

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1. Penelitian Terdahulu**

Berikut ada beberapa penelitian yang menggunakan analisis wacana, penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan analisis wacana model Teun A. Van Dijk, dimana menurutnya teks tidak hanya berupa suatu hal yang tertulis, tapi juga dapat berupa percakapan, buku, simbol maupun gambar. Berikut penelitian yang peneliti anggap dapat mewakili sejumlah penelitian yang telah dilakukan oleh mahasiswa/mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik.

Pertama Skripsi karya Asrul Sani yang dibuat pada tahun 2008 dengan judul **Analisis Wacana Pesan Moral Dalam Film Naga Bonar**. Penelitian ini ingin mengetahui pesan moral seperti apa yang disajikan film “Naga Bonar” dilihat dari teks dan mengetahui pesan moral seperti apa yang termuat dalam film tersebut dilihat dari kognisi sosial, konteks sosial. Dalam penelitian ini data diperoleh dengan tehnik *Research Document* yaitu melalui observasi dan penelitian terhadap film dalam bentuk VCD dan skenario film, kemudian ditafsirkan, maka dapat diketahui hasil temuannya. Temuan tefokus pada tema-tema yang mengandung moral dan unsur kebaikan yang dibungkus dengan alur cerita, pemakaian gaya bebas, bentuk kalimat, proposisi dan ungkapan/metafora yang baik dan mengetahui bagaimana latar belakang dibuatnya cerita tersebut.

Skripsi karya Andrea Hirata yang dibuat pada tahun 2008 dengan judul **Analisis Wacana Pesan Moral Dalam Novel Laskar Pelangi**. Penelitian ini ingin mengetahui bagaimana kerangka/konstruksi wacana dalam novel “Laskar Pelangi”, juga ingin mengetahui pesan moral jika dilihat dari segi kognisi sosiaa dan konteks sosial. Melalui observasi dan penelitian *script/naskah*, kemudian ditafsirkan, maka dapat diketahui hasil temuannya adalah banyaknya tema-tema yang mengandung pesan moral, dibungkus dengan alur cerita yang bagus, pemakaian gaya bahasa, bentuk kalimat, proposisi dan ungkapan/metafora yang baik, juga diketahui latar belakang dibuatnya teks tersebut.

Skripsi karya Christo Rico Lado yang dibuat pada tahun 2016 dengan judul **Analisis Wacana Kritis Program Mata Nadja “Balada Perda” di MetroTv**. Penelitian ini menggunakan teknik analisis wacana kritis model Teun A. Van Dick dan menemukan bahwa Mata Najwa membangun wacana bahwa perda melayani kepentingan pemerintah; perda mengintervansi privasi masyarakat; dan perda mendeskriminasi kelompok tertentu. Pembentukan wacana ini sekaligus menunjukkan pendefinisian dan penempatan posisi yang dilakukan Mata Najwa terhadap partisipan produksi wacana. Mata Najwa menempatkan Najwa Shihab sebagai pihak yang dominan sehingga realitasnya bisa diterima publik sebagai kebenaran. Dengan perpaduan analisis teks, kognisi sosial dan konteks, peneliti menemukan wacana yang digunakan Mata Najwa meneguhkan pandangan bahwa perda pasca otonomi daerah mengundang pro dan kontra dalam masyarakat. Peneliti juga menemukan bahwa tayangan Mata Najwa Balada Perda dipengaruhi oleh kepentingan ekonomi media Metro TV.

Perbedaan antara penelitian yang dilakukan dari tiga penelitian sebelumnya bisa dibedakan dengan melihat permasalahan dan objek penelitiannya. Bisa dibedakan dalam bentuk tabel sebagai berikut.

Peneliti	Judul	Metode	Objek Penelitian
Asrul Sani	Analisis Wacana Pesan Moral Dalam Film Naga Bonar	Kualitatif	Film Naga Bonar
Andrea Hirata	Analisis Wacana Pesan Moral Dalam Novel Laskar Peangi	Kualitatif	Novel Laskar Pelangi
Christo Rico	Analisis Wacana Kritis Program Mata Nadja “Balada Perda” di Metro TV	Kualitatif	Progran Metro TV Balada Perda

Tabel 2.1.1. Perbedaan Penelitian Terdahulu

## **2.2. Teori Elemen Komunikasi**

Dalam media massa salah satu untusnya adalah komunikasi. Dalam memandang komunikasi terdapat beberapa element yang membentuk komunikasi, element yang pembentuk komunikasi memancing munculnya teori teori yang mendefinisikan peristiwa komunikasi berdasarkan element yang membentuknya.

Menurut Joseph Dominick (2002:37), setiap peristiwa komunikasi akan melibatkan element komunikasi, yaitu meliputi sumber, encoding, pesan, saluran, decoding, penerima, umpan balik, dan gangguan. Pada dasarnya, gagasan mengenai element komunikasi ini adalah juga teori yang melihat komunikasi berdasarkan unsur-unsur atau element yang membentuknya, Morrisan (2013:17). Berikut Element atau Unsur unsur pembentuk komunikasi:

### **2.5.1. Komunikator**

Proses komunikasi dimulai atau berawal dari sumber (source) atau pengirim pesan, yaitu dimana gagasan, ide atau pikiran berasal, yang kemudian akan disampaikan kepada pihak lainnya yaitu penerima pesan. Sumber atau pengirim pesan sering pula disebut “komunikator”. Komunikator bisa jadi adalah individu, kelompok, atau bahkan organisasi, Morrisan (2013:17).

### **2.5.2. Encoding**

Enkoding (*encoding*) dapat diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan sumber untuk menerjemahkan pikiran dan ide-idenya ke dalam suatu bentuk yang dapat diterima oleh indra pihak penerima. Enkoding dalam proses komunikasi dapat berlangsung satu kali, namun dapat terjadi berkali-kali. Dalam percakapan antar muka, pembicara melalui enkoding terhadap pikiran atau idenya ke dalam kata-kata. Dalam percakapan melalui telepon, proses enkoding terjadi dua kali. Pembicara melakukan enkoding terhadap pikirannya dan pesawat telepon melakukan enkoding terhadap gelombang suara yang dikeluarkan pembicara, Morrisan (2013:18-19).

### **2.5.3. Pesan**

Pesan memiliki wujud (*physical*) yang dapat dirasakan atau diterima oleh indera. Dominick mendefinisikan pesan sebagai *the actual physical product that the sources encodes* (produk fisik aktual yang telah di-enkoding sumber). Pesan yang disampaikan manusia dapat berbentuk sederhana, namun bisa memberikan pengaruh cukup efektif. Penerima pesan memiliki kontrol berbeda-beda terhadap berbagai bentuk pesan yang diterimanya, Morris (2013:19).

### **2.5.4. Saluran**

Saluran atau *channel* adalah jalan yang dilalui pesan untuk sampai kepada penerimanya. Misal gelombang radio, hidung yang mencari sumber bau, atau orang buta yang mencari sentuhan juga termasuk saluran. Umumnya saluran gelombang elektromagnetik digunakan pada radio atau televisi, yang mengubah gelombang menjadi suara yang merambat melalui udara sebelum mencapai ke telinga, Morris (2013:19-20).

