**BAB II**

**LANDASAN TEORI**

1. **Komunikasi Massa**

 Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* yang secara etimologis berasal dari kata latin *communication,* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna sama arti. Jadi komunikasi terjadi apabila terdapat kesamaan makna mengenai suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan.[[1]](#footnote-2)

 Ada perbedaan istilah yang perlu dilakukan antara *communication* dan *communications*. *Communication* adalah proses berkomunikasi, sedangkan *communications* adalah perangkat teknis yang digunakan dalam prose situ. Komunikasi itu sendiri adalah salah satu kegiatan dasar manusia dan proses sosial yang dijalaninya melalui komunikasi.[[2]](#footnote-3)

 Komunikasi massa melibatkan banyak hal mulai dari komunikan dan komunikator, media massa dalam proses penyampaian pesan nya. Serta bersifat uviversal karna melibatkan khalayak dalam jumlah yang cukup besar.

 Sedangkan pengertian komunikasi massa menurut para ahli merajuk pada hal dan kesimpulan yang saling berhubungan.

 Dewasa saat ini, masyarakat dapat memperluas komunikasi dari berbagai hambatan ruang dan waktu. Perluasan komunikasi selanjutnya memudahkan terjadinya alkulturasi anatara berbagai masyarakat yang jauh terpisah serta berbagai ide universal, dengan tema demokrasi, kesehatan dan ajaran agama menjadi lebih muda menyebar.

 Semantara pakar Everett M. Rogers menyatakan bahwa selain media massa modern terdapat media massa tradisional yang meliputi teater rakyat, puisi dan pantun.[[3]](#footnote-4)

 Ilmu komunikasi massa sejak awal hingga tahun 1970-an sangat didominasi oleh paradigma tertentu yang kemudia digeser oleh paradigma yang lain. jadi dalam perkembangan ilmu komunikasi kita bisa mencatat adanya dan paradigma, yaitu paradigma lama dan paradigma baru.[[4]](#footnote-5)

 Berikut ini adalah contoh media massa dari paradigma lama:

FILM

TV

CD

RADIO

BUKU

Alat komunikasi massa

SURAT KABAR

TABLOID

MAJALAH

 Gambar 1. Paradigma Lama Alat Komunikasi Massa

RADIO

TV

INTERNET

ALAT KOMUNIKASI MASA

SURAT KABAR

TABLOID

MAJALAH

 Gambar 2. Paradigma Baru Komunikasi Massa

1. Karakteristik media Massa

 Seseorang yang akan menggunakan media massa sebagai alat untuk melakukan kegiatan komunikasinya perlu memahami karakteristik komunikasi massa, yakni sebagai berikut:

1. Komunikasi Massa Bersifat Umum

 Pesan komunikasi yang disampaikan melalui media massa adalah terbuka untuk semua orang. Media cetak, film, radio, dan televisi termasuk komunikasi massa. Penggunaan media audio-visual dan online untuk mencapai pengguna jarak jauh.

1. Komunikan Bersifat Heterogen

 Perpaduan antara jumlah komunikan yang besar dalam komunikasi massa dengan keterbukaan dalam memperoleh pesan-pesan komunikasi. Massa dalam komunikasi massa terjadi dari orang-orang yang heterogen, meliputi penduduk yang bertempat tinggal dalam kondisi yang berbeda, dengan kebudayaan yang beragam, berasal dari berbagai lapisan masyarakat.

1. Pesannya Bersifat umum

 Pesan-pesan dalam komunikasi massa tidak ditunjukkan kepada satu orang atau satu kelompok masyarakat tertentu. Dengan kata lain pesan-pesan yang dikemukakan pun tidak boleh bersifat khusus. Artinya pesan memang tidak disengaja untuk golongan tertentu.

1. Komunikasi Berlangsung Satu Arah

 Dalam komunikasi massa hanya berjalan satu arah hubungan antara komunikator dan komunikan bersifat nonpribadi, artinya komunikan tidak bisa langsung memberikan respon kepada komuikatornya (media massa), jika bisa maka sifatnya tertunda.

1. Media Massa Menimbulkan Keserempakan

 Dalam komunikasi massa juga terdapat keserempakan dalam proses penyebaran pesan-pesannya. Keserempakann dalam hal ini agar pesan-pesan dapat lebih dipublikasikan, melalui media massa ini khalayak bisa menikmati pesan secara bersamaan.

