat. Jadi, ideologi tidak dipaksakan oleh satu kelompok kepada yang lain, tetapi bersifat

persuasif dan tidak sadar. Dengan kata lain, suatu kelompok atau masyarakat secara langsung tidak menyadari bahwa sebenarnya media telah mentransmisikan ide-ide kelompok dominan kepadanya.

Berdasarkan paparan di atas, dapat dikatakan bahwa berbagai faktor dalam tubuh media tersebut memiliki kontribusi dalam pengemasan dan penyusunan agenda konten yang hendak disuntikkan kepada khalayak. Rekonseptualisasi *Hierarchy of Influence* ini disesuaikan dengan perkembangan zaman dan perbedaan kondisi setiap negara.

#### **2.2.5 Politik dan Ekonomi Media**

Tanpa disadari, pengaruh politik dan ekonomi juga berpengaruh dalam media. Menurut Abrar (2011:29) menjelaskan bahwa pers sangat mungkin menjadi usaha bisnis. Sebab, di zaman sekarang tidak sedikit modal yang dibutuhkan untuk mendirikan sebuah perusahaan penerbitan pers. Lebih dari itu, kemajuan teknologi komunikasi mendorong perusahaan penerbitan pers untuk menggunakan teknologi yang mutakhir. Penggunaan teknologi yang mutakhir ini jelas membutuhkan modal yang banyak.

Menurut Agung seperti yang dikutip oleh Harahap (2013:4) mengatakan bahwa perspektif ekonomi politik adalah proses produksi berita tidak ubahnya seperti relasi ekonomi yang

ditempatkan sebagai alat-alat atau komponen yang menghasilkan keuntungan dan peningkatan modal bagi media massa. Asumsi sederhananya adalah bahwa isi media lebih diatur oleh kekuatan-kekuatan ekonomi media.

Menurut Harahap (2013:5) menjelaskan bahwa ekonomi politik kritis menempatkan aspek pengendalian pasar memiliki posisi yang beragam dan ketidaksamaan posisi dalam sebuah organisasi media, sehingga menyebabkan dominasi satu kelompok kepada kelompok lain. Bagian iklan dan pemilik media dimungkinkan mendominasi pihak lain, sedangkan bidang pemberitaan hanya menampilkan berita-berita sesuai arahan pemilik dan penonton hanya pasif menerima tayangan-tayangan yang diberitakan.

Menurut Dhakidae seperti yang dikutip oleh Abrar (2011:32) mengatakan bahwa kondisi etik politik pers Indonesia telah bergeser ke etik bisnis. Buktinya, dulu pers memiliki *political audience*. Mereka begitu setia dengan surat kabar atau majalahnya. Mereka memilih tidak membaca surat kabar atau majalah lain bila surat kabar atau majalah yang mereka gandrungi berhalangan terbit. Sedangkan kini begitu mudahnya pembaca sebuah surat kabar atau majalah beralih ke surat kabar atau majalah lain. Lihatlah, begitu Indonesia Raya ditutup, sebagian besar pembacanya beralih ke Kompas. Begitu juga dengan Prioritas, setelah ia tidak terbit lagi, pembacanya beralih ke Media Indonesia. Padahal kebijakan

redaksional surat kabar-surat kabar yang baru itu tidak sama dengan kebijakan redaksional surat kabar-surat kabar yang lama.

Pers mempertahankan hidupnya dengan mengontrol secara internal dan eksternal media. Menurut Abrar (2011:65) menjelaskan bahwa selama ini pers sangat antusias melakukan kontrol internal, misalnya dengan melakukan kontrol berdasarkan cita-cita institusional media atau keberadaan pers ditengah-tengah sistem sosial.

Sedangkan, kontrol eksternal lembaga pemerintah terhadap pers, sebenarnya merupakan pengurangan kebebasan pers. Padahal, di negara-negara berkembang tersirat anggapan bahwa tanpa kebebasan berpendapat yang disalurkan melalui pers, kedaulatan rakyat sulit untuk bisa bertahan (Abrar, 2011:66).