### **2.5.5. Dekoding**

Kegiatan penerimaan pesan diawali dengan proses dekoding, yang merupakan kegiatan berlawanan dengan enkoding. Dekoding adalah kegiatan untuk menerjemahkan atau menginterpretasikan pesan-pesan fisik kedalam suatu bentuk yang memiliki arti bagi penerima. Ketika Anda membaca ini maka Anda telah melakukan proses Dekoding, jika anda mendengarkan radio sambil membaca ini maka Anda melakukan dekoding secara serentak, Morris (2013:20).

### **2.5.6. Komunikan**

Penerima (audien) adalah sasaran target dari pesan. Penerima tersebut sering pula disebut dengan komunikan. Penerima dapat berupa individu, satu kelompok, lembaga, atau bahkan suatu kumpulan besar manusia yang tidak saling mengenal. Siapa yang akan menerima pesan dapat ditentukan oleh sumber, namun ada kalanya penerima pesan tidak ditentukan oleh sumber, misalnya program siaran televisi, Morris (2013:21).

Pada masa awal studi komunikasi massa terdapat pandangan bahwa audien atau khalayak adalah pihak yang lemah (*vulnerable*), yang gampang sekali dipengaruhi oleh informasi atau pesan yang disampaikan, Morrisan (2013:21).

### **2.5.7. Umpan Balik**

Umpan balik atau *feedback* adalah tanggapan atau respons dari penerima pesan yang membentuk dan mengubah pesan berikut yang akan disampaikan sumber. Umpan balik menjadi empat perputaran arah dari arus komunikasi. Sumber pertama menjadi penerima, sementara penerima menjadi sumber baru. Umpan balik berguna bagi sumber karena umpan balik memungkinkan sumber untuk memberikan jawaban terhadap pernyataan yang muncul. Umpan balik juga berguna bagi penerima karena memungkinkan penerima berusaha mengubah elemen-elemen dalam proses komunikasi, Morrisan (2013:22).

### **2.5.8. Gangguan**

Elemen terakhir dalam komunikasi adalah gangguan atau *noise*. Gangguan dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang mengintervensi proses pengiriman pesan. Gangguan sangat kecil mungkin dapat diabaikan, namun terlalu banyak gagasan dapat menghambat pesan untuk mencapai tujuannya. Terdapat tiga jenis gangguan, yaitu gangguan semantik, gangguan mekanik, dan gangguan lingkungan, Morrisan (2013:23).

## **2.3. Teori Tindak Bicara (Pesan Melalui Percakapan)**

Teori tindak bicara dirumuskan oleh John Searle, dimana pesan dalam pembicaraan tidak hanya dipahami melalui kata saja, keterbatasan kata membuat pemaknaan maksud menjadi kurang efisien. Lawan bicara harus mengetahui apa yang dimaksudkan dengan kata-kata tersebut.

Ada dua kajian teori dalam rumusan John Searle, pertama adalah tindakan ilokusioner, ilokusioner adalah suatu tindakan yang dilakukan pembicara dengan fokus utama adalah agar lawan bicara memahami maksud atau tujuan pembicara (misalnya membuat janji, mengundang, meminta, dsb). Tindakan ilokusioner adalah suatu tindakan yang dilakukan pembicara yang mengharapkan lawan bicaranya tidak hanya

memahami maksud atau tujuan pembicara, tetapi juga melakukan tindakan atau bertindak. Jika Anda mengatakan “Saya haus,” dengan maksud agar lawan bicara Anda mengerti bahwa Anda membutuhkan sesuatu untuk diminum, maka anda tengah melakukan tindakan ilokusioner. Jika Anda menginginkan saudara Anda itu membawakan minuman ringan kesukaan anda, maka anda melakukan tindakan teori kedua, yakni perlokusioner, Morris (2013:99).

#### **2.4. Pengertian Moral**

Moral berasal dari bahasa latin *mores* yaitu jamak dari kata *mos* yang berarti adat kebiasaan. Di dalam kamus besar bahasa Indonesia dikatakan bahwa moral adalah penentuan baik buruk terhadap kelakuan dan perbuatan. Dalam arti istilah moral adalah suatu istilah yang digunakan untuk menentukan batas batas dari sifat, perangai, kehendak, sudut pandang, pendapat, dan perbuatan yang secara layak dapat dikatakan benar, salah, baik, dan buruk.

Dalam buku *The Advanced Learner's Dictionary of Current English*. dikemukakan beberapa pengertian moral sebagai berikut.

1. Prinsip-prinsip yang berkenaan dengan benar dan salah, baik dan buruk.
2. Kemampuan untuk memahami perbedaan antara benar dan salah.
3. Ajaran atau gambaran tingkah laku yang baik.

Berdasarkan kutipan tersebut di atas, dapat dipahami bahwa moral adalah istilah yang digunakan untuk memberikan batas terhadap aktivitas manusia dengan nilai (ketentuan) baik atau buruk, benar atau salah. Jika seseorang mengatakan si A baik maka si A memiliki moral yang baik, yang dimaksudkan moral yang baik adalah orang tersebut bertingkah laku secara baik. Jika pengertian etika dan mora tersebut dihubungkan satu dan lainnya kita dapat mengatakan bahwa antara etika dan moral memiliki obyek yang sama, yaitu sama-sama membahas tentang perbuatan manusia untuk selanjutnya ditentukan posisinya apakah ia baik atau buruk.

Namun demikian dalam beberapa hal antara etika dan moral memiliki perbedaan. *Pertama* kalau dalam pembicaraan etika, untuk menentukan nilai perbuatan manusia baik atau buruk menggunakan tolok ukur akal pikiran atau rasio, sedangkan dalam pembicaraan moral tolok ukur yang digunakan adalah norma-norma yang tumbuh dan berkembang dan berlangsung di masyarakat. Dengan demikian etika

lebih bersifat pemikiran filosofis dan berada dalam realitas dan muncul dalam tingkah laku yang berkembang di masyarakat. Dengan demikian tolok ukur yang digunakan dalam moral untuk mengukur tingkah laku manusia adalah adat-istiadat, kebiasaan dan lainnya yang berlaku di masyarakat. Etika dan moral sama artinya tetapi dalam pemakaian sehari-hari ada sedikit perbedaan. Moral atau moralitas dipakai untuk perbuatan yang sedang dinilai, sedangkan etika dipakai untuk pengkajian sistem nilai yang ada. Dalam perkembangan selanjutnya istilah moral sering pula didahului oleh kata kesadaran, sehingga menjadi istilah kesadaran moral. Ahmad Charris Zubair dalam bukunya berjudul *Kuliah Etika* mengatakan bahwa kesadaran moral merupakan faktor penting untuk memungkinkan tindakan manusia selalu bermoral, berperilaku susila dan perbuatannya selalu sesuai dengan norma yang berlaku. Kesadaran moral ini didasarkan atas nilai-nilai yang benar-benar esensial, fundamental. Orang yang memiliki kesadaran moral akan senantiasa jujur. Sekalipun tidak ada orang yang lain yang melihatnya, tindakan orang yang bermoral tidak akan menyimpang dan selalu berpegang pada nilai-nilai tersebut. Hal ini terjadi karena tindakan orang bermoral itu berdasarkan atas kesadaran, bukan berdasar pada sesuatu kekuatan apapun dan juga bukan karena paksaan, tetapi berdasarkan kesadaran moral yang timbul dari dalam diri yang bersangkutan. kesadaran moral erat pula hubungannya dengan hati nurani yang dalam bahasa asing disebut *conscience, conscientia, gewissen, geweten* dan dalam bahasa Arab disebut dengan *qalb, fuad*. Dan kesadaran moral itu mencakup tiga hal ;