1. Komunikasi Massa Mengandalkan Peralatan Teknis

 Media massa adalah alat penyampaian pesan kepada khalayak. Peralatan teknis yang dimaksud adalah pemancar media elektronik baik secara mekanik maupun elektronik. Sama seperti hal nya media cetak butuh komputer dan mesin cetak, televisi dan radio butuh pemancar serta internet membutuhkan satelit agar pesan bisa sampai kepada semua orang.

1. Komunikasi Massa Dikontrol Oleh *Gatekeeper*

 Dalam komunikasi massa terdapat gatekeeper, ialah orang yang sangat berperan dalam penyebaran informasi melalui media massa. *Gatekeeper* berfungsi sebagai orang yang ikut menambah atau mengurangi, mengemas menyederhanakan informasi yang disebarkan agar lebih mudah dipahami.[[5]](#footnote-6)

1. **Jurnalistik *Online***

 Jurnalistik dapat diartikan catatan harian atau catatan mengenai kejadian sehari-hari atau bisa juga diartikan sebagai surat kabar harian. Para pakar telah banyak memberikan definisi jurnalistik. Meski muncul perbedaan pendapat, semuanya memiliki maksud dan tujuan yang sama. Berdasarkan perkembangan yang ada saat ini, jurnalistik dapat diartikan sebagai seluk-beluk mengenai kegiatan penyampaian pesan atau gagasan kepada khalayak atau massa melalui media komunikasi yang terorganisasi seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, internet dan film.[[6]](#footnote-7)

1. Pengertian Jurnalistik *Online*

 Jurnalistik *online* dapat juga bermakna jurnalistik web yang merupakan generasi baru dari jurnalistik surat kabar (media cetak) dan jurnalistk penyiaran yang berbasis jaringan internet. Sama seperti halnya pengertian umum jurnalistik yang menyebarluakan informasi melalui media massa, jurnalistik online menggunakan jaringan internet sebagai alat penyebarluasan informasi yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja, dan web adalah halaman yang berisi konteks media seperti gambar, teks, video-audio.

 Jurnalistik online adalah jurnalistik massa depan ( *future journalism*) yang terus berkembang seiring perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Jurnalistik era ini pun menghasilakan produk yang sama seperti jurnalistik blog (*blog journalism*), jurnalistik mobil (*mobile journalism*), dan jurnalistik twitter (*twitter journalism*). [[7]](#footnote-8)

1. Karakteristik Jurnalistik Online

 Mike Ward dalam *journalism online* (focal press, 2002) meneyebutkan beberapa karakteristik jurnalistik online sekaligus membedakan dari media konvesional serta jurnalistik tradisional, yaitu:[[8]](#footnote-9)

1. *Unlimited Space*

Memungkinkan halaman tak terbatas. Ruang bukan masalah, artikel dan berita bisa sepanjang dan selengkap mungkin tanpa batas.

1. *Audience Control*

Memungkinkan pembaca (*reader, user, visitor*) lebih leluasa memilih berita atau informasi yang di akses.

1. *Nonlinearity*

Tiap berita berdiri sendiri sehingga pembaca tidak harus membaca secara berurutan.

1. *Stroge and Retrieval*

Memungkinkan berita lama tersimpan dan bisa diakses kembali dengan mudah, kapan dan dimana saja.

1. *Immediacy*

Menjadikan informasi bisa disampaikan secara sangat cepat dan langsung.

1. *Multimedia Capability*

Memungkinkan sajian berita berupa teks, suara, gambar, video dan komponen lainnya sekaligus.

1. *Interactivity*

Memungkinkan interaksi langsung antara penulis (wartawan) dengan pembaca, seperti melalui kolom komentar dan sosial media terkait.

1. *Citizen Journalism*

 Sejarah peradaban manusia menunjukkan, jurnalistik dan teknologi selalu tumbuh dan berkembang sejalan. Ketika teknologi menghadirkan mesin cetak pada abad ke-15 di Eropa, jurnalistik juga tergiring untuk menggunakannya sebagai sarana produksi dan diseminasi informasi. Orang mulai berpikir bahwa informasi yang tersebar secara massif memiliki nilai dan kekuatan tertentu dalam masyarakat. Teknologi pun terus mencari bentuk dan varian barunya hingga kini guna menjadi bagian dari proses yang disebut kemajuan.[[9]](#footnote-10)

 Konsep dasar dalam *citizen journalism* yaitu memposisikan audiens sebagai produsen berita juga, bukan hanya konsumen pasif seperti selama ini berjalan dalam logika kerja jurnalisme tradisional berbasis media massa.

