

KONSTRUKSI PUBLIKASI NILAI-NILAI IDEOLOGI DALAM PERS (MEDIA MASSA)

Oleh. Umi Halwati

Dosen Dakwah dan Komunikasi Islam STAIN Purwokerto

Abstrak

Media massa merupakan alat atau mediator yang efektif dalam publikasi ideologi baik ideologi pro maupun kontra terhadap suatu wacana. Pada prinsipnya, setiap upaya “menceritakan” (konseptualisasi) sebuah peristiwa, keadaan atau benda adalah usaha mengkonstruksikan realitas. Aktifitas media massa adalah menceritakan peristiwa-peristiwa, maka kesibukan utama media massa adalah mengkonstruksikan berbagai realitas yang akan publikasikan. Media menyusun realitas dari berbagai peristiwa yang terjadi hingga menjadi wacana yang bermakna. Pembuatan berita di media pada dasarnya adalah penyusunan realitas-realitas hingga membentuk sebuah wacana yang bermakna. Dengan demikian seluruh isi media tiada lain adalah realitas yang telah dikonstruksikan (constructed reality) dalam membentuk wacana yang bermakna. Oleh karena itu, dalam mengkonstruksi realitas tidak terlepas dari isi media, yaitu peristiwa apa saja yang bisa dipublikasikan dan kearah mana kecenderungan pemberitaan sebuah media hendak diarahkan. Produksi berita, yaitu bagaimana suatu peristiwa dipahami bersama dan dimaknai dan analisis sosial yaitu bagaimana khalayak menafsirkan teks.

Kata kunci: konstruksi, ideologi, pers

A. Pendahuluan

Wacana apapun di media pada dasarnya merupakan suatu konstruksi yang bersifat ideologis. Kenyataannya memang memuat sejumlah kepentingan pihak-pihak tertentu, termasuk pengusaha media cetak dan praktisi pers. Teks-teks yang beredar di ruang public merefleksikan adanya

formasi-formasi diskursif. Konteks dari perbincangan itu ada di dalam ruang public media massa.

Media massa merupakan alat atau mediator yang efektif dalam publikasi ideology baik ideologi pro maupun kontra terhadap suatu diskursus. Menurut Eriyanto¹ bahwa teks merupakan salah satu bentuk praktek ideologi, bahasa, tulisan, pilihan kata maupun struktur gramatika dipahami sebagai pilihan yang diungkapkan membawa makna ideologi tertentu dalam taraf memenangkan dukungan publik. Wacana-wacana dikonstruksi oleh media massa. Oleh karena itu, perang wacana tidak dapat dihindarkan. Perang wacana ini “tersusun” melalui berbagai media termasuk media massa.

Kegiatan dibidang media massa telah menjadi industri, dengan masuknya unsur kapital, media massa harus memikirkan pasar demi memperoleh keuntungan. Karena pengaruh modal ini media massa akan lebih memperhatikan kepuasan khalayak (pelanggan dan pengiklan) sebagai pasar dalam mengkonsumsi berita di media. Publik dalam komunikasi di Indonesia secara umum memiliki keterikatan ideologis (*ideologies laden*) atas dasar agama, nasionalisme ataupun kerakyatan.²

Hamad memandang masalah teks wacana yang dipublikasikan oleh media terdapat tiga masalah mendasar, yaitu masalah makna (*the problem of meaning*), bagaimana orang memahami pesan, informasi apa yang terkandung dalam struktur sebuah pesan, masalah tindakan (*the problem of action*), atau pengetahuan bagaimana memperoleh sesuatu melalui pembicaraan serta masalah koherensi yang menggambarkan bagaimana membentuk suatu pola pembicaraan masuk akal (*logic*) dan dapat dimengerti (*sensible*)³.

Oleh karena itu, ilustrasi di atas menyadarkan bahwa publikasi nilai-nilai ideologi melalui saluran media massa harus tepat sampai kepada pemahaman sasaran (penerima informasi) agar teks media yang diapresiasi dan dipublikasikan dapat efektif bagi masyarakat.

