

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Televisi lokal hadir dengan semangat otonomi daerah sebagai warna baru di dunia penyiaran tanah air. Kehadiran televisi lokal menjadi solusi penting untuk mengangkat daerah dalam bentuk audio visual. Hal ini semakin dikuatkan dengan payung hukum UU No.32 Tahun 2002. Dibungkus dengan kemasan lokal yang kental, televisi lokal dapat membantu mengoptimalkan pembangunan daerah setempat dengan program acaranya yang bermateri sosial, budaya, pariwisata, ekonomi dan unsur kedaerahan lainnya.

Munculnya televisi lokal dapat mengimbangi televisi swasta nasional (RCTI, SCTV, METRO TV, INDOSIAR, TRANS TV, TRANS 7, Global TV) yang terlebih dahulu ada. Televisi swasta nasional kurang mengangkat hal-hal yang berbau kedaerahan. Televisi lokal mewujudkan cita-cita bagi pemerintah daerah untuk menikmati ranah penyiaran baik dari segi isi penyiaran maupun bisnis penyiaran. Pada 28 Desember 2007 merupakan batas akhir transisi dari sistem *relay* menjadi sistem berjaringan, namun sampai saat ini pemerintah belum membuat pengaturan pelaksanaan yang tegas. Jika peraturan tersebut dijalankan maka dapat mendukung perkembangan televisi lokal. Jumlah stasiun televisi yang banyak, seharusnya memperkaya program acara televisi yang ditayangkan, namun program acara televisi kita bersifat masal, karena menurut Sudibyo:

Televisi adalah sebuah media massa dalam pengertiannya yang sangat dasar, yakni permisif dan masif. Permisif dalam pengertian ini berada dalam ambang

batas moral yang selalu memiliki dalih masyarakat (yang notabene heterogen) sebagai tameng moralnya. Masif dalam pengertian memproduksi dunia citranya secara serentak dan tanpa alternatif (Sudibyo, 2004:19).

Program acara di televisi-televisi swasta nasional biasanya serempak atau serupa. Maraknya program acara sinetron bertema penindasan si kaya terhadap si miskin membuktikan bahwa televisi bersifat permisif dan masif. Televisi swasta nasional yang didukung oleh iklan-iklannya menjadikan produksi acara televisi ditentukan berdasarkan korelasinya dengan permintaan pengiklan dan khalayak. Nilai-nilai moral yang positif tidak lagi menjadi acuan utama dalam menghadirkan program acara televisi. Jika dulu acara TVRI dipenuhi dengan hegemoni politik yang berdampak pada ketimpangan informasi, maka dampak negatif program acara televisi swasta nasional saat ini dianggap lebih berbahaya, yaitu munculnya budaya konsumtif dan hedonis serta plagiatisme dalam kehidupan masyarakat (Sudibyo, 2004:62-66).

Hampir setiap daerah telah memiliki televisi lokal, ada JakTV di Jakarta, Jogja TV dan RBTV di Yogyakarta, Pro TV, Cakra TV dan Borobudur TV di Semarang, TATV di Solo, JTV di Surabaya, Bali TV di Bali, Riau TV di Riau, Ratih TV di Kebumen, Banyumas TV di Purwokerto dan masih banyak lagi. Program acara yang ditawarkan oleh televisi lokal cukup kreatif dan memiliki perbedaan dengan program acara di televisi swasta nasional. Misalnya, berita berbahasa daerah, tayangan kesenian daerah, *talkshow* berbahasa daerah. Program acara yang bernilai kedaerahan menjadi ciri khas televisi lokal yang membedakan dengan televisi swasta nasional. Berita berbahasa daerah merupakan program unggulan pada televisi lokal sebagai wujud identitas televisi lokal. Misalnya, di Borobudur TV ada "Kuthane Dewe", di

Jogja TV ada “Pawartos Ngayogyakarta”, di JTV ada “Pojok Kampung”, dan di TATV ada “Kabar Wengi”.

Salah satu acara berita dari contoh di atas yang menarik adalah acara berita berbahasa daerah di TATV. Menurut Akhmad Ramdhon sebagai presenter program acara *talkshow* di TATV mengatakan bahwa, TATV sebagai televisi lokal menghadirkan acara berita murni sebagai acara yang menyuguhkan informasi. Berita tidak disusupi iklan terselubung (*advertorial*), maka dalam pemberitaan di TATV tidak akan menemukan berita yang bermuatan seremonial, peresmian sesuatu. Hal inilah yang menjadi salah satu alasan mengapa TATV menjadi salah satu televisi lokal di Jawa Tengah yang program acara beritanya banyak diminati oleh masyarakat Jawa Tengah, bukan hanya masyarakat Solo saja.

TATV terlihat berbeda dengan televisi lokal di Jawa Tengah lainnya sehingga menarik untuk diteliti. TATV sebagai televisi lokal Solo berusaha menghadirkan nilai-nilai budaya lokal dalam tayangan acaranya. Beberapa acara yang mengandung nilai-nilai budaya adalah Campursari, Keroncong, Kembang Lambe, Ketoprak, Wayang Orang. Jika setiap televisi lokal menyuguhkan acara-acara budaya daerahnya, maka budaya daerah tidak perlu takut tergeser oleh modernisasi zaman.

Budaya tradisional dapat menjadi budaya populer jika menjadi budaya massa. Contohnya adalah Srimulat, Ludruk, Ketoprak maupun Campursari. Pada mulanya kesenian tradisional ini berkembang di masyarakat tradisional dengan karakter-karakter tradisional, namun ketika kesenian ini dikemas di media massa, maka sentuhan-sentuhan populer mendominasi seluruh kesenian tradisional itu, baik cerita, kostum, latar, dan sebagainya tidak lagi menjadi konsumsi masyarakat pedesaan namun secara massal menjadi konsumsi semua lapisan masyarakat di pedesaan dan perkotaan (Bungin, 2006:77-78).

Salah satu keuntungan TATV sebagai televisi lokal adalah TATV berdiri di wilayah yang memiliki potensi budaya yang kuat. Solo merupakan sentral budaya

Jawa selain Yogyakarta. Nilai lokal Solo menjadi komoditi menguntungkan bagi TATV. Tidak dapat dipungkiri bahwa televisi lokal juga mengeruk keuntungan ekonomi dari acara-acara yang ditampilkan. Diharapkan program-program acara yang bermuatan lokal tidak hanya digunakan untuk memperoleh keuntungan secara finansial, namun juga sebagai pembentukan identitas lokal. Sebagai televisi lokal, TATV memiliki kebutuhan yang sama dengan televisi swasta nasional, membutuhkan dana operasional dan memperoleh keuntungan dari iklan yang masuk. Secara ideologipun tidak jauh berbeda, yang membedakan adalah jangkauan siaran dan kedekatan emosional kultural yang dimiliki oleh pemirsa televisi.

Program acara unggulan di televisi swasta nasional biasanya ditandai dengan jumlah pendapatan materi dari iklan yang dihasilkan dari program acara tersebut. Hal ini berbeda dengan program acara di televisi lokal karena pendapatan televisi lokal yang besar bukan dari iklan. Di TATV pendapatan yang tinggi banyak diperoleh dari program acara *talkshow*. Pendapatan dari iklan di televisi lokal tidak sebesar televisi-swasta nasional karena sebagian besar iklan di televisi lokal adalah produk-produk lokal. Menurut Akhmad Ramdhon presenter program acara “Jagongan Sar Gedhe” menyebutkan bahwa acara *talkshow* yang menampilkan tokoh-tokoh dari lembaga atau instansi, baik swasta maupun pemerintah di televisi lokal dapat memberikan *income* besar jika dibandingkan dengan iklan. “Pengertian *talkshow* adalah sebuah program acara televisi atau radio di mana seseorang ataupun *group* berkumpul bersama untuk mendiskusikan berbagai hal atau topik dengan suasana santai tapi serius yang dipandu oleh moderator” (www.hendra.ws/penulis.blogspot.com, diakses tanggal 20/07/2008/08:00AM).

Program acara *talkshow* di televisi lokal dapat dijadikan alternatif tontonan acara yang tidak kalah menarik dengan *talkshow* yang ada di televisi swasta nasional. Acara *talkshow* interaktif di televisi lokal mampu menarik audiens media karena memiliki alasan kedekatan. Tema yang diangkat memiliki kedekatan geografis dengan audiens yang mengangkat permasalahan di sekitar wilayahnya sendiri. Televisi swasta lokal merupakan akses media terdekat yang dapat menjadi sarana bagi instansi atau lembaga di daerah untuk menyampaikan pesan mereka kepada masyarakat sekitar.

Salah satu program acara *talkshow* televisi lokal yang menjadi jembatan komunikasi antara lembaga pendidikan dan masyarakat adalah “UGM Berkomunikasi” di Jogja TV, “Jagongan Sar Gedhe” di TATV Solo. *Talkshow* “UGM Berkomunikasi” menampilkan *brand* UGM sebagai pemilik acara karena ini merupakan acara *talkshow* yang dibuat oleh UGM yang bekerjasama dengan Jogja TV. Hal ini berbeda dengan “Jagongan Sar Gedhe” yang tidak menampilkan UNS sebagai ikon program acara, meskipun “Jagongan Sar Gedhe” pada awal berdirinya diprakarsai oleh UNS, namun *talkshow* “Jagongan Sar Gedhe” bukan acara milik UNS. Keunikan dari acara *talkshow* “Jagongan Sar Gedhe” atau disebut JSG ini adalah lokalitas yang diangkat sebagai identitas program acara televisi lokal. Sesuai dengan slogan acara “Jagongan Sar Gedhe” adalah program *talkshow* bahasa Jawa Ngoko yang dibawakan secara serius tetapi santai dengan setting wedangan khas Solo yang membahas masalah sosial politik yang hangat di masyarakat dengan segmen audiens usia 13 tahun ke atas.

JSG merupakan program acara televisi lokal yang memiliki muatan nilai budaya yang layak untuk dijadikan tontonan masyarakat. Hal yang menarik untuk diteliti dalam JSG adalah lokalitas Jawa yang disuguhkan dan bahasa Jawa yang digunakan. Praktik penggunaan bahasa Jawa dalam JSG tidak hanya dilihat sebagai bahasa pengantar dalam *talkshow*, karena bahasa merupakan alat untuk menyampaikan ideologi.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana representasi lokalitas subkultur bahasa Jawa dalam program acara “Jagongan Sar Gedhe”?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana representasi lokalitas bahasa Jawa dalam acara “Jagongan Sar Gedhe”
2. Untuk mengetahui ideologi yang dibawa program acara “Jagongan Sar Gedhe”

D. Manfaat Penelitian

1. Teoritis

Menambah pengetahuan dan wawasan tentang wacana representasi lokalitas bahasa Jawa dalam program acara berbahasa Jawa di televisi lokal.