 Keberadaan *citizen journalism* pun bisa dimanfaatkan sebaik-baiknya, yaitu melihat setiap manusia sebagai subyek dalam hidup bersama.

 menurut Wikipedia, citizen journalism dilakukan oleh wartawan walau pun semangatnya tetap senada dengan public journalism, yaitu (lebih) mengabdi pada publik dengan mengangkat isu-isu publik.Citizen journalism adalah bentuk spesifik dari citizen media dengan content yang berasal dari publik. Di Indonesia, istilah yang dimunculkan untuk citizen journalism adalah jurnalisme partisipatoris atau jurnalisme warga.

1. Media *Online*

 Media *online* disebut juda dengan media yang terdapat didalam internet dengan jangkauan satelit. Internet dapat diartikan sebagai jaringan komputer luas dan besar yang mendunia, yaitu menghubungkan pemakai komputer dari suatu negara ke negara lain di seluruh dunia, dimana di dalamnya terdapat berbagai sumber daya informasi dari mulai yang statis hingga yang dinamis dan interaktif berupa gambar, teks, audio-vidio.

1. Jenis-jenis Media *Online*

 Menurut Ashadi Siregar secara umum media online berbasis internet yang menggunakan telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Termasuk situs, blog, website dan sosial media (*youtube, facebook, twitter*). [[10]](#footnote-11)

 . Untuk menyediakan keberadaan sebuah *website*, maka harus tersedia unsur-unsur penunjangnya, adalah sebagai berikut:

1. **Nama domain (*Domain name/URL Uniform Resource Locator*):** Pengertian Nama domain atau biasa disebut dengan *Domain Name* atau URL adalah alamat unik di dunia internet yang digunakan untuk mengidentifikasi sebuah website, atau dengan kata lain domain name adalah alamat yang digunakan untuk menemukan sebuah *website* pada dunia internet.
2. ***Rumah Tempat Web (website Hosting):***Pengertian *Web Hosting* dapat diartikan sebagai ruangan yang terdapat dalam harddisk tempat menyimpan berbagai data, file-file, gambar dan lain sebagainya yang akan ditampilkan di *website*.
3. ***Bahasa Program (Scripts Program)*:** Adalah bahasa yang digunakan untuk menerjemahkan setiap perintah dalam *website* yang pada saat diakses. Jenis bahasa program sangat menentukan statis, dinamis atau interaktifnya sebuah *website*.
4. **Publikasi website:** Cara yang biasanya dilakukan dan paling efektif dengan tak terbatas ruang atau waktu adalah publikasi langsung di internet melalui *search engine* (mesin pencari).
5. **Berita dan Ruang Lingkupnya**

 Dalam jurnalistik, berita menduduki posisi utama, hampir seluruh isi surat kabar baik cetak maupun online adalah berita. Bahkan ada yang menganggap iklan itu juga berita tentang produk dan jasa. Namun, inilah yang disebut dengan berita dalam arti yang luas.

 Seorang direktur sebuah institut jurnalistik di London, Tom Clarke, menagatakan bahwa pada mulanya menurut suatu kisah yang diakui tidak dapat diuji kebenaranya, kata *NEWS* (berita) berasal dari suatu singkatan (akronim) yaitu: N*(orth*) atau utara, E*(ast*) atau timur, W(est) atau barat dan S*(outh*) atau selatan. Dengan akronim tersebut Clarke menggambarkan betapa berita sebagai suatu hal yang dapat memenuhi kebutuhan naluri keingintahuan manusia dengan memberi kabar dari segala penjuru dunia, ia juga menegaskan betapa luasnya lapangan pemberitaan dalam dunia jurnalisme.[[11]](#footnote-12)

1. Unsur Pokok Berita

 Dalam dunia jurnalistik terdapat peranan penting dalam proses pencarian berita yaitu 5W + 1H : apa (*what*), siapa (*who*), mengapa (*why*), dimana (*where*), kapan (*when*), dan bagaimana (*how*).[[12]](#footnote-13)