B. Konsepsi Ideologi

Beberapa konsepsi tentang ideologi antara lain sebagai berikut.⁴

1. Raymond William mengklasifikasikan penggunaan ideologi dalam tiga ranah. *Pertama*, sebuah sistem kepercayaan yang dimiliki oleh kelompok atau kelas tertentu. Definisi ini terutama dipakai oleh kalangan psikologi yang melihat ideologi sebagai seperangkat sikap yang dibentuk dan diorganisasikan dalam bentuk yang koheren. Ideologi bukan sistem unik yang dibentuk oleh pengalaman seseorang tetapi ditentukan

oleh masyarakat di mana ia hidup, posisi sosial, pembagian kerja dan sebagainya.

Kedua, sebuah sistem kepercayaan yang dibuat yang dilawankan dengan pengetahuan ilmiah. Ideologi dalam pengertian ini adalah seperangkat kategori yang dibuat dan kesadaran palsu di mana yang berkuasa mendominasi kelompok lain yang tidak dominan. Ideologi di sini bekerja dengan membuat hubungan-hubungan sosial tampak nyata, wajar dan alamiah dan tanpa sadar diterima sebagai kebenaran. Oleh karena itu, ideologi selalu berpretensi untuk melanggengkan status quo, menggambarkan kelompok dominan lebih bagus dibandingkan kelompok minoritas.

Ketiga, proses umum produksi makna dan ide. Ideologi di sini adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan produksi makna. Bagaimana ideologi bekerja dalam memproduksi makna dapat dilihat dari bagaimana tindakan masyarakat dan pengusaha digambarkan dan bagaimana posisi kelompok yang terlibat diposisikan.

2. Dalam konsepsi Marx, ideologi adalah sebentuk kesadaran palsu. Kesadaran seseorang, siapa dan bagaimana menghubungkan diri dengan masyarakat dibentuk dan diproduksi oleh masyarakat, tidak oleh biologi yang alamiah. Kesadaran tentang realitas sosial ditentukan oleh masyarakat tidak oleh psikologi individu.⁵
3. Dalam konsepsi Althusser adalah dialektika yang dikarakteristikan dengan kekuasaan yang tidak seimbang atau dominasi. Althusser lebih jauh mendefinisikan konsep ideologi sebagai praktik ketimbang ide atau gagasan.⁶
4. Dalam konsepsi Van Dijk ideologi dibangun oleh kelompok yang dominan untuk mereproduksi dan melegitimasi dominasi kelompok dominan. Wacana dipandang sebagai medium melalui mana kelompok dominan mempersuasi dan mengkomunikasikan kepada khalayak produksi kekuasaan dan dominasi yang dimiliki sehingga tampak absah dan benar. Menurut Van Dijk fenomena ini disebut sebagai “kesadaran palsu” bagaimana kelompok dominan memanipulasi ideologi kepada kelompok tidak dominan melalui kampanye disinformasi, kontrol media dan sebagainya.⁷

C. Konsepsi Pers

Istilah pers berasal dari bahasa asing, namun diterima sebagai bahasa Indonesia. Aslinya ditulis pers, yang berarti percetakan atau mesin cetak. Mesin cetak inilah rupanya yang memungkinkan terbitnya surat

kabar, sehingga orang mengatakan pers itu untuk maksud persurat kabaran. Dari gambaran tersebut dapat dipahami bahwa ada dua pengertian umum dari pers. *Pertama*, secara sempit pers dimaksudkan sebagai persurat kabaran. *Kedua*, secara luas pers mengandung arti suatu lembaga kemasyarakatan yang menjalankan kegiatan jurnalistik. Sedangkan yang dimaksud kegiatan jurnalistik masa kini adalah semua usaha dimana dan melalui mana berita-berita serta komentar-komentar tentang suatu peristiwa sampai kepada publik.⁸

Dalam konteks komunikasi, *pers* merupakan media massa yang berfungsi menyalurkan, mempublikasikan dan memperlancar sampainya pesan komunikasi kepada komunikan atau khalayak. Memperlancar artinya mempermudah penerimaan khalayak, baik dari segi pengertiannya maupun perolehannya. Oleh karena itu, dalam hal ini pers berfungsi sebagai jembatan komunikasi yang mau dan mampu menerjemahkan pesan komunikasi yang dimaksud komunikator ke dalam pesan komunikasi yang bisa dipahami komunikannya. Penerapannya dalam kehidupan masyarakat, pers (media massa) membawa fungsi informatif dan interpretatif mengenai peristiwa-peristiwa yang terjadi dalam kehidupan, sebagai alat kehidupan sehari-hari, penghibur, alat untuk mempertahankan prestis sosial dan sebagai penghubung dalam pengertian untuk mempertahankan kehidupan dimana ukuran moral terus berkembang.⁹