2. Praktis

Dapat dijadikan salah satu referensi dalam Ilmu Komunikasi khususnya bidang representasi lokalitas bahasa Jawa dalam program acara televisi lokal.

E. Kerangka Teori

E.1. Perspektif Interpretif dalam Ilmu Komunikasi

Secara universal dalam teori interpretif mengandung 5 hal, yaitu, menciptakan pemahaman, mengidentifikasi nilai, pengertian estetis, merangsang persetujuan dan perubahan masyarakat. EM.Griffin menjelaskan pada dasarnya interpretif dalam Ilmu Komunikasi memiliki standar dalam hal:

a. *Understanding People* (Pemahaman Orang)

Makna sebuah teks tergantung dari bagaimana orang memahami teks tersebut. Jadi interpretif merupakan upaya pemahaman orang terhadap teks. Hasil interpretif terhadap teks dapat mempengaruhi reputasi produsen teks.

Interpretif merupakan upaya untuk memahami kondisi manusia. Dalam rangka memecahkan tradisi humanistik, kritikus melihat sebuah pemahaman baru dengan meneliti keunikan aktifitas manusia yang berupa interaksi simbolis. Interpretif muncul dari teks. "Sebuah teks dapat dimaknai berbeda oleh audiens yang terkadang pemaknaannya tidak sesuai dengan harapan narasumber teksnya (Griffin, 2000:27).

Teori retorikal dalam Griffin menjelaskan tentang pemahaman teks: Teks tidak hanya dimaknai sebagai sebuah informasi namun di dalam teks tersebut terkandung gagasan, pemikiran, ide seseorang terhadap suatu obyek. Seperti dalam acara *talkshow* "Dorce Show" yang tayang di Trans TV, hampir dalam setiap penampilannya presenter acara ini sering melemparkan pertanyaan kepada audiens *talkshow* mengenai pendapat mereka tentang penampilannya hari ini, misalnya, "bagaimana penampilan saya hari ini bu?", atau "saya cantik kan hari ini?" atau bentuk kalimat lain yang intinya sama. Kalimat tersebut merupakan pesan yang dapat dipahami oleh audiens sebagai bentuk sisi narsis dari seorang

Dorce. Dari hasil interpretif audiens terhadap teks tersebut dapat mempengaruhi reputasi narasumber teks.

b. *Clarification of Values* (Penguraian Nila-nilai)

Sebuah nilai dapat diidentifikasi dengan menganalisis pesan berdasarkan asumsi makna, emosi dan motif tindakan terhadap sebuah isi pesan. “*Clarification of values* merupakan bagian dari kekuatan *symbolic convergence theory* (teori tindakan simbolik). Nilai di sini berkaitan dengan moral di mana kedudukan nilai memiliki landasan moral” (Griffin, 2000:28). Kebebasan individu dalam menginterpretasi teks dipengaruhi oleh nilai-nilai yang terkandung dalam Hak Asasi Manusia. Kebebasan dalam berekspresi diatur oleh nilai-nilai kesopanan. Misalnya, teks pemberitaan mengenai Suharto yang diberi gelar kepahlawanan oleh negara diinterpretasikan oleh beberapa audiens sebagai sebuah penghargaan yang layak diberikan kepadanya karena adanya penjelasan mengenai nilai hormat menghormati kepada yang lebih tua karena Suharto juga pernah berjasa untuk Indonesia.

c. *Aesthetic Appeal* (Pendekatan Estetis)

Dalam pendekatan estetis, interpretif merupakan seni memaknai sebuah isi pesan. Sebuah teks harus dapat menjangkau pengertian estetis. “Sebuah pendekatan estetis melihat bagaimana teks dimaknai sesuai dengan pengalaman dan pengetahuan seseorang” (Griffin, 2000:29). Misalnya, seorang artis dangdut memaknai teks yang berisi pencekalan Dewi Persik adalah sebagai sebuah pengekanan kebebasan berekspresi bagi seniman musik dangdut, namun menurut ulama pencekalan itu sah-sah saja karena goyangan Dewi Persik

dianggap melanggar norma kesopanan.

d. *A Community of Agreement* (Persetujuan Masyarakat)

Pada dasarnya interpretif bersifat subyektif namun interpretif suatu teks diakui kebenarannya jika memiliki alasan yang layak dan dapat diterima orang lain. Menurut Griffin :

Penerimaan atau penolakan interpretif seseorang terhadap teks merupakan sebuah fakta yang obyektif yang dapat membantu memverifikasi atau justru menjerumuskan pengertian isi teks. Sebuah interpretif teks harus mendapatkan persetujuan masyarakat untuk dapat diterima dan diyakini kebenarannya (Griffin, 2000:29).

Untuk mendapatkan persetujuan masyarakat, dalam melakukan interpretif sebuah teks kita usahakan untuk berfikir secara logis dengan menggunakan aturan-aturan bahasa sehingga mencapai premis yang benar. Teks merupakan rangkaian huruf-huruf yang menjadi kata, kata-kata berasosiasi menjadi kalimat. Kalimat sebagai lambang muatan ide atau sesuatu yang akan dipahami.

e. *Reform of Society* (Perubahan Masyarakat)

”Interpreter adalah orang yang seharusnya dapat membawa perubahan dalam masyarakat. Interpretif teks diakui kebenarannya jika memberikan dampak perubahan dalam masyarakat” (Griffin, 2000:27-30). Misalnya, film “Fitna” diinterpretasikan oleh masyarakat Islam Indonesia sebagai film yang melecehkan Islam. Interpretif tersebut dinilai benar karena film tersebut membuat golongan masyarakat Islam di Indonesia menjadi resah dan gempar hingga akhirnya melakukan demo menuntut penarikan peredaran film “Fitna” dari pasar dan

Lima standar interpretif dalam komunikasi di atas dapat membantu kita dalam memahami makna sebuah teks sehingga hasil interpretif teks dapat dibenarkan secara umum. Interpretif teks berkaitan erat dengan pemaknaan seseorang terhadap teks tersebut.

Makna dipelajari dari proses sosialisasi, orang cenderung bertindak berdasarkan pada makna tersebut tanpa melakukan penilaian kembali dan tanpa kesadaran akan kekuatan-kekuatan sosial yang menciptakannya. Individu-individu menggunakan makna-makna yang terinstitusionalisasi ini untuk membingkai atau menginterpretasikan pengalaman kita sehari-hari (Goffman dalam Noviani, 2002:52).

Untuk menjelaskan istilah makna para filsuf dan linguis membaginya dalam tiga hal yaitu, "(1) menjelaskan makna secara alamiah, (2) mendeskripsikan kalimat secara alamiah, dan (3) menjelaskan makna dalam proses komunikasi" (Kempson dalam Pateda dalam Sobur, 2002:23). Subyektifitas dalam memaknai teks agar tidak kebablasan dan menghasilkan makna atau interpretasi teks yang benar adalah dengan cara mengidentifikasi pengalaman dengan definisi yang dipahami bersama.

E.2. Tradisi Kritis dalam Ilmu Komunikasi

Tradisi kritis digunakan untuk memahami sebuah sistem, struktur kekuasaan dan ideologi dominan dalam masyarakat.

Ideologi dapat disampaikan kepada khalayak melalui teks media. Ideologi ditanamkan untuk melegitimasi kekuasaan. Kekuasaan dapat digunakan untuk menekan kelompok kecil. "Kekuasaan dapat mengubah kondisi masyarakat, salah satunya akan mengakibatkan munculnya kelompok yang termarginalkan (Littlejohn, 2005:47).

Pada dasarnya tradisi kritis memiliki sudut pandang teori yang memusatkan

pada bagaimana kehidupan individu mempengaruhi individu itu dalam memahami

dan membangun dunia sosialnya. Berangkat dari marxisme, tradisi kritis memiliki 3 corak tradisi untuk menghadapi tantangan masyarakat zaman sekarang, yaitu :

a. Kontrol bahasa terhadap kekuasaan yang tidak seimbang

Tradisi kritis menentang penggunaan kata (bahasa) yang menghalangi kebebasan, misalnya kelompok feminis yang pasif atau tidak banyak bicara dipilih mendapatkan beasiswa karena kaum pria lah yang boleh menguasai bahasa. Wacana mengenai publik resultan digambarkan secara samar-samar dengan bahasa yang hanya dimengerti oleh sesama kaum pria. Konsep pasif bukanlah konsep baru. Marcuse mengatakan “jalan lebar menuju keterbukaan telah tertutup bagi gagasan dan kata-kata selain kekuasaan yang dibuktikan dalam praktek mereka” (Marcuse dalam Griffin, 2000:44).

b. Peran media massa dalam melakukan penindasan terhadap masyarakat

Menurut Marx, agama adalah candu bagi masyarakat yang mengacaukan kelas pekerja dari realitas. Teori ini melihat bahwa budaya industri yaitu televisi, film, CD, media cetak mengambil alih peran tersebut. Adorno berharap masyarakat protes terhadap penindasan yang mereka alami. Marcuse pesimis bahwa sebuah perubahan sosial dapat dilakukan jika masyarakat pasif dalam menyikapi media (Adorno dan Marcuse dalam Griffin, 2000:44).

c. Metode pembodohan terhadap ilmu pengetahuan dan ketidak pekaan yang diterima secara empiris

Horkheimer mengatakan bahwa naif dan ironis jika hanya berfikir dan berbicara saja dalam ilmu pengetahuan. Naif karena ilmu pengetahuan bukanlah sesuatu yang bebas nilai. Ironis karena penelitian membuktikan bahwa sampel opini publik tidak sesuai dengan realitas. “Teori ini menekankan kritikan terhadap pemimpin pemerintahan, bisnisan yang memenjarakan pengetahuan sosial untuk mendapatkan status quo dalam usaha pembenaran yang merupakan favorit mereka” (Horkheimer dan Adorno dalam Griffin, 2000:44).

Tradisi kritis dapat digunakan untuk menganalisa wacana yang terdapat dibalik teks media massa. Media memiliki tanggung jawab besar terhadap

khalayak atas teks yang dimuat di dalamnya. Khalayak pasif akan mudah

termakan pesan yang terkandung dalam teks. Misalnya, adanya kuis sms (reg

spasi kirim ke ...) dengan iming-iming hadiah ratusan juta. Ini merupakan bentuk penindasan/pembodohan media terhadap masyarakat. Muatan ideologi dalam teks seharusnya menjadi tanggung jawab produsen teks, namun pada kenyataannya justru kita sendiri sebagai audiens media yang harus pandai dan kritis dalam memaknai teks. Audiens media harus jeli menangkap maksud pesan yang terdapat dalam teks media.

