

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Komunikasi Massa

##### 2.1.1 Pengertian Komunikasi Massa

Secara etimologis komunikasi berasal dari bahasa latin yaitu “communicatio” dan kata tersebut berasal dari kata “comminis” yang berarti menciptakan kesatuan atau membangun sebuah kesatuan antara dua orang atau lebih. Sebagai makhluk sosial dan juga makhluk komunikatif, manusia dalam hidupnya dikelilingi oleh berbagai jenis simbol, baik yang diciptakan oleh manusia sendiri maupun yang bersifat alamiah. Pada dasarnya bentuk komunikasi dibedakan menjadi dua jenis, yaitu komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal. Komunikasi verbal artinya menggunakan bahasa (lisan) dan komunikasi tertulis dan nonverbal sering disebut bahasa isyarat atau bahasa diam (silent Language) (Cangara, 2015).

Komunikasi massa menurut Jay Back & Frederick (Nurudin, 2007) adalah pesan yang disampaikan melalui media massa kepada sejumlah besar orang (penyampaian melalui media massa) dan (komunikasi massa) lebih mengacu pada teori atau proses teoretis. Komunikasi massa adalah suatu proses dimana pesan yang dibuat dalam jumlah besar didistribusikan ke sejumlah besar penerima pesan yang anonim dan heterogen.

##### 1. Elemen-Elemen Komunikasi Massa

Elemen-elemen pokok dalam komunikasi massa dapat dikelompokkan menjadi sumber (komunikator), pesan (konten), khalayak (audience), saluran/media (channel), gatekeeper, dan efek (Nurudin, 2007).

###### 1) Sumber (Komunikator)

Sumber dalam konteks komunikasi massa merujuk pada badan, lembaga, atau organisasi seperti perusahaan media yang mengelola berbagai platform seperti surat kabar, majalah, stasiun televisi, dan radio.

## 2) Pesan (Isi)

Pesan komunikasi massa adalah materi yang disampaikan kepada masyarakat melalui media massa. Pesan-pesan media sering kali diproduksi dalam skala besar untuk mencapai khalayak yang luas.

## 3) Media atau Saluran

Media massa adalah alat atau medium yang digunakan untuk menyebarkan pesan komunikasi massa. Media tersebut harus mampu mencapai dan menarik perhatian masyarakat secara serentak. Saluran termasuk media cetak, media elektronik seperti radio dan televisi, serta media digital seperti platform media sosial.

## 4) Khalayak (Audience)

Khalayak media massa adalah target atau penerima pesan komunikasi massa yang disampaikan melalui media tersebut.

## 5) Gatekeeper

Gatekeeper memiliki peran dalam menyaring pesan-pesan yang dihasilkan oleh media. Mereka dapat berperan sebagai editor, wartawan, atau penyunting.

## 6) Efek

Efek komunikasi massa merujuk pada dampak atau hasil yang timbul dari konsumsi informasi melalui media massa. Ini termasuk perubahan yang terjadi dalam pemirsa sebagai tanggapan terhadap informasi atau pesan yang disampaikan melalui media massa.

## **2. Fungsi Media Massa**

Menurut Alexis S. Tan (1981), fungsi media massa secara umum (Nurudin, 2007) terdiri dari:

### 1) Fungsi Informasi

Media massa memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi kepada khalayak, memenuhi kebutuhan akan informasi masyarakat. Media massa mencakup beragam konten, mulai dari politik, ekonomi, hingga peristiwa-peristiwa lainnya, yang tidak hanya bersumber dari sekolah, tetapi juga dari media seperti buku sejarah dan dokumenter.

## 2) Fungsi Pendidikan

Media massa memberikan pendidikan melalui pengajaran etika, nilai, dan aturan, yang disampaikan melalui berbagai bentuk konten seperti drama, cerita, artikel, dan diskusi. Nilai-nilai pendidikan ini seringkali diungkapkan secara tidak langsung, tetapi divisualisasikan.

## 3) Fungsi Mempengaruhi

Media massa mempengaruhi khalayaknya melalui berbagai macam konten seperti judul, fitur, iklan, dan artikel. Masyarakat umum dapat terpengaruh oleh dorongan, ajakan, atau diskusi yang bertujuan untuk mencapai tujuan tertentu agar dapat menarik minat target audiens.

## 3. Ciri-ciri Komunikasi Massa

Ciri-ciri komunikasi massa meliputi penggunaan media massa seperti radio, media visual, dan media cetak. Ada beberapa ciri yang dapat diidentifikasi (Nurudin, 2007) :

- 1) Pesan bersifat umum dan terbuka, tidak ditujukan kepada kelompok tertentu.
- 2) Komunikasi dalam media massa memiliki beragam latar belakang dan karakteristik.
- 3) Komunikasi massa terjadi secara simultan dalam menyampaikan pesan.
- 4) Isi pesan menjadi prioritas utama daripada hubungan antar individu.
- 5) Komunikasi massa bersifat satu arah dan tidak memungkinkan interaksi langsung antara komunikator dan komunikan.
- 6) Terdapat keterbatasan dalam rangsangan indera karena ketergantungan pada jenis media massa yang digunakan.

7) Umpan balik terjadi dengan tertunda dan tidak langsung, sehingga komunikator tidak langsung mengetahui reaksi masyarakat terhadap pesan yang disampaikannya.

#### **4. Pengaruh dan Efek Komunikasi Massa**

Menurut Keith dan John (Nurudin, 2007), pengaruh dan efek komunikasi massa mencakup:

- 1) Efek kognitif, yang melibatkan perubahan dalam pengetahuan, pemahaman, dan kesadaran masyarakat melalui transmisi informasi.
- 2) Efek afektif, yang mencakup perubahan dalam aspek emosi masyarakat, termasuk preferensi terhadap suatu hal.
- 3) Efek perilaku, yang mencakup perubahan dalam tindakan, perilaku, dan aktivitas masyarakat sebagai hasil dari pengaruh media massa.

#### **2.2 Media Massa**

Media merujuk pada alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber komunikasi kepada khalayak. Di sisi lain, media massa merupakan alat komunikasi yang memiliki kapabilitas untuk menyebarkan pesan dengan cepat kepada khalayak yang luas dan mengirimkan pesan dengan segera dalam jumlah yang tidak terbatas (Nurudin, 2007).

Beberapa karakteristik media massa termasuk institusionalitasnya, yang berarti media massa dikelola oleh organisasi dan bukan oleh individu. Media massa juga bersifat satu arah, karena komunikasi dilakukan melalui media, sehingga tanggapan langsung dari masyarakat tidak dikenal, menjadikan komunikasi hanya mengalir dari komunikator ke komunikan.

Media massa ditujukan untuk khalayak umum dan disampaikan secara bersamaan. Selain itu, media menggunakan peralatan teknis dan mekanis seperti radio, televisi, surat kabar, dan lainnya. Menurut Denis McQuail (1987), fungsi media mencakup penciptaan lapangan kerja, barang, dan jasa, serta kemajuan industri lainnya. Media juga merupakan alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat, serta platform untuk menyampaikan acara komunitas,

mengembangkan budaya, tata cara, mode, gaya hidup, serta citra sosial dan pribadi (Nurudin, 2007).

## 1. Jenis-jenis Media Massa

Media massa dibedakan menjadi dua jenis, yaitu media cetak dan media elektronik.

### a. Media Cetak

Media cetak adalah media statis yang berperan dalam menyampaikan informasi. Media ini terdiri dari kertas yang berisi kata-kata, gambar, atau foto, serta halaman kosong, yang bertujuan untuk memberikan informasi atau hiburan. Media cetak juga berfungsi sebagai dokumen yang merekam peristiwa dan informasi yang diubah oleh wartawan menjadi teks, gambar, foto, dan lainnya.

### b. Media Elektronik

Media Elektronik menggunakan perangkat elektronik (mekanis) untuk menyampaikan pesan. Saat ini, media elektronik mencakup radio, televisi, dan media digital online.

#### 1) Radio

Radio adalah alat komunikasi yang bergantung pada pendengaran. Pendengar radio cenderung bersikap pasif, sementara konten acaranya sering kali mencakup musik dan efek suara untuk menambah dramatisasi pada pesan. Radio menjadi pilihan yang nyaman bagi khalayak karena keragaman dan kekayaan programnya.

#### 2) Televisi

Televisi adalah media audio visual yang sangat populer. Dengan jumlah penonton yang besar, televisi menjadi pilihan utama bagi pengiklan, sehingga pendapatan dari iklan televisi signifikan. Televisi memiliki ketertarikan yang tinggi dengan pemirsanya karena sifat audio visualnya yang menarik.

### 3) Media Digital Online

Kehadiran internet telah menciptakan media komunikasi online yang interaktif dan multimedia. Kecepatan informasi, interaktivitas, dan keberagaman konten menjadikan media digital online sebagai pilihan yang fleksibel bagi pengguna internet. Mereka dapat mengakses berbagai jenis konten seperti berita digital, majalah, jurnal, musik, televisi, radio, dan film melalui internet.

## 2.3 Realitas Media

Walter Lippmann menggambarkan realitas media sebagai "dunia di luar dan gambaran dalam pikiran kita". Baginya, fungsi utama media adalah membentuk makna. Penafsiran media terhadap berbagai peristiwa dapat secara signifikan mempengaruhi pemahaman masyarakat tentang realitas dan pola tindakannya. Realitas media adalah realitas simbolik, karena tidak dapat dihubungkan langsung dengan realitas fisik. Media massa memiliki kemampuan untuk menentukan realitas yang dipahami oleh masyarakat, yang kemudian dapat dimanfaatkan untuk menciptakan opini publik, seperti dalam propaganda politik, publisitas, dan hubungan masyarakat.

Tugas utama media adalah melaporkan peristiwa, yang berarti konten media hanyalah hasil dari realitas yang dikonstruksi. Produksi informasi oleh media melibatkan pengorganisasian realitas untuk membentuk narasi atau wacana yang memiliki makna. Oleh karena itu, jurnalis dianggap sebagai pembentuk realitas. Proses konstruksi realitas terjadi melalui upaya menceritakan peristiwa, keadaan, atau objek yang terkait dengan suatu isu, seperti politik.

Dalam era media modern saat ini, mayoritas masyarakat sangat tergantung pada media. Peran jurnalis menjadi sangat penting dalam menciptakan gambaran tentang realitas saat ini. McQuail mengilustrasikan enam kemungkinan peran media dalam mengusulkan realitas atau dalam fungsi mediasi media massa (McQuail, 1996) :

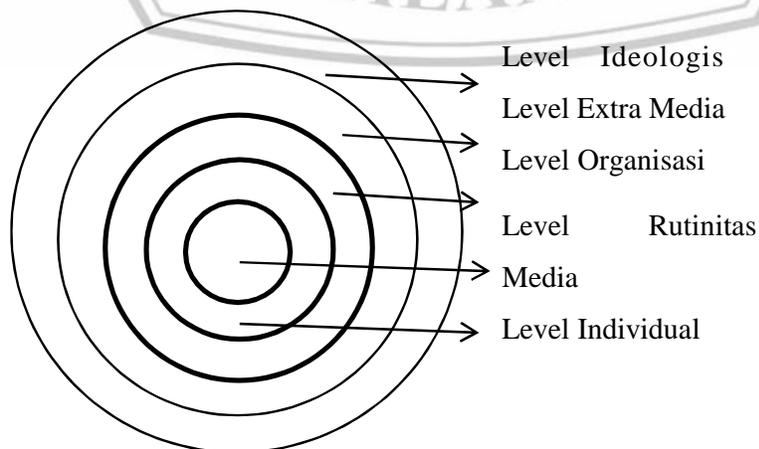
1. Sebagai jendela yang memberikan pandangan langsung tentang dunia tanpa gangguan.

2. Sebagai cermin yang mencerminkan kejadian di sekitar kita.
3. Sebagai penyaring atau penjaga gawang yang memilih apa yang diperhatikan masyarakat.
4. Sebagai pembimbing yang memberikan interpretasi tentang apa yang terjadi.
5. Sebagai forum yang melayani diskusi dan perbedaan pendapat.
6. Sebagai sekat atau pembatas yang memisahkan realitas media dengan realitas sebenarnya.

Pendapat bahwa media massa memiliki pengaruh besar terhadap pengetahuan, persepsi, sikap, dan perilaku masyarakat. Media massa berperan sebagai agen sosialisasi yang menyebarkan nilai-nilai dan mempengaruhi sikap, pemikiran, dan interaksi masyarakat (Mulyana, 2001).

Isi media merupakan hasil konstruksi realitas menggunakan bahasa sebagai alat utamanya. Bahasa tidak hanya menyajikan realitas, tetapi juga membentuk cara pandang terhadap realitas tersebut. Oleh karena itu, media massa memiliki kekuatan besar dalam membentuk makna dan gambaran tentang realitas yang mereka konstruksi.

Meskipun ada sedikit media yang menyoroti realitas apa adanya, banyak faktor yang mempengaruhi konten media, seperti suku, agama, keyakinan, dan gender. Media juga dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, sehingga konten yang dihasilkan tidak terlepas dari situasi sosial yang dinamis di sekitarnya (Shoemaker, 1996).



## **2.4 Rutinitas Media**

Praktik media merujuk pada kegiatan yang terstruktur dan berulang-ulang yang dilakukan oleh wartawan atau jurnalis. Ini mencakup prosedur tetap seperti tenggat waktu, kebutuhan penerbitan, dan standar khlayak. Praktik media melibatkan tiga unsur yang terkait: sumber informasi, organisasi media, dan khlayak.

Faktor publik mempengaruhi frekuensi dan jenis berita yang disajikan oleh media, karena media cenderung memperhatikan minat dan kebutuhan masyarakat. Organisasi media juga memiliki peran dalam menentukan liputan, terutama melalui keputusan yang dibuat oleh pemimpin redaksi.

Berbagai jenis media juga mempengaruhi proses komunikasi dan konten yang disampaikan. Sumber informasi seperti organisasi pemerintah dan swasta turut berperan dalam membentuk pemberitaan media. Terkadang, organisasi-organisasi tersebut berusaha mempengaruhi media untuk memastikan bahwa berita yang disampaikan sejalan dengan pesan yang ingin mereka sampaikan. Oleh karena itu, praktik media memiliki dampak penting terhadap produksi konten media yang ikonik (Werner J. Severin dan James W. Tankard, 2011).

## **2.5 Independensi Media**

Independensi media merujuk pada kemampuan untuk menciptakan konten tanpa tekanan dari pihak lain, terutama independensi dewan redaksi dalam proses informasi. Netralitas, di sisi lain, berhubungan dengan ketidakberpihakan media dalam menyampaikan informasi, terutama dalam konteks konflik. Konsep independensi media diatur dalam peraturan negara, khususnya Undang-Undang No. 40/1999, yang menegaskan bahwa wartawan Indonesia harus bersikap independen, menyajikan berita yang akurat dan seimbang, serta bebas dari niat buruk.

Independensi pers bertujuan untuk mencapai netralitas dan independensi dari intervensi pihak lain atau kepentingan politik tertentu. Pers yang independen dan netral harus berada di tengah-tengah, tidak terpengaruh oleh kelompok tertentu, dan berpihak pada kebenaran. Namun, batasan yang jelas tentang kebenaran

universal masih menjadi perdebatan. Bill Kovack dan Tom Rosenstiel menekankan dalam sembilan elemen jurnalisme bahwa jurnalis harus independen dari sumber informasi untuk menghindari bias, dengan prinsip bahwa jurnalis harus bebas dari pengaruh orang yang menjadi subjek beritanya (Bill Kovach dan Tom Rosentiel, 2006).

## **2.6 Jurnalisme Online**

Istilah "pers" berasal dari istilah Belanda "Journalistiek", sementara "journalism" dalam bahasa Inggris diartikan dari kata "journal" yang berasal dari bahasa Latin "diurna", yang merujuk pada sesuatu yang terjadi setiap hari atau "harian". Jurnalisme adalah kegiatan sehari-hari dalam mengelola informasi yang menarik minat publik, dimulai dari proses peliputan hingga publikasi, baik berupa fakta maupun opini, dengan harapan dapat menarik perhatian masyarakat. Ini menjadi landasan bagi praktik jurnalisme, di mana informasi tersebut akan disebarkan kepada masyarakat (Santana, 2005).

Jurnalisme online merupakan bentuk terkini dari jurnalisme, selain dari media cetak seperti majalah dan surat kabar, serta media elektronik seperti televisi dan radio. Jurnalisme online memiliki kelebihan dalam menyampaikan pesan, baik dalam produksi informasi maupun dalam mencapai audiens yang luas. Perbedaan antara jurnalisme online dan media tradisional adalah dalam cara jurnalis online menghubungkan cerita dengan sumber lain, arsip, dan informasi lainnya melalui hyperlink.

Pelaksanaan jurnalisme online dilakukan melalui internet, baik dalam proses produksi maupun distribusi informasi. Jurnalisme online memiliki kemampuan untuk menjangkau semua jenis media seperti teks, gambar, suara, dan informasi online lainnya, yang disebarkan juga di internet, baik oleh jurnalis profesional maupun oleh individu yang membuat konten di blog mereka (Santana, 2005).

Bill Kovach dan Tom Rosenstiel dalam "Nine Elements of Journalism" menyajikan sembilan unsur jurnalisme, termasuk prioritas utama jurnalis dalam menyampaikan informasi kepada publik. Unsur-unsur tersebut meliputi kewajiban

untuk menyampaikan kebenaran, loyalitas terhadap masyarakat, praktik verifikasi, independensi dalam pemberitaan, pengawasan kekuasaan, menjadi wadah bagi kritik dan persetujuan masyarakat, menyajikan informasi yang menarik dan relevan, memberikan informasi yang lengkap dan proporsional, serta memberikan kebebasan kepada wartawan untuk mengikuti hati nuraninya (Bill Kovach dan Tom Rosentiel, 2006).

## **2.7 Analisis Framing**

Ide tentang framing pertama kali diperkenalkan oleh Beterson pada tahun 1955, pada awalnya bingkai dipahami sebagai suatu struktur atau perangkat konseptual dari keyakinan yang mengorganisasikan pendapat-pendapat utama, kebijakan-kebijakan dan nilai-nilai wacana serta memberikan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi kenyataan. Konsep ini kemudian dikembangkan oleh Goffman pada tahun 1974, yang mengatakan frame sebagai kelompok perilaku yang memandu individu dalam membaca sebenarnya (Sobur, 2001).

Dalam bidang studi komunikasi, analisis bingkai mewakili sebuah tradisi yang menawarkan pendekatan atau perspektif multidisiplin terhadap analisis fenomena atau aktivitas komunikasi. Konsep framing atau pbingkaiian sendiri tidak sepenuhnya merupakan konsep dari ilmu komunikasi melainkan dipinjam dari kognisi ilmu pengetahuan (psikologi), pada hakikatnya analisis bingkai merupakan versi terbaru dari pendekatan analisis wacana, khususnya untuk analisis teks media, gagasan framing pertama kali diperkenalkan oleh Beterson pada tahun 1955 (Sobur, 2001).

Analisis bingkai merupakan analisis yang digunakan untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas, analisis bingkai juga digunakan untuk melihat bagaimana media memahami dan pbingkai peristiwa (Eriyanto, 2002). Analisis framing juga dapat dipahami sebagai pbingkaiian suatu peristiwa dalam pemberitaan media massa dengan menonjolkan atau menghilangkan bagian-bagian tertentu yang dianggap penting menurut pendapat redaksi atau reporter agar masyarakat dapat lebih fokus tentang makna isi pesan tersebut.

### 2.7.1 Framing Media Robert N. Entman

Entman menyatakan bahwa konsep framing menyediakan struktur sistematis untuk mengungkap kekuatan sebuah teks komunikatif. Proses pbingkaian dan analisis dapat dengan tepat menjelaskan dampak komunikasi terhadap kesadaran manusia yang disebabkan oleh transmisi informasi dari berbagai bentuk media seperti pidato, pernyataan, laporan berita, atau karya sastra. Dalam konsepnya, Entman menyoroti bahwa pemilihan dan penandaan dalam bingkai tersebut mengacu pada pemilihan berbagai aspek dari realitas yang dihadapi, sehingga mengarah pada pengidentifikasian masalah tertentu, penafsiran informasi secara informal, evaluasi etika, dan/atau rekomendasi solusi (Sobur, 2001).

Entman menyebutkan ada empat aspek dalam framing atau pbingkaian pemberitaan dalam media:

#### 1. Define Problems

Melalui perangkat define problems, hal ini akan membantu untuk mengetahui sebuah penyebab, ganjaran, serta kelebihan yang diukur melalui nilai-nilai yang sesuai dengan adab dan kultur. Define problems berarti bagaimana seorang penulis berita ataupun media memandang suatu peristiwa atau hal yang terjadi. Di sini, pemetaan 5W+1H sangat berpengaruh dikarenakan langkah awal dari pemaknaan isu atau hal yang akan di-framing dimulai dari tahap ini. Media harus paham secara umum isu apa yang telah terjadi dan poin-poin apa saja yang sedang terjadi di lapangan.

#### 2. Diagnose Cause

Diagnose cause adalah perangkat yang bertujuan agar kita mampu mengidentifikasi apa saja yang menimbulkan masalah (what), lalu mengidentifikasi aktor atau pelaku (who) yang menyebabkan akar masalah. Di sini, sebuah media harus paham secara baik penyebab dari sebuah peristiwa. Media harus paham apa saja yang menjadi cikal bakal masalah

yang akan diangkat dan menentukan aktor yang menjadi kunci utama dari permasalahan itu.

### 3. Make Moral Judgment

Make moral judgement adalah perangkat yang bertujuan untuk mengidentifikasi apa saja hal yang menjadi pemicu sebuah perubahan yang sedang berlangsung dan memberikan pembenaran atau pandangan kuat atas pemaknaan dari sebuah masalah. Perangkat ini bertujuan untuk menjadi guide terhadap nilai moral apa yang digunakan dalam menjelaskan suatu peristiwa.

### 4. Treatment Recommendation

Treatment recommendation berfungsi sebagai perangkat yang bertujuan untuk memberikan nilai atas apa-apa saja hal yang dikehendaki media tersebut serta opsi apa saja yang ditawarkan media melalui teks media atau berita untuk menyelesaikan masalah tersebut. Pemilihan treatment recommendation bergantung terhadap bagaimana sudut pandang, pengalaman, dan kepercayaan yang dipercaya oleh media tersebut.