Pers (media) dalam Werner memiliki empat fungsi yaitu *pertama*, berfungsi sebagai *Surveillance* (Pengawasan) yaitu memberi informasi dan menyediakan berita. Dalam membentuk fungsi ini, media sering kali memperingatkan akan bahaya yang mungkin terjadi. Fungsi pengawasan juga termasuk berita yang tersedia di media yang penting dalam ekonomi, publik dan masyarakat. *Kedua*, fungsi korelasi adalah seleksi dan interpretasi. Fungsi korelasi bertujuan untuk menjalankan norma sosial dan menjaga konsensus dengan mengekspos penyimpangan, memberikan status dengan cara menyoroti individu terpilih dan dapat berfungsi untuk mengawasi pemerintah. Dalam hal ini media sering kali menghalangi ancaman terhadap stabilitas sosial dan memonitor atau mengatur opini publik.¹⁰

Ketiga, berfungsi sebagai penyampai warisan sosial (*Transmission of the Sosial Heritage*) suatu fungsi di mana media menyampaikan informasi, nilai dan norma dari satu generasi ke generasi berikutnya. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kesatuan masyarakat, membantu integrasi individu ke masyarakat. *Keempat*, berfungsi sebagai hiburan (*Entertainment*). Media sebagai hiburan dimaksudkan untuk memberi waktu istirahat dari masalah setiap hari dan mengisi waktu luang.¹¹

Media massa juga merupakan alat atau mediator yang efektif dalam publikasi ideology baik ideologi pro maupun kontra terhadap suatu diskursus. Menurut Eriyanto¹² bahwa teks merupakan salah satu bentuk praktek ideologi, bahasa, tulisan, pilihan kata maupun struktur gramatika dipahami sebagai pilihan yang diungkapkan membawa makna ideologi tertentu dalam taraf memenangkan dukungan publik.

D. Konstruksi Publikasi Nilai-Nilai Ideologi Melalui Pers

Media berperan mendefinisikan bagaimana realitas seharusnya dipahami, bagaimana realitas dijelaskan dengan cara tertentu kepada khalayak. Pendefinisian tersebut bukan hanya pada peristiwa melainkan juga aktor-aktor sosial. Dalam mendefinisikan realitas, fungsi media dalam ideologi adalah sebagai mekanisme integrasi sosial. Media di sini berfungsi menjaga nilai-nilai kelompok dan mengontrol bagaimana nilai-nilai kelompok itu dijalankan. Untuk mengintegrasikan masyarakat dalam tata nilai yang sama pandangan atau nilai harus didefinisikan sehingga keberadaannya diterima dan diyakini kebenarannya. Dalam hal ini media dapat mendefinisikan nilai dan perilaku yang sesuai dengan nilai kelompok dan perilaku atau nilai apa yang dipandang menyimpang. Perbuatan, sikap atau nilai yang menyimpang tersebut bukan sesuatu yang alamiah (nature), yang terjadi dengan sendirinya dan diterima begitu saja. Semua nilai dan pandangan tersebut bukan sesuatu yang terbentuk begitu saja, melainkan dikonstruksi. Lewat konstruksi tersebut media secara aktif mendefinisikan peristiwa dan realitas sehingga membentuk kenyataan apa yang layak, apa yang baik, yang sesuai dan apa yang dipandang menyimpang.¹³

Harold Lasswell (1948/1960) menunjukkan bahwa disetiap masyarakat, nilai-nilai yang terbentuk dan disebarakan membentuk ideologi yang menopang jaringan secara keseluruhan. Lasswell mencatat bahwa konflik ideologi dalam dunia politik dapat menjadi pemicu ketidakharmonisan di dalam negara dan melemahkan posisi kekuasaan internal masing-masing golongan penguasa. Lasswell menambahkan bahwa komunikasi adalah cara untuk mempertahankan kekuasaan.¹⁴