### **2.2.6 Wacana dan Ideologi**

Menurut John Fiske yang dikutip oleh Eriyanto (2001:87) menjelaskan bahwa makna tidak intrinsik ada dalam teks itu sendiri. Seseorang yang membaca suatu teks berita tidak menemukan makna dalam teks, sebab yang dia temukan dan hadapi secara langsung adalah pesan dalam teks. Makna itu diproduksi lewat proses yang aktif dan dinamis, baik dari sisi pembuat maupun khalayak pembaca.

Pembaca dan teks secara bersama-sama mempunyai andil yang sama dalam memproduksi pemaknaan, dan hubungan itu menempatkan seseorang sebagai satu bagian dari hubungannya dengan sistem tata nilai yang lebih besar dimana dia hidup dalam masyarakat. Pada titik inilah ideologi bekerja (Eriyanto, 2001:87).

Raymond William mengklasifikasikan penggunaan ideologi tersebut dalam tiga ranah. Pertama, sebuah sistem kepercayaan yang dimiliki oleh kelompok atau kelas tertentu. Definisi ini terutama dipakai oleh kalangan psikologi yang melihat ideologi sebagai seperangkat sikap yang dibentuk dan diorganisasikan dalam bentuk yang koheren.

Kedua, sebuah sistem kepercayaan yang dibuat, ide palsu atau kesadaran palsu yang bisa dilawankan dengan pengetahuan ilmiah. Ideologi dalam pengertian ini adalah seperangkat kategori yang dibuat dan kesadaran palsu dimana kelompok yang berkuasa atau dominan menggunakannya untuk mendominasi kelompok lain yang tidak dominan.

Ideologi disebarkan lewat berbagai instrumen dari pendidikan, politik, sampai media massa. Ideologi di sini bekerja dengan membuat hubungan-hubungan sosial tampak nyata, wajar, dan alamiah, dan tanpa sadar kita menerima sebagai kebenaran. Ketiga, proses umum produksi makna dan ide. Ideologi disini adalah

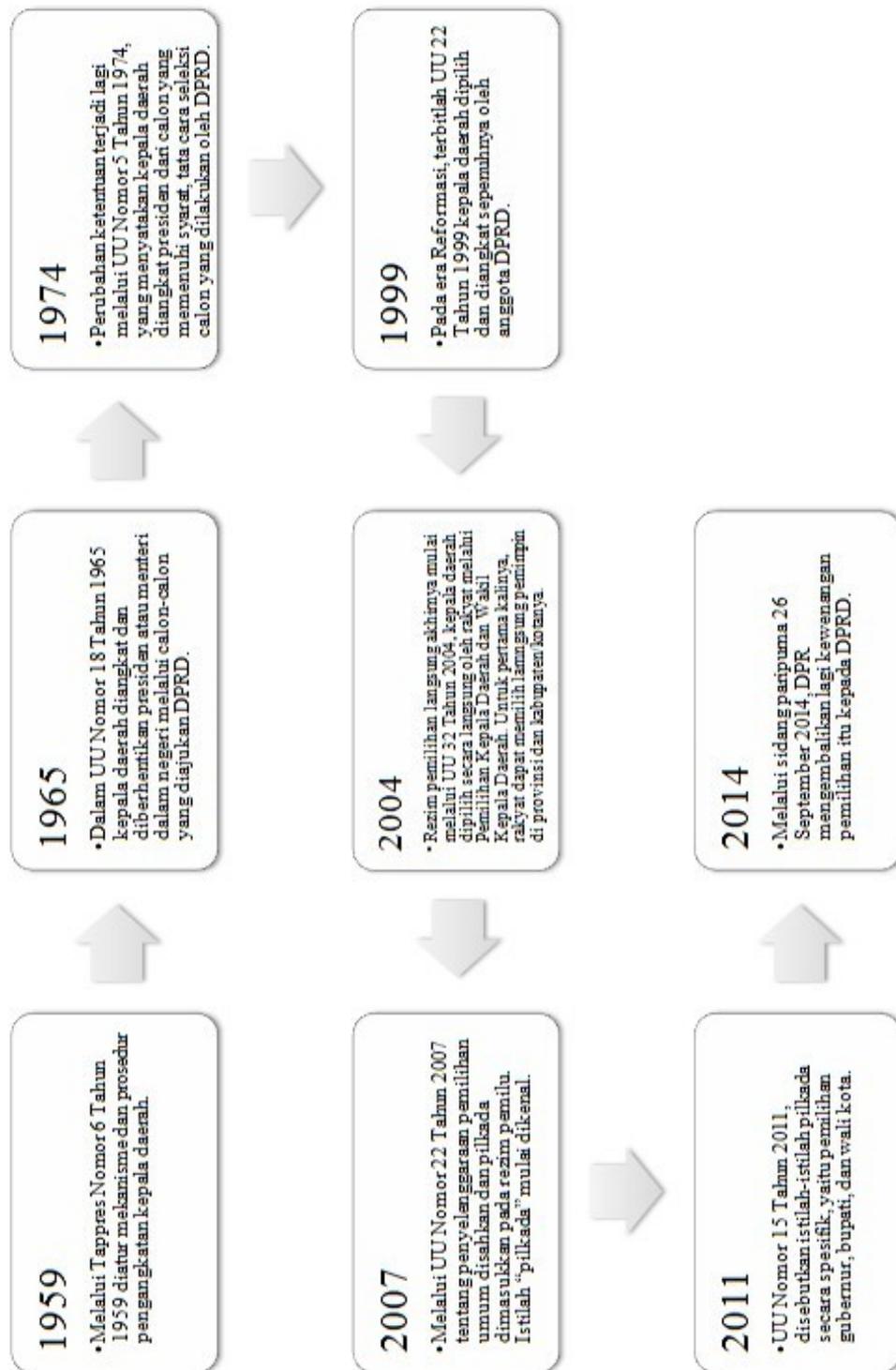
istilah yang digunakan untuk menggambarkan produksi makna (Eriyanto, 2001:87-92).

### **2.2.7 Pemilihan Kepala Daerah**

Menurut Cangara (2009:266) mengatakan bahwa Pilkada di mata masyarakat hanya dijadikan ajang perebutan kekuasaan oleh segelintir elite lokal untuk mendapatkan kekuasaan dalam pemerintahan. Berdasarkan sumber *website* Sinar Harapan *online*, peneliti akan membuat skema perjalanan pemilihan kepala daerah di Indonesia, yaitu sebagai berikut:

U M M N

Gambar 2.4 Kronologi Pilkada di Indonesia



Sumber : Sinar Harapan Online

Dalam bukunya juga, Cangara (2009:266) mengutip menurut J. Kristiadi dalam Amirudin (2006) bahwa partai politik yang seharusnya menjadi instrumen untuk menilai calon yang paling baik bagi masyarakat, cenderung lebih mementingkan calon-calon yang loyal kepada atasan daripada calon di luar partai yang memungkinkan dianggap masyarakat lebih berkualitas dan pantas menjadi kepala daerah.

Menurut Arifin (2011:229) mengatakan bahwa ternyata jumlah golput dalam pemilu pasca Orde Baru menunjukkan peningkatan yang signifikan. Peningkatan jumlah golput terjadi juga dalam Pilkada (pemilihan kepala daerah) atau Pemilukada (pemilihan umum kepala daerah). Bahkan dalam beberapa pemilukada, justru golput menjadi pemenang, dalam arti suara golput lebih banyak dari semua kandidat.

Sejumlah pengamat, pakar atau akademisi menyimpulkan bahwa dalam Pemilu, Pemilukada dan Pilpres (Pemilu Presiden) dalam masa reformasi di Indonesia, telah berkembang pesat budaya politik “transaksi materi” yang kemudian mereka menyebutnya “politik transaksional”. Hal itu menimbulkan dampak politik yang luas dan kompleks, dan sekaligus sangat memperburuk citra demokrasi (Arifin, 2011:230).

### 2.2.8 Tajuk Rencana (Editorial)

Tajuk rencana atau editorial merupakan opini atau pendapat yang ditulis oleh redaksi atau pihak / orang yang ditunjuk (misalnya: wartawan, redaktur, dan sebagainya) di dalam media itu sendiri untuk menulis rubrik tajuk rencana. Menurut Kuntarto (2011:21) mengatakan bahwa bentuk karangan semiilmiah atau ilmiah populer yaitu artikel, editorial, opini, tips, dan resensi buku.

Menurut Sumadiria (2004:81) menjelaskan bahwa opini pada tajuk rencana mencerminkan aspirasi, pendapat, dan sikap resmi suatu media pers terhadap persoalan potensial, fenomenal, dan atau aktual yang terjadi dalam masyarakat ... karakter dan kepribadian pers tercermin dalam tajuk rencana.

Sementara menurut Wahyudi (1996:95) mengungkapkan bahwa editorial adalah pendapat editor yang juga merupakan pendapat dari lembaga media massa periodik tempat editor itu bekerja. Jadi, editorial bukanlah pendapat perorangan, tetapi merupakan pendapat dari suatu lembaga atau badan terhadap masalah hangat yang ada dan berkembang di tengah masyarakat.

Sedangkan menurut Mallarangeng (1992:11-12) mengatakan bahwa tajuk rencana adalah rubrik yang membawakan visi atau opini surat kabar tentang satu atau beberapa hal. Tajuk rencana pada hakikatnya adalah informasi yang sangat subjektif (*optionated news*).

Penulis tajuk biasanya adalah suatu tim yang terdiri atas 3-6 orang, dipilih oleh para pemuka koran tersebut.

Penulisan tajuk rencana ditujukan untuk memperjelas persoalan atau memperluas perspektif dalam melihat suatu atau beberapa masalah. Penulisan tajuk rencana menyetujui, menganjurkan, atau mendukung pendapat, persoalan, atau kecenderungan tertentu. Tajuk rencana juga berorientasi kepada realitas psikologis maka mengkritik dan mendukung dihubungkan dengan pendapat sumber informasi yang diulas (Mallarangeng, 1992:145).

Editorial dari dua lembaga media massa periodik dapat saling bertentangan, karena masing-masing memiliki visi atau sudut pandang sendiri-sendiri. Perbedaan ini juga memungkinkan karena pendapat atau opini bersifat bebas. Nilai lebih atau bobot dari sebuah editorial sangat ditentukan oleh pengalaman, pengetahuan, dan selera dari penyusunnya (Wahyudi, 1996:95).

Fungsi tim editorial adalah menyalurkan aspirasi, pendapat, dan sikap kritis redaksi sebagai representasi suara seluruh wartawan dan karyawan sesuai dengan visi, misi, filosofi dan kebijakan umum penerbitan media pers bersangkutan. Tim editorial diasumsikan tahu persis tentang aspek historis, aspek filosofis, sosiologis dan etis, serta

aspek nilai dan orientasi bisnis media penerbitan yang dikelola dan dipimpinnya (Sumadiria, 2004:89).

Menurut Wibowo (2006:27) menjelaskan bahwa tajuk rencana (*leader news*) yang kerap disebut pula editorial, dari meja redaksi, atau catatan redaksi merupakan induk karangan pada koran atau majalah. Disebut 'induk karangan' (dari bahasa Belanda, *hoofd artikel*), karena di situlah cerminan sikap, pandangan, atau opini pihak penerbit terhadap masalah yang sedang menjadi topik masyarakat.

Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut, maka peneliti menyimpulkan bahwa tajuk rencana merupakan sebuah editorial atau opini yang disampaikan oleh suatu media massa, dengan mengangkat mengenai isu-isu yang sudah didiskusikan oleh tim editorial dalam rapat redaksi.

Menurut William Pinkerton yang dikutip oleh Sumadiria dalam bukunya (2004:83-84) menjelaskan fungsi tajuk rencana mencakup empat hal, yaitu:

1. Menjelaskan berita (*explaining the news*). Tajuk rencana berfungsi menerangkan bagaimana suatu kejadian tertentu berlangsung, faktor-faktor apa yang diperhitungkan untuk menghasilkan perubahan dalam kebijakan pemerintah,

dengan cara bagaimana kebijakan baru akan mempengaruhi kehidupan sosial dan ekonomi suatu masyarakat.

2. Menjelaskan latar belakang (*filling in background*). Tajuk rencana dapat menunjukkan hubungan antara berbagai peristiwa yang terpisah: politik, ekonomi, atau sosial. Terkadang tajuk rencana memuat suatu pandangan dan menunjukkan kesamaan dengan sejarah, yaitu kesamaan yang bertujuan untuk mendidik masyarakat.
3. Meramalkan masa depan (*forecasting the future*). Tajuk rencana terkadang menyajikan analisis yang melewati batas berbagai peristiwa sekarang dengan tujuan meramalkan sesuatu yang akan terjadi pada masa datang.
4. Menyampaikan pertimbangan moral (*passing moral judgement*). Menurut tradisi lama, para penulis tajuk rencana bertugas mempertahankan kata hati masyarakat. Jadi, penulis tajuk rencana berjuang untuk menyampaikan sesuatu yang benar dan salah kepada pembacanya dengan mempertahankan isu-isu moral dan mempertahankan posisinya.

Sedangkan, menurut Wibowo (2006:27) menyampaikan fungsi tajuk rencana itu sendiri, yakni sebagai berikut :

- a. Ramalan (*forecasting*). Dengan latar belakang informasi yang mewarnai penulisan tajuk rencana, si penulis bebas berimajinasi sambil meramalkan peristiwa yang bakal marak.
- b. Tafsiran (*interpretating*). Bila ada berita atau peristiwa yang 'kurang jelas' bagi masyarakat, penulisan tajuk rencana bisa dijadikan pemandu (demi penjelasan ulang).
- c. Galian (*explorating*). Penulisan tajuk rencana, selain didukung oleh informasi internal (melalui pemberitaannya sendiri), juga bisa digali langsung melalui informasi eksternal (via masyarakat).

Menurut Assegaff yang dikutip oleh Sumadiria (2004 : 85), ada delapan jenis dan sifat yang dimiliki tajuk rencana itu sendiri, yakni :

1. Tajuk rencana yang bersifat memberikan informasi semata
2. Tajuk rencana yang bersifat menjelaskan
3. Tajuk rencana yang bersifat memberikan argumentasi
4. Tajuk rencana yang bersifat menjuruskan timbulnya aksi
5. Tajuk rencana yang bersifat jihad, artinya disampaikan secara terus-menerus dan jelas untuk mengadakan perubahan dari suatu masalah

6. Tajuk rencana yang bersifat membujuk
7. Tajuk rencana yang bersifat memuji
8. Tajuk rencana yang bersifat menghibur

Tajuk rencana yang terdapat di Media Indonesia berada di sebelah kanan atas pada halaman depan surat kabar tersebut. Editorial tersebut akan ditampilkan setiap hari senin hingga sabtu. Pada hari minggu, kolom editorial tersebut digantikan dengan berita yang terkait.

Isi dari editorial Media Indonesia juga membahas mengenai isu-isu yang sedang hangat di masyarakat mengenai suatu topik. Dalam tajuk rencana tersebut juga, Media Indonesia mengajak pembaca untuk menanggapi editorial tersebut melalui [www.metrotvnews.com](http://www.metrotvnews.com).

UMMN

### 2.3 Kerangka Pemikiran