*Pertama*, perasaan wajib atau keharusan untuk melakukan tindakan yang bermoral. Perasaan ini telah ada dalam setiap hari nurani manusia. Siapapun, di manapun dan kapanpun, Kewajiban tersebut tidak dapat ditawar-tawar, karena sebagai kewajiban maka andaikata dalam pelaksanaannya tidak dipatuhi berarti suatu pelanggaran moral. Adanya perasaan wajib ini menunjukkan bahwa suara batin harus selalu ditaati, karena suara batin justru sebagai kesadaran bahwa seseorang merasa mempunyai beban atau kewajiban mutlak, untuk melaksanakan sesuatu, tidak ada kekuatan apapun yang berhak mengganggu atau menghalangi pelaksanaannya. Orang yang memiliki kesadaran moral dalam bentuk perasaan wajib tersebut akan senantiasa mau berusaha menegakkan kebenaran, kejujuran, keadilan dan kesamaan walaupun tidak ada orang

lain yang menyuruhnya. Perasaan tersebut demikian kuat, sehingga ia siap menghadapi siapa saja yang coba-coba menghalanginya.

*Kedua*, kesadaran moral dapat juga berwujud rasional dan obyektif, yaitu suatu perbuatan yang secara umum dapat diterima oleh masyarakat, sebagai hal yang obyektif dan dapat diberlakukan secara universal, artinya dapat disetujui, berlaku pada setiap waktu dan tempat bagi setiap orang yang berada dalam situasi yang sejenis. Dalam masalah rasionalitas kesadaran moral itu, manusia meyakini bahwa akan sampai pada pendapat yang sama sebagai suatu masalah moral, dengan ketentuan manusia tersebut bebas dari paksaan dan tekanan, tidak mencari keuntungan sendiri, tidak berpihak, bersedia untuk bertindak sesuai dengan kaidah yang berlaku umum, pengetahuan jernih dan pengetahuan yang berdasarkan informasi yang obyektif.

*Ketiga*, kesadaran moral dapat pula muncul dalam bentuk kebebasan, Atas kesadaran moralnya seseorang bebas untuk mentaatinya. Bebas dalam menentukan perilakunya dan di dalam penentuan itu sekaligus terpampang nilai manusia itu sendiri.

Berdasarkan pada uraian tersebut dapat sampai pada suatu kesimpulan, bahwa moral lebih mengacu kepada suatu nilai atau sistem hidup yang dilaksanakan atau diberlakukan oleh masyarakat. Nilai atau sistem hidup tersebut diyakini oleh masyarakat sebagai yang akan memberikan harapan munculnya kebahagiaan dan ketenteraman. Nilai-nilai tersebut ada yang berkaitan dengan perasaan wajib, rasional, berlaku umum dan kebebasan. Jika nilai-nilai tersebut telah mendarah daging dalam diri seseorang maka akan membentuk kesadaran moralnya sendiri. Orang yang demikian akan dengan mudah dapat melakukan suatu perbuatan tanpa harus ada dorongan atau paksaan dari luar. Orang yang demikian adalah orang yang akan memiliki kesadaran moral, atau orang yang telah bermoral.

## **2.5. Pengertian Televisi**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia televisi adalah pesawat sistem penyiaran gambar objek yang bergerak yang disertai dengan bunyi (suara) melalui kabel atau melalui angkasa dengan menggunakan alat yang mengubah cahaya (gambar) dan bunyi (suara) menjadi gelombang listrik dan mengubahnya kembali menjadi berkas cahaya yang dapat dilihat dan bunyi yang dapat didengar, digunakan untuk penyiaran pertunjukan, berita, dan sebagainya. Televisi Adalah media

elektronik yang dapat digunakan sebagai media informasi bagi manusia, televisi merupakan salah satu medium bagi para pemasang iklan di Indonesia. Media Televisi merupakan insudtri yang padat modal, padat teknologi dan padat sumber daya manusia, Morrisan (2008:10).

Kata televisi terdiri dari kata tele yang berarti “jarak” dalam bahasa Yunani dan kata visi yang berarti “citra atau gamabar” dalam bahasa Latin. Jadi, kata televisi berarti suatu sistem penyajian gambar berikut suaranya dari suatu tempat yang berjarak jauh. Pendapat lain menyebutkan, televisi dalam bahasa Inggris disebut television. Televisi terdiri dari istilah tele yang berarti jauh dan visi (vision) yang berarti penglihatan. Televisi adalah media pandang sekaligus media dengar (audiovisual). Ia berbeda dengan media cetak yang lebih merupakan media pandang. Orang memandang gambar yang ditayangkan di televisi, sekaligus mendengar atau mencerna narasi atau narasi dari gambar tersebut.

## **2.6. Televisi Sebagai Media Dakwah**

### **2.4.1. Pengertian**

Dakwah adalah ajakan/seruan untuk mempengaruhi moral seseorang yang berisikan tentang ajaran- ajaran agama dan disampaikan melalui berbagai media. Dalam pengertian bahasa dakwah merupakan teriakan atau seruan, sedangkan menurut istilah ilmu dakwah mengarahkan pikiran dan akal manusia kepada suatu pemikiran atau kaidah dan mendorong mereka untuk menganutnya. Jadi dakwah dapat diartikan sebagai suatu kegiatan untuk menyampaikan, mengajarkan dan mempraktekkan ajaran agama dalam kehidupan sehari hari.

Sehingga televisi sebagai media dakwah adalah rangkaian informasi dalam bentuk siaran audio visual dalam menyerukan ajaran agama. Peran televisi hanya membantu menyiarkan dan mengontrol tayangan tersebut untuk disiarkan kepada masyarakat luas.

### **2.4.2. Fungsi Media Penyiaran**

Media massa merupakan “kependekan” dari media komunikasi massa. Media amassa lahir untuk menjembatani komunikasi antarmassa. Massa adalah masyarakat luas yang heterogin, tetapi saling bergantung satu sama lain. Ketergantungan antarmassa menjadi penyebab lahirnya media yang mampu menyalurkan hasrat,

gagasan, dan kepentingan masing-masing agar diketahui dan dipahami oleh orang lain. Penyaluran hasrat, gagasan, dan kepentingan tersebut dinamai “pesan(*message*)”. Dengan demikian, pada hakikatnya media massa adalah media saling-silang pesan antarmassa, Sam Abede Pareno (2005:7).

Proses kelahiran media massa diawali oleh kebutuhan (*need*) masyarakat untuk berkomunikasi. Ketika anak manusia melakukan komunikasi intrapersonal (komunikasi dengan diri sendiri) kemudian komunikasi interpersonal (komunikasi antarindividu) memang tidak diperlukan media massa. Namun ketika jumlah manusia sudah kian banyak dan heterogin, menempati lokasi yang tersebar di seluruh muka bumi ini, maka manusia membutuhkan media komunikasi, yang disebut media massa, Sam Abede Pareno (2005:8-9)

Fungsi media penyiaran televisi sama halnya dengan fungsi yang dimiliki oleh media penerbitan pers. Fungsi media tersebut antara lain, fungsi menyebarkan informasi (*to inform*), fungsi mendidik (*to educate*), fungsi menghibur (*to entertain*), dan fungsi mempengaruhi (*to include*). Fungsi- fungsi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Fungsi menyiarkan informasi

Fungsi pers yang paling utama adalah menyiarkan informasi. Informasi sangat dibutuhkan khalayak pembaca, pendengar, dan pemirsa mengenai berbagai hal di dunia ini, baik mengenai peristiwa yang terjadi, maupun yang dikatakan orang lain, dan sebagainya.

2. Fungsi Mendidik

Fungsi mendidik merupakan sarana pendidikan massa, pers memuat informasi yang mengandung pengetahuan sehingga khalayak pembaca, pendengar dan pemirsa bertambah pengetahuannya. Fungsi mendidik ini bisa secara implisit berbentuk berita, informasi, maupun dakwah.

3. Fungsi Menghibur

Hal-hal yang bersifat hiburan sering dimuat pers untuk mengimbangi berita-berita berat (*hard news*) dan artikel-artikler yang berbobot. Isi siaran televisi yang bersifat hiburan bisa berbentuk musik, film/sinetron/drama, kuis, komedi, dan berbagai siaran lain yang bersifat menghibur.

#### 4. Fungsi Mempengaruhi

Fungsi ini yang menyebabkan pers memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat. Peranan penting pers tersebut karena sikapnya yang independen, yang bebas menyatakan pendapat, bebas melakukan *social control*, bukan pers organ pemerintah yang membawakan suara pemerintah. Fungsi mempengaruhi khususnya dalam bidang perniagaan terdapat pada iklan-iklan yang dipesan oleh pemerintah.

Apabila para pengelola “media massa” sudah tidak lagi mempersoalkan produk mereka, yaitu tidak perlu membatasi diri dengan nama “media massa”, maka pemisahan fungsi-fungsi media pun bukan masalah. Orang boleh menganggap media massa adalah media yang salah satu cirinya memiliki komunikasi yang heterogin, orang pun boleh mengansumsikan media massa khusus hiburan, misalnya adalah juga “media massa”. Jadi pemanfaatan media massa dapat berubah fungsi dari khittahnya atau dengan kata lain *repositioning*, Sam Abede Pareno (2005:10)

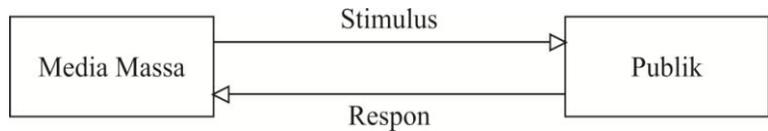
#### 2.4.3. Media Penyiaran dalam Teori Komunikasi

Kedudukan media penyiaran dalam teori komunikasi pada umumnya menjelaskan fenomena media massa sebagai suatu proses berjalannya pesan, efek pesan itu terhadap penerimanya (masyarakat) dan umpan balik yang diberikan. Secara tradisional teori komunikasi massa itu, terdiri dari komunikasi massa linier dan teori komunikasi massa sirkular. Namun selain itu terdapat pula komunikasi massa yang lebih mutakhir yang merupakan pemikiran terbaru di bidang teori komunikasi massa. Dalam bukunya Morrisson (2008) menjelaskan beberapa teori komunikasi sebagai berikut:

##### 1. Teori Komunikasi Linier (Teori S-R/Peluru)

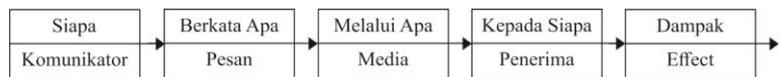
Teori S-R ini memiliki banyak julukan seperti teori jarum suntik hipodermik atau teori peluru. Disebut demikian karena teori ini meyakini bahwa kegiatan mengirimkan pesan sama halnya dengan tindakan menyuntikkan obat yang bisa langsung masuk ke dalam jiwa penerima pesan. Sebagaimana peluru yang ditembakkan dan langsung masuk ke dalam tubuh. Singkatnya, menurut teori ini media massa amat perkasa dalam

mempengaruhi penerima pesan. Dalam teori S-R menggambarkan proses komunikasi secara sederhana yang hanya melibatkan dua komponen, yaitu media massa dan penerima (khalayak).



Gambar 2.4.1. Model Komunikasi S-R

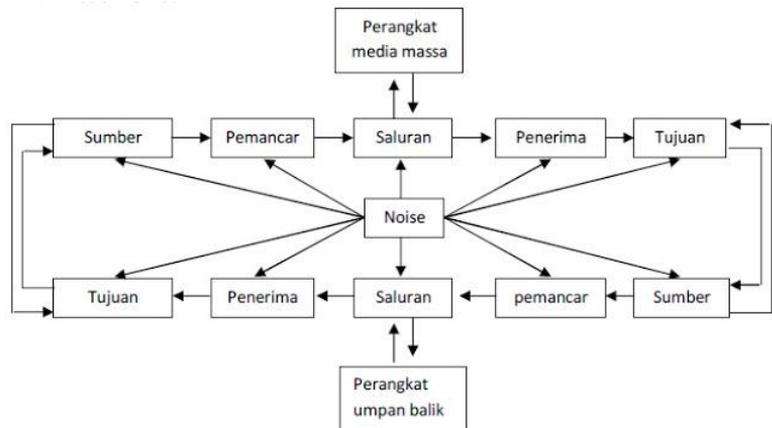
Setelah teori S-R, muncul teori komunikasi lain yang terkenal, namun masih satu kelompok dengan teori S-R karena sama-sama bersifat satu arah, yaitu teori komunikasi yang dikemukakan Harold Lasswell pada tahun 1948. Model komunikasi Lasswell berupa ungkapan verbal yaitu *Who says what in which channel to whom with what effect*.



Gambar 2.4.2. Model Komunikasi Lasswell

## 2. Teori Komuniiasi Silkular

Teori Komunikasi Sirkular yang dikemukakan oleh Melvin DeFleur (1970) bahwa perangkat umpan balik yang memberikan kemungkinan kepada komunikator untuk dapat lebih efektif mengadaptasikan mengadaptasinya. Dengan demikian, kemungkinan untuk mencapai korespondensi/kesamaan makna akan meningkat. Untuk menjelaskan teorinya, DeFleur mengungkapkannya dalam bagan berikut :



Gambar 2.4.3. Model Komunikasi DeFleur

Bagan DeFleur di atas telah memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang fenomena komunikasi massa. Dalam hal komunikasi massa, sumber atau komunikator biasanya memperoleh umpan balik yang sangat terbatas dan audiennya. Dengan demikian DeFleur menilai umpan balik dalam komunikasi massa masih bersifat sangat terbatas

Dari uraian tersebut bahwa dapat diketahui, terkait dengan masalah umpan balik atau *feedbaack* ini, bahwa teori komunikasi massa berkembang atau berevoui dari waktu ke waktu, Pada awalnya, teori komunikasi massa tidak mengenal adanya umpan balik dalam proses komunikasi (*zero feedback*) sebagaimana formula lasswel atau teori jarum hipodermik diatas. Tahap selanjutnya muncul pengakuan bahwa umpan balik ada, namun datang terlambat (*delayed*) sebagaimana teori Defleur.

### 3. Teori Uses And Gratification

Teori Uses and Gratification (kegunaan dan kepuasan) pertama kali diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Kartz pada tahun 1974 dalam bukunya *The Uses on Mass Communication : Current Perspectives on Grativication Research*. Teori ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media

tersebut. Dengan kata lain pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori uses and gratification mengasumsi bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya (Nurudin, 2007:191).

Menurut pendapat teori ini, konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (lewat media massa) mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya (Nuruddin, 2007:192).

Dalam Teori Uses and Gratification, dikatakan bahwa khalayak memiliki motif atau dorongan dalam mengkonsumsi media. Berdasarkan motif - motif tersebut, maka khalayak memilih media yang dianggap dapat memuaskan kebutuhannya. Penggunaan media hanyalah dianggap sebagai salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan psikologis, efek media dianggap sebagai situasi ketika kebutuhan itu terpenuhi. Blumer dan Katz menyatakan bahwa ada banyak alasan khalayak untuk menggunakan media. Menurut pendapat teori ini, konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana, lewat media mana, mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya (Nurudin, 2007:192). Pawit M. Yusup (2009:208) mengemukakan pendapat bahwa teori uses dan gratifications dalam hal ini khalayak tidak lagi dipandang sebagai orang yang pasif, menerima begitu saja semua informasi yang disajikan oleh media, tetapi mereka berlaku aktif dan selektif, serta juga kritis terhadap semua yang disajikan media. Khalayak dianggap sebagai makhluk suprarasional dan sangat selektif. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik didalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya khalayak memiliki pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya. Apabila konsep dasarnya diringkaskan, maka yang diteliti dari Uses and Gratification ini adalah motif sosial dan psikologis khalayak yang memiliki kebutuhan dan mengharapkan pemuasan kebutuhan dari media tertentu. Karena masing - masing memiliki kebutuhan yang berbeda, maka akan menciptakan pola

konsumsi media yang berbeda juga. Hal itu menghasilkan pemenuhan kebutuhan bagi khalayak, serta akibat - akibat lain, bahkan akibat yang tidak diinginkan. Teori Uses and Gratification lebih menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat suatu media massa. Artinya manusia itu mempunyai otonomi, wewenang untuk memperlakukan media (Nurudin, 2007:193).

Menurut teori ini, pengguna media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana mereka menggunakan media dan bagaimana media tersebut berdampak pada dirinya. Teori ini jelas merupakan kebalikan dari Teori Peluru. Dalam Teori Peluru media sangat aktif dan kuat, sementara khalayak berada di pihak yang pasif. Sementara itu, dalam Teori Uses and Gratification ditekankan bahwa khalayak aktif untuk menentukan media mana yang harus dipilih untuk memuaskan kebutuhannya. Kalau dalam Teori Peluru terpaan media akan mengenai khalayak sebab khalayak berada di pihak yang pasif, sementara dalam Teori Uses and Gratification justru sebaliknya. (Nurudin, 2007:194)

Model uses and gratification diketengahkan oleh Katz, Gurevitch dan Hazz dimulai dengan lingkungan sosial (social environment) yang menentukan berbagai kebutuhan individu. Lingkungan sosial tersebut meliputi karakter demografi (Demographic characteristics), ciri - ciri afiliasi kelompok (Group affiliations), dan karakteristik kepribadian (Personality Characteristic). Dalam hal kebutuhan individu (Individual needs) digolongkan menjadi kebutuhan kognitif (Cognitive needs), kebutuhan afektif (Affective needs), kebutuhan integrasi pribadi (Personal integrative needs), kebutuhan integrasi sosial (Social integrative needs), kebutuhan pelarian (Escapist needs).

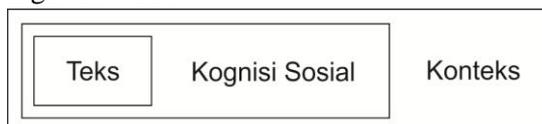
## **2.7. Analisis Wacana Teun A. Van Dijk**

Menurut Eriyanto (2011:221) menyatakan bahwa Analisis Wacana dalam studi linguistik merupakan reaksi dari bentuk linguistik formal, yaitu kajian wacana yang lebih memperhatikan pada unit kata, frase, atau kalimat semata tanpa melihat keterkaitan di antara unsur tersebut. Hakikat analisis wacana pada dasarnya adalah kebalikan dari linguistik formal, karena memusatkan perhatian pada konteks wacana di

atas kalimat, seperti hubungan gramatikal yang terbentuk lebih besar dari kalimat. Menurut Van Dijk dalam Eriyanto (2011:221) penelitian atas wacana tidak cukup didasarkan pada analisis teks semata, karena teks hanya berupa hasil dari praktek produksi dimana teks-teks tersebut merupakan bentuk proses dari kognisi sosial, sedangkan kognisi sosial sendiri merupakan bentuk dari pendekatan lapangan psikologi sosial. Pendekatan ini merupakan pendekatan analisis wacana yang menjelaskan tentang struktur dan proses terbentuknya suatu teks.

Baik struktur teks, kognisi sosial, maupun konteks sosial adalah bagian dari integral dalam kerangka analisis Van Dijk. Kalau suatu teks mempunyai ideologi tertentu atau kecenderungan pemberitaan tertentu, maka itu berarti menandakan dua hal. Pertama, teks tersebut merefleksikan struktur model mental komunikator ketika memandang suatu peristiwa persoalan. Kedua, teks tersebut merefleksikan pandangan sosial secara umum, skema kognisi masyarakat atas suatu persoalan, Eriyanto (2001:274-275).

Penelitian mengenai wacana tidak bisa mengiklusi seakan-akan teks adalah bidang yang kosong, sebaliknya ia adalah bagian kecil dari struktur besar masyarakat. Pendekatan yang dikenal sebagai kognisi sosial ini membantu memetakan bagian produksi teks yang melibatkan proses yang kompleks tersebut dapat dipelajari dan dijelaskan. Analisis Van Dijk adalah menggabungkan tiga dimensi wacana tersebut ke dalam satu kesatuan analisis. Dalam dimensi teks, yang diteliti adalah bagian struktur teks dalam strategi wacana yang dipakai untuk menegaskan suatu tema tertentu. pada level kognisi sosial dipelajari proses teks berita dengan melibatkan kognisi individu dari wartawan. Sedangkan aspek ketiga mempelajari bangunan wacana yang berkembang dalam masyarakat akan suatu masalah. Analisis Van Dijk di sini menghubungkan analisis tekstual yang memusatkan perhatian pada teks ke arah analisis yang koherensif. Model analisis Van Dijk ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.7.1 Model Analisis Teun A. Van Dijk

Sumber : Eriyanto (2001:225)

### 2.7.1. Dimensi Teks

Van Dijk (dalam Eriyanto, 2001: 225) melihat suatu teks terdiri dari beberapa struktur/tingkatan yang masing-masing bagian saling mendukung. Van Dijk membaginya ke dalam tiga tingkatan:

1. Struktur makro. Ini merupakan makna global/ umum dari suatu teks yang dapat dipahami dengan melihat topik dari suatu teks. Tema wacana ini bukan hanya isi, tetapi juga sisi tertentu dari suatu peristiwa.
2. Superstruktur adalah kerangka suatu teks: bagaimana struktur dan elemen wacana itu disusun dalam teks secara utuh.
3. Struktur mikro adalah makna wacana yang dapat diamati dengan menganalisis kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, parafrase yang dipakai dan sebagainya.

Struktur/ elemen wacana yang dikemukakan Van Dijk ini dapat digambarkan sebagai berikut:

STRUKTUR WACANA	HAL YANG DIAMATI	ELEMEN
Struktur Makro	TEMATIK Tema/ topik dikedepankan dalam suatu berita.	Topik
Superstruktur	SKEMATIK Bagaimana bagian dan urutan berita diskemakan dalam teks berita utuh.	Skema
Struktur Mikro	SEMANTIK Makna yang ingin ditekankan dalam teks berita. Misal dengan memberi detail pada satu sisi atau membuat eksplisit satu sisi dan mengurangi detail sisi lain.	Latar, Detail, Maksud, Praanggapan, Nominalisasi
Struktur Mikro	SINTAKSIS Bagaimana kalimat (bentuk, susunan) yang dipilih	Bentuk kalimat, koherensi, kata ganti

Gambar 2.7.2 Elemen Wacana Van Dijk

Berikut elemen-elemen wacana Teun A Van Dijk :

#### 1. Tematik

Secara harfiah tema berarti “suatu yang telah diuraikan”, atau “sesuatu yang telah ditempatkan”. Kata ini berasal dari kata Yunani *thitenai* yang berarti „menempatkan“ atau „meletakkan“. Dilihat dari sudut sebuah tulisan yang telah selesai, tema adalah suatu amanat utama yang disampaikan oleh penulis melalui tulisannya (Alex Sobur, 2012: 75).

Menurut Budiman (dalam buku Alex Sobur, 2012: 75) disebutkan bahwa sebuah tema bukan merupakan hasil dari perangkat elemen yang spesifik, melainkan wujud-wujud

kesatuan yang dapat kita lihat di dalam teks/ naskah atau bagi cara-cara yang kita lalui agar beraneka kode dapat terkumpul dan koheren. Elemen tematik menunjuk pada gambaran umum dari suatu teks. Bisa juga disebut sebagai gagasan inti, ringkasan, atau yang utama dari suatu teks/naskah dalam film. Tematisasi merupakan proses pengaturan tekstual yang diharapkan pembaca sedemikian sehingga dia dapat memberikan perhatian pada bagian-bagian terpenting dari teks, yaitu tema. Kata tema kerap disandingkan dengan apa yang dimaksud dengan topik. Topik menggambarkan apa yang ingin diungkapkan oleh penceramah. Topik menunjukkan konsep dominan, sentral, dan paling penting dari dalam tayangan tersebut (Eriyanto, 2001: 229).

Topik secara teoritis dapat digambarkan sebagai dalil (proposisi), sebagai bagian dari informasi penting dari suatu wacana dan memainkan peranan penting sebagai pembentuk kesadaran sosial. Topik menunjukkan informasi yang paling penting atau inti pesan yang ingin disampaikan oleh komunikator. Tema selalu mengandung konotasi ide pokok, namun pengertian seperti ini terlalu sempit. Dalam program tayangan wilayah pokok dibagi menjadi empat bagian yaitu; plot, emosi, karakter, dan ide. Tema berfungsi sebagai pemersatu dalam sebuah tayangan. Plot mempunyai kedudukan yang sangat penting. Hal ini berhubungan dengan pola bagian alur tayangan. Plot menurut Sanuti Sudjiman dalam bukunya Kamus Istilah Sastra memberi batasan bahwa plot adalah jalinan peristiwa di dalam karya sastra untuk mencapai efek-efek tertentu. Alur (Plot) adalah rangkaian peristiwa yang menggerakkan jalan cerita melalui perumitan ke arah klimaks yang direka dan dijalin dengan seksama. Karakter merupakan usaha untuk membedakan tokoh satu dengan tokoh yang lain. Perbedaan-perbedaan tokoh ini diharapkan akan diidentifikasi oleh pembaca.

Jika proses identifikasi berhasil, maka perasaan penerima pesan akan terwakili oleh perasaan tokoh. Karakterisasi atau perwatakan dalam sebuah lakon memegang tokoh yang sangat penting. Ide dalam hal ini mengarah pada nilai yang membantu memperoleh pengertian yang lebih baik tentang berbagai aspek kehidupan pengalaman/ keadaan manusia. Emosi atau suasana hati memiliki peranan yang membuat adegan demi

adegan menjadi tahapan yang membawa kita pada suatu efek emosional tunggal yang kuat.

Menurut Teun A Van Dijk, topik menggambarkan tema umum dari suatu teks, topik ini akan didukung oleh subtopik satu dan subtopik lain yang saling mendukung terbentuknya topik umum. Subtopik ini juga didukung oleh serangkaian fakta yang ditampilkan yang menunjukkan dan menggambarkan subtopik, sehingga dengan sub bagian yang mendukung antara satu bagian dengan bagian yang lain, teks secara keseluruhan membentuk teks yang koheren dan utuh (Eriyanto, 2001: 230).

## 2. Skematik

Teks atau wacana pada umumnya mempunyai skema atau alur dari pendahuluan sampai akhir. Alur tersebut menunjukkan bagaimana bagian-bagian dalam teks disusun dan diurutkan hingga membentuk kekesatuan arti. Skematik adalah kerangka suatu teks bagaimana struktur dan elemen wacana itu disusun dalam teks secara utuh. Dalam sebuah tayangan, teks umumnya mempunyai skema atau alur dari pendahuluan sampai akhir. Alur tersebut menunjukkan bagaimana bagian-bagian dalam teks disusun dan diurutkan sehingga membentuk kesatuan arti. (Eriyanto, 2001: 231). Tayangan umumnya secara hipotetik mempunyai dua kategori skema besar. Pertama, *summary* yang umumnya ditandai dengan dua elemen yakni judul dan *lead*. Elemen ini adalah elemen yang dianggap penting. Judul dan *lead* umumnya menunjukkan tema yang ingin ditampilkan. *Lead* ini umumnya sebagai pengantar ringkasan apa yang ingin dikatakan sebelum masuk dalam isi secara lengkap. Kedua, *story* yakni isi cerita (*body*) secara keseluruhan. Menurut Van Dijk, arti penting dari skematik adalah strategi penulis untuk mendukung topik tertentu yang ingin disampaikan dengan menyusun bagian-bagian dari urutan tertentu (Eriyanto, 2001: 232).

Seperti juga pada struktur tematik, superstruktur ini dalam pandangan Van Dijk, dilihat sebagai satu kesatuan yang koheren dan padu. Apa yang diungkapkan dalam superstruktur pertama akan diikuti dan didukung oleh bagian-bagian lain dalam tayangan. Apa yang diungkapkan dalam *lead* dan menjadi gagasan utama dalam teks akan diikuti dan didukung oleh bagian skema tayangan yang lain seperti beberapa episode. Semua bagian dan skema ini

dipandang sebagai strategi bukan saja bagaimana bagian dalam tayangan itu hendak disusun tetapi juga bagaimana membentuk pengertian sebagaimana dipahami atau pemaknaan penceramah atas suatu peristiwa (Eriyanto, 2001: 233).

Menurut Van Dijk, arti penting dari skematik adalah strategi penulis (penceramah) untuk mendukung topik tertentu yang ingin disampaikan dengan menyusun bagianbagian dengan urutan tertentu. Skematik memberikan tekanan mana yang didahulukan, dan bagian mana yang bisa kemudian sebagai strategi untuk menyembunyikan informasi penting. Upaya penyembunyian itu dilakukan dengan menempatkan dibagian akhir agar terkesan kurang menonjol, karena dengan menampilkan dibagian tertentu suatu bagian merupakan proses penonjolan tertentu dan menyembunyikan bagian yang lain (Eriyanto, 2001:234).

3. **Latar**, latar merupakan bagian yang mempengaruhi semantik (arti) yang ditampilkan. Latar yang dipilih menentukan arah kemana makna suatu teks itu dibawa. Latar merupakan elemen wacana yang dapat menjadi alasan pembenar gagasan yang diajukan dalam suatu teks. Seperti dalam suatu perselisihan politik, dimana secara sistematis seseorang berusaha mempertahankan pendapat kelompok sendiri dan menyerang argumentasi pihak lawan. Latar peristiwa itu dipakai untuk menyediakan latar belakang hendak kemana makna suatu teks itu dibawa. Ini merupakan cerminan ideologis, dimana penulis dapat menyajikan latar belakang dapat juga tidak, bergantung terhadap kepentingan mereka. Latar merupakan bagian berita yang bias mempengaruhi semantik yang ingin ditampilkan (Alex Sobur, 2012: 79).

Latar dapat menjadi alasan pembenar gagasan yang diajukan dalam suatu teks. Oleh karena itu, latar teks merupakan elemen yang berguna karena dapat membongkar apa maksud yang ingin disampaikan oleh penulis atau komunikator. Kadang maksud atau isi utama tidak dibeberkan dalam teks, tetapi dengan melihat latar apa yang ditampilkan dan bagaimana latar tersebut disajikan, kita bias menganalisis apa maksud tersembunyi yang ingin dikemukakan penulis atau komunikator (Eriyanto, 2001: 235).

4. **Detail**, elemen wacana *detail* berhubungan dengan kontrol informasi yang ditampilkan seseorang (komunikator). Komunikator menampilkan informasi yang menguntungkan dirinya dan citra baik secara berlebihan dan digambarkan secara detail. Sebaliknya, ia akan menampilkan informasi dalam jumlah sedikit (bahkan kalau perlu tidak disampaikan) kalau hal itu merugikan kedudukannya. Informasi yang menguntungkan komunikator, bukan hanya ditampilkan secara berlebih tetapi juga dengan detail yang lengkap. Detail yang lengkap dan panjang lebar merupakan penonjolan yang dilakukan secara sengaja untuk menciptakan citra tertentu kepada khalayak. Elemen detail merupakan strategi bagaimana penulis atau komunikator mengekspresikan sikapnya dengan cara yang implisit. Sikap atau wacana yang dikembangkan oleh komunikator kadangkala tidak perlu disampaikan secara terbuka, tetapi dari detail bagian mana yang dikembangkan dan mana detail yang dibesarkan, akan menggambarkan bagaimana wacana yang dikembangkan oleh media (Eriyanto, 2001: 238).
5. **Maksud**, elemen wacana maksud, hampir sama dengan elemen detail. Elemen maksud melihat informasi yang menguntungkan komunikator akan diuraikan secara eksplisit dan jelas sedangkan informasi yang merugikan akan diuraikan secara tersamar, implisit, dan tersembunyi.. Tujuan akhirnya adalah publik hanya disajikan informasi yang menguntungkan komunikator. Informasi yang menguntungkan disajikan secara jelas, dengan kata-kata yang tegas, dan menunjuk langsung pada fakta. Sementara informasi yang merugikan disajikan dengan kata tersamar dan berbelit belit. Dengan semantik tertentu, seorang komunikator dapat menyampaikan secara implisit informasi atau fakta yang merugikan atas dirinya, sebaliknya secara eksplisit akan menguraikan informasi yang menguntungkan dirinya (Eriyanto, 2001:240).
6. **Koherensi**, koherensi adalah pertalian atau jalinan antar kata, atau kalimat dalam teks. Dua buah kalimat yang menggambarkan fakta yang berbeda dapat dihubungkan sehingga tampak koheren. Sehingga, fakta yang tidak berhubungan sekalipun dapat menjadi berhubungan ketika seseorang menghubungkannya. Koherensi dapat ditampilkan melalui hubungan sebab akibat, bisa juga sebagai penjelas. Koherensi ini secara mudah dapat diamati

di antaranya dari kata hubung (konjungsi) yang dipakai untuk menghubungkan fakta. Koherensi merupakan elemen yang menggambarkan bagaimana peristiwa dihubungkan atau dipandang saling terpisah oleh penulis/komunikator. Sehingga dua peristiwa yang dianggap berhubungan dapat diabstrakkan (Eriyanto, 2001: 242).

7. **Bentuk Kalimat**, Bentuk kalimat adalah segi sintaksis yang berhubungan dengan cara berpikir logis, yaitu prinsip kausalitas. Dimana ia menanyakan apakah A yang menjelaskan B, atukah B yang menjelaskan A. Logika kausalitas ini kalau diterjemahkan ke dalam bahasa menjadi susunan subjek (yang menerangkan) dan predikat (yang diterangkan). Bentuk kalimat ini bukan hanya persoalan teknis kebenaran tata bahasa, tetapi menentukan makna yang dibentuk oleh susunan kalimat. Dalam kalimat yang berstruktur aktif, seseorang menjadi subyek dari pernyataannya, sedangkan dalam kalimat pasif, seseorang menjadi obyek dari pernyataannya (Eriyanto, 2001: 251).

Bentuk kalimat menentukan apakah subyek diekspresikan secara eksplisit atau implisit dalam teks. Kalimat aktif umumnya digunakan agar seorang menjadi subyek dari tanggapannya, sebaliknya kalimat pasif menempatkan seseorang sebagai objek (Eriyanto, 2001: 252).

8. **Kata Ganti**, Elemen kata ganti digunakan untuk memanipulasi bahasa dengan menciptakan suatu komunitas imajinatif. Kata ganti merupakan alat yang dipakai oleh komunikator untuk menunjukkan dimana posisi seseorang dalam wacana. Dalam mengungkapkan sikapnya, seseorang dapat menggunakan kata ganti “saya” atau “kami” yang menggambarkan bahwa sikap tersebut merupakan sikap resmi komunikator semata-mata. Akan tetapi, ketika memakai kata ganti “kita” menjadikan sikap tersebut sebagai representasi dari sikap bersama dalam suatu komunitas tertentu. Batas antara komunikator dengan khalayak dengan sengaja dihilangkan untuk menunjukkan apa yang menjadi sikap komunikator juga menjadi sikap komunitas secara keseluruhan. Sintaksis dalam penelitian ini, dapat kita telusuri melalui teks dalam percakapan tayangan Banawa sekar. (Eriyanto, 2001: 253)

### 2.7.2. Dimensi Kognisi Sosial

Titik perhatian Van Dijk adalah pada masalah etnis, rasialisme, dan pengungsi. Pendekatan Van Dijk ini disebut kognisi sosial karena Van Dijk melihat faktor kognisi sebagai elemen penting dalam produksi wacana. Wacana dilihat bukan hanya dari struktur wacana, tetapi juga menyertakan bagaimana wacana itu diproduksi. Proses produksi wacana itu menyertakan suatu proses yang disebut sebagai kognisi sosial. (Eriyanto, 2001: 16) Dalam kerangka analisis Van Dijk, pentingnya kognisi sosial yaitu kesadaran mental penulis/komunikator yang membentuk teks tersebut. Karena, setiap teks pada dasarnya dihasilkan lewat kesadaran, pengetahuan, prasangka, atau pengetahuan tertentu atas suatu peristiwa. Disini penulis/komunikator tidak dianggap sebagai individu yang netral tapi individu yang memiliki beragam nilai, pengalaman, dan pengaruh ideologi yang didapatkan dari kehidupannya (Eriyanto, 2001: 260).