Pada prinsipnya, setiap upaya “menceritakan” (konseptualisasi) sebuah peristiwa, keadaan atau benda adalah usaha mengkonstruksikan realitas. Karena sifat dan faktanya bahwa pekerjaan media massa adalah menceritakan peristiwa-peristiwa, maka kesibukan utama media massa adalah mengkonstruksikan berbagai realitas yang akan disiarkan. Media menyusun realitas dari berbagai peristiwa yang terjadi hingga menjadi

wacana yang bermakna. Pembuatan berita di media pada dasarnya adalah penyusunan realitas-realitas hingga membentuk sebuah cerita atau wacana yang bermakna. Dengan demikian seluruh isi media tiada lain adalah realitas yang telah dikonstruksikan (*constructed reality*) dalam membentuk wacana yang bermakna.¹⁵ Oleh karena itu, dalam mengkonstruksi realitas tidak terlepas dari hal-hal sebagai berikut.

1. Isi media

Dalam studi media ada tiga pendekatan untuk menjelaskan isi media.¹⁶ Pertama, pendekatan politik-ekonomi (*the political-economy approach*). Pendekatan ini berpendapat bahwa isi media lebih ditentukan oleh kekuatan-kekuatan ekonomi dan politik di luar pengelolaan media. Faktor seperti pemilik media, modal dan pendapatan media dianggap lebih menentukan bagaimana wujud isi media. Faktor-faktor ini yang menentukan peristiwa apa saja yang bisa dipublikasikan dan kearah mana kecenderungan pemberitaan sebuah media hendak diarahkan.

Artinya dalam pendekatan politik-ekonomi, isi media diasumsikan dipengaruhi oleh kekuatan-kekuatan eksternal di luar diri pengelola media. Pengelola dipandang bukan sebagai entitas yang aktif dan ruang lingkup pekerjaannya dibatasi berbagai struktur yang memaksanya untuk memberitakan fakta dengan cara tertentu. Pengelola media dipandang tidak bisa mengekspresikan pandangan personalnya, kekuatan eksternal di luar konteks pengelolaan media yang menentukan apa yang seharusnya di publikasikan dan di wacanakan.

Kedua, pendekatan organisasi. Pendekatan ini melihat pengelola media sebagai pihak yang aktif dalam proses pembentukan dan produksi berita. Berita dilihat sebagai hasil dari mekanisme yang ada dalam ruang redaksi. Praktik kerja, profesionalisme dan aturan yang ada dalam ruang organisasi adalah unsur-unsur dinamik yang mempengaruhi pemberitaan. Sebuah kasus diberitakan dengan cara-cara tertentu merujuk pada mekanisme yang terjadi diruang redaksi. Ketika media mengangkat tokoh politik tertentu, bukan berdasarkan motivasi ekonomi atau politik, tetapi karena tokoh politik itu mempunyai nilai berita yang tinggi. Mekanisme tersebut bersifat internal dan tidak ditentukan oleh kekuatan di luar media.

Ketiga, pendekatan kulturalis (*culturalist approach*). Pendekatan ini merupakan gabungan antara pendekatan ekonomi-politik dan pendekatan organisasi. Proses produksi berita dilihat sebagai mekanisme yang rumit yang melibatkan faktor internal media (rutinitas organisasi media) sekaligus

juga rutinitas eksternal di luar media. Mekanisme yang rumit itu ditunjukkan dengan bagaimana perdebatan yang terjadi diruang pemberitaan. Media pada dasarnya memang mempunyai mekanisme untuk menentukan pola dan aturan organisasi, tetapi berbagai pola yang dipakai untuk memaknai peristiwa tersebut tidak dapat dilepaskan dari kekuatan-kekuatan ekonomi politik di luar diri media.

2. Produksi Teks

Dalam produksi berita, yang mendasar adalah adanya semacam konsensus yaitu bagaimana suatu peristiwa dipahami bersama dan dimaknai.¹⁷ Dalam studi media, proses pembentukan berita/produksi berita (*newsroom*) tidak dipandang sebagai ruang yang hampa, netral dan seakan-akan hanya menyalurkan informasi yang didapat. Sebaliknya, proses pembentukan berita adalah proses yang rumit dan banyak faktor yang berpotensi untuk mempengaruhinya. Hal ini karena banyak kepentingan dan pengaruh yang dapat mengintervensi media, sehingga niscaya akan terjadi pertarungan dalam memaknai realitas dalam presentasi media.¹⁸

Menurut Pamela J, Shoemaker dan Stephen D. Reese dalam Sudiby¹⁹, ada beberapa faktor yang mempengaruhi kebijakan redaksi dalam ruang pemberitaan. Pertama, faktor individual. Faktor ini berhubungan dengan latar belakang profesional dari pengelola media. Level individual melihat bagaimana pengaruh aspek-aspek personal dari pengelola media mempengaruhi pemberitaan yang akan ditampilkan kepada khalayak. Latar belakang individu seperti jenis kelamin, umur atau agama sedikit banyak mempengaruhi apa yang ditampilkan media. Mengapa media tertentu cenderung memarjinalkan wanita atau mengapa sebuah agama digambarkan secara buruk, hal itu karena aspek personalitas dari wartawan yang akan mempengaruhi pemberitaan.

Kedua, level rutinitas media (*media routine*). Rutinitas media berhubungan dengan mekanisme dan proses penentuan berita. Setiap media umumnya mempunyai ukuran tersendiri tentang apa yang disebut berita, ciri-ciri berita yang baik atau apa kriteria kelayakan berita. Ukuran tersebut adalah rutinitas yang berlangsung tiap hari dan menjadi prosedur standar bagi pengelola media yang berada di dalamnya. Rutinitas media ini juga berhubungan dengan mekanisme bagaimana berita dibentuk. Ketika ada sebuah peristiwa penting harus diliput, bagaimana bentuk pendelegasian tugasnya, melalui proses dan tangan siapa saja sebuah tulisan sebelum sampai ke proses cetak, siapa penulisnya, siapa editornya

dan seterusnya. Rutinitas media mempengaruhi bagaimana wujud akhir sebuah berita.

Ketiga, level organisasi. Level organisasi berhubungan dengan struktur organisasi yang secara hipotetik mempengaruhi pemberitaan. Pengelola media dan wartawan bukan orang yang tunggal yang ada dalam organisasi berita, ia sebaliknya hanya bagian kecil dari organisasi berita itu sendiri. Masing-masing komponen dalam organisasi media bisa jadi mempunyai kepentingan sendiri-sendiri. Setiap organisasi berita, selain mempunyai banyak elemen juga mempunyai tujuan dan filosofi organisasi. Beberapa elemen tersebut mempengaruhi bagaimana seharusnya wartawan bersikap dan bagaimana juga seharusnya peristiwa disajikan dalam berita.

Keempat, level ekstramedia. Level ini berhubungan dengan faktor lingkungan di luar media. Meskipun berada di luar organisasi media, hal-hal di luar organisasi media ini sedikit banyak dalam banyak kasus mempengaruhi pemberitaan media. Ada beberapa faktor yang termasuk dalam lingkungan di luar media. Yaitu sumber berita, sumber penghasilan media, pihak eksternal seperti pemerintah dan lingkungan bisnis, serta ideologi. Ideologi di sini diartikan sebagai kerangka berpikir atau kerangka referensi tertentu yang dipakai oleh individu untuk melihat realitas dan bagaimana menghadapinya.

Menurut Van Dijk, ada beberapa strategi besar yang dilakukan wartawan untuk memahami peristiwa yang tengah diliputnya. Pertama, seleksi. Seleksi adalah strategi yang kompleks yang menunjukkan bagaimana sumber, peristiwa, informasi diseleksi oleh wartawan untuk dipublikasikan dalam berita. Keputusan untuk menggunakan satu sumber berita, memilih sumber berita yang satu dibanding yang lain lebih memilih wawancara dibanding konferensi pers adalah strategi wacana yang dapat digunakan. Pilihan-pilihan mana yang diambil ditentukan oleh evaluasi yang dilakukan dalam pikiran wartawan. Proses seleksi ini juga menunjukkan posisi yang diambil di tengah pihak-pihak yang terlibat dalam suatu peristiwa.²⁰

Kedua, reproduksi. Reproduksi berhubungan dengan apakah peristiwa dikopi, digandakan, atau tidak dipakai sama sekali oleh wartawan. Hal ini terutama berhubungan dengan sumber berita dari kantor berita atau *press release*.²¹

Ketiga penyimpulan. Penyimpulan berhubungan dengan bagaimana realitas yang kompleks dipahami dan ditampilkan dengan ringkas. Oleh karena itu, dalam proses penyimpulan, paling tidak terkandung tiga hal

yang saling terkait. Pertama adalah penghilangan, dengan merangkum informasi ada beberapa informasi yang tidak relevan dihilangkan. Yang kedua adalah generalisasi. Di mana informasi yang mirip atau agak sama dijadikan sebagai informasi yang berlaku untuk umum. Yang ketiga adalah konstruksi. Konstruksi berhubungan dengan kombinasi beberapa fakta atau informasi sehingga membentuk pengertian secara keseluruhan.²²

Keempat transformasi lokal. Transformasi lokal berhubungan dengan bagaimana peristiwa akan ditampilkan. Misalnya dengan penambahan (*addition*). Misalnya, jika suatu demonstrasi dipahami sebagai bentrokan, maka ditambah dengan latar historis yang menjelaskan bahwa dalam banyak demonstrasi terjadi bentrokan.²³

3. Analisis sosial

Bagaimana publik atau khalayak menafsirkan teks-teks yang tersaji dalam media adalah hal yang perlu diperhatikan. Dalam studi media, ada dua pandangan mengenai bagaimana khalayak menafsirkan teks. Pandangan pertama melihat khalayak sebagai pihak yang pasif. Media dibayangkan sebagai entitas yang otonom dan aktif, sementara khalayak sebagai entitas yang pasif. Apa yang dibayangkan oleh khalayak ditentukan oleh apa yang disajikan media.²⁴

Pandangan kedua melihat khalayak sebagai entitas yang aktif dan dinamis. Khalayak di sini bukan lagi dimaknai semata sebagai konsumen media. Khalayak aktif bukan hanya dalam hal memilih media dan berita apa yang sesuai dengan dirinya, tetapi aktif dalam memaknai isi media. Penafsiran atas suatu teks ditentukan bukan oleh media, karena khalayak mempunyai penafsiran tersendiri atas suatu teks. Teks yang sama sangat mungkin ditafsirkan secara berbeda oleh khalayak. Yang menentukan dalam paradigma khalayak aktif adalah penafsiran khalayak atas suatu teks. Dalam pandangan khalayak aktif, apa yang tersaji dalam pemberitaan media tidak selalu merepresentasikan apa yang diinginkan oleh khalayak. Khalayak juga mempunyai kemampuan untuk membaca dengan strategi tersendiri atas suatu teks. Apa yang disajikan oleh media tidak secara otomatis disetujui oleh khalayak. Khalayak bahkan bisa membaca secara berlawanan dari apa yang tersaji dalam presentasi media.²⁵

Oleh karena itu, menurut van Dijk wacana di media adalah bagian dari wacana yang berkembang dalam masyarakat. Sehingga untuk membongkar teks dan ideologi media perlu dilakukan penelitian bagaimana wacana tentang suatu hal diproduksi dan dikonstruksi dalam masyarakat. Menurut Van Dijk, dalam analisis mengenai masyarakat/khalayak ada dua

hal yang perlu diperhatikan yaitu, kekuasaan (*power*). Kekuasaan didefinisikan sebagai kepemilikan yang dimiliki oleh suatu kelompok untuk mengontrol kelompok lain. Kekuasaan di sini adalah kepemilikan sumber-sumber yang bernilai seperti uang, status dan pengetahuan. Yang kedua adalah akses (*aces*), yaitu bagaimana akses diantara masing-masing kelompok dalam masyarakat.²⁶

E. Penutup

Media massa merupakan alat atau mediator yang efektif dalam publikasi ideology baik ideologi pro maupun kontra terhadap suatu wacana. Media juga berperan mendefinisikan bagaimana realitas seharusnya dipahami, bagaimana realitas dijelaskan dengan cara tertentu kepada khalayak. Teks wacana yang dipublikasikan oleh media tidak terlepas dari bagaimana orang memahami pesan, informasi apa yang terkandung dalam struktur sebuah pesan, pengetahuan bagaimana memperoleh sesuatu melalui pembicaraan serta bagaimana membentuk suatu pola pembicaraan masuk akal dan dapat dimengerti. Oleh karena itu, publikasi nilai-nilai ideologi melalui saluran media massa harus tepat sampai kepada pemahaman sasaran (penerima informasi) agar teks media yang diapresiasi dan dipublikasikan dapat efektif bagi masyarakat.

ENDNOTE

1. