



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## **BAB II**

### **KERANGKA TEORI**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu merupakan acuan untuk peneliti, agar peneliti mendapatkan informasi yang lebih detail dan jelas. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil beberapa penelitian terdahulu sebagai referensi dalam memperlengkap dan memperkaya informasi untuk bahan kajian pada penelitian.

Penelitian terdahulu pertama berasal dari sebuah skripsi oleh Patricia Rahayu seorang mahasiswa dari Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro, Semarang pada tahun 2012 (Rahayu, 2012). Penelitian ini berjudul *Gaya Bahasa Satire Program “Sentilan Sentilun” Metro TV*. Pada proses pengumpulan data menggunakan cara berupa cuplikan percakapan yang terdapat dalam tayangan Sentilan Sentilun sebanyak 38 buah. Metode yang digunakan dalam menyediakan data tersebut adalah dengan cara metode simak, sedangkan teknik yang digunakan pada penelitian ini menggunakan teknik catat.

Peneliti menggunakan program di media Metro TV bernama “Sentilan Sentilun” sebagai objek penelitian. Penelitian ini membahas mengenai gaya bahasa satire yang digunakan dalam program “Sentilan Sentilun” di Metro TV. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan gaya bahasa satire dikarenakan dalam program “Sentilan Sentilun” mengangkat topik mengenai politik dengan bintang tamu yang beberapa kali mengeluarkan kritikan pedas dan menyindir.

Program “Sentilan Sentilun” membahas mengenai kehidupan politik dan kehidupan sehari-hari yang sedang terjadi dan ramai diperbincangkan oleh masyarakat Indonesia. Selain itu, program “Sentilan Sentilun” juga mengusung candaan-candaan politik. Alasan penulis ingin meneliti program “Sentilan Sentilun” yang mengandung unsur satire ini dikarenakan kekhasan gaya bahasa yang dikatakan oleh bintang tamu membuat penulis tertarik untuk menganalisis ucapan-ucapan atau perkataa yang disampaikan oleh bintang tamu tersebut.

Penelitian ini menggunakan teori stilistika, yang merupakan berbagai ragam penggunaan tata bahasa yang tidak terbatas pada sastra saja, melainkan biasanya stilistika lebih sering dikaitkan dengan bahasa sastra. Kemudian data tersebut diunduh dari *website* berita [www.metrotvnews.com](http://www.metrotvnews.com). Data-data yang diambil oleh peneliti berupa rekaman-rekaman percakapan yang dikatakan oleh Slamet Rahardjo, Butet Kertarajasa dan bintang tamu lainnya di dalam program Sentilan Sentilun.

Dalam tahap tersebut, peneliti melakukan pengumpulan data dengan menggunakan metode simak. Data yang dikumpulkan oleh peneliti dikelompokkan kemudian dijadikan satu dengan data yang sama dan data yang berbeda, serta menyisihkan kelompok lain data yang serupa namun tidak sama.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa program “Sentilan Sentilun” pada episode bulan Agustus sampai Desember 2011 terdapat pemakaian gaya bahasa satire dengan pemakaian gaya bahasa tanpa kias dan pemakaian gaya bahasa kias. Pemakaian gaya bahasa tanpa kias yang terdapat dalam penelitian tersebut adalah

gaya bahasa repetisi, paradoks, ironi dan gaya bahasa berdasarkan pemilihan kata seperti penggunaan akronim dan slogan.

Selain itu, pemakaian gaya bahasa kias dalam penelitian tersebut adalah dengan menggunakan penggunaan majas metafora, sarkasme, penggunaan peribahasa, majas metonimia dan majas epitet. Tema yang digunakan dalam program “Sentilan Sentilun” adalah tema mengenai kemiskinan, korupsi dan pemimpin yang baik. Fungsi sindiran yang dikatakan dan digunakan dalam program Sentilan Sentilun adalah fungsi kritikan, ancaman, menjatuhkan, didikan, informasi, teguran, larangan dan nasihat.

Pada penelitian terdahulu ini, memiliki relevansi pada bagian subjek yaitu pemakaian gaya bahasa satire. Sementara perbedaan penelitian terdahulu ini terdapat pada bagian objek yaitu penelitian terdahulu ini mengambil objek televisi digital di Indonesia dan acara *talk show*. Sedangkan peneliti mengambil media *online* berupa Opini.id dan tulisan sebagai objek penelitian.

Penelitian terdahulu kedua berasal dari skripsi oleh Koko Keumala Nurhidayat seorang mahasiswa dari Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah, Surakarta pada Juli 2016 (Nurhidayat, 2016). Penelitian ini berjudul *Analisis Gaya Bahasa Satire dan Pesan Pada Rubrik Lincak Surat Kabar Harian Solopos*. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penggunaan gaya bahasa satire pada rubrik Lincak surat kabar harian *Solopos*, mengidentifikasi pesan yang terkandung pada rubrik Lincak surat kabar harian *Solopos*, mengidentifikasi implikasi tuntutan perbaikan pada rubrik Lincak surat kabar harian *Solopos*.

Pada penelitian ini, cara untuk mendapatkan data yang sesuai adalah dengan menggunakan data yang berasal dari surat kabar harian *Solopos*. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah metode simak yaitu dengan menyimak paragraf yang menunjukkan gaya bahasa satire. Sedangkan, untuk penyajian hasil analisis menggunakan metode penyajian informal.

Maka dari itu, persoalan yang diteliti dalam penelitian ini adalah gaya bahasa satire yang terdapat di dalam rubrik Lincak surat kabar harian *Solopos*. Dengan persoalan yang dipersempit yaitu bagaimana penggunaan gaya bahasa satire pada rubrik Lincak dalam surat kabar harian *Solopos* dan bagaimana pesan yang terkandung pada rubrik Lincak dalam surat kabar harian *Solopos*.

Subjek penelitian ini adalah gaya bahasa satire dan pesan-pesan yang terdapat di dalam rubrik Lincak surat kabar harian *Solopos*, data penelitian yang diperoleh dengan cara menunjukkan gaya bahasa satire pada rubrik Lincak surat kabar harian *Solopos* yang berupa paragraf. Maka dari itu, pengumpulan data pada penelitian ini dengan menggunakan metode simak yaitu dengan menyimak paragraf yang mengandung gaya bahasa satire pada rubrik tersebut. Lalu data yang telah terkumpul dicatat dan dilakukan klasifikasi.

Selanjutnya, gaya bahasa satire yang terdapat di dalam rubrik tersebut dianalisis dan pesan yang sesuai dengan data yang telah diklasifikasi. Metode yang digunakan untuk menganalisis data adalah metode padan. Lalu, validitas data yang digunakan guna menguji keabsahan data adalah dengan menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teori. Triangulasi sumber digunakan oleh peneliti untuk mengecek data yang mengandung gaya bahasa satire. Sedangkan,

triangulasi teori digunakan oleh peneliti karena peneliti melakukan penelitian yang tidak hanya menggunakan satu teori saja, namun berbagai teori yang berhubungan dengan penelitian tersebut yaitu gaya bahasa satire, pesan dan implikasi.

Hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa ditemukan bahasa satire dalam penelitian tersebut berupa gaya bahasa kritikan dan gaya bahasa yang menertawakan. Berdasarkan temuan gaya bahasa kritikan adalah gaya bahasa yang paling banyak dan dominan. Kemudian, ditemukannya pesan moral dan sosial, pesan moral meliputi nasihat untuk berbuat baik, percaya diri dan berperilaku sopan, sedangkan pesan sosialnya meliputi pesan untuk bergotong-royong.

Pada penelitian terdahulu yang kedua, memiliki relevansi pada bagian subjek yaitu pemakaian gaya bahasa satire. Dan perbedaan penelitian terdahulu kedua ini terdapat pada bagian objek yaitu penelitian terdahulu ini mengambil surat kabar sebagai objek, sedangkan peneliti mengambil media *online* Opini.id. Penelitian ini membantu peneliti untuk menjadi dasar atau acuan bagaimana pemakaian gaya bahasa satire yang digunakan dalam bentuk tulisan.

Perbedaan pada penelitian terdahulu pertama dan kedua adalah pada penelitian terdahulu pertama menggunakan media televisi sebagai objeknya, sedangkan pada penelitian terdahulu kedua menggunakan media berupa surat kabar.

Penelitian terdahulu ketiga berasal dari skripsi oleh Idil Baso seorang mahasiswa dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar pada tahun 2017 (Baso, 2017). Penelitian ini berjudul *Persepsi Mahasiswa Tentang Berita Penistaan Agama di Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif pada Mahasiswa Jurusan Perbandingan Agama Fakultas Ushuluddin, Filsafat, dan Politik UIN Alauddin Makassar)*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa jurusan perbandingan agama Fakultas Ushuluddin Filsafat dan Politik UIN Alauddin Makassar mengenai berita tentang penistaan agama di media sosial dan untuk mengetahui faktor-faktor yang melandasi mahasiswa jurusan perbandingan agama Fakultas Ushuluddin Filsafat dan Politik UIN Alauddin Makassar dalam memberikan persepsi berita mengenai penistaan agama di media sosial.

Alasan peneliti memilih berita mengenai penistaan agama di media sosial sebagai objeknya dikarenakan sarana informasi yang sering digunakan adalah media sosial. Dan informan yang akan diteliti oleh peneliti adalah mereka yang memiliki atau menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-harinya. Dan karakteristik dari media sosial sendiri yaitu melibatkan yang artinya tidak hanya berorientasi pada layanan bagi pelanggan tetapi melibatkan pelanggan untuk melayani orang lain, saling melayani di antara pelanggan.

Rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian terdahulu ini adalah bagaimana persepsi mahasiswa jurusan perbandingan agama Fakultas Ushuluddin Filsafat, dan Politik UIN Alauddin Makassar tentang berita mengenai penistaan agama di media sosial dan yang kedua adalah, faktor-faktor apa yang melandasi

mahasiswa jurusan perbandingan agama Fakultas Ushuluddin Filsafat, dan Politik UIN Alauddin Makassar dalam memberikan persepsi berita mengenai penistaan agama di media sosial.

Sedangkan, tujuan penelitian yang terdapat dalam penelitian terdahulu ini adalah untuk mengetahui persepsi mahasiswa jurusan perbandingan agama Fakultas Ushuluddin Filsafat, dan Politik UIN Alauddin Makassar terhadap pemberitaan mengenai penistaan agama di media sosial dan yang kedua adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang melandasi persepsi mahasiswa jurusan perbandingan agama Fakultas Ushuluddin Filsafat, dan Politik UIN Alauddin Makassar dalam memberikan persepsi mengenai berita penistaan agama di media sosial.

Kegunaan penelitian yang terdapat dalam penelitian terdahulu ini adalah yang pertama kegunaan praktis. Kegunaan praktis ini, diharapkan agar penelitian ini dapat memberikan sumbangan dan masukan bagi pihak yang berkepentingan seperti contohnya yaitu media massa, pemerintah, lembaga Islam, dan masyarakat sosial. Dan membutuhkan pengetahuan berkenaan dengan penelitian ini. Sedangkan, dalam kegunaan teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi khususnya yang berkaitan mengenai kajian ilmu komunikasi mengenai persepsi.

Dalam penelitian ini, peneliti memakai beberapa teori dan konsep yang dibagi menjadi beberapa bagian. Bagian pertama adalah tinjauan umum persepsi yang isinya mengenai pengertian persepsi, proses pembentukan persepsi, jenis-jenis persepsi, faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi, persepsi dalam

perspektif Islam. Bagian kedua mengenai komunikasi massa, yang ketiga adalah peranan media massa bagi khalayak. Bagian keempat adalah berita yang berisi mengenai pengertian berita, faktor-faktor yang menentukan nilai berita, jenis-jenis berita. Dan bagian kelima adalah etika pemberitaan dalam pandangan Islam.

Penelitian terdahulu ini, memakai jenis penelitian yaitu penelitian deskriptif kualitatif. Pendekatan ini menggunakan pendekatan ilmu komunikasi khususnya pada komunikasi massa. Sumber data yang didapatkan oleh penelitian ini berasal dari data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang didapatkan dari sumber informan pertama yaitu individu atau perseorangan seperti hasil wawancara. Dalam arti lain, penelitian ini mendapatkan data primer dari mahasiswa jurusan perbandingan agama Fakultas Ushuluddin Filsafat dan Politik UIN Alauddin Makassar angkatan 2013/2014. Sedangkan data sekunder diperoleh dari buku-buku teori dan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan berita penistaan agama.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi sebagai metode pengumpulan data. Selain itu, teknik pengolahan data dan analisis data dilakukan agar menjawab pertanyaan yang ada. Dan analisis data meliputi, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Metode pengujian keabsahan data, yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi. Triangulasi sendiri adalah kombinasi dari beberapa sumber data, tenaga peneliti dan waktu yang digunakan, teori dan teknik metodologis dalam suatu penelitian atas gejala sosial triangulasi diperlukan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan mahasiswa prodi Perbandingan Agama, Fakultas

Ushuluddin Filsafat dan Politik yang menggunakan media sosial sebagai sumber data. Selain itu juga, menggunakan konsep teori guna menganalisis data yaitu teori persepsi untuk menganalisis persepsi mahasiswa dan untuk menganalisis pemberitaan penistaan agama di media sosial.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa persepsi mahasiswa jurusan Perbandingan Agama, Fakultas Ushuluddin Filsafat dan Politik UIN Alauddin Makassar, mengenai berita tentang penistaan agama di media sosial yang memunculkan perbedaan persepsi, bahwa ada yang setuju untuk menganggap hal tersebut adalah suatu penistaan agama dikarenakan pelaku dalam berita tersebut menerjemahkan surah Al Maidah ayat 51 dengan pemahamannya dan terdapat juga yang tidak setuju jika hal tersebut bukanlah sebuah penistaan agama karena seseorang yang dikatakan menistakan agama apabila sebelumnya orang tersebut memiliki niat untuk melakukan suatu penistaan agama.

Kesimpulan selanjutnya terdapat dua faktor utama yang melandasi persepsi mahasiswa prodi Perbandingan Agama yaitu faktor nilai-nilai yang dianut dan berita-berita yang berkembang. Implikasi dalam penelitian ini adalah pengguna media sosial seharusnya meneliti kebenaran informasi sebelum disebarluaskan. Yang kedua, untuk pihak pemerintah seharusnya tegas dalam menentukan batasan pemberitaan penistaan agama. Dan yang terakhir, untuk masyarakat seharusnya menyaring terlebih dahulu informasi yang diterima.

Pada penelitian terdahulu yang ketiga, memiliki relevansi pada bagian subjek yaitu pemakaian teori persepsi dalam penelitian. Selain itu, relevansi lainnya terdapat pada bagian tujuan yaitu sama-sama ingin mengetahui bagaimana

persepsi seseorang terhadap suatu kasus yang diangkat dalam penelitian ini. Dan perbedaan penelitian terdahulu ketiga ini terdapat pada bagian objek yaitu penelitian terdahulu ini mengambil kasus mengenai penistaan agama, sementara peneliti mengambil kasus mengenai pemberitaan gaya bahasa satire.

Penelitian terdahulu ini juga, membantu peneliti untuk menjadi dasar atau acuan bagaimana pemakaian dan pengertian dari teori persepsi. Agar peneliti lebih paham mengenai apa itu teori persepsi.

Penelitian terdahulu keempat berasal dari skripsi oleh Aris Santoso seorang mahasiswa dari Fakultas Komunikasi dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta pada tahun 2016 (Santoso, 2016). Penelitian ini berjudul *Persepsi Mahasiswa Terhadap Program Talkshow Mata Najwa di Metro TV (Studi Deskriptif Kuantitatif pada Mahasiswa LPM Pabelan UMS terhadap Mata Najwa Periode 18 November - 15 Maret 2016)*. Peneliti meneliti topik ini dikarenakan, setelah pemilihan presiden tahun 2014 program “Mata Najwa” dipengaruhi oleh unsur-unsur politik. Terdapat perubahan sikap dan terlalu mendukung program-program kebijakan pemerintah

Hal tersebut, menimbulkan persepsi masyarakat terutama bagi masyarakat yang sering mengikuti berita-berita yang terjadi di Indonesia, cenderung memiliki persepsi yang lebih kritis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi mahasiswa LPM Pabelan UMS terhadap program talkshow “Mata Najwa” di Metro TV periode 18 November 2015 – 15 Maret 2016.

Alasan peneliti memilih mahasiswa LPM Pabelan UMS sebagai sampel adalah karena mahasiswa LPM Pabelan lebih paham mengenai isi media dan

apakah informasi yang disajikan sudah menjunjung kode etik jurnalistik. Dan lebih mengetahui suatu masalah dari sudut pandang serta memiliki suatu penilaian yang objektif.

Berdasarkan permasalahan yang peneliti teliti, maka dapat dirumuskan masalah penelitiannya yaitu bagaimana persepsi mahasiswa LPM Pabelan UMS terhadap penanyangan program talkshow “Mata Najwa” di Metro TV pada periode 18 November – 15 Maret 2016. Penelitian ini sendiri, bertujuan untuk mengetahui persepsi mahasiswa LPM Pabelan UMS terhadap program talkshow “Mata Najwa” di Metro TV pada periode 18 November 2015 – 15 Maret 2016.

Hasil penelitian ini sendiri, diharapkan dapat memberikan informasi mengenai persepsi penonton dalam melihat tayangan televisi dan diharapkan bisa memberikan masukan kepada pihak media Metro TV mengenai persepsi penonton terhadap program talkshow “Mata Najwa”. Sehingga bisa digunakan untuk mengembangkan acara sesuai dengan keinginan dan harapan penonton.

Pada penelitian terdahulu ini, menggunakan dua teori yaitu televisi sebagai media massa dan persepsi. Berkaitan dengan penelitian terdahulu ini, dalam program talkshow “Mata Najwa” terdapat persepsi mengenai pembawa acara dan narasumber dari “Mata Najwa” yaitu persepsi terhadap manusia dimensi pembawa acara yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana penampilan dan kemampuan Najwa dalam membawakan “Mata Najwa” di Metro TV dan yang kedua adalah persepsi terhadap manusia dimensi narasumber yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana kemampuan narasumber dalam menjawab atau menanggapi suatu pertanyaan yang diberikan.

Sedangkan, persepsi terhadap non manusia merupakan proses penafsiran kepada objek-objek yang tidak bernyawa yang ada disekitar lingkungan. Dalam program talkshow “Mata Najwa”, persepsi terhadap objek non manusia dapat dilihat dari segi kualitas program acara “Mata Najwa” yaitu persepsi terhadap tema/materi acara bertujuan untuk mengetahui apakah tema acara yang disampaikan dalam acara “Mata Najwa” yang bisa memberikan informasi, yang kedua adalah persepsi terhadap waktu penyayangan bertujuan untuk mengetahui waktu penyayangan “Mata Najwa” yang disiarkan pada hari Rabu pukul 20.05 WIB sudah efektif, dan yang ketiga adalah persepsi terhadap setting acara yang bertujuan untuk mengetahui setting acara meliputi backsound, background dan tata panggung dalam program “Mata Najwa” sudah sesuai.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk menjelaskan secara sistematis, menggambarkan secara akurat mengenai persepsi mahasiswa LPM Pabelan terhadap talkshow “Mata Najwa” yang dilihat dari 5 dimensi yaitu dimensi pembawa acara, dimensi narasumber, dimensi tema/materi acara, dimensi waktu penyayangan dan dimensi setting acara. Dengan cara menyebarkan kuesioner yang dibagikan kepada sampel sebagai instrument pengumpulan data. Teknik sampling menggunakan teknik total sampling dengan jumlah sampel yang diteliti merupakan anggota populasi berjumlah 30 mahasiswa LPM Pabelan UMS. Penelitian ini, menggunakan teknik analisis data deskriptif statistik.

Variabel dalam penelitian terdahulu ini hanya berjumlah satu variabel, dan tidak melibatkan variabel lain yang bersifat mempengaruhi ataupun dipengaruhi.

Variabelnya merupakan variabel persepsi mahasiswa terhadap “Mata Najwa” yang meliputi dimensi pembawa acara dan narasumber. Serta persepsi kepada non manusia meliputi tema/materi acara, waktu penyayangan, dan setting acara.

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada sampel atau responden secara bertahap. Sedangkan untuk penguat dan pelengkap data berasal dari studi pustaka yang didapat dari LPM Pabean UMS dan juga melalui sumber bacaan buku-buku, internet atau data-data laporan lain yang berkaitan dengan penelitian terdahulu ini.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis statistic deskriptif dengan menggunakan SPSS yang bertujuan untuk memperoleh gambaran secara deskriptif dengan menjabarkan dan menjelaskan hasil yang ada. Berdasarkan hasil penelitian yang diteliti, bahwa pernyataan “Mata Najwa” setelah pemilihan presiden 2014 dipengaruhi oleh unsur politik, terdapat perubahan sikap dan cenderung mendukung program-program kebijakan pemerintah tersebut tidak terbukti. Dan justru temuan mengenai persepsi LPM Pabelan UMS kepada “Mata Najwa” di Metro TV menunjukkan jika “Mata Najwa” tidak terpengaruh unsur politik karena tetap kritis sebelum atau sesudah pemilihan presiden 2014.

Hasil penelitian ini sendiri secara keseluruhan persepsi mahasiswa terhadap program talkshow “Mata Najwa” adalah positif dengan mean 3,22. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa “Mata Najwa” merupakan program talkshow yang baik karena tidak terpengaruh oleh unsur politik. “Mata Najwa” juga tetap kritis sebelum atau sesudah pemilihan presiden 2014 dikarenakan

menjunjung tinggi peran media secara netral tidak memihak salah satu kubu tertentu, meski pemilik Metro Tv adalah Surya Paloh yang bergabung di dalam pemerintahan Jokowi.

Dalam penelitian ini, peneliti menyarankan untuk “Mata Najwa” harus tetap terus mempertahankan eksistensinya dalam persaingan media yang semakin ketat khususnya dalam program talkshow dengan cara memberika inovasi terbaru. Dan untuk masyarakat, disarankan agar lebih efektif dalam memilih program acara yang akan ditonton, “Mata Najwa” bisa dijadikan pilihan yang tepat dalam menyaksikan acara talkshow untuk menambah informasi.

Pada penelitian terdahulu yang keempat, memiliki relevansi pada bagian subjek yaitu pemakaian teori persepsi dalam penelitiannya. Selain itu, terdapat relevansi lainnya pada bagian tujuan yaitu peneliti sama-sama ingin mengetahui persepsi seseorang terhadap kasus yang diangkat dalam penelitian ini. Dan perbedaan penelitian terdahulu keempat ini terdapat pada bagian objek yaitu penelitian terdahulu ini, mengambil Metro TV sebagai medianya sedangkan peneliti mengambil Opini.id sebagai medianya. Penelitian terdahulu ini, membantu peneliti untuk menjadi dasar atau acuan bagaimana pemakaian dan pengertian dari teori persepsi itu sendiri. Agar peneliti dapat lebih memahami mengenai apa itu persepsi.

Penelitian terdahulu kelima berasal dari skripsi oleh Melysa seorang mahasiswa dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Banten pada tahun 2015 (Melysa, 2015). Penelitian ini berjudul *Persepsi Penonton Tentang Tayangan Dr. Oz Indonesia Trans TV (Studi*

*Deskriptif Kuantitatif Survey pada Ibu-ibu Perumahan Pondok Cilegon Indah RW.07*). Peneliti meneliti topik ini agar untuk mengetahui bagaimana persepsi penonton perumahan PCI RW.07 terhadap tayangan “Dr. Oz Indonesia” di Trans TV.

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa pertanyaan penelitian yaitu: 1) bagaimana perhatian penonton tayangan “Dr. Oz Indonesia” Trans TV, 2) bagaimana penafsiran penonton tayangan “Dr. Oz Indonesia” Trans TV, 3) bagaimana pengetahuan penonton tayangan “Dr. Oz Indonesia” Trans TV. Selain itu, terdapat juga tujuan penelitian sebagai berikut: 1) untuk mengetahui bagaimana perhatian penonton tayangan “Dr. Oz Indonesia” Trans TV, 2) untuk mengetahui bagaimana penafsiran penonton tayangan “Dr. Oz Indonesia” Trans TV, 3) untuk mengetahui bagaimana pengetahuan penonton tayangan “Dr. Oz Indonesia” Trans TV.

Manfaat penelitian yang terdapat dalam penelitian ini terbagi menjadi manfaat akademik dan praktek. Manfaat akademis dalam penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan terhadap teori-teori yang digunakan setelah diadakannya penelitian pada warga Cilegon. Penelitian ini juga, diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi, terkhusus pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa jika mereka ingin mengkaji atau meneliti lebih dalam mengenai persepsi penonton pada tayangan tersebut.

Sedangkan untuk manfaat praktis, diharapkan dapat memberikan masukan untuk stasiun televisi terkhususnya Trans TV, agar bisa lebih kreatif dalam

membuat konsep acara yang akan menjadi tren program kesehatan tubuh dan menghibur sehingga menimbulkan minat pada penonton.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teori dan konsep yaitu pertama komunikasi yang dibagi menjadi komunikasi massa dan fungsi komunikasi massa, kedua televisi yang dibagi menjadi talkshow dan “Dr. Oz Indonesia” Trans TV, yang ketiga pengertian persepsi yang dibagi menjadi macam-macam persepsi, prinsip-prinsip persepsi, faktor-faktor yang menentukan persepsi, efek-efek persepsi, proses terjadinya persepsi, syarat terjadinya persepsi, dan pengukuran persepsi.

Gambaran sederhana kerangka penelitian atau alur penelitian dalam penelitian ini adalah stimulus (talkshow “Dr. Oz Indonesia”), organism (khalayak ibu-ibu perumahan PCI RW.07), respons (persepsi khalayak yang dibagi menjadi perhatian, penafsiran, pengetahuan).

Pada penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dan metode yang digunakan adalah metode deskriptif kemudian penelitian ini diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulannya. Yang berarti, penelitian yang dilakukan adalah penelitian yang menekankan analisisnya pada persepsi penonton tayangan “Dr. Oz Indonesia”.

Paradigma penelitian ini menggunakan paradigma positivistik. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah kuisisioner atau angket. Teknik pengumpulan data primer dengan cara menyebarkan kuisisioner yaitu dengan pertanyaan yang disusun secara tertulis. Dan dengan data sekunder dilakukan dengan cara membaca buku di perpustakaan, internet dan

artikel-artikel yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas dan digunakan untuk melengkapi data-data yang sudah ada.

Dalam penelitian ini, menggunakan metode sampel acak stratifikasi (stratified proposional random sampling). Dalam menentukan sampel penelitian ini, penulis menggunakan warga perumahan PCI RW.07 dan kemudian ditarik menjadi sampel. Dan untuk menghitung sampel maka digunakannya rumus Slovin dengan jumlah sampel yang didapat sebanyak 83 orang warga perumahan PCI RW.07 dengan presentasi 10% .

Objek dari penelitian ini adalah pemirsa tayangan “Dr. Oz Indonesia” yang berada di Cilegon. Peneliti memilih lokasi di Cilegon dikarenakan menurut hasil survey dari Dinas Kesehatan Kota Cilegon pada tahun 2014 tingkat penyakit yang terjadi masih sangat tinggi.

Dalam penelitian ini, hasil analisis deskriptif menunjukkan presentase positif sebesar 81%. Hal tersebut diketahui dari tingginya tingkat perhatian dengan presentase sebesar 77%, tingkat penafsiran dengan presentase 85%, dan tingkat pengetahuan dengan presentase sebesar 83% tentang tayangan “Dr. Oz Indonesia”.

Pada penelitian terdahulu kelima, memiliki relevansi pada bagian subjek yaitu sama-sama memakai teori persepsi dalam penelitiannya. Selain itu, terdapat relevansi lainnya pada bagian tujuan yaitu peneliti sama-sama ingin mengetahui persepsi seseorang terhadap suatu kasus yang diangkat dalam penelitian ini. Dan perbedaan penelitian terdahulu kelima ini terdapat pada bagian objek yaitu

penelitian terdahulu ini, mengambil Trans TV sebagai medianya sedangkan peneliti mengambil Opini.id sebagai medianya.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

N O	Judul>Nama	Tujuan/Jenis dan Sifat	Teori dan Konsep	Relevansi
1	“Gaya Bahasa Satire Program “Sentilan Sentilun” Metro TV”  (Patricia Rahayu)	Mengetahui bagaimana gaya bahasa satire yang digunakan dalam program Sentilan Sentilun di Metro TV.  Kualitatif Deskriptif	Pemakaian Bahasa Tanpa Kias (Repetisi, Paradoks, Ironi dan Gaya Bahasa Berdasarkan Pilihan Kata), Pemakaian Bahasa Kias (Majas Metafora, Majas Sarkasme, Penggunaan Peribahasa, Majas Metonimia dan Majas Epitet)	Pemakaian gaya bahasa satire.
2	“Analisis Gaya Bahasa Satire dan Pesan Pada Rubrik Lincak Surat Kabar Harian Solopos”  (Koko Keumala Nurhidayat)	1. Mendeskripsikan penggunaan gaya bahasa satire pada rubrik Lincak surat kabar harian Solopos. 2. Mengidentifikasi pesan yang terkandung pada rubrik Lincak surat kabar harian Solopos. 3. Mengidentifikasi implikasi tuntutan perbaikan pada rubrik Lincak surat kabar harian Solopos.  Kualitatif Deskriptif	Satire Kritikan dan Menertawakan	1. Pemakaian gaya bahasa satire dalam penulisan.
3	“Persepsi Mahasiswa Tentang Berita Penistaan Agama di Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif pada Mahasiswa Jurusan Perbandingan Agama Fakultas Ushuluddin	1. Mengetahui bagaimana persepsi Mahasiswa Jurusan Perbandingan Agama Fakultas Ushuluddin UIN Alauddin Makassar tentang berita Penistaan Agama di Media Sosial. 2. Mengetahui faktor-faktor yang melandasi Mahasiswa Jurusan Perbandingan Agama Fakultas Ushuluddin Filsafat, dan Politik	Tinjauan Umum Persepsi (Pengertian Persepsi, Proses Pembentukan Persepsi, Jenis-jenis persepsi, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi dan Persepsi dalam Perspektif Islam), Komunikasi Massa, Peranan Media Massa bagi Khalayak, Media Sosial, Berita (Pengertian Berita,	1. Pemakaian teori persepsi dalam penelitian.  2. Selain itu, relevansi lainnya terdapat pada bagian tujuan yaitu sama-sama ingin mengetahui bagaimana persepsi seseorang terhadap suatu kasus yang diangkat dalam penelitian ini.

	Ushuluddin, Filsafat, dan Politik UIN Alauddin Makassar)” (Idil Baso)	UIN Alauddin Makassar dalam memberikan persepsi berita tentang Penistaan Agama di Media Sosial. Kualitatif Deskriptif	Faktor-Faktor yang Menentukan Nilai Berita, Jenis-jenis Berita), Etika Pemberitaan dalam Pandangan Islam	
4	“Persepsi Mahasiswa Terhadap Program <i>Talkshow</i> Mata Najwa di Metro TV (Studi Deskriptif Kuantitatif Pada Mahasiswa LPM Pabelan UMS Terhadap Mata Najwa Periode 18 November 2015 - 15 Maret 2016)” (Aris Santoso)	Mengetahui persepsi mahasiswa LPM Pabelan UMS terhadap program talkshow Mata Najwa di Metro TV periode 18 November 2015 - 15 Maret 2016 Kuantitatif Deskriptif	Televisi sebagai Media Massa dan Persepsi	1. Pemakaian teori persepsi dalam penelitiannya. 2. Selain itu, terdapat relevansi lainnya pada bagian tujuan yaitu peneliti sama-sama ingin mengetahui persepsi seseorang terhadap kasus yang diangkat dalam penelitian ini.
5	“Persepsi Penonton Tentang Tayangan Dr. Oz Indonesia Trans TV (Studi Deskriptif Kuantitatif Survey pada Ibu-ibu Perumahan Pondok Cilegon Indah RW.07)” (Melysa)	1. Mengetahui bagaimana perhatian penonton tayangan Dr. Oz Indonesia Trans TV 2. Mengetahui bagaimana penafsiran penonton tayangan Dr. Oz Indonesia Trans TV 3. Mengetahui bagaimana pengetahuan penonton tayangan Dr. Oz Indonesia Trans TV. Kuantitatif Deskriptif	Komunikasi (Komunikasi Massa dan Fungsi Komunikasi Massa), Televisi ( <i>Talkshow</i> dan Dr. Oz Indonesia Trans TV), Pengertian Persepsi (Macam-macam Persepsi, Prinsip-prinsip Persepsi, Faktor-faktor yang Menentukan Persepsi, Efek-efek Persepsi, Proses terjadinya Persepsi, Syarat terjadinya Persepsi dan Pengukuran Persepsi)	1. Sama-sama memakai teori persepsi dalam penelitiannya. 2. Selain itu, terdapat relevansi lainnya pada bagian tujuan yaitu peneliti sama-sama ingin mengetahui persepsi seseorang terhadap suatu kasus yang diangkat dalam penelitian ini.

Sumber: Diolah oleh Peneliti

## 2.2 Teori dan Konsep

### 2.2.1 Teori Persepsi

Persepsi merupakan salah satu aspek psikologis yang penting bagi manusia untuk merespon kehadiran berbagai aspek dan gejala di sekitar. Menurut Sugihartono (2007, p. 8) mengatakan bahwa persepsi adalah kemampuan otak dalam menerjemahkan stimulus atau proses untuk menerjemahkan stimulus yang masuk ke dalam alat indera manusia.

Persepsi pada manusia terdapat perbedaan dari sudut pandang penginderaan, ada yang mempersepsikan sesuatu tersebut baik atau yang tidak baik yang akan mempengaruhi tindakan manusia yang nyata.

Selain itu, menurut Mulyana (2000, p. 168) persepsi merupakan inti komunikasi, sedangkan penafsiran adalah inti dari persepsi, yang identik dengan penyandian balik atau *decoding* dalam proses komunikasi. Ia juga mengatakan bahwa persepsilah yang menentukan manusia memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lain.

Persepsi timbul dikarenakan adanya dua faktor yaitu internal dan eksternal. Faktor internal tergantung pada proses pemahaman sesuatu termasuk sistem nilai, tujuan, kepercayaan dan tanggapannya terhadap hasil yang dicapai. Dalam hal ini, seperti fisik, psikologis, minat dan pengalaman selama hidup. Sedangkan faktor eksternal berupa lingkungan di sekitar seperti ukuran, warna, keunikan, intensitas dan *motion* kedua faktor ini dapat menimbulkan persepsi karena didahului oleh proses yang disebut sebagai komunikasi.

Beberapa prinsip tentang persepsi sosial seperti yang dikemukakan oleh Mulyana (2000, p. 75):

a. Persepsi berdasarkan pengalaman: persepsi manusia kepada seseorang, objek atau kejadian dan reaksi mereka terhadap hal tersebut yang berdasarkan dengan pengalaman dan pembelajaran masa lalu yang berkaitan dengan objek, orang atau kejadian yang serupa.

b. Persepsi bersifat selektif: manusia sering mendapatkan rangsangan indra sekaligus, karena itu perlu selektif dari rangsangan yang penting.

c. Persepsi bersifat dugaan: terjadi karena data yang diperoleh mengenai objek lewat penginderaan tidak pernah lengkap.

d. Persepsi bersifat evaluatif: manusia menafsirkan pesan sebagai suatu proses kebenaran, tetapi terkadang persepsi menipu, sehingga manusia ragu seberapa dekat persepsinya dengan realitas yang sebenarnya.

e. Persepsi bersifat kontekstual: pengaruh yang paling kuat dalam mempersepsikan sesuatu objek.

Rakhmat (2007, p. 51) dalam bukunya mengatakan bahwa persepsi adalah pengamatan mengenai objek, peristiwa atau hubungan yang didapatkan dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.

Maka dari itu, persepsi merupakan suatu proses yang dimulai dari penglihatan hingga terciptanya tanggapan yang terjadi dalam diri seseorang sehingga orang tersebut sadar akan segala sesuatu dalam lingkungannya melalui indera yang dimiliki.

Selain itu, persepsi juga memiliki beberapa aspek. Menurut Walgito (2003, p. 50), aspek-aspek persepsi meliputi:

a. Kognitif: Aspek ini berhubungan dengan pengenalan suatu objek tertentu, peristiwa dan hubungan yang diperoleh dikarenakan diterimanya suatu rangsangan. Aspek kognitif sendiri menyangkut pengharapan, cara mendapatkan pengetahuan, cara berpikir dan pengalaman yang terjadi pada masa lalu. Dalam mempersepsikan sesuatu pendapat, individu sendiri dilatarbelakangi oleh pandangan individu terhadap sesuatu yang berdasarkan pengalaman yang pernah didengar dan dilihat dalam kehidupan sehari-hari

b. Afektif: Aspek ini berhubungan dengan emosi. Aspek afektif sendiri, menyangkut dengan pengorganisasian suatu rangsang, yang berarti rangsang yang diterima akan dibedakan dan kemudian dikelompokkan ke dalam emosi seseorang. Dalam mempersepsikan sesuatu, individu sendiri didasarkan pada emosinya tersebut. Hal ini dikarenakan, adanya pendidikan moral dan etika yang didapatkan sejak kecil dan akhirnya melandasi individu dalam memandang sesuatu hal.

c. Konatif: Aspek ini berhubungan dengan kemauan. Aspek ini sendiri, menyangkut dengan pengorganisasian dan penafsiran suatu rangsang yang menyebabkan suatu individu bersikap dan berperilaku sesuai dengan rangsangan yang dijelaskan.

Proses pembentukan perspsi sendiri berawal dari pengindraan suatu stimulus, lalu kemudian stimulus tersebut diteruskan ke otak agar dapat tercipta

suatu persepsi karena persepsi tidak bisa begitu saja terbentuk, tetapi harus melalui beberapa proses.

Persepsi juga terbentuk apabila terdapat perhatian dari suatu individu sesuai dengan kebutuhannya. Kemampuan seseorang untuk mempersiapkan stimulus yang sama akan diartikan secara berbeda oleh masing-masing individu. Karena proses persepsi tersebut tergantung dari pengalaman masing-masing individu (Rakhmat, 2015, p. 25).

Tahap yang paling penting dalam pembentukan persepsi adalah interpretasi atau penafsiran informasi yang diperoleh dari salah satu indera. Namun, tidak dapat menginterpretasikan setiap objek secara langsung, tetapi menginterpretasikannya dengan makna informasi yang diperoleh melalui persepsi bukan dari pengetahuan bagaimana wujud dari objek tersebut (Mulyana, 2005, p. 169).

Lebih detail lagi Rakhmat (2015, p. 52) menjelaskan, jika proses terbentuknya persepsi diawali dengan penginderaan terhadap stimulus lalu kemudian menjadi perhatian. Setelah melewati proses perhatian atau atensi, kemudian akan diinterpretasikan oleh suatu individu dengan cara melalui pengalaman yang kemudian akan terbentuk menjadi sebuah persepsi. Perhatian dalam konteks ini didefinisikan sebagai suatu proses mental ketika stimulus menjadi menonjol dalam kesadaran dan stimulus lainnya melemah. Sehingga kemudian perhatian atau atensi tersebut diinterpretasikan atau ditafsirkan dengan tanggapan yang berbeda-beda.

Seperti misalnya pada tahapan posisi persepsi ketika seseorang mendapatkan pesan dari suatu berita media, pada awalnya akan terjadi stimulasi pada alat indera oleh rangsangan dari luar. Rangsangan tersebut juga yang bisa diterima oleh kelima alat indera kita seperti *visual* dari mata, auditori dari pendengaran, perabaan dari kulit, penciuman dari hidung dan pengecapan dari lidah secara bersamaan. Jika pada suatu pesan berita misalnya seperti, suara rekaman yang didengar dan terdapat diberita tersebut dan visual pada *website* media tersebut contohnya penggunaan bahasa, gambar, *font* tulisan dan *design website*.

Setelah itu, rangsangan tersebut diterima oleh alat indera yang kemudian diatur. Tetapi walaupun kelima alat indera seseorang menerima stimulasi setiap detik, namun hanya hal-hal tertentu saja yang bisa membuat seseorang menjadi tertarik untuk membuat atau menciptakan suatu persepsi. Pada tahap ini, syaraf dan otak manusia melakukan pengaturan atas stimulasi yang dirasakan oleh alat indera seseorang.

Selanjutnya, adalah proses subjektif yang dapat melibatkan evaluasi pada seseorang. Persepsi dan evaluasi tidak hanya didasarkan pada rangsangan luar, melainkan juga dipengaruhi oleh beberapa faktor internal dan eksternal pembentuk persepsi.

Selain itu, menurut Gibson (Bell, 2001, p. 65) mengemukakan dalam teori *ecological perception* menekankan bahwa perlunya pendekatan persepsi secara menyeluruh dan terarah. Sehingga pola stimulasi yang berupa tanda atau simbol bisa memberikan perasaan bagi orang yang melihatnya dan merasakannya.

Informasi segera mungkin mengenai suatu lingkungan termasuk karakter dari obyek atau tempat melalui sedikit usaha atau aktifitas yang kognitif. Seperti pada gambar berikut

Bagan 2.1 Proses Terjadinya Persepsi



Sumber : *Environmental Psychology*, 2001

Dalam kaitannya dengan pemaknaan, persepsi merupakan pandangan seseorang terhadap suatu objek tertentu yang kemudian objek tersebut mempengaruhi pemikiran seseorang terhadap pengindraannya, pengalamannya, dan kebiasaannya dalam berpikir sehari-hari sehingga dalam proses tersebut dapat memberikan suatu makna (Robbins, 2003, p. 18).

Contohnya seperti seseorang memaknai suatu berita dari tulisan yang ditulis oleh penulis, bentuk visual dari berita itu sendiri dan bahkan pesan dari berita atau suatu media itu yang membentuk suatu persepsi. Hal tersebut bisa saja mempengaruhi indera seseorang dalam memaknai suatu pesan dari berita yang disajikan. Seperti mempengaruhi pola pikirnya dan pengalaman yang pernah ia alami sebelumnya sehingga persepsinya dapat saja berubah.

Dalam pemikiran atau persepsi orang yang melihatnya pasti berbeda-beda dan akan muncul juga makna yang berbeda dari persepsi tersebut. Misalnya seperti, gambar di bawah bisa berupa seorang wanita muda yang sedang menoleh ke belakang, namun ternyata jika dilihat dan diamati kembali dengan seksama,

gambar tersebut dapat menggambarkan seorang wanita tua yang sedang menunduk. Dalam hal ini, dengan melihat gambar yang berbeda maka pemaknaan yang didapat dan muncul pun juga ikut berbeda.

Dalam gambar ini, diartikan sebagai suatu gambar yang dipercaya bahwa apa yang dilihat dipengaruhi oleh usia seseorang. Dalam gambar tersebut, dapat dilihat dua sosok yang berbeda, yaitu wanita muda dan wanita tua. Pada wanita muda, terlihat berpaling menghadap ke belakang. Sementara pada wanita tua, melihat ke arah sebelah kiri.

Jika dilihat secara jelasnya, sosok wanita muda terlihat dengan dagu yang berlapis, sementara telinga pada wanita muda menjadi mata pada wanita tua. Dua orang professor psikologi di Universitas Flinders, Australia, mengungkapkan bahwa figur pertama yang dilihat ada hubungannya dengan umur seseorang.

Penelitian yang dilakukan mengungkapkan seseorang yang lebih tua akan melihat figur seorang wanita tua terlebih dahulu. Sedangkan, seseorang yang lebih muda akan melihat figur wanita muda terlebih dahulu.

Pada penelitian yang dilakukan, terdapat 393 partisipan yang terdiri dari 242 pria dan 141 wanita, dari usia 18 hingga 68 tahun dengan median 32 tahun. Dalam penelitiannya, partisipan akan diperlihatkan gambar tersebut selama setengah detik, yang kemudian akan diminta untuk menyebutkan sosok figur wanita muda atau wanita tua, yang mereka lihat pertama kali pada gambar tersebut.

Dari partisipan yang ikut serta, kebanyakan dari mereka melihat figur sesosok wanita muda terlebih dahulu, yang dapat diartikan karena sebagian besar

usia partisipan cenderung masih muda. Sedangkan, kelompok partisipan yang lebih tua cenderung melihat wanita tua terlebih dahulu.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan apakah usia seseorang dapat berpengaruh pada persepsi awal gambar pada tingkatan bawah sadar.

Efek media yang dikemukakan oleh McQuail terdapat 4 tipologi besar, salah satunya yang paling cocok dengan pembahasan pada penelitian ini adalah efek media yang telah direncanakan yaitu sebuah efek yang diharapkan terjadi oleh media massa atau pembaca yang menggunakan media massa untuk kepentingan berbagai macam penyebaran informasi. Efek media yang dapat direncanakan juga bisa terjadi dalam waktu yang pendek dan cepat, tetapi juga bisa terjadi dalam waktu yang lama. Pada penelitian ini, memiliki kaitannya dengan efek media yang direncanakan dikarenakan ketika menulis tulisan satire, media tersebut bermaksud ingin membentuk opini kepada pembaca.

Gambar 2.1 Contoh Gambar Persepsi



Sumber: Wikimedia Commons

### 2.2.2 Satire

Menurut Prasetyono (2011, p. 42), istilah satire berasal dari frasa bahasa Latin yaitu satira atau satura yang berarti campuran makanan. Terdapat juga pengeritan satire lainnya yaitu suatu ungkapan yang harus ditafsirkan lain dari makna permukaannya (Keraf, 2009, p. 144). Selain itu, bahasa satire juga memiliki makna sebagai gaya bahasa yang menyatakan sindiran terhadap sesuatu keadaan atau seseorang (Prasetyono, 2011, p. 42).

Pengertian satire juga berarti sindiran yang berisikan ungkapan yang menggunakan bahasa sarkasme, ironi, bahkan parodi untuk mengecam, menertawakan gagasan, dan kebiasaan (Panumbangan, 2013, p. 175). Selain itu, gaya bahasa satire merupakan gaya bahasa yang sejenis dengan argumen, puisi, atau karangan yang berisikan mengenai kritik sosial baik secara terang-terangan atau terselubung (Sari, 2013, p. 275).

Satire sendiri merupakan ungkapan gaya bahasa yang digunakan oleh penulis untuk menertawakan atau menolak sesuatu hal. Dalam hal tersebut, penggunaan gaya bahasa satire tidak harus bersifat ironis. Hal itu dikarenakan gaya bahasa satire sudah mengandung kritikan mengenai kelemahan yang dimiliki oleh manusia. Walaupun demikian, satire tidak hanya mengandung makna kritikan untuk mendapatkan kesenangan oleh satu pihak saja, melainkan hal tersebut dilakukan karena satire memiliki tujuan agar manusia melakukan perbaikan secara elit maupun secara estetis (Keraf, 2009, p. 144).

Dalam kamus *Oxford* (Dictionary.com, 2019), satire dideskripsikan sebagai penggunaan kata-kata yang mengandung humor, mengejek, ironi yang

dibesar-besarkan untuk menunjukkan dan mengkritik berbagai macam kebodohan atau keburukan orang terutama dalam konteks politik kontemporer dan masalah-masalah lainnya.

Dalam kamus *Cambridge* (Dictionaries, 1999), satire dideskripsikan sebagai cara seseorang untuk mengkritik orang lain atau ide dengan cara yang lucu dan santai, terutama untuk membuat tulisan dengan topik mengenai politik atau tulisan yang menggunakan gaya seperti sindirian politik.

Tulisan satire sendiri memiliki beberapa contoh, salah satunya sebagai berikut. Djunaidi (2018, p. 229) dalam bukunya yang berjudul *Humor Jurnalistik*, terdapat beberapa contoh tulisan satire yang diselipi dengan humor yang mengandung jurnalistik. Kali ini, peneliti mengambil contoh tulisan satire yang ditulis oleh Pelita pada 21 Januari 1981, mengenai Organisasi Massa Politik yang membahas tentang “PNI Hidup Lagi, Sebuah *Mission Impossible?*” Di dalam tulisannya tersebut, Djunaidi menulis tentang Institut Teknologi Bandung (ITB) yang menyelenggarakan peringatan Hari Deklarasi Universal Hak-Hak Asasi Manusia pada 10 Desember 1980. Di sana, Djunaidi melihat Abdul Madjid yang datang sebagai bekas PNI. Mengingatkan orang dengan Bung Karno, ucapannya mengenai perkosaan terhadap hak-hak asasi manusia dalam segala bentuknya.

Pada saat sesi tanya jawab seorang mahasiswa bertanya, apakah saudara Madjid memiliki niat untuk mendirikan PNI kembali? Namun, kata-kata yang keluar dari mulut Madjid bukanlah sekadar jawaban spontanitas, tetapi ia jelas sudah memikirkannya.

Dengan tegas Madjid menjawab, “Ya! Saya berniat dan bertekad mendirikan PNI lagi! Sekarang ini saya anggota pimpinan Lembaga Marhaenis! Sekarang ini saya pimpinan Paguyuban Marhaenis! Tapi, cita-cita saya yang paling utama adalah mendirikan PNI kembali! Siapa yang bisa melarang orang punya niat? Ini hak asasi saya! Saya berjuang ke arah itu!” (Djunaidi, 2018, p. 230).

Pada contoh tulisan tersebut, terdapat beberapa kalimat satire seperti membahas mengenai PNI yang hidup kembali seperti mustahil, pada tulisan ini seperti menganggap bahwa PNI sama sekali tidak bisa hidup kembali atau terbentuk kembali. Selanjutnya terdapat pada kalimat, “Djunaidi melihat Abdul Madjid datang sebagai bekas PNI dan mengingatkan orang dengan Bung Karno ucapannya yang mengenai perkosaan terhadap hak-hak asasi manusia dalam segala bentuknya”. Dalam hal ini, terdapat kalimat satire yang dikatakan oleh Djunaidi yaitu Abdul Madjid seorang bekas PNI yang mengingatkan dengan Bung Karno, yang pernah berbicara mengenai perkosaan terhadap hak-hak asasi manusia. Di sini, Abdul Madjid seperti bekas PNI yang seperti mengikuti gaya dan ucapan dari Bung Karno.

Berikutnya terdapat pada kalimat, “Siapa yang bisa melarang orang memiliki niat? Ini hak asasi saya! Saya berjuang ke arah itu!” Dalam kalimat ini, yang dimaksudkan oleh Djunaidi adalah selama ini sudah ada beberapa oknum atau orang yang melarangnya untuk mendirikan PNI kembali, dikarenakan mereka tidak yakin bahwa PNI bisa berjalan dengan baik sebagai mana mestinya. Maka

dari itu, ia akhirnya mengatakan siapa yang dapat melarang jika seseorang sudah memiliki niat dan hal tersebut adalah hak asasinya.

Dengan melihat contoh tulisan satire diatas, kemudian peneliti berpikir untuk meneliti mengenai persepsi bahasa satire. Dengan cara melihat dan mencari, contoh-contoh bahasa satire yang terdapat di media Indonesia. Maka dari itu, peneliti menemukan contoh kasus mengenai tulisan politik di *website* Opini.id. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil judul artikel mengenai *Polemik KPK Hingga RKUHP, Apa Perlu Ganti Menteri?* dan *Jokowi Dilantik, Dulu Diarak Sekarang Dikawal*.

Tulisan pertama yaitu *Polemik KPK Hingga RKUHP, Apa Perlu Ganti Menteri?* yang diterbitkan pada 27 September 2019 (Sandy, 2019), membahas mengenai polemik yang sedang terjadi di Indonesia akibat proses penyusunan undang-undang. Masyarakat Indonesia terutama mahasiswa dari beberapa kampus turut turun untuk melakukan demonstrasi agar RKUHP tidak disahkan dan dibatalkan. Dalam hal ini, DPR dikritik oleh masyarakat karena selama hampir 5 tahun tidak dapat menuntaskan penyusunan undang-undang dan justru mengajukan rancangan baru. Ironisnya, pemerintah justru menyambutnya dan hanya mengikuti kemauan DPR.

RUU KUHP akhirnya ditunda pengesahannya karena didesak oleh publik dan masih memuat pasal-pasal yang dinilai justru akan membawa Indonesia menuju kemunduran demokrasi. Dan jika sudah seperti ini, apakah menteri juga harus turun tangan untuk menormalkan kembali keadaan sehingga tidak ada kericuhan lagi. Dengan berbagai masalah yang terjadi saat ini, berarti pemerintah

dan DPR masih gagal melakukan sosialisasi kepada masyarakat. Apakah menteri terkait yang bertanggung jawab harus diganti agar tugas bisa berjalan sebagaimana harusnya.

Pada penelitian ini, terdapat beberapa penggunaan kata satire seperti “RUU KUHP yang akhirnya ditunda pengesahannya karena desakan publik masih memuat pasal-pasal yang dinilai justru membawa Indonesia menuju kemunduran demokrasi.” Dalam hal ini, penulis mengkritik pemerintah mengenai RUU KUHP yang diubah justru membawa pengaruh buruk bagi Indonesia.

Berikutnya terdapat kalimat seperti “Apakah menteri juga harusnya ikut andil menormalkan kembali keadaan, sehingga tidak terjadi lagi kericuhan di luar sana, dan masyarakat Indonesia lainnya merasa aman.” Kalimat ini, mengartikan bahwa keputusan DPR dianggap menyusahkan masyarakat. Sehingga menteri dianggap harus ikut turun tangan agar kembali normal.

Terakhir terdapat kalimat “Haruskah menteri terkait yang bertanggung jawab harus diganti agar tugas mulai ini bisa berjalan sebagaimana mustinya.” Dalam kalimat tersebut, maksudnya adalah menteri yang ikut serta dalam RUU KUHP sebaiknya diganti agar dapat berjalan dengan seharusnya.

Kemudian pada tulisan yang berjudul *Jokowi Dilantik, Dulu Diarak Sekarang Dikawal* yang diterbitkan pada 21 Oktober 2019 (Irvan, 2019), membahas mengenai perbedaan pelantikannya pada tahun 2014 dan tahun 2019. Joko Widodo kembali memenangkan Pilpres pada tahun 2019 bersama Ma'ruf Amin. Tepat pada tanggal 20 Oktober, Jokowi dan Ma'ruf Amin resmi dilantik sebagai presiden dan wakil presiden Indonesia periode 2019-2024.

Namun, terlihat berbeda dari pelantikan tahun ini, karena kali ini pelantikannya terbilang lebih formal daripada periode pertama. Dikarenakan terdapat sidang paripurna, meski periode pertama memiliki sidang paripurna juga akan tetapi periode kedua ini bisa terbilang lebih serius.

Pada pelantikan kedua ini, kelihatan jauh lebih ketat dikarenakan sejumlah ruas jalan sudah disterilkan pada hari Kamis 17 Oktober 2019. Akibatnya banyak pekerja yang mencari jalan lain, dan hal tersebut sangat merugikan. Dari segi waktu, datang ke kantor telat, uang makan dipotong dan semuanya demi keamanan pelantikan Joko Widodo dan Ma'ruf Amin.

Dalam pelantikan Jokowi periode kedua ini sedikit berbeda dengan periode sebelumnya. Pada tahun 2014, Jokowi dan Jusuf Kalla lebih merakyat. Pada saat dilantik tahun 2014 lalu, sesuai dengan prosesi pelantikan Jokowi JK tidak langsung menuju istana, melainkan mereka terlebih dahulu menuju Bundaran HI untuk menemui masyarakat yang telah menunggu mereka. Dari Bundaran HI, Jokowi diarak dengan menggunakan kereta kencana menuju Monas. Kondisi tersebut berbeda dengan yang terjadi pada saat ini, dikarenakan pada pelantikan periode kedua ini sejumlah ruas jalan ditutup dan penjagaan keamanan ditingkatkan.

Tentu saja hal tersebut sangat bertolak belakang dari sebelumnya. Usman juga mengatakan bahwa hari ini dikawal pengamanan berlebihan, yang menurutnya hanya cocok untuk pemimpin yang bukan negarawan, tetapi buat mereka yang dilantik untuk memegang kekuasaan dengan nyali dan mental yang kecil.

Pada tulisan tersebut, terdapat beberapa penggunaan kata satire seperti “Pelantikannya pun terbilang berbeda dari periode pertama. Kali ini pelantikannya terbilang formal, kenapa? Karena sampai ada sidang paripurna, meski periode sebelumnya juga seperti itu, akan tetapi kali ini terbilang lebih serius menurut pengamatan rakyat”. Pada kalimat tersebut ingin menjelaskan bahwa terdapat perbedaan pada pelantikan Jokowi periode pertama dan periode kedua.

Terdapat juga kalimat yang mengatakan “Sejak hari Kamis 17 Oktober 2019, sejumlah ruas jalan sudah disterilkan. Alhasil, banyak pekerja yang mencari jalan lain, dan tidak bisa dipungkiri ini merugikan. Rugi waktu, datang kantor telat, uang makan dipotong. Semuanya demi keamanan pelantikan Joko Widodo dan Ma'ruf Amin”. Terlihat jelas bahwa akibat dari pelantikan Jokowi dan Ma'ruf Amin membuat kerugian bagi sejumlah masyarakat Indonesia.

Pada tulisan ini, konteks politiknya terletak pada pelantikan Jokowi yang kelihatan berbeda di kedua periode. Maksudnya, dalam hal ini dikarenakan kinerja Jokowi pada periode pertama dinilai masih kurang bagus sehingga pada periode kedua ini, masyarakat Indonesia merasa seharusnya Jokowi jangan naik lagi menjadi presiden karena apa yang dilakukannya pada saat periode pertama masih sangat kurang dari segi politik, fasilitas untuk masyarakat, pendidikan, kesehatan dan ekonomi negara.

### **2.2.3 Media Online**

Menurut Romli (2012, p. 34) dalam bukunya menjelaskan bahwa media online secara khusus dalam konteks komunikasi massa. Media yaitu singkatan

dari media komunikasi massa dalam bidang keilmuan komunikasi massa mempunyai karakteristik tertentu, seperti publisitas dan periodisitas.

Media *online* adalah sebutan untuk suatu bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia. Yang dimana di dalamnya terdapat portal, *website*, *radio online*, *tv online* dan *email*. Dengan karakternya sendiri dan sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan pengguna untuk menggunakannya dan memanfaatkannya.

Selain itu, pengertian media *online* yang lainnya juga disebut dengan digital media yang tersaji secara *online* di situs *website*. Media *online* sendiri yaitu segala jenis atau format media yang hanya dapat diakses melalui internet yang berisikan teks, foto, video dan suara. Media *online* juga bisa diartikan sebagai sarana komunikasi secara *online*. Dengan kata lain, maka *email*, *website*, *mailing list*, *blog* dan media sosial (*instagram*, *facebook*, *twitter dll*) merupakan salah satu kategori media *online*.

Menurut Romli (2012, p. 30) media *online* juga disebut sebagai media siber (*cybermedia*), media internet dan media baru (*new media*) yang dapat didefinisikan sebagai media yang menyediakan berita secara *online* di berbagai *website*.

Menurut Ashadi Siregar (Kurniawan, 2005, p. 20), media *online* dapat didefinisikan sebagai media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia. Yang termasuk dalam kategori media online yaitu portal berita, *website* seperti *web*, *blog*, dan media sosial (*contohnya seperti facebook, twitter, instagram*), radio

*online, tv online, email*. Dengan kegunaan dan keunikan masing-masing sesuai dengan fungsi dari media *online* tersebut dan pengguna yang memanfaatkannya.

Media *online* dapat juga diartikan sebagai media atau saluran komunikasi yang disajikan secara *online* di dalam situs *website*. Berbagai jenis kanal yang terdapat dalam internet dan hanya bisa diakses dengan melalui koneksi internet disebut sebagai media *online* (Romli, 2012, p. 15).

Media *online* dapat didefinisikan sebagai suatu media yang bisa diakses menggunakan internet. Romli (2012, p. 15), dalam bukunya membagi beberapa kategori media *online* yaitu :

1. *Multimedia Capability*

Media *online* dapat menyajikan berita atau informasi dalam berbagai macam bentuk seperti teks, audio, video, grafis dan gambar secara bersamaan dengan berbasis multimedia di dalam *website* berita yang disajikan.

2. Aktualitas

Berisikan informasi yang aktual karena kemudahan dan kecepatan dalam menyajikan suatu berita.

3. Kecepatan Informasi (*Immediacy*)

Media *online* memiliki kelebihan sendiri dibandingkan pada media-media lainnya, yaitu berita dapat diakses lebih cepat dalam publikasi dan pencarian. Jika dulunya orang harus menunggu pada keesokan harinya untuk mengetahui apa yang terjadi pada hari ini. Namun, dengan adanya media *online*, informasi atau berita yang ditulis akan bisa langsung diakses dan disebarluaskan oleh semua orang, setelah berita atau informasi tersebut langsung dipublikasikan

atau diposting. Bersamaan dengan peristiwa atau kejadian yang terjadi pada saat itu juga.

#### 4. Pembaruan Informasi (*Updating*)

Media *online* dapat diakses kapan saja dan di mana saja melalui internet, sehingga membuat media *online* dapat memperbarui suatu berita atau informasi yang sudah dipublikasikan sebelumnya dengan informasi yang lebih lengkap. Selain itu, pembaruan suatu informasi bisa dilakukan dengan cepat dan tidak memiliki batas waktu baik dari sisi konten ataupun redaksional, seperti dalam kesalahan dalam pengejaan atau pengetikan contohnya *typo*.

#### 5. Kapasitas Tidak Terbatas (*Storage and Retrieval*)

Keunggulan media *online* yang lainnya juga adalah tidak adanya batasan kapasitas untuk mempublikasikan atau mengakses sebuah berita atau informasi. Media *online* biasanya memiliki *data bank* atau *data base* yang dapat menampung berbagai macam informasi dalam jumlah yang tidak terhingga. Sehingga pengguna media *online* bisa mengakses berbagai macam informasi dari yang baru dipublikasikan sampai yang sudah lama sekalipun.

#### 6. Fleksibilitas

Dalam publikasian dan *editing* naskah dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja, tanpa mengkhawatirkan tempat dan waktu. Selain itu, *update-an* juga dapat dilakukan setiap saat.

Media *online* di Indonesia umumnya menyajikan berita-berita yang pada dasarnya merupakan berita jurnalistik. Dalam media *online*, terdapat beberapa jenis salah satunya adalah media opini. Media opini merupakan media yang di

dalam tulisannya berisikan tanggapan-tanggapan atau opini-opini yang disajikan oleh penulis kepada pembaca.

Media opini di Indonesia ada beberapa contoh seperti Opini.id, Mojok.co dll. Menurut Moore (1987, p. 49), opini adalah kesimpulan yang terdapat dalam pikiran dan belum dikeluarkan agar dapat bisa diperdebatkan. Suatu opini yang sudah menetap adalah sentiment dan jika dipegang secara teguh kurang lebih adalah suatu keyakinan sedangkan pandangan adalah suatu opini yang agak diwarnai oleh kecendrungan.

Pengertian opini yang lain datang dari Bogardus (1952, p. 5), yang berpendapat bahwa opini publik merupakan hasil pengintegrasian pendapat berdasarkan diskusi yang dilakukan dalam masyarakat demokratis. Opini publik bukan merupakan seluruh jumlah pendapat seseorang yang dikumpulkan.

Maka opini merupakan suatu taksiran yang terbentuk di dalam pikiran manusia mengenai sesuatu hal yang sifatnya bertentangan. Sementara itu, opini yang dimaksud pada penelitian ini adalah mengenai media opini yaitu Opini.id yang menyuguhkan tulisan-tulisan berupa gaya bahasa satire.

Selain itu, terdapat opini publik, istilah opini publik sendiri dapat digunakan untuk menandakan setiap pengumpulan yang dikemukakan oleh individu-individu Menurut Sastropetro (1990, p. 49), istilah opini publik sering digunakan untuk menunjuk kepada pendapat-pendapat kolektif dari sejumlah besar orang.

Secara sederhana opini juga dapat diartikan sebagai pendapat. Namun, setidaknya terdapat sebuah ekspresi dari pendapat tersebut baik secara verbal

maupun non verbal. Selama pendapat tersebut belum diekspresikan maka pendapat tersebut merupakan pendapat pribadi.

Opini seperti opini publik sendiri memiliki tiga unsur yaitu pertama, harus terdapat isu atau peristiwa aktual yang menyangkut kepentingan pribadi. Kedua, harus terdapat sejumlah orang yang mendiskusikan isu yang sedang dibicarakan yang kemudian menghasilkan kata sepakat mengenai sikap, pendapat dan pandangan mereka. Ketiga, kemudian pendapat tersebut harus diekspresikan atau dinyatakan dalam bentuk lisan dan tertulis.

Selain itu, pengertian dari berita dan opini sendiri cukup berbeda. Secara singkat opini berarti suatu pendapat, tanggapan, pandangan, atau hasil pikiran seseorang terhadap sesuatu dan dalam menjelaskan atau menyikapi suatu hal tetapi sifatnya tidak objektif dan belum pasti kebenarannya (maxmanroe.com, 2020).

Selain itu, pengertian dari berita sendiri adalah suatu informasi atau laporan tentang hal yang sedang atau telah terjadi dan dalam penyampaiannya dilakukan melalui media cetak, TV, radio, media *online*, ataupun dari mulut ke mulut kepada masyarakat. Selain itu berita juga harus mengandung 5W+1H (maxmanroe.com, 2020).

Salah satu contoh dari media *online* yang di dalamnya mengandung media opini yaitu Opini.id. Media Opini.id merupakan portal opini yang membicarakan mengenai kepedulian-kepedulian dan tindakan-tindakan baik terhadap orang Indonesia pada saat ini. Opini.id percaya bahwa orang Indonesia merupakan orang

yang peduli terhadap sesama dan bukan merupakan orang yang apatis dan egois seperti yang diasumsikan oleh banyak orang.

Bahkan, Opini.id juga dapat memberikan kesempatan bagi pembaca konten dari Opini.id untuk memberikan tanggapan dan opini yang terkait dengan tulisan yang disajikan, dengan cara menuliskannya di kolom komentar bisa juga dengan membuat video atau stories yang dapat diunggah ke Opini.id melalui aplikasi.

Dalam hal ini, Opini.id berkomitmen untuk menghadirkan semua konten yang dikemas dengan menarik, kreatif dan *modern*, karena apabila hanya sekedar berita atau tulisan saja adalah hal yang membosankan bagi sebagian orang.

Opini.id dibentuk pada tahun 2011, sebelum bernama Opini.id, media tersebut awalnya bernama Opini.co.id dikarenakan kalah bersaing dengan media sejenisnya, akhirnya Opini.co.id mengubah namanya yang telah dikenal pada saat ini menjadi Opini.id sejak tahun 2014, dengan konsep media *online* pada umumnya (Opini.id, 2019).

Kemudian, pada tahun 2015 Opini.id resmi menggunakan konsep *homeless* media. Yang dimaksud dengan konsep *homeless* media sendiri adalah sebuah konsep pemanjangan konten di beberapa macam kanal media sosial. Sehingga media Opini.id menggunakan berbagai jenis konten dengan menyesuaikan dari karakteristik media sosial Opini.id, dengan menggabungkan konsep tulisan dan media sosial. Media sosial yang digunakan oleh Opini.id adalah *Instagram, Youtube, Line Today, Facebook dan Twitter*.

Opini.id hadir dalam bentuk tulisan (*stories*), podcast dan video dengan durasi antara 4 sampai 15 menit per video dan tulisan pendek atau stories yang membahas mengenai isu nasional, tayangan video dalam Opini.id dibagi menjadi 18 jenis video yaitu 1 menit, bimbel netijen, fvckta, hoax saber, kita kaya, kolaborasi, kuy cobain, loh kok, melirik lirik, mr ngehek, nge giring nalar, ngopini, obrolan kulkas, oh gitu, pictopia, *quote*, *street walker*, warung ngopini.

Misi Opini.id adalah menciptakan masyarakat Indonesia yang memiliki pola pikir konstruktif, tubuh dan emosi yang seimbang serta identitas Indonesia yang diakui secara global. Sedangkan visi dari Opini.id sendiri adalah menjadi organisasi media yang berbasis komunitas yang berpengaruh di Indonesia.

Opini.id sendiri merupakan anak perusahaan dari *GVM Networks* yang berfokus pada bidang digital media yang berbasis komunitas yang memproduksi konten tulisan dan hiburan yang ada di Indonesia. Opini.id berlokasi di Wisma 77, Tower 2, Lantai 9 di Slipi, Jakarta Barat. Opini.id juga merupakan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) yaitu milik Djarum *Group*, BUMD sendiri merupakan badan usaha yang dikelola, dibina dan diawasi oleh pemerintah daerah.

Target pembaca dari Opini.id adalah generasi Y dan generasi Z yang perbandingannya sebanyak 70% pria dan 30% wanita. Selain itu, karakteristik pembaca dari Opini.id adalah seseorang yang memiliki sifat dinamis, berpikiran terbuka, pencari pengetahuan, kritis dan memiliki dugaan. Agustus 2018, Opini.id memperoleh data berupa target pembaca yang terbagi kedalam 54,5% pembaca yang berumur 20-30 tahun dan 23,3% pembaca yang berumur 15-19 tahun (Barus, 2019, p. 48).

#### 2.2.4 Konsep Kontrol Sosial

Di penelitian ini, peneliti mengambil konsep kontrol sosial. Alasan mengapa ada kontrol sosial dan peneliti mengambil konsep kontrol sosial sendiri dikarenakan kontrol sosial memiliki fungsi sebagai mengontrol, mengoreksi, dan mengkritik sesuatu. Yang berarti, dengan adanya konsep kontrol sosial ini, pers atau jurnalis dapat memberikan kritik dan masukan yang membangun untuk pemerintah kepada masyarakat lewat suatu berita.

Selain itu, fungsi pers sebagai kontrol sosial memiliki salah satu unsur yaitu *Social Participation* atau keikutsertaan rakyat dalam pemerintahan. Dalam hal ini, berarti rakyat bisa turut serta berkomentar atau mengkritik kinerja pemerintah bila dirasa kurang baik. Salah satu contohnya bisa lewat berita yang disajikan dalam media-media di Indonesia.

Dalam Undang No.40 Tahun 1999 tentang Pers mengaturnya di dalam Pasal 6 yang terdiri dari:

1. Memenuhi hak masyarakat untuk mengetahui
2. Menegakkan nilai-nilai dasar demokrasi
3. Mendorong terwujudnya supreasi hukum dan HAM
4. Menghormati kebhinekaan
5. Mengembangkan pendapat umum
6. Melakukan pengawasan, kritik, koreksi dan saran
7. Memperjuangkan keadilan dan kebenaran

Maka fungsi pers juga diatur dalam Undang-Undang Pers yaitu sebagai media informasi, pendidikan, hiburan dan kontrol sosial serta juga berfungsi

sebagai lembaga ekonomi. Dalam pasal 33 UU No. 40 tahun 1999 tentang pers, fungsi pers di masyarakat ada beberapa macam yaitu:

1. *To Inform* (Informasi)

Pers mempunyai fungsi untuk memberikan informasi kepada khalayak luas atau masyarakat, melalui tulisan, siaran dan tayangan yang rutin kepada masyarakat. Pers sebagai informasi, tentu saja dapat memberikan berbagai informasi yang beraneka ragam.

2. *To Educate* (Pendidikan)

Pers juga berfungsi sebagai pendidik, melalui berbagai macam bentuk tulisan atau pesan-pesan yang diberikan. Pers juga dapat mendidik masyarakat pembacanya.

3. *To Controle* (Kontrol Sosial)

Pers di masyarakat mempunyai peran memberikan kontrol sosial lewat kritik dan masukan yang bersifat membangun. Pemberitaan adanya penyimpangan dan tindakan melanggar peraturan yang dilakukan oleh sebagian kelompok masyarakat atau pejabat merupakan wujud dalam mengontrol masyarakat dan aparat pemerintahan.

4. *To Bridge* (Lembaga Ekonomi)

Selain itu, pers juga mempunyai fungsi sebagai penghubung antara masyarakat dengan pemerintah atau sebaliknya. Aspirasi yang tidak dapat tersalurkan melalui jalur atau kelembagaan yang ada, bisa disampaikan melalui pers.

## 5. *To Entertaint* (Hiburan)

Pers juga bisa memberikan hiburan kepada masyarakat, menghibur yang dimaksudkan disini adalah bukan hanya dalam pengertian hal-hal yang lucu saja, melainkan juga bisa dalam bentuk kepuasan dan kesenangan dari apa yang disuguhkan oleh pers.

Pada kali ini, penulis akan membahas lebih dalam mengenai fungsi pers sebagai kontrol sosial. Selain penjelasan diatas, pers sebagai media kontrol sosial juga dapat diartikan memiliki fungsi untuk mengontrol, mengoreksi, mengkritik sesuatu hal yang sifatnya konstruktir, yang berarti sesuatu hal yang membangun bukannya merusak atau destruktir.

Fungsi kontrol sosial juga tergantung dari wartawannya, karena tidak semua berita memiliki fungsi kontrol sosial. Wartawan yang memiliki kebebasan dalam memasukan kontrol sosial di dalam berita yang dibuatnya. Kehadiran pers disini bertujuan untuk memperbaiki keadilan, kontrol sosial yang dilakukan oleh media massa sangat penting.

Dalam fungsi pers sebagai kontrol sosial, terkandung beberapa makna demokratis yang didalamnya terdapat unsur-unsur seperti *Social Participation* (keikutsertaan rakyat dalam pemerintahan), *Social Responsibility* (pertanggung jawaban pemerintah terhadap rakyat), *Social Support* (dukungan rakyat terhadap pemerintah) dan *Sosial Control* (pengawasan terhadap tindakan-tindakan pemerintah dimasyarakat).

Pers juga harus bisa menjembatani semua pihak, kontrol sosial dan dapat memberikan informasi yang berimbang dan aktual dan pada akhirnya dapat memberikan solusi disetiap kinerja pemerintah.

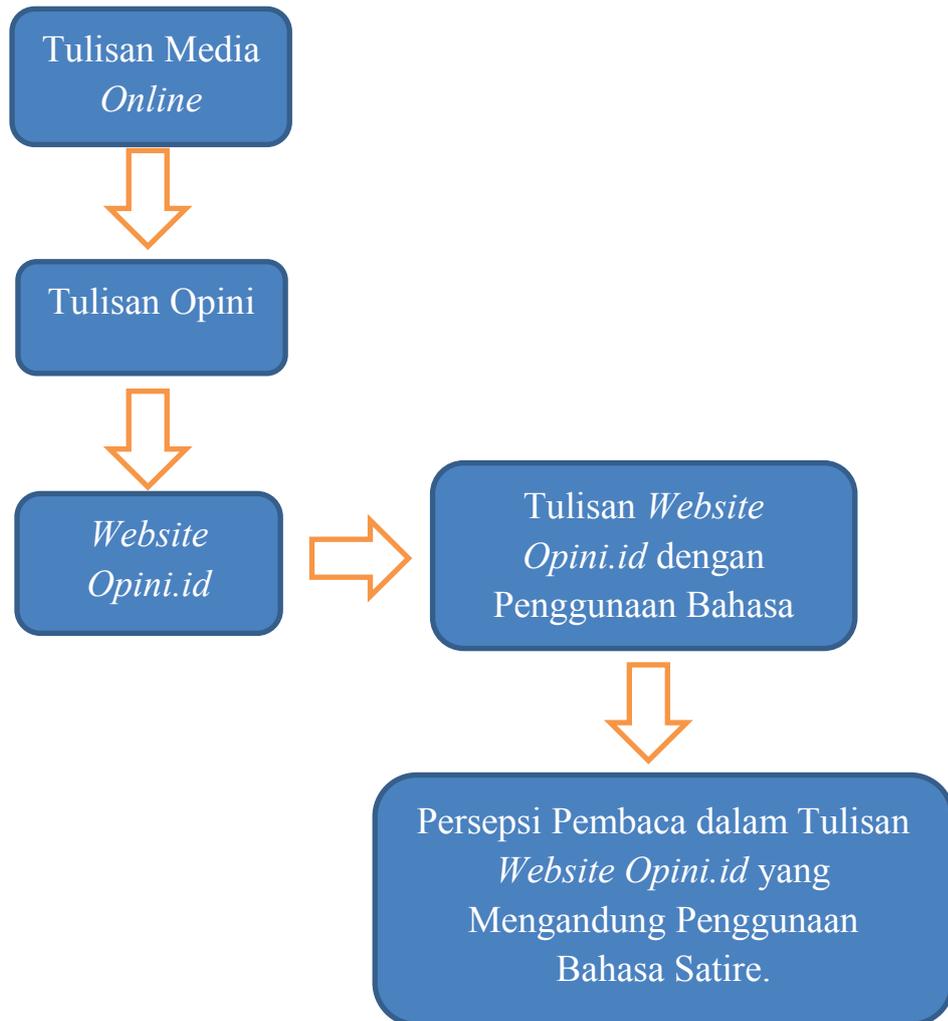
Fungsi pers sebagai kontrol sosial juga harus berani untuk membongkar kebusukan para oknum pemerintah. Hal tersebut diharapkan agar oknum pemerintah selalu berfikir terlebih dahulu sebelum melakukan kecurangan karena hal tersebut dapat berimbas kepada masyarakat. Dalam penulisan satire sendiri, yang diperbolehkan dalam menulis tulisan satire adalah seorang jurnalis yang memang sudah terbiasa dengan menulis tulisan Hal tersebut, dikarenakan seorang jurnalis harus mengetahui kode etik jurnalistik dalam menulis berita dan tulisan. Dalam menulis tulisan, jurnalis juga harus bersikap jujur, netral, akurat, berdasarkan fakta dan ketika menulis berita harus mengandung 5W+1H.

### **2.3 Alur Penelitian**

Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan alur penelitian yang berawal dari mencari tulisan dari media online yang tepercaya, lalu peneliti mencari tulisan yang menggunakan gaya bahasa satire yang biasanya dipakai oleh media-media online yang memiliki laman tulisan opini.

Kemudian, peneliti menemukan *website* Opini.id, tulisan di Opini.id merupakan salah satu tulisan yang dalam penulisannya menggunakan gaya bahasa satire. Dan dalam tulisan tersebut peneliti ingin melihat bagaimana persepsi pembaca setelah membaca tulisan *website* Opini.id yang mengandung penggunaan bahasa satire.

Bagan 2.2 Alur Penelitian



Sumber: Diolah oleh Peneliti