1. Apa (*what*): Setelah mengetahui sumber berita, selanjutnya penting untuk mengetahui “apa” yang dikatakanya; *who to say what*. Dengan kata lain, “apa” adalah mencari tahu hal yang menjadi topik berita tersebut.
2. Siapa (*who*): Berita harus mengandung unsur “siapa”. Ini dapat diartikan dengan menyebut sumber yang jelas. Dengan kata lain sumber mengacu pada individu, kelompok atau lembaga. Tidak diperbolehkan membuat berita tanpa ada sumber.
3. Mengapa (*why*): kelengkapan unsur berita harus dapat menjelaskan “mengapa” peristiwa itu sampai terjadi. Hal ini berkaitan dengan tujuan untuk memenuhi rasa ingin tahu pembaca mengenai penyebab peristiwa tersebut.
4. Dimana (*where*): Berita juga harus merujuk pada tempat kejadian; “dimana” terjadinya peristiwa atau fakta itu.
5. Kapan (*when*): Unsur penting berikutnya yang harus ada dalam sebuah berita adalah “kapan” terjadinya peristiwa tersebut. Unsur inilah yang juga dimaksudkan dengan unsur baru terjadinya (*timeliness*) demi mengejar aktualitas seperti yang dipersyaratkan oleh MacDougall.
6. Bagaimana (*how*): Terjadinya suatu peristiwa juga sangat dinantikan oleh pembaca. Masyarakat yang sudah mengetahui mengapa suatu peristiwa terjadi tentu akan menuntut lebih jauh tentang bagaimana persisnya peristiwa itu terjadi.
7. Nilai Berita

 Nilai sebuah berita ditentukan oleh seberapa jauh syarat-syarat tertentu yang harus dipenuhinya. Syarat-syarat tersebutlah yang menjadi ukuran penting tidaknya sebuah berita.

 Baik dalam kepustakaan dan pengajaran jurnalistik maupun dalam prakteknya, terdapat perbedaan pandangan dalam menentukan sifat atau cirri sebuah berita. Ada yang menekankan segi unsur yang harus dikandung sebuah berita, ada yang menekankan segi sifatnya, dan ada pula yang menekankan cirri-cirinnya.

` Ada pula yang mengatakan bahwa untuk menilai apakah suatu kejadian memiliki nilai berita atau tidak, reporter harus dapat melihat unsur-unsur sebagai berikut.[[13]](#footnote-14)

1. Penting (*significance*): Mempunyai pengaruh yang besar terhadapa kehidupan orang banyak atau mempunyai dampak yang luas.
2. Besaran (*magnitude*): Sesuatu yang besar dari segala jumlah, nilai, atau angka sehinga menjadi menarik perhatian khalayak.
3. Terbaru (*timeliness*): Memnuat peristiwa yang baru saja terjadi, karema kejadianya belum lama, hal ini menjadi aktual atau masih hangat untuk dibicarakan.
4. Kedekatan (*proximity*): memiliki kedekatan jarak (geografis) ataupun emosional dengan pembaca.
5. Ketermukaan (*prominence*): hal-hal yang timbul dari diri seseorang atau sesuatu benda, tempat, atau kejadian. Suatu peristiwa yang menyakut *public figure* atau sesuatu yang dikenal masyarakat.
6. Sentuhan Manusiawi (*human interest*): Sesuatu yang menyentuh rasa kemanusiaan yang menggugah hati, dan minat.
7. Jenis-jenis Berita

 Berita jurnalistik dapat digolongkan menjadi (a) berita langsung. (*straight/hard/spot news*), (b) berita ringan (*soft news*), berita kisah (*feature*) serta laporan mendalam (*in-depth report*), dan reportase investigasi.

1. Berita langsung digunakan untuk menyampaikan kejadian penting yang secepatnya diketahui pemirsa serta bersifat aktualitas.
2. Berita ringan tidak mengutamakan usnur penting yang hendak diberitakan tetapi sesuatu yang menarik. Berita tipe ini sangat cocok untuk majalah karna tidak terikat aktualitas.
3. Berita kisah adalah tulisan tentang kejadian yang dapat menyentuh perasaan atau menambah pengetahuan pembaca lewat penjelasan rinci serta mendalam serta dapat menambah pengetahuan pembaca.
4. Laporan mendalam adalah jenis berita yang menyajikan infornasi selengkap mungkin dengan menjelaskan kaitan antara peristiwa yang satu dengan yang lainnya. Sering disebut juga laporan khusus.
5. Reportase investigasi ialah berita yang ditulis berdasarkan penelusuran, pengukapan fakta atau peristiwa melalui penyelidikan atau penelitian terlebih dahulu. Biasnya dilakukan mendalam dan dibentuk tim khusus.
6. **Teori Komunikasi Dalam Media**
7. Teori Jarum Suntik (*Hypodermic Needle Theory*)

 Teori jarum suntik berpedapat bahwa khalayak sama sekali tidak memiliki kekuatan untuk menolak informasi setelah ditembakan melalui media komunikasi. Masyarakat terlena seperti kemasukan obat bius melalui jarum suntik sehingga tidak bisa memiliki alternative untuk menentukan pilihan lain, kecuali apa yang disiarkan oleh media. Teori ini juga dikenal dengan sebutan teori peluru.

1. Teori Kepala Batu (*Obstinate Audience*)

 Teori ini dilandasi pemahaman psikologi bahwa dalam diri individu ada kemampuan untuk menyeleksi apa saja yang berasal dari luar dan tidak merespon begitu saja. Teori kepala batu menolak teori jarum suntuik atau teori peluru dengan alasan jika suatu informasi ditembakan dari media, mengapa khalayak tidak berusaha berlindung untuk mengindari tembakan informasi itu.

 Masyarakat atau khalayak memiliki hak untu memilih informasi yang mereka tidak perlukan. Kemampuan untuk menyeleksi informasi terdapat pada khalayak menurut perbedaan individu, persepsi, dan latar belakang sosial budaya.

1. Teori Kegunaan dan Kepuasaan (*Uses and Grafitication Theory*)

 Teori ini diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974 lewat bukunya yang berjudul *The Uses of Mass Communication Current Perspective o Grafitication Research*[[14]](#footnote-15)*.* Teori ini banyak berkaitan dengan sikap dan prilaku konsumen, bagaimana menggunakan media untuk mencari informasi tentang apa yang mereka butuhkan.

1. Teori Lingkar Kesunyian (*Spiral of Silence Theory*)

 Teori ini diperkenalkan oleh Elizabeth Noelle Neumann, mantan jurnalis yang kemudia menjadi professor di salah satu sekolah publisistik dijerman. Terorinya banyak berkaitan dengan kekuatan media yang bisa membuat opini public, tetapi dibalik itu ada opini yang bersifat berkembang tingkat bawah yang tersembunyi karena tidak sejalan dengan opini publik mayoritas yang bersifat manifest (nyata dipermukaan). Opini publik yang tersembunyi disebut opini yang berada dalam lingkar keheningan.

1. Teori Penamaan (*Culvation Theory*)

 Teori ini dibuat oleh suatu tim riset yang dipimpin George Gerbner di Annerberg School of Comunication, University of Pennsylvania pada gtahun 1980. Teori ini memberi kontribusi studi komunikasi dengan sebutan Teori Penamaan atau Teori Kultuvasi. Teori ini menggambarkan kehebatan televisi dalam menanamkan sesuatu keadaan jiwa para khalayak kemudia terimplementasikan kedalam sikap dan perilaku mereka.

1. Teori Agenda Setting (*Agenda Setting Theory*)

 Teori ini pertama kali diperkenalkan pada tahun 1973 oleh Maxwell McCombs dan Donald L. Shaw, kedua pakar ini tertarik untuk melihat apakah pendapat para pemilih mengenai isu-isu yang dipandang sangat penting dibentuk oleh besarnya pemberitaan mengenai isu-isu tersebut.

1. **Berdasarkan Persoalan**

 berita yang didasarkan pada topik masalah mencakup berbagai bidang yang sangat kompleks. Secara garis besar dikelompokkan menjasi berita politik, ekonomi, sosial-budaya, hukum, olahraga, kriminal, kesahatan dan gaya hidup (*lifestyle*). Demi menggali unsur daya tariknya bagi minat pembaca, semua ini bergantung pada visi dan misi perusahaan media terkait. Pada penelitian ini peneliti hanya berfokus pada berita kesahatan sehingga akan membahas mengenai kesehatan. Salah satu nya adalah mewabah nya virus difteri yang menyerang balita hingga anak-anak. Meskipun kasus ini sempat viral pada tahun 2017 namun peneliti mencoba untuk menganalisis.

1. **Kerangka Teori Wacana Teori A Van Dijk**

 Foucault (1997) mengatakan wacana sebagai bidang dari semua pernyataan, kadang sebagai sebuah individulisasi kelompok pernyataan, dan kadang sebagai pratik regulative yang dilihat dari sejumlah pernyataan. Sementara Eriyanto (2005) mendefiniskan analisis wacana sebagai suatu upaya pengungkapan maksud tersembunyi dari sang subjek yang mengemukakan suatu pernyataan..

 Model yang dipakai oleh van Dijk ini sering disebut sebagai “kognisi sosial” (Eriyanto 2001). Menurut van Dijk, penelitian atas wacana tidak cukup hanya didasarkan pada analisis teks semata, karena teks hanya hasil dari suatu praktik produksi yang harus juga diamati. Di sini harus dilihat juga bagaimana suatu teks diproduksi. Proses produksi itu melibatkan suatu proses yang disebut sebagai kognisi sosial.[[15]](#footnote-16)

 Kognisi sosial tersebut mempunyai dua arti. Di satu sisi ia menunjukkan bagaimana proses teks tersebut diproduksi oleh wartawan/ media, di sisi lain ia menggambarkan nilai-nilai masyarakat itu menyebar dan diserap oleh kognisi wartawan dan akhirnya digunakan untuk membuat teks berita (Eriyanto 2001).[[16]](#footnote-17) Berikut adalah penelitian dan metode yang bisa dilakukan dalam kerangka Van Djik:[[17]](#footnote-18)

 Tabel. 1

 Skema Penelitian Van Djik

|  |  |
| --- | --- |
| STRUKTUR | METODE |
| TeksMenganalisis bagaimana strategi wacana yang dipakai untuk menggambarkan seseorang atau peristiwa tertentu. Bagaimana strategi tekstual yang dipakai untuk menyingkirkan suatu kelompok gagasan atau peristiwa tertentu. |  *Critical Linguistics*  |
| Kognisi sosialmenganalisis bagaimana kognisi pembuat teks dalam memahami seseorang atau peristiwa tertentu yang akan ditulis. | Wawancara Mendalam |
| Analisis Sosialmenganalisis bagaimana wacana yang berkembang dalam masyarakat, proses produksi dan reproduksi peristiwa seseorang atau gambarkan. | Studi Pustaka atau Penelusuran Ilmiah |

 Melalui berbagai karyanya Van Djik membuat analisis wacana yang dapat didayagunakan. Ia melihat bagain teks suatu wacana terdiri atas berbagai struktur atau tingkatan yang masing-masing bagian saling mendukung. Van djik membag ke dalam 3 tingkatan:

1. Struktur Makro ini merupakan makna global/ umum dari suatu teks yang dapat diamati dengan melihat topik atau tema yang dikedepankan dalam suatu berita.
2. Superstruktur ini merupakan struktur wacana yang berhubungan dengan kerangka atau skema suatu teks, bagaimana bagian-bagian teks tersusun ke dalam berita secara utuh.
3. Struktur Mikro adalah makna wacana yang dapat diamati dari bagian kecil dari suatu teks yakni kata, kalimat, parafrase dan lain-lain.

 Struktur wacana yang dikemukakan Van Djik dapat digambarkan sebagai berikut.[[18]](#footnote-19)

 Tabel. 2

 Elemen wacana Teun A Van Djik

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Struktur Wacana | Hal yang Diamati | Elemen |
| Struktur Makro | TEMATIK(apa yang dikatakan?) | Topik |
| Superstruktur | SKEMATIK(bagaimana pendapat disusun dan diangkat) | Skema |
| Struktur Mikro | SEMANTIK(makna yang akan ditekankan dalam teks berita) | Latar, detail, maksud, prangaapan, nominalisasi |
| Struktur Mikro | SINTAKSIS(bagaimana pendapat disampaikan) | Bentuk kalimat, koherensi, kata ganti |
| Struktur Mikro | STILISTIk(pilihan kata yang dipakai) | Laksikon |
| Struktur Mikro | RETORIS(bagaimana dan dengan cara apa penekanan dilakukan) | Grafis, metafora, ekspresi |

 Berikut pengertian dari beberapa elemen wacana Teun A Van Djik yang akan menjadi panduan dalam penelitian ini.[[19]](#footnote-20)

1. Struktrur makro *(thematic structure*)

 Struktur makro merupakan makna global sebuah teks yang dapat dipahami melalui topiknya. Topik direpresentasikan ke dalam suatu atau beberapa kalimat yang merupakan gagasan utama/ide pokok wacana. Topik juga dikatakan sebagai “*semantic macrostructure” (van*Dijk, 1985:69). Makrostruktur ini dikatakan sebagai tematik karena ketika kita berbicara tentang topik atau tema dalam sebuah teks, kita akan berhadapan dengan makna dan refrensi.

1. Superstruktur Skematik

 Merupakan struktur yang digunakan untuk mendeskripsikandi mana keseluruhan topik atau isi global berita diselipkan. Superstruktur ini mengorganisikan topik dengan cara menyusun kalimat atau unit-unit beritanya berdasarkan urutan atau hiraki yang diinginkan. Teks atau wacana umumnya mempunyai skema atau alur dari pendahuluan sampai akhir. Alur tersebut menunjukkan bagaimana bagian-bagian dalam teks disusun dan diurutkan sehingga membentuk kesatuan arti. Meskipun mempunyai bentuk dan skema yang beragam, berita umumnya mempunyai dua kategori skema besar. Pertama, *summary* yang biasanya ditandai dengan dua elemen yakni judul dan lead. Elemen skema ini merupakan elemen yang dipandang paling penting. Judul umumnya menunjukkan tema yang ingin ditampilkan oleh wartawan dalam pemberitaannya. Lead umumnya sebagai pengantar ringkasan apa yang ingin dikatakan sebelum masuk dalam isi berita secara lengkap. Kedua, *story* yakni isi berita secara keseluruhan. Isi berita ini juga mempunyai dua subkategori. Yang pertama berupa situasi yakni proses atau jalannya peristiwa, sedang yang kedua komentar yang ditampilkan dalam teks.

1. Struktur Mikro Semantik

 Struktur semantik terdiri dari beberapa elemen, seperti latar, detail, maksud, praanggapan, dan nominalisasi.

1. Latar dapat menjadi alasan pembenar gagasan yang diajukan dalam suatu teks. Latar peristiwa itu dipakai untuk menyediakan dasar hendak ke mana teks dibawah.
2. Detail adalah unsur dalam berita yang dijelaskan secara detail atau lengkap.[[20]](#footnote-21)
3. Maksud adalah menjelaskan kata yang ada didalam teks yang belum dijabarkan.
4. Pranggapan adalah menerangkan asumsi awal yang terdapat dalam berita lalu dijelaskan pada kalimat selanjutnya.
5. Nominalisasi adalah merubah kata kerja menjadi kata benda atau kata sifat namun nominalisasi di dalam teks analisis wacana adalah abstraksi jadi teks yang dianalisis berupa abstraksi dari penulisnya.
6. Struktur Mikro Sintaksis

 Struktur sintaksis terdiri dari elemen bentuk kalimat, koherensi, dan kata ganti.

1. Bentuk kalimat terdiri dari kalimat aktif dan kalimat pasif. Kalimat aktif selalu diawali dengan awalan “me” sedangkan kalimat pasif awalan “di” namun di dalam analisis teks wacana bentuk kalimat adalah menetukan mana yang dibentuk atau disusun oleh sebuah kalimat.
2. Koherensi adalah salah satu strategi dalam analisis teks media khususnya analisis wacana dengan pemakaian koherensi. Ialah hubungan timbal balik yang baik dan jelas antara unsur-unsur (kata dan kalimat) dalam sebuah kalimat.
3. Kata ganti dalam analisis isi wacana merupakan alat yang digunakan komunikator untuk menunjukkan dimana posisi seseorang dalam wacana.[[21]](#footnote-22)
4. Struktur Mikro Stilistik

 Stilistik menyangkut pemilihan diksi. Pemilihan diksi telah diketahui dapat mengeskspresikan idiologi maupun makna, sebagaimana yang terjadi pada “t*erroris*t” dan “*freedomfighter*”. Bagaimana berita yang sama digambarkan dengan dua diksi yang berbeda berimplikasi pada pemahaman pembaca tentang berita tersebut. Setiap media bisa dipastikan menggunakan kata-kata tertentu dalam mengemas beritanya.

1. Struktur Mikro Retoris

 Secara umum struktur retoris terdiri dari tiga bagian elemen yaitu grafis, metafora, dan ekspresi.

1. Grafis

Grafis dalam berita bisa berbentuk table, angka, kata dan gambar.[[22]](#footnote-23)

1. Metafora

Metafora didalam wacana, seseorang komunikator tidak hanya menyampaikan pesan pokok tetapi juga kisaran, ungkapan yang dimaksud sebagai ornamen atau bumbu pada suatu teks.

1. Eskpresi

Ekspresi dimaksudkan untuk membantu menonjolkan atau menghilangkan bagian tertentu dari teks yang disampaikan. Kata-kata wartawan yang dipakai untuk menggambarkan ekspresi objek dengan menggunakan foto atau tulisan.

1. Alex Sobur, *Teks Media (Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing*. (Bandung: Remaja Rosdakarya. 2012) cet-6 hal 3 [↑](#footnote-ref-2)
2. Wiliiam L. Rivers – Jay W. Jensen, Theodore Peterson, *Media Massa Masyarakat dan Modern*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012) cet-4 hal 26 [↑](#footnote-ref-3)
3. Everett M. Rogers dan Rekha Agarwala Rogers, *Communication in Organization*, (London: Colier MacMilan Publishers,1983) hal 14 [↑](#footnote-ref-4)
4. George Ritzer, *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*, (Penerjemah Drs. Alimandan), (Jakarta: Rajawali Pers, 1985) hal 35 [↑](#footnote-ref-5)
5. *Ibid*, hal 125-127 [↑](#footnote-ref-6)
6. *Ibid*, hal 2 [↑](#footnote-ref-7)
7. Asep Syamsul M. Romli, Jurnalistik Online Panduan Praktik Mengelola Media Online. (Bandung: Nuansa Cendikia, 2012) cet-1 hal 11 [↑](#footnote-ref-8)
8. I*bid*, hal 14-15 [↑](#footnote-ref-9)
9. [Http://PengertianCitizenJournalism.com//](http://PengertianCitizenJournalism.com//) diakses pada 03 Oktober 2018 pukul 19.53 WIB [↑](#footnote-ref-10)
10. Kuskridho Ambard DKK, *Kualitas Jurnalisme Publik di Media Online: Kasus Indonesia* (Yogyakarta: UGM Press, 2005) hal 20 [↑](#footnote-ref-11)
11. *Ibid*, hal 25 [↑](#footnote-ref-12)
12. Tahrun, Houtman, dan Muhammad Nasir, *Keterampilan Pers dan Jurnalistik Berwawasan Jender.* (Yogyakarta:Deepublish, 2016) hal 71 [↑](#footnote-ref-13)
13. *Ibid.* Hal 73-74 [↑](#footnote-ref-14)
14. Hafied Cangara. *Komunikasi Politik Konsep, Teori dan Strateg*i. (Jakarta: Rajawali Pers, 2009) hal 120 [↑](#footnote-ref-15)
15. Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengangantar Analisis Teks Media Komunikasi*. (Yogyakarta: LKIS) hal 222 [↑](#footnote-ref-16)
16. I*bid*, hal 225 [↑](#footnote-ref-17)
17. Alex Sobur, *Teks Media (Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing*. (Bandung: Remaja Rosdakarya. 2012) cet-6 hal 72 [↑](#footnote-ref-18)
18. *Ibid*. hal 73 [↑](#footnote-ref-19)
19. *Ibid*, hal 75 [↑](#footnote-ref-20)
20. Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengangantar Analisis Teks Media Komunikasi*. (Yogyakarta: LKIS 2006) hal 238 [↑](#footnote-ref-21)
21. *Ibid*, hal 82 [↑](#footnote-ref-22)
22. *Ibid* hal 258 [↑](#footnote-ref-23)