Pendekatan kognitif didasarkan pada asumsi bahwa teks tidak mempunyai makna, tetapi makna itu diberikan oleh pemakai bahasa, atau lebih tepatnya proses kesadaran mental dari pemakai bahasa (Eriyanto, 2001: 260). Bagaimana peristiwa dipahami dan dimengerti didasarkan pada skema. Van Dijk menyebutkan skema ini sebagai model. Skema dikonseptualisasikan sebagai struktur mental dimana tercakup di dalamnya bagaimana kita memandang manusia, peranan sosial, dan peristiwa. Skema menunjukkan bahwa kita menggunakan struktur mental untuk menyeleksi dan memproses informasi yang datang dari lingkungan. Skema sangat ditentukan oleh pengalaman dan sosialisasi. (Eriyanto, 2001: 261)

Adapun skema atau model yang dapat digunakan dalam analisis kognisi sosial digambarkan sebagai berikut:

1. **Skema *Person* (*Person Schemas*)** Skema ini menggambarkan bagaimana seseorang menggambarkan dan memandang orang lain
2. **Skema *Diri* (*Self Schemas*)** Skema ini berhubungan dengan bagaimana diri sendiri dipandang, dipahami, dan digambarkan oleh seseorang.
3. **Skema *Peran* (*Role Schemas*)** Skema ini berhubungan dengan bagaimana seseorang memandang dan menggambarkan peranan dan posisi seseorang dalam masyarakat.

4. **Skema Peristiwa (*Event Schemas*)** Skema ini yang paling sering dipakai, karena setiap peristiwa selalu ditafsirkan dan dimaknai dengan skema tertentu.

Model/skema kognisi sosial sangat dibutuhkan untuk melengkapi isi dari teks yang dianalisis. Dimensi kognisi dalam penelitian ini dapat membantu penafsiran arti teks, sehingga makna dapat dianalisa lebih mendalam.

### **2.7.3. Dimensi Konteks Sosial**

Dimensi ketiga dari analisis Van Dijk ini adalah konteks sosial, yaitu bagaimana wacana komunikasi diproduksi dan dikonstruksi dalam masyarakat. Titik pentingnya adalah untuk menunjukkan bagaimana makna dihayati bersama, kekuasaan sosial diproduksi lewat praktik diskursus dan legitimasi. Menurut Van Dijk, ada dua poin yang penting yakni praktik kekuasaan (*power*), dan akses (*access*). (Eriyanto, 2001: 271).

Pertama, praktik kekuasaan didefinisikan sebagai kepemilikan oleh suatu kelompok atau anggota untuk mengontrol kelompok atau anggota lainnya. Hal ini disebut dengan dominasi, karena praktik seperti ini dapat mempengaruhi dimana letak atau konteks sosial dari pemberitaan tersebut.

Kedua, akses dalam mempengaruhi wacana. Akses ini maksudnya adalah bagaimana kaum mayoritas memiliki akses yang lebih besar dibandingkan kaum minoritas. Sehingga, kaum mayoritas punya lebih akses kepada media dalam mempengaruhi wacana. Artinya, mereka yang lebih berkuasa mempunyai kesempatan lebih besar untuk mempunyai akses kepada media, dan kesempatan lebih besar untuk mempengaruhi kesadaran khalayak (Eriyanto, 2001: 272).

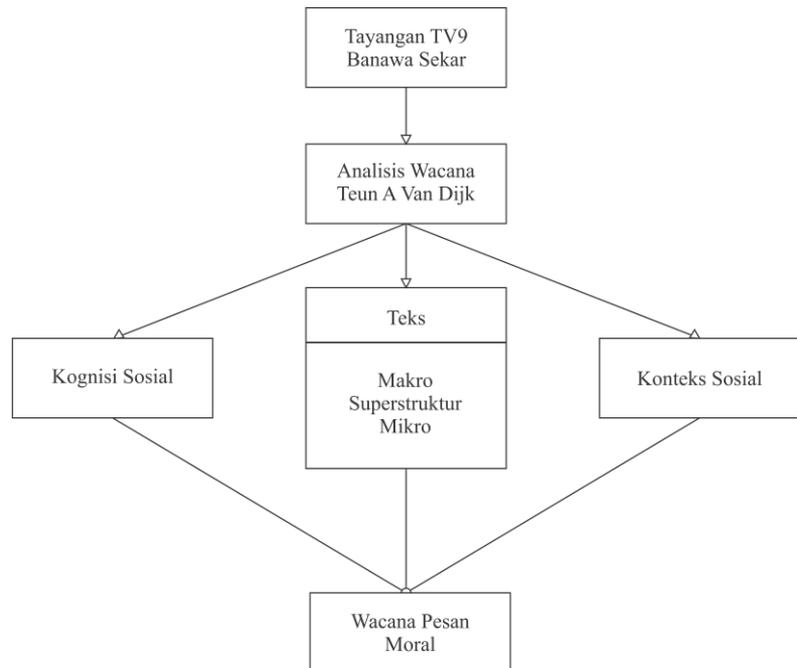
### **2.8. Kerangka Pikir**

Dalam dakwah penyampaian pesan moral umumnya berisi kata-kata yang baik atau contoh perbuatan yang baik, kadang kala pihak lain disebutkan dalam sisi yang kurang sebagai contoh pesan moral. Dalam tayangan televisi banyak tayangan yang mengandung hal tersebut.

Menurut pengamatan singkat penulis, komunikator dakwah Banawa sekar sangat berpengalaman, sehingga pesan-pesan yang disampaikan dapat dengan mudah masuk kesetiap orang, sebagai bukti secara umum audien yang sangat antusias dan banyak. Komunikator utama dalam tayangan Banawa Sekar adalah cak Nun, salah satu pesannya yang mudah diingat ialah “disini bukan mencari siapa benar siapa salah, tetapi disini mencari apa yang benar dan apa yang salah”.

Dapat dilihat cak Nun tidak memihak siapapun dalam menyampaikan dakwahnya, hal ini bisa disimpulkan sekilas melalui analisis Van Dijk dari teks kalimat tersebut. Menurut masyarakat pada umumnya cak Nun meniru dan memodifikasi cara Sunan Kalijaga dalam dakwahnya, dengan menggunakan alat musik sebagai pelengkap dalam menyebarkanluaskan dakwah, ini juga termasuk dalam dimensi konteks sosial dan kognisi sosial.

Secara ringkas dari penjelasan tersebut bisa digambarkan kerangka pikir penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.8.1. Kerangka Pikir