Media adalah alat kelompok dominan untuk memanipulasi dan mengukuhkan kehadirannya sambil memarjinalkan kelompok yang tidak dominan. Menurut pandangan kritis, wartawan adalah orang yang bekerja dalam satu sistem produksi berita bukanlah otonom, bukan pula bagian dari suatu sistem yang stabil, tetapi merupakan praktik ketidakseimbangan dan dominasi (Marx dalam Eriyanto, 2001: 22).

Pandangan kritis yang dipengaruhi oleh ide dan gagasan *marxis* melihat masyarakat sebagai sistem kelas dalam suatu sistem dominasi dan media adalah salah satu bagian dari sistem dominasi tersebut. Pandangan pluralis percaya bahwa kelompok-kelompok masyarakat dapat bertarung secara bebas dalam ruang publik. Pandangan kritis justru melihat masyarakat didominasi kelompok elit.

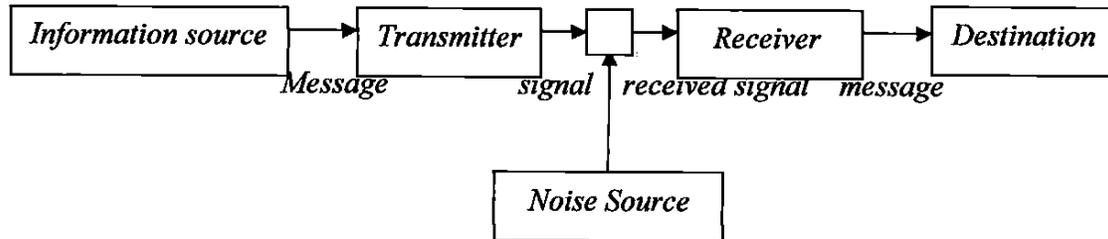
E.3. Komunikasi sebagai Produksi dan Pertukaran Makna

Dalam komunikasi dikenal beberapa istilah elemen komunikasi, yaitu *encoder*, *decoder*, *receiver*/komunikator, *sender*/komunikasi, *channel*/saluran, umpan balik. Tindakan yang dilakukan untuk menghasilkan pesan meliputi (*encoding*) menyampaikan pesan dengan berbicara atau menulis dan (*decoding*) mendengarkan atau membaca pesan (Devito, 1997:27). Proses komunikasi merupakan proses transaksional yaitu proses dua arah, di mana ada komunikator (yang menyampaikan

pesan) dan komunikan (yang menerima pesan). Dalam sebuah transaksi komunikasi tercipta ketergantungan antara komunikator dan komunikan karena dalam komunikasi dibutuhkan umpan balik. Tanpa *sender* tidak akan ada produksi pesan dan tanpa *receiver* tidak akan ada umpan balik terhadap pesan. Proses dua arah juga dapat dimaknai bahwa seorang komunikan pada jalannya komunikasi juga dapat menjadi komunikator begitupun sebaliknya.

Untuk memahami proses komunikasi agar lebih mudah telah diuraikan dalam tujuh tradisi komunikasi, yaitu (1) tradisi sosio psikologis (*socio-psychological tradition*) memandang komunikasi sebagai pengaruh hubungan antar personal, (2) tradisi sibernetika (*cybernetic tradition*) memandang komunikasi sebagai proses informasi, (3) tradisi retorika (*rhetorical tradition*) memandang komunikasi sebagai sebuah seni praktis, (4) tradisi semiotika (*semiotic tradition*) memandang komunikasi sebagai proses tanda yang menyampaikan makna, (5) tradisi sosio-budaya (*socio-cultural tradition*) memandang komunikasi sebagai perekat masyarakat, (6) tradisi kritis (*critical tradition*) memandang komunikasi sebagai wacana ketidakadilan, (7) tradisi fenomenologi (*phenomenological tradition*) memandang komunikasi sebagai pertukaran pengalaman pribadi antar individu melalui dialog (Griffin, 2000:35-45). Dalam tradisi sibernetika menganut model komunikasi yang dikemukakan oleh Shanon dan Weaver yang memandang komunikasi sebagai manipulasi atau propaganda. Pada proses produksi pesan di setiap saluran komunikasi (*channel*) memiliki batas atas informasi yang dibawa. Secara dramatik dapat diungkapkan

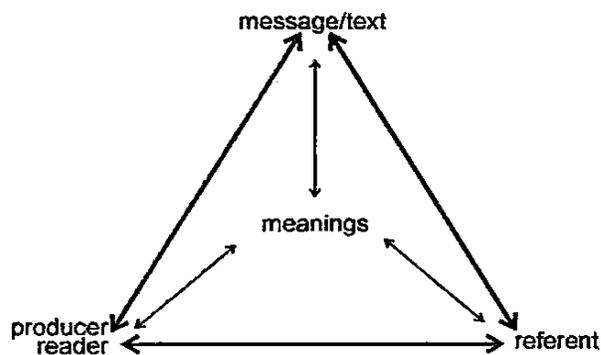
Gb.1 Model komunikasi Shanon dan Weaver



Shanon dan Weaver menjelaskan bahwa informasi mengacu pada pengurangan ketidak pastian. Pesan disampaikan melalui saluran komunikasi (*channel*) yang dikirim oleh sumber informasi kepada penerima. *Channel* memiliki keterbatasan dalam membawa pesan, oleh karena itu dalam proses pengiriman pesan dapat terjadi gangguan (*noise*) sehingga mempengaruhi isi pesan yang dikirim kepada penerima pesan (Griffin, 2000:37).

Ada juga model Newcomb yang menunjukkan sebuah interaksi yang konstan, suatu struktur yang dinamis. Secara skematik dapat digambarkan sebagai berikut :

Gb.2. Model komunikasi New Comb



Sumber : New Comb dalam Fiske (1990:46)

Newcomb menjelaskan bahwa, *sender* dan *receiver* pesan dalam model ini menduduki derajat atau kedudukan yang sama. Seluruh komponen saling bergantung dan bekerja sama dalam menjalankan proses komunikasi, sehingga yang menjadi landasan model komunikasi aliran proses bukan merupakan sesuatu yang penting sebab maksud yang kita miliki sesungguhnya tidak akan pasti menentukan makna yang dipahami bersama sesuai keinginan pengirim pesan. Sesuatu yang juga dapat kita cermati bahwa masing-masing komponen ternyata bisa dianalisa secara terpisah-pisah.

Menurut Newcomb, peran komunikasi dalam suatu masyarakat atau dalam relasi sosial adalah untuk menjaga keseimbangan di dalam sistem sosial. Masyarakat yang terdiri dari kumpulan manusia perlu melakukan komunikasi karena manusia membutuhkan informasi. Informasi dalam sistem sosial merupakan kebutuhan manusia agar dapat membekali diri dalam berinteraksi dengan manusia lainnya (Newcomb dalam Fiske, 1990:47).

Komunikasi dalam proses produksi dan pertukaran makna tidak hanya menjelaskan proses pengiriman pesan dan penerimaan pesan namun juga harus menjelaskan bagaimana pesan dimaknai oleh pengirim dan penerima pesan. Studi tentang makna dalam komunikasi memiliki tiga unsur, yaitu (a) tanda, (b) acuan, (c) penggunaan tanda. Tanda adalah sesuatu yang bersifat fisik, bisa dipersepsi oleh indra kita ; tanda mengacu pada sesuatu di luar tanda itu sendiri dan bergantung pada pengenalan oleh penggunanya sehingga bisa disebut tanda (Fiske, 1990:61).

Tatanan pertandaan menurut Saussure menggambarkan relasi antar penanda dan petanda di dalam tanda yang selanjutnya oleh Barthes disebut sebagai denotasi. Denotasi ini akhirnya memunculkan makna secara harfiah yang disebut makna denotatif. Sebuah pesan yang tidak mengandung makna atau perasaan tambahan maka disebut makna denotatif. Sedangkan proses pemaknaan yang melibatkan

interaksi tanda yang bertemu dengan perasaan atau emosi penggunaannya dan nilai-nilai kulturnya disebut dengan konotasi. Pesan yang mengandung arti tambahan, perasaan tertentu atau nilai rasa tertentu di samping makna dasar, disebut makna konotatif (Barthes dalam Fiske, 1990:118). Contoh makna denotatif, “Ibu duduk di kursi”, kursi dimaknai sebagai tempat untuk duduk. Makna konotatif terdapat dalam kalimat “Si A memperoleh 10 kursi di DPR”, kursi dimaknai sebagai suara/pendukung (Si A memperoleh 10 suara/pendukung di DPR).

E.4. Representasi Budaya

Pembahasan mengenai representasi tidak dapat dipisahkan dengan *cultural studies*, karena menurut Barker :

Bagian terbesar *cultural studies* terpusat pada pertanyaan tentang representasi, yaitu bagaimana dunia ini dikonstruksi dan direpresentasikan secara sosial kepada dan oleh kita. Unsur utama *cultural studies* dapat dipahami sebagai studi kebudayaan sebagai praktik pemaknaan representasi. Representasi dan budaya memiliki materialitas tertentu yang melekat pada bunyi, prasasti, obyek citra, buku, majalah, dan program televisi. Mereka diproduksi, ditampilkan dan dipahami dalam konteks sosial tertentu (Barker, 2006:9).

Obyek penelitian ini adalah representasi sebuah program acara televisi yang mengandung nilai budaya. “Budaya adalah sebuah sistem yang mempunyai koherensi. Bentuk-bentuk simbolis yang berupa kata, benda, laku, mite, sastra, lukisan, nyanyian, musik, kepercayaan, mempunyai kaitan erat dengan konsep-konsep epistemologis dari sistem pengetahuan masyarakatnya” (Kuntowijoyo, 2006:xi).

Beberapa unsur dalam representasi yang dihasilkan dari teks media :

- a. *Stereotype* : pemberian label terhadap sesuatu yang seringkali

digambarkan negatif.

- b. *Identity* : suatu pemahaman seseorang tentang diri mereka, nilai-nilai apa saja yang dianutnya dan bagaimana orang lain melihat mereka baik dari sudut pandang positif maupun negatif terhadap kelompok yang direpresentasikan.
- c. *Difference* : pembedaan antar kelompok sosial, di mana satu kelompok dioposisikan dengan kelompok lain.
- d. *Naturalization* : strategi representasi yang dirancang untuk mendesain dan menetapkan *difference*, dan menjaganya selamanya (agar selalu alami).
- e. *Ideology* : representasi diartikan sebagai kendaraan untuk mentransfer ideologi dalam rangka membangun dan memperluas kekuatan suatu relasi sosial. Stuart Hall memberikan argumen bahwa ideologi berkembang dari sikap kelompok sosial tertentu dan pekerjaannya. Jadi, ideologi bukanlah suatu produk ketidaksadaran individual (Burton, 2000:170-175).

Konsep representasi sering digunakan untuk menggambarkan ekspresi hubungan antara media dan realitas. Representasi merupakan penggambaran terhadap suatu gagasan, pendapat kelompok atau seseorang. "Representasi bukanlah hasil dari proses seleksi di mana beberapa aspek realitas ditonjolkan dan beberapa aspek lainnya diabaikan. Representasi dianggap menggambarkan dunia sosial dengan cara yang tidak lengkap dan sempit" (Noviani, 2002:63).

Representasi merupakan peristiwa kebahasaan, di mana seseorang ditampilkan baik atau tidak baik pertama kali dengan menggunakan bahasa. Representasi ini penting dalam dua hal. Pertama, apakah seseorang, kelompok, atau gagasan tersebut

ditampilkan sebagaimana mestinya. Kata semestinya ini mengacu pada apakah seseorang atau kelompok itu diberitakan apa adanya, atautkah diburukkan. Penggambaran yang tampil bisa jadi adalah penggambaran yang buruk dan cenderung memarjinalkan seseorang atau kelompok tertentu. Disini hanya citra yang buruk saja yang ditampilkan sementara citra atau sisi yang baik luput dari pemberitaan. Kedua, bagaimana representasi tersebut ditampilkan dengan kata, kalimat, aksentuasi, dan bantuan foto macam apa seseorang, kelompok, atau gagasan tersebut ditampilkan dalam pemberitaan kepada khalayak (Eriyanto, 2001:113). Misalnya, dalam pemberitaan Al Amin Nasution ditangkap di sebuah hotel bersama seorang wanita, tampak bahwa Al Amin diburukkan citranya. Persepsi khalayak adalah Al Amin sedang di sebuah kamar hotel dan ditemani seorang wanita. Padahal kondisi sebenarnya adalah posisi Al Amin ketika ditangkap ada di baseman hotel.

Menurut Fiske saat menampilkan obyek, peristiwa, gagasan, kelompok, atau seseorang paling tidak ada tiga proses yang harus dihadapi oleh wartawan. Pada level pertama, adalah peristiwa yang ditindakan (*encode*) sebagai realitas. Bagaimana peristiwa itu dikonstruksikan sebagai realitas oleh wartawan atau media. Dalam bahasa gambar (terutama televisi) umumnya berhubungan dengan aspek seperti pakaian, lingkungan, ucapan dan ekspresi. Realitas selalu siap untuk ditandakan, ketika kita menganggap dan mengkonstruksi peristiwa tersebut sebagai sebuah realitas. Pada level kedua, ketika kita memandang sesuatu sebagai realitas. Bagaimana realitas itu digambarkan, pertanyaan ini dapat dijawab dengan menggunakan perangkat secara teknis. Dalam bahasa tertulis, berupa kata, kalimat atau preposisi, grafik dan sebagainya. Dalam bahasa gambar/televisi hanya kemau

pencapaian, editing atau musik. Perangkat teknik ini dapat membawa makna tertentu ketika diterima oleh khalayak. Pada level ketiga, bagaimana peristiwa tersebut diorganisir ke dalam konvensi – konvensi yang diterima secara ideologis. Bagaimana representasi dihubungkan dengan dunia sosial (Fiske dalam Eriyanto, 2001:114).

Sebuah bentuk representasi manusia modern paling krusial adalah *stereotype* yang disajikan melalui medium televisi, film. *Stereotype* merupakan pelabelan terhadap sebuah kelompok yang disepakati secara umum. Contoh *stereotype* dalam "Perempuan Punya Cerita". Salah satu episodenya menceritakan tentang pergaulan remaja sebuah SMU di Yogyakarta yang terlibat pergaulan bebas, melakukan hubungan seks dalam berpacaran dan hampir melakukan aborsi. *Stereotype* budaya yang muncul dalam film ini adalah remaja Yogyakarta penganut *free seks*. Film ini menimbulkan kontroversi dari kalangan masyarakat kritis Yogyakarta, karena Film ini memburukkan citra Yogyakarta. Posisi wartawan digantikan oleh penulis skenario yang mengkonstruksikan pesan dalam film dengan menempatkan film ini sebagai realitas.

Menurut Liliweri, "budaya tidak dapat digeneralisasi hanya dari sebuah perilaku individu atau sekelompok kecil masyarakat" (Liliweri dalam Sonjaya, 2004:398). Seperti kisah yang diceritakan dalam film "Perempuan Punya Cerita" tentang *free sex* yang dilakukan sekelompok remaja SMU di Yogyakarta, bukan berarti seluruh remaja Yogyakarta menganut *free sex* dan menjadi bagian dari budaya Yogyakarta. Budaya adalah sebuah sistem yang memiliki koherensi dengan sistem sosial yang ada. Sejarah dan ekologi sebuah masyarakat memiliki peran yang

sangat besar dalam membentuk budaya. Sebuah sistem budaya itu sendiri tidak pernah berhenti namun mengalami perubahan dan perkembangan. Interaksi budaya dapat mempengaruhi sistem budaya baik komponennya atau secara keseluruhan (Kuntowijoyo, 2006:xii). Di era globalisasi ini interaksi budaya dapat terjadi antar individu pemilik budaya tanpa harus berinteraksi langsung secara fisik namun dapat terjadi melalui media, dapat berupa film atau teks berita.

Pada hakikatnya isi media massa merupakan representasi dari kelas sosial, etnisitas, gender. Dari ketiganya akan menampakkan bagaimana media merepresentasikan budaya suatu wilayah. Media memiliki kekuatan dalam penyajian budaya yang sering ditampilkan dari *fashion, life style*, tingkah laku individu atau sekelompok masyarakat suatu wilayah yang membuat audiens media mempercayai realitas budaya dari tampilan media. Semua itu tidak lepas dari kekuatan ekonomi dan politik yang mempengaruhi isi media (Devereux, 2003:116).

Kekuatan media mampu mempengaruhi cara pandang masyarakat sehingga merepresentasikan sesuatu sesuai dengan teks yang diciptakan oleh media. Pengertian representasi budaya digunakan dalam penelitian ini untuk mengkaji tentang bagaimana acara "Jagongan Sar Gedhe" merepresentasikan budaya Jawa khususnya bahasa Jawa.

E.5. Bahasa dan Ideologi

Bahasa adalah unsur yang penting dalam komunikasi. Pemakaian bahasa akan mempengaruhi pemaknaan pesan yang ditangkap oleh penerima pesan. Keberadaan bahasa sendiri tidaklah mutlak adanya. Bahasa dapat berkembang seiring interaksi manusia dari waktu ke waktu. Interaksi antar manusia yang memiliki kelompok-kelompok tertentu memunculkan adanya beragam bahasa. Pada lingkup geografis yang sama, di Indonesia misalnya, ada bahasa Jawa, bahasa Sunda, bahasa Batak,

bahasa Melayu dan berbagai macam bahasa daerah lainnya. Bahasa-bahasa tersebut muncul dan digunakan dengan kesepakatan dari kelompok masyarakat pengguna bahasa tersebut. Kesepakatan aturan penggunaan bahasa terkadang sulit atau tidak dimengerti oleh orang lain yang bukan kelompoknya.

”Bahasa merupakan suatu alat yang digunakan oleh manusia untuk mengoordinasikan tindakan mereka dalam konteks hubungan sosial. Makna suatu kata adalah pemakaiannya dalam bahasa” (Wittgenstein dalam Barker, 2006:91). Bahasa dilihat sebagai alat sehingga berbagai hal kita lakukan menggunakan bahasa. Bahasa merupakan tindakan dalam konteks sosial. Bahasa dipahami sebagai sebuah institusi sosial. Bahasa bukanlah media netral bagi pembentukan makna dan pengetahuan tentang obyek.

Fungsi bahasa secara makro menurut Halliday adalah (1) fungsi ideasional : untuk membentuk, mempertahankan dan memperjelas hubungan di antara anggota masyarakat, (2) fungsi interpersonal : untuk menyampaikan informasi di antara anggota masyarakat, (3) fungsi tekstual : untuk menyediakan kerangka, pengorganisasian diskursus (wacana) yang relevan dengan situasi (Halliday dalam Sobur, 2006:17).

Dari penjelasan fungsi bahasa tersebut menunjukkan pentingnya peran bahasa dalam interaksi sosial masyarakat. Bahasa yang lahir dari adanya interaksi sosial merupakan pengantar komunikasi yang memiliki kekuatan tersembunyi. Bahasa dapat dijadikan alat kekuasaan yang tidak hanya berguna untuk berinteraksi satu sama lain namun ada yang lebih penting dibalik penggunaan bahasa. Dalam pendekatan *critical linguistic* lebih kongkret melihat bahasa dari gramatika bahasa. Bagaimana gramatika bahasa membawa posisi dan makna ideologi tertentu. Bahasa adalah suatu sistem kategorisasi, di mana kosakata tertentu dapat dipilih yang akan menyebabkan makna tertentu (Eriyanto, 2001:15). Untuk menyebabkan sebuah

ideologi diperlukan bahasa yang dapat diterima dan dipahami bersama, oleh karena itu dalam setiap negara terdapat bahasa nasional/persatuan.

Bahasa dalam berita memiliki kandungan ideologi kelompok tertentu untuk mendapatkan dukungan publik. Bahasa memegang peranan penting dalam berita. Bahasa digunakan sebagai media komunikasi yang bermakna informatif dan bahasa digunakan untuk menciptakan realitas di mana orang atau sekelompok orang menggunakan bahasa untuk menciptakan dunia yang diinginkannya.

Ideologi disampaikan kepada khalayak menggunakan bahasa. Ideologi memiliki definisi yang sangat luas. Bahasa merupakan praktik ideologi yang dapat berbentuk teks ataupun percakapan. Media menjadi sarana yang digunakan ideologi untuk menyebarkannya kepada masyarakat.

Three are number of definition of ideology, (1) a system of believes characteristic of particular class or group, (2) a system of illusory beliefs – false ideas or false consciousness- which can be contrasted with true or scientific knowledge, (3) the general process of the production of meanings and ideas (Williams dalam Fiske,1990:165).

Dari ketiga definisi ideologi di atas, sebuah ideologi erat kaitannya dengan sistem sosial kehidupan masyarakat. Menurut Althusser terdapat empat aspek inti dari ideologi yaitu,

(1) ideologi memiliki fungsi umum untuk membangun subjek, (2) ideologi sebagai pengalaman yang dijalani tidaklah palsu, (3) ideologi sebagai kesalahan dalam memahami kondisi nyata eksistensi adalah sesuatu yang palsu, (4) ideologi terlibat dalam reproduksi bangunan sosial dan relasi mereka terhadap kekuasaan. Althusser tidak sepakat dengan Marx yang menyatakan bahwa ideologi sebagai kesadaran palsu (Althusser dalam Barker, 2006:58).

Marx menyatakan bahwa pertama, ide-ide dominan dalam masyarakat adalah ide kelas berkuasa, kedua, apa yang kita persiapkan sebagai karakter sejati relasi sosial di dalam kapitalisme sebenarnya adalah mistifikasi pasar. Marx sangat

menentang kapitalisme karena dianggap merugikan kaum proletar dan menguntungkan bagi para penguasa atau kaum borjuis (Marx dalam Barker, 2006:57).

Dari Penjelasan ideologi menurut Marx dan Althuser di atas maka istilah ideologi memiliki dua pengertian yang berlawanan. Secara positif, ideologi dipersepsi sebagai suatu pandangan dunia (*world view*) yang menyatakan nilai-nilai kelompok sosial tertentu untuk membela dan memajukan kepentingan mereka. Secara negatif, ideologi dilihat sebagai suatu kesadaran palsu, yaitu suatu kebutuhan untuk melakukan penipuan dengan cara memutar balikkan pemahaman orang mengenai realitas sosial (Larrin dalam Sunarto dalam Sobur, 2006:61).

Penjelasan mengenai ideologi sangat dibutuhkan dalam penelitian ini, karena ideologi merupakan konsep sentral dalam wacana yang bersifat kritis. Praktik kewacanaan memberikan kontribusi bagi penciptaan dan pereproduksi hubungan kekuasaan yang tak setara antara kelompok-kelompok sosial, misalnya antara kelas sosial, perempuan dan laki-laki, kelompok minoritas dan mayoritas etnis. Efek-efek tersebut dipahami sebagai efek ideologis (Jorgensen dan Philips, 2007:119).

E.6. Bahasa Jawa

Pembahasan mengenai lokalitas berkaitan erat dengan kebudayaan. Kebudayaan yang akan kita kaji adalah budaya Jawa khususnya bahasa Jawa. Salah satu suku yang memiliki penduduk terbanyak adalah suku Jawa. Orang Jawa dengan kebudayaan Jawa memiliki sejarah yang menarik untuk dikaji. "Orang Jawa yang paling tua budayanya adalah orang Banyumas" (Damarjati dalam Herusatoto,

2008:122). Salah satu kekayaan yang dimiliki bangsa Indonesia adalah kekayaan budaya.

Indonesia yang terbagi atas pulau-pulau melahirkan daerah-daerah yang memiliki kebudayaan yang bersifat kedaerahan. Menurut Taylor kebudayaan adalah pandangan hidup yang berperan besar dalam ekosistem komunikasi dan menurut Hall kebudayaan adalah komunikasi dan komunikasi adalah kebudayaan (Hall dalam Liliweri, 2004:109).

Komunikasi adalah sentral bagi kehidupan budaya, tanpa komunikasi, budaya dalam jenis apapun akan mati. “Komunikasi merupakan sarana penting untuk mengaplikasikan adat istiadat dalam komunitasnya. Adat istiadat sebagai elemen budaya perlu dilestarikan dan diaplikasikan setiap generasi dalam komunitas masyarakat agar tidak punah” (Fiske,1990:8). Sebelum mengenal tulisan dari dulu manusia saling berkomunikasi dengan bahasa verbal ataupun non verbal yang dapat dipahami oleh komunitasnya. Bahasa merupakan bagian dari kebudayaan. Seperti halnya masyarakat dalam komunitas Jawa yang menggunakan bahasa Jawa sebagai alat komunikasinya.

”Dalam komunitas Jawa terdapat bahasa Jawa yang merupakan sub-keluarga Hipornesia dari keluarga bahasa Malayo/melayu-Polinesia” (Murdock dalam Koentjaraningrat,1984:17). Bahasa Jawa terdiri dari bahasa Jawa yang digunakan untuk komunikasi sehari-hari dan bahasa Jawa kesusastraan. Penggunaan bahasa Jawa di setiap daerah memiliki ciri-ciri khusus yaitu:

a. Gaya Bahasa

Gaya bahasa Jawa yang pertama kali muncul dan mempengaruhi gaya bahasa Jawa selanjutnya adalah bahasa Jawa yang digunakan dalam karya-karya kesusastraan zaman Kerajaan Mataram akhir abad ke-19. Ragam gaya bahasa Jawa muncul dikarenakan adanya perbedaan kelas, kedudukan, pangket,

senioritas bagi komunikan dan komunikator. Bahasa Jawa memiliki gaya bahasa yang berbeda. Gaya bahasa yang berbeda disebabkan oleh 2 hal yaitu : (1) perbedaan morfologi karena penggunaan awalan atau akhiran, (2) perbedaan sintaksis karena penggunaan sinonim yang lain, partikel yang lain, kata ganti orang yang lain atau kata penunjuk yang lain kecuali ketiga gaya paling dasar yaitu Ngoko, Madya dan Krami/Krama memiliki aturan gaya bahasa yang baku (Koentjaraningrat, 1984:21).

b. Logat Bahasa

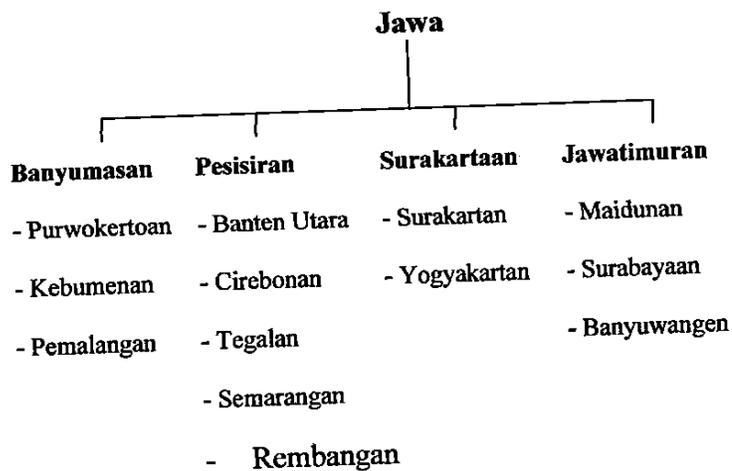
Persebaran logat bahasa Jawa dipengaruhi oleh keadaan geografi Pulau Jawa yang memiliki sungai-sungai yang diprediksi sebagai sarana transportasi zaman dulu. Di bagian barat daerah kebudayaan Jawa, terdapat daerah aliran sungai Serayu yang bermuara di selatan Pulau Jawa. Orang-orang Jawa yang tinggal di daerah ini mengucapkan bahasa Jawa dengan logat Banyumas yang khas (Koentjaraningrat, 1984:23).

Bahasa Jawa dalam komunikasi sehari-hari memiliki ragam kosakata yang disesuaikan dengan pemahaman kelompok masyarakatnya. Bahasa Jawa masyarakat Jawa Timur berbeda dengan bahasa Jawa masyarakat Solo dan Yogyakarta. Misalnya, masyarakat Solo dan Yogyakarta memakai bahasa Jawa Ngoko yang memiliki ciri intonasi pengucapan halus dan masyarakat Jawa Timur sebaliknya. Contoh perbedaan dalam penggunaan kosakata bahasa Jawa, penggunaan kata *ngeleh* di Jawa timur memiliki arti memindah sesuatu (barang) namun jika di Solo dan Yogyakarta *ngeleh* memiliki arti lapar.

Istilah logat bahasa dapat juga disebut dengan dialek. Dalam bahasa Jawa terdapat beberapa dialek yang kita kenal yaitu, "dialek Surakartaan, dialek Yogyakartaan, dilek Semarangan, dialek Jawatimuran, dialek Cirebonan, dialek Banyumasan" (Herusatoto, 2008:163). Penggunaan bahasa Jawa di setiap daerah memiliki dialek yang berbeda yang menjadi ciri khas berbahasa. Menurut Raminah

Baribin dalam makalah "Dialek Jawa di Kotamadya Semarang":

Gb.3 Skema dialek bahasa Jawa Raminah Baribin



Sumber : Baribin dalam Herusatoto (2008:164).

Sejarah bahasa Jawa dimulai dari bahasa Jawa Banyumas. Sebelum mengalami perkembangan dan masuk pada tata aturan bahasa baku, asal bahasa Jawa disebut bahasa ngoko lugu atau Jawadipa atau biasa disebut Ngoko asli. Bahasa ngoko lugu pertama dikenal dan digunakan oleh orang-orang eks-Karesidenan Banyumas (Cilacap, Purwokerto, Purbalingga, dan Banjarnegara). Seiring perkembangan zaman maka muncul bahasa *Bandhek/gandhek* yang dikenal dengan sebutan *bahasa gandhekan*, yaitu bahasa yang pengucapannya miring. Bahasa *Gandhek* dirasa memiliki nilai rasa yang lebih halus, sopan. Setelah muncul bahasa *gandhekan/bandhekan* maka selanjutnya adalah muncul bahasa Jawa krama yang mulai dirintis pada zaman Kerajaan Demak Bintoro (Kerajaan Islam I di Jawa) (Herusatoto, 2008:159-12). Persebaran logat bahasa Jawa di beberapa daerah berikut meliputi :

Di daerah aliran sungai Opak, Praga dan di hulu sungai Bengawan Solo dan daerah pegunungan sekitarnya menggunakan logat Jawa Tengah Solo-Yogya yang merupakan pusat kebudayaan Jawa-Kraton, yang dianggap sebagai

daerah sumber nilai-nilai dan norma-norma Jawa. Oleh karena itu logat Bahasa Jawa Solo-Yogya dianggap sebagai bahasa Jawa yang beradab (Koentjaraningrat, 1984:24).

Bahasa Jawa logat Solo-Yogya dapat kita amati memiliki logat yang lebih halus dibandingkan dengan logat bahasa Jawa di daerah Jawa Timur, Banten yang terpengaruh oleh daerah-daerah di sekitarnya yang tidak termasuk Pulau Jawa. Logat bahasa Jawa Banyumasan atau biasa disebut dengan bahasa Ngapak dianggap sebagai bahasa Jawa dengan kesan kasar, kurang sopan. Praktik penggunaan bahasa Jawa perlu melihat siapa yang diajak bicara. Misalnya, bahasa krama inggil digunakan untuk berbicara dengan orang yang lebih tua atau orang yang memiliki kedudukan lebih tinggi untuk menghormati lawan bicara. Bahasa ngoko digunakan untuk berbicara dengan orang yang usinya sebaya atau kedudukannya sederajat.

Selain logat dan gaya bahasa yang perlu dicermati pada bahasa Jawa adalah bentuk penggunaan bahasa Jawa dalam komunikasi sehari-hari yang dipengaruhi oleh interaksi lingual Jawa-Indonesia, Indonesia-Jawa. Menurut Sudaryanto hal ini dikarenakan,

Pengguna bahasa Jawa adalah manusia Jawa yang tinggal di Indonesia yang bahasa nasionalnya adalah bahasa Indonesia. Struktur bahasa Indonesia dan bahasa Jawa tidak jauh berbeda dengan pola urutan VO (*Verb, Object*). Hal tersebut tidak mengherankan karena jika dilihat secara diakronis, kedua bahasa tersebut tumbuh berkembang dari asal protobahasa yang sama yaitu Melayu-Polinesia atau Austronesia (Sudaryanto, 1989:127).

Perkembangan zaman mengakibatkan penggunaan bahasa Jawa dalam masyarakat Jawa semakin berkurang. Banyak masyarakat Jawa yang tidak dapat berbahasa Jawa. Sebagai suku Jawa dan sebagai Bangsa Indonesia, masyarakat Jawa lebih memilih berkomunikasi dengan bahasa Indonesia.

E.7. Produksi Media dan Profesional Media

Media dan globalisasi tidak dapat dipisahkan, keduanya saling beriringan dan saling mempengaruhi.

The era of media globalization poses new question about the relationship between media professionals and media audiences. Other than ratings or sales figures, or perhaps audience response through e-mail or interactive satellite television, how do media professionals who produce globally distributed media texts gauge audience interest and response to their texts (Devereux, 2003:78).

Program acara televisi dibuat oleh stasiun televisi untuk menarik khalayak sebanyak mungkin. Misalnya, yang dibutuhkan oleh masyarakat adalah informasi, maka televisi memproduksi acara berita yang menyuguhkan informasi terkini, akurat dan lengkap. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam hal diskusi dibuatlah program acara *talkshow* interaktif di mana penonton dapat terlibat secara langsung melalui telepon. Jika berita mengangkat sebuah realitas yang ada maka program acara *talkshow* merupakan tindak lanjut untuk mendiskusikan sebuah realitas tertentu. Sebuah program acara televisi yang dibuat berdasarkan kebutuhan masyarakat akan dapat menarik banyak penonton.

Kualitas sebuah program acara televisi ditentukan oleh kinerja para pekerja media, sehingga proses produksi sebuah program acara televisi harus dirancang sedemikian rupa untuk menghasilkan acara yang menarik. Produksi dan persepsi media merupakan penguraian *encoding* dan *decoding* dalam menekankan pemahaman terhadap teks media. Dalam riset produksi mengarahkan pemahaman pada produksi media dan para pekerja media. Produksi media di sektor televisi memiliki bagian programming, di mana isi program acaranya menjadi tanggung jawab programer acara tersebut. (Devereux, 2003:79).

Dalam produksi televisi selain programmer yang berasal dari pekerja televisi sendiri, pembuatan program acara dibantu oleh PH (*Production House*). PH merupakan rumah produksi penyuplai acara televisi. Acara televisi tidak melulu berita namun banyak ragam. Ada sinetron, kuis, *talkshow*, *reality show* (Wirodono, 2005:73).

Banyaknya program televisi yang disuplai oleh PH yang sama menjadikan program acara di televisi-televisi kita menjadi serupa. Bisa kita lihat acara sinetron-sinetron yang ada di berbagai televisi swasta nasional kita, rata-rata memiliki ide cerita yang sama. Ide ceritanya pun musiman, jika ada yang menayangkan sinetron tentang anak tiri yang teraniaya maka di stasiun televisi lain juga menayangkan sinetron sejenis namun dengan judul dan artis berbeda.

Era globalisasi media saat ini memudahkan masyarakat untuk terlibat langsung dengan media. Dalam sebuah program acara *talkshow* interaktif, informasi yang disampaikan dapat didiskusikan langsung antara masyarakat dengan pakar atau orang-orang yang berkompeten dibidangnya yang dihadirkan dalam *talkshow* tersebut. Audiens dapat bertanya atau menanggapi langsung topik atau tema yang dibawakan oleh narasumber *talkshow* melalui telepon. Salah satu stasiun televisi lokal yang memproduksi program acara berupa *talkshow* adalah TATV dengan program *talkshow* unggulannya yaitu "Jagongan Sar Gedhe".

E.8 Reception Audiences of Mass Media (Resepsi Audiens Terhadap Media Massa)

Resepsi audiens terhadap media dalam pembahasan analisis resepsi berusaha

memahami bagaimana hubungan antara audiens dengan media. Dalam hal ini adalah bagaimana audiens mengikuti, menerima dan merespon teks yang diproduksi oleh media yang dalam penelitian ini berupa program acara televisi.

Terdapat tiga kunci yang dapat membantu menjelaskan analisis resepsi yaitu, *encoding/decoding*, *ethnographic* dan *constructionist models* yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. *Encoding/Decoding*

Encoding dikerjakan atau dilakukan oleh profesional media yang bertugas membuat atau memproduksi pesan dan *decoding* merupakan kegiatan audiens media dalam mengolah pesan yang diterima dari media. Kekhasan audiens media berpengaruh dalam penginterpretasian pesan media. Hal ini dapat di atasi dengan membedakan pesan media dalam empat hal yaitu *dominant code* (pesan yang mempengaruhi), *the professional code* (pesan yang bersifat kuat), *the negotiated code* (pesan yang dirundingkan) dan *oppositional code* (pesan yang bertentangan). Empat hal di atas dapat membantu audiens untuk menginterpretasikan pesan media agar tidak jauh berlainan dengan konteks makna pesan aslinya. Dalam paradigma *encoding/decoding* audiens dapat merekonstruksi pesan atau bahkan menentang pesan yang diproduksi oleh media. Dalam melihat teks media terdapat pesan mana yang ditekankan atau diutamakan sehingga dapat menghasilkan interpretasi pesan yang sesuai. Untuk mengetahui resepsi audiens terhadap media dapat dilakukan dengan *focus group interview*, *in-depth interviews* dengan individu

Dalam penelitian ini media yang digunakan adalah televisi. Pesan yang disampaikan kepada audiens media berupa program acara televisi. Teks yang terkandung dalam acara televisi dapat diinterpretasikan berbeda oleh audiens media karena audiens memiliki karakter yang berbeda. Dalam melihat teks media, terdapat pesan mana yang ditekankan atau diutamakan

b. *Ethnographic*

Terdapat tiga karakteristik terkait dengan etnografi audiens. Pertama, audiens yang cara pandanginya dipengaruhi oleh perspektif feminist. Kedua, audiens yang benar-benar konsentrasi terhadap isi dan resepsi teks media. Ketiga, audiens yang memahami resepsi media dalam konteks kehidupan masyarakat sehari-hari. Untuk mengetahui resepsi audiens terhadap media dilihat dari etnografi audiens dapat dilakukan dengan *focus group interview*, *participan focus group interviews*. (Devereux, 2003:140).

Dari ketiga karakteristik tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa, audiens dengan karakteristik pertama memiliki ketertarikan yang seimbang terhadap program acara televisi baik yang berjenis *public affairs* maupun fiksi. Audiens dengan karakteristik yang kedua dalam memilih program acara televisi lebih tertarik pada program acara yang memiliki fungsi pesan yang bermanfaat bagi masyarakat karena media menjadi bagian dalam hidup keseharian. Audiens dengan karakteristik yang ketiga dalam memilih program acara lebih memilih program acara televisi yang dekat dengan konteks kehidupan masyarakat sehari-

c. *Constructionist Approach*

Dalam pendekatan konstruksionis, resepsi audiens terkait dengan dunia sosial yang lebih luas dibandingkan dengan dua pendekatan sebelumnya. Resepsi pada program acara atau jenis acara televisi dapat memberikan lebih dari sekedar arti kemasyarakatan. Pendekatan konstruksionis dalam melihat resepsi audiens terhadap pesan media menggabungkan antara karakteristik *Encoding/decoding* dan *Ethnographic* (Devereux, 2003:141).

E.9 Kelas Sosial

Istilah kelas sosial muncul dikarenakan adanya masyarakat. Masyarakat merupakan beragam kelompok-kelompok orang dengan ciri pembeda yang berupa warna kulit, jenis kelamin, umur, logat bicara, pendapatan, pendidikan, cara hidup atau kebiasaan, kepercayaan agama dan politik. Munculnya kelas-kelas sosial terbentuk dari masyarakat yang memiliki sejumlah orang dalam kelompok besar dengan kategori-kategori khusus. Kelas-kelas sosial muncul dikarenakan pembagian kerja secara sosial (Yermakova dan Ratnikov, 2002:13-14).

Pembagian kelas dalam kehidupan masyarakat berkaitan dengan pembagian kerja masyarakat. Menurut Karl Marx pembagian kerja masyarakat telah melemparkan kaum proletariat ke tingkat keterasingan, direnggut dari semua kualitas dan pemilikan (terutama pemilikan alat-alat produksi). Proses dehumanisasi ini terjadi dalam masyarakat kapitalis dan menyusutkan sifat-sifat manusiawi kaum proletar menjadi pengada keuntungan semata-mata. Marx menganjurkan untuk memberontak kepada lembaga-lembaga sosial masyarakat kapitalisme. Tidak

diragukan lagi bahwa kita hidup dalam bangunan yang di-organisasi oleh sistem kapitalis dengan mendalamnya pembagian kelas yang terwujud dalam kerja, upah, perumahan, pendidikan dan kesehatan (Marx dalam Barker, 2006: 13-15). Menurut Marx sesungguhnya dalam masyarakat hanya terdapat dua kelas utama yaitu borjuis dan proletar. Borjuis yang menindas (mendominasi) dan proletar yang ditindas (didominasi) (Marx dalam Usman, 2004:35).

Pembagian kelas-kelas sosial di zaman masyarakat sekarang ini tidak hanya terbatas pada kelas borjuis dan proletar. Istilah borjuis dan proletar dalam perkembangan masyarakat terkini tidak hanya dilihat dari siapa pemilik modal dan siapa pekerjanya, namun lebih kompleks dari sekedar hal tersebut. Perkembangan teknologi dan perkembangan budaya menjadikan pembagian kelas sosial dalam masyarakat mengikuti perkembangan zaman.

Kelas-kelas sosial mencakup kelompok pengeksploitasi dan penindas di satu pihak, dan yang dieksploitasi dan ditindas dipihak lain. Kelas-kelas tersebut bersifat antagonis karena kepentingan mereka tidak dapat dipertemukan. Marx menyatakan bahwa masyarakat kapitalis adalah masyarakat terakhir dalam sejarah manusia dengan kelas-kelas antagonisnya (Marx dalam Yermakova dan Ratnikov, 2002:15).

"Kelas-kelas adalah kelompok-kelompok orang di mana seseorang dapat menikmati hasil kerja dari yang lainnya karena posisi-posisi yang berbeda yang mereka duduki dalam sebuah sistem sosial ekonomi yang telah ditentukan" (Lenin dalam Yermakova dan Ratnikov, 2002:15). Keberadaan kelas secara tidak langsung menghasilkan sebuah hubungan simbiosis mutualisme di mana antar kelas saling membutuhkan. Hubungan simbiosis mutualisme bukan berarti selalu seimbang antar

kelas, karena masih memungkinkan adanya kesenjangan hubungan yang dihasilkan, kelas mana yang diuntungkan lebih besar dan kelas lainnya diuntungkan dalam jumlah yang lebih kecil.

Pembedaan kelas sosial dalam masyarakat merupakan kesepakatan sosial dalam masyarakat itu sendiri. Dalam masyarakat terdapat sebutan-sebutan bagi golongan kelas yang merupakan hasil dari transformasi sosial-budaya. Misalnya dalam masyarakat Jawa, pada zaman kerajaan dahulu kala ketika patronase raja masih berjaya, kelompok kerajaan merupakan simbol kelas sosial tertinggi dalam masyarakat. Setelah surutnya patronase raja pada kearifan, muncul kapitalistik yang menguasai bidang intelektual dalam hal ini berpengaruh pada karya sastra sebagai simbol intelektual pada masa itu. Kaum intelektual dan karya-karyanya memiliki pengaruh yang cukup penting dalam perubahan zaman (Kuntowijoyo, 2006:15).

Perubahan zaman dari waktu ke waktu memiliki pertanda, oleh karena itu :

Untuk mensahkan putusnya suatu zaman dan munculnya zaman baru dalam sastra, dikukuhkanlah prosa sebagai warna dominan dalam gerakan baru itu. Sastra tembang yang mencerminkan suatu tata sosial berdasarkan aturan-aturan normatif dalam jumlah kata dan bunyi akhir (guru wilangan dan guru lagu) yang mengisyarkan adanya *lungguh* dan *ungguh-ungguh* (posisi sosial dan etiket) yang pasti, digantikan dengan prosa yang mencairkan aturan-aturan (Kuntowijoyo, 2006: 16).

Nilai dan aturan-aturan normatif di atas menjadi atribut suatu kelompok sosial pada masyarakat Jawa. Untuk mengetahui bagaimana kelas sosial masyarakat Jawa terbentuk dapat dilihat pada pendidikan humaniora dalam masyarakat Jawa. Terdapat tiga tipe pendidikan humaniora dalam masyarakat Jawa yaitu "istana, pesantren dan perguruan. Tiga tipe inilah yang membentuk budaya Jawa, sebagai hasil akhir dari

suatu proses interaksi antar-kelompok sosial" (Kuntowijoyo, 2006: 17)

Pendidikan humaniora memiliki keterkaitan erat dengan latar belakang struktural suatu kelompok masyarakat agraris. Adanya kelompok agraris menunjukkan pembagian yang penting antara penguasa dan rakyat yang masing-masing diwakili oleh bangsawan dan petani.

Kaum bangsawan yang mewakili masyarakat feodal yang berwenang untuk menjelaskan secara filsafati dan teologi dasar-dasar keberadaan masyarakat. Petani cenderung mengenali iklim, waktu dan ruang hidup mereka. Oleh karena itu kedua kelompok tersebut berbeda dalam memahami *ngelmu* (ilmu) atau *kawruh* (pengetahuan) (Kuntowijoyo, 2006:48-49).

Seiring perkembangan dan komplikasi produksi sosial dan keseluruhan kehidupan sosial mengharuskan adanya pembagian dalam fungsi-fungsi administratif. Misalnya, seorang kapitalis tidaklah murni menjadi kapitalis karena ia menjalankan produksi individualnya. Kelas penguasa harus memainkan peran berbeda dalam organisasi sosial kerja. Pembedaan kelas lain yang tampak adalah kelas-kelas dengan ukuran pendapatan sosial mereka dan cara mereka mendapatkannya. Kapitalisme dalam hal ini berbicara bahwa terdapat perbedaan besar antara bagian pendapatan kekayaan sosial yang diterima oleh kelas pengeksploitasi dan yang di eksploitasi. "Ukuran pendapatan dan cara mendapatkannya merupakan sebuah karakteristik kelas yang esensial" (Yermakova dan Ratnikov, 2002:16-17).

Dalam keberadaan masyarakat sekarang sebuah kelas sosial ditentukan oleh pendapatan dan cara mereka mendapatkannya. Dalam masyarakat Jawa sekalipun kelas sosial yang berdasarkan historis seperti golongan ningrat misalnya tidak lagi menjadi ukuran mutlak untuk menempatkan mereka pada kelas sosial yang tinggi jika kekayaan materi yang dimiliki tidak banyak. Dalam masyarakat kita sekarang

pembedaan kelas sosial selain ditentukan oleh seberapa banyak kekayaan materi yang dimiliki, peran mereka dalam kehidupan sosial menentukan kelas sosial seseorang. Misalnya seorang pelajar pandai tidak termasuk golongan kelas sosial yang tinggi dalam masyarakat jika dia hanya pandai dalam bidang keilmuan namun tidak memiliki peran penting dalam kehidupan sosial. Seorang pejabat pemerintah ditempatkan pada kelas sosial yang tinggi karena peran mereka dalam ranah publik sebagai penguasa/pemimpin ditengah-tengah masyarakat.

E: Metodologi Penelitian

F.1 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian yang digunakan adalah paradigma kritis yang memiliki beberapa karakteristik mencakup tindakan, konteks, historis, kekuasaan, dan ideologi. Pendekatan ini berupaya mengungkap kepentingan-kepentingan yang bermain di dalamnya.

Wacana tidak dapat dipisahkan dari masyarakat karena wacana merupakan bagian dari masyarakat. Studi wacana tidak lepas dari mempelajari struktur sosial dan perlawanan masyarakat terhadap penindasan. Studi wacana berusaha membuat perubahan dalam kehidupan sosial (Norman Fairclough dan Wodak dalam Van Dijk, 1997:23).

Penelitian ini dianalisis menggunakan analisis wacana kritis representasi dengan melihat wacana pemakaian bahasa dalam pengucapan sebagai bentuk dari praktik sosial. Menggambarkan wacana sebagai praktek sosial menyebabkan sebuah hubungan dialektis di antara masyarakat diidentifikasi dengan praktik sosial.

struktur sosial yang membentuknya. “Tujuan analisis wacana kritis adalah menjelaskan dimensi linguistik-kewacanaan fenomena sosial dan kultural dan proses perubahan dalam modernitas terkini” (Jorgensen dan Philips, 2007:116).

F.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis teks pada “Jagongan Sar Gedhe”. Karakter penelitian kualitatif meliputi : konteks kritis, penilaian dari studi kasus, integritas peneliti tinggi (Neuman, 1997:327).

F.3. Obyek Penelitian

Obyek penelitian adalah program acara “Jagongan Sar Gedhe” yang ditayangkan di TATV Solo setiap hari Selasa pukul 21:00 WIB.

F.4. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan studi kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa :

a. Observasi

Peneliti mengamati, memperhatikan, mendengarkan instrumen sumber informasi dengan seksama (Neuman, 1997 : 361). Dalam mengumpulkan data peneliti mengamati tayangan acara “Jagongan Sar Gedhe” dan terjun langsung ke lapangan mengikuti proses produksi acara.

b. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah memanfaatkan referensi dari data dan teori yang dapat

berupa buku, jurnal, artikel dan sumber tertulis lainnya (Moleong, 1994:90). Peneliti mengumpulkan data literatur pendukung dari beberapa buku yang berhubungan dengan ilmu komunikasi, budaya, dan politik yang dapat mendukung dan relevan untuk digunakan dalam penelitian ini.

c. Wawancara (*Interview*).

Wawancara atau *interview* adalah pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung kepada sumber informasi. *Interview* dalam pengumpulan data ini termasuk dalam *typical field interview*, di mana yang diwawancara bukanlah kelompok responden namun hanya dengan orang tertentu yang bersangkutan dengan obyek penelitian (Neuman,1997:371). Dalam penelitian ini wawancara akan dilakukan dengan presenter acara dan salah satu tim "Jagongan Sar Gedhe".

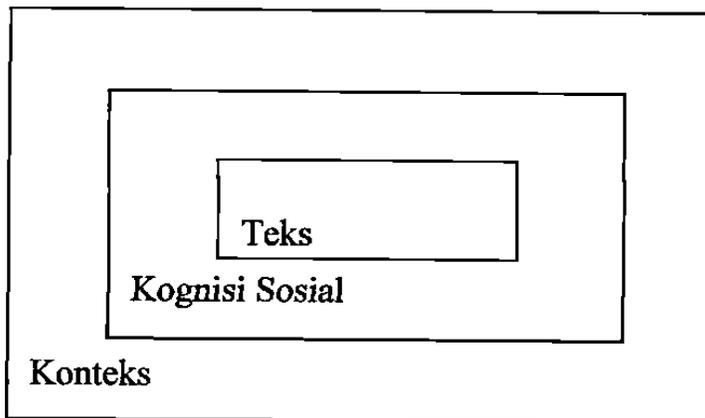
F.5. Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan teori wacana model Van Dijk yang menggabungkan elemen-elemen wacana yang dapat diaplikasikan secara praktis yang terdiri dari satu kesatuan berupa teks, kognisi sosial dan konteks. Teun Van Dijk menghubungkan antara teks dengan bagaimana teks itu diproduksi jadi tidak semata-mata bentuk teks itu sendiri.

Peneliti melakukan analisis terhadap data yang diperoleh dengan menggunakan analisis wacana representasi. Representasi lokalitas bahasa Jawa akan tampak jika diamati dari teks-teks yang berupa dialog antara presenter, narasumber dan orang-orang yang memiliki peran di acara "Jagongan Sar Gedhe".

Proses analisis wacana terhadap teks akan dijabarkan dalam tabel struktur wacana di bawah ini :

Gb. 4



Sumber: Eriyanto (2001:225)

a. Analisis Teks

Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis wacana representasi sesuai dengan metode penelitian ini. Analisis wacana representasi ini menitik beratkan pada studi kritis terhadap teks JSG yaitu bahasa Jawa. Melalui analisis data ini dapat diketahui bagaimana lokalitas bahasa Jawa direpresentasikan dalam JSG.

Dalam analisis wacana representasi ini menggunakan model Wacana Teun A. Van Dijk yang terdiri dari beberapa elemen analisis sebagai berikut :

Tabel.1

Model Struktur Wacana Teun A. Van Dijk

Struktur wacana	Hal yang diamati	Elemen
Struktur Makro	TEMATIK Apa tema yang diangkat dalam <i>talkshow</i>	Topik
Superstruktur	SKEMATIK Bagaimana kalimat dialog disusun dan dirangkai	Skema
Struktur Mikro	SEMANTIK Makna yang ingin ditekankan dalam dialog	Latar, detil, maksud, pengandaian, dan nominalisasi
	SINTAKTIS Bagaimana kalimat (bentuk, susunan) dialog yang dipilih	Bentuk kalimat, koherensi, kata ganti
	STILISTIK Bagaimana pilihan kata yang dipakai dalam teks	Leksikon
	RETORIS Bagaimana dan dengan cara apa penekanan dilakukan	Grafis/gambar, metafora, dan ekspresi

Sumber: Eriyanto (2001: 228)

1. Tematik

Tematik adalah gambaran umum dari suatu teks atau bisa disebut tema atau topik dari sebuah teks. Topik merupakan struktur makro dari suatu wacana. Tindakan, keputusan atau pendapat dapat diamati pada struktur makro dari suatu wacana. Struktur makro memberikan pandangan apa yang akan dilakukan untuk mengatasi suatu masalah (Van Dijk dalam Sobur, 2006:75).

Topik disebut sebagai gagasan inti, ringkasan, atau yang utama dari suatu teks. Dalam obyek penelitian ini, presenter menentukan topik dan menyampaikan apa yang dimaksud oleh narasumber/ tamu acara dalam

talkshow ini. Oleh karena itu topik menunjukkan tema sentral, konsep dominan, dan paling penting dari suatu teks. Topik yang diangkat dalam acara “Jagongan Sar Gedhe” menjadi bagian dari kajian penelitian ini.

2. Skematik

Skematik merupakan super struktur/struktur formal. Skematik membantu dalam mengidentifikasi wacana dari awal hingga akhir atau dari *headline* sampai laporan berita. Dalam penyusunan teks dimulai dengan *headline* kemudian dilanjutkan dengan *news report*. Dalam susunan teks harus ada kesinambungan antara topik dengan berita (Van Dijk, 1997:13).

Dalam penelitian ini skematik merupakan strategi yang dilakukan oleh presenter untuk mendukung makna umum berupa dialog yang dilakukan dengan narasumber. Skematik menunjukkan alur dialog dari pendahuluan sampai akhir dan bagaimana bagian-bagian dalam teks disusun dan diurutkan oleh presenter sehingga membentuk kesatuan arti.

3. Semantik

Semantik merupakan proses yang mendasari berbagai hal penting dalam penekanan pemaknaan untuk menonjolkan maksud teks. Semantik merupakan elemen wacana yang berperan untuk memutuskan penggunaan struktur bahasa dalam teks (Van Dijk, 1997:66).

Hal terpenting dalam analisis wacana adalah makna yang ditunjukkan oleh struktur teks. Semantik tidak hanya mendefinisikan bagaimana yang terpenting dari struktur wacana, tetapi menggiring ke arah sisi tertentu dari satu peristiwa. Strategi semantik selalu dimaksudkan untuk menggambarkan diri

sendiri atau kelompok sendiri secara positif; sebaliknya, menggambarkan kelompok lain secara buruk, sehingga menghasilkan makna yang berlawanan. Elemen semantik disajikan meliputi latar atau elemen wacana yang menampilkan alasan makna itu sehingga dapat dijadikan pembenaran gagasan yang diajukan dalam suatu teks. Berikutnya adalah elemen wacana detil yang berhubungan dengan kontrol informasi yang disampaikan seorang komunikator (Sobur, 2004:78).

Dalam elemen wacana semantik terdapat praanggapan. Praanggapan merupakan pernyataan yang digunakan untuk mendukung makna suatu teks. Praanggapan ditampilkan dalam pernyataan yang dipandang terpercaya sehingga tidak perlu dipertanyakan. Praanggapan merupakan fakta yang belum terbukti kebenarannya , tetapi dijadikan dasar untuk mendukung gagasan tertentu. (Eriyanto, 2001: 256).

4. Sintaksis

Sintaksis adalah pembentukan kalimat agar tersusun dengan luwes. Sintaksis merupakan strategi untuk menampilkan citra positif atau negatif terhadap obyek pemberitaan. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan pemakaian kata ganti, aturan tata kata. Kategori sintaktis biasanya dilakukan secara spesifik pada kalimat aktif atau pasif, peletakan anak kalimat atau pemakaian kalimat yang kompleks. Dalam sintaksis juga ditekankan adanya koherensi antar kalimat sehingga mudah memahami pesannya (Sobur, 2004: 80).

Dalam elemen wacana sintaksis struktur kalimat dalam teks dapat diamati melalui bentuk kalimat dan kalimat majemuk. Dalam kalimat majemuk terdapat

yang menempatkan inti kalimat di bagian muka, kemudian dilanjutkan dengan keterangan tambahan. Induktif adalah bentuk kalimat yang menempatkan inti kalimat di bagian belakang. Dalam kalimat deduktif aspek penekanannya lebih terlihat, sedangkan dalam kalimat induktif aspek penekanannya lebih tersamar atau tersembunyi (Eriyanto, 2001:253).

Susunan kalimat dapat digabungkan dengan membuat koherensi. Koherensi adalah sebuah pertalian atau jalinan yang menghubungkan dua kalimat yang tidak saling berhubungan. Jalinan tersebut dihubungkan dengan kata penghubung atau *conjunction*. Komunikator menggabungkan dua kalimat menjadi satu dengan kata penghubung agar lawan bicara memahami keterkaitan antara peristiwa pada kalimat pertama dan kalimat kedua dan sebaliknya (Eriyanto, 2001:242).

Dalam sintaksis terdapat aturan mengenai kata ganti. Penggunaan kata ganti dimaksudkan untuk menunjukkan di mana posisi seseorang dalam wacana. Kata ganti digunakan untuk mengungkapkan sikap komunikator. Kata ganti “saya” atau “kami” menunjukkan sikap resmi semata-mata komunikator. Kata ganti “kita” menjadikan sikap tersebut mengacu pada sikap bersama dalam suatu kelompok tertentu. Kata ganti “kita” menghilangkan sekat antara komunikator dan khalayak. Kata ganti “mereka”, “kamu” menunjukkan adanya jarak antara komunikator dengan audiens (Eriyanto, 2001:253-254).

5. Stilistik

Pusat perhatian stilistik adalah *style*, yaitu cara yang digunakan seorang pembicara atau penulis untuk menyatakan maksudnya dengan menggunakan

bahasa sebagai sarananya. *Style* dapat diterjemahkan sebagai gaya bahasa (Sudjiman dalam Sobur, 2006:82). Dalam *style* mencakup diksi/peilihan kata. Peilihan kata yang digunakan dalam berita harus benar-benar disesuaikan dengan konteks pemberitaan karena pilihan kata yang dipakai menunjukkan sikap ideologi tertentu. Peristiwa yang sama dapat digambarkan dengan pilihan kata yang berbeda. Misalnya, Suharto wafat (memilih kata wafat untuk menyatakan bahwa Suharto mati). Suharto wafat memiliki kesan makna penghargaan terhadap Suharto dan kesedihan karena Suharto pergi untuk selamanya.

Function of styles : (1) to express one's relation towards a situation, (2) to enable the self-presentation of the speaker/writer, (3) to tailor (design) activities for particular types of recipients, such as children, foreigners, in-group members, (4) to define particular (kind of) relation between speaker or writer and recipient, (5) to set apart different kinds of activities in their squence (Van Dijk, 1997:140).

6. Retoris

Analisis retorik fokus pada persuasif. Retorik merupakan salah satu ciri khas dalam struktur wacana. Retorik dituangkan dalam kalimat berupa repetisi/pengulangan, struktur kalimat yang tidak lengkap. Retorik dalam studi kalimat membuat kalimat bermakna hiperbola, metafora, ironis. Kalimat dibuat sedemikian rupa untuk dapat mempengaruhi audiens (Van Dijk, 1997:12). Retorik merupakan gaya seseorang yang tampak ketika berbicara atau menulis. Fungsinya mengungkapkan secara persuasif dan berhubungan erat dengan bagaimana pesan itu ingin disampaikan kepada khalayak.

Dalam retorik terdapat metafora. Metafora adalah bahasa kiasan atau perbandingan, ungkapan, peribahasa, petuah luhur, kata-kata kuno yang digunakan

oleh komunikator untuk memperkuat pesan utama. Metafora yang digunakan dalam teks JSG berupa bahasa kiasan dan ungkapan. Metafora tertentu digunakan oleh wartawan secara strategis sebagai landasan berfikir, alasan membenarkan pendapat atau gagasan tertentu kepada publik (Eriyanto, 2001:259).

b. Analisis Kognisi Sosial

Dalam pandangan Vandijk, analisis wacana tidak dibatasi hanya pada struktur teks, karena struktur wacana itu sendiri menunjukkan atau menandakan sejumlah makna, pendapat dan ideologi. Cara melihat kognisi sosial atau bagaimana teks media diproduksi, maka yang perlu dilakukan adalah melakukan pengamatan langsung terhadap proses produksi JSG. Hal ini dapat diamati melalui wawancara yang dilakukan dengan tim JSG, dengan mengumpulkan data-data JSG dapat kita konstruksikan tujuan dari dibuatnya program acara JSG. (Eriyanto, 2001:259-260).

Terdapat beberapa skema/model menurut Van Dijk tentang bagaimana peristiwa dipahami dan dimengerti :

- a. Skema Person
Menggambarkan bagaimana seseorang menggambarkan dan memandang orang lain.
- b. Skema diri
Berhubungan dengan bagaimana diri sendiri dipandang, dipahami, dan dipahami oleh seseorang.
- c. Skema peran
Berhubungan dengan bagaimana seseorang memandang dan menggambarkan peranan dan posisi yang ditempati dalam masyarakat.
- d. Skema peristiwa
Penafisan dan interpretasi untuk peristiwa tertentu. Memaknai suatu peristiwa dengan skema tertentu (Eriyanto, 2001:262-263).

c. Analisis Konteks

Konteks dapat kita lihat dari berbagai sudut pandang, penulis akan melakukan studi literatur sejarah dan penelusuran kepustakaan. Analisis ini berfungsi untuk menganalisis bagaimana masyarakat melakukan produksi dan reproduksi wacana. Analisis konteks berusaha menganalisis dan mengaitkan wacana di satu sisi dengan masyarakat di sisi lain. Hasil analisis yang dilakukan diharapkan mampu membuktikan hubungan antara isi *talkshow* JSG dengan wacana yang terjadi pada realitas sosial sebenarnya (Eriyanto, 2001:271).

Dalam analisis mengenai masyarakat ada dua titik yang penting yaitu kekuasaan (*power*) dan akses (*access*). Kekuasaan tersebut sebagai kepemilikan yang dimiliki oleh suatu kelompok untuk mengontrol kelompok lain, selain berupa kontrol juga bersifat langsung dan fisik. Dominasi merupakan salah satu dampak dari kekuasaan. Akses dimiliki masing-masing kelompok, akan tetapi akses lebih besar dimiliki oleh kelompok yang lebih berkuasa dan cenderung lebih besar untuk mempengaruhi kesadaran kelompok (Eriyanto, 2001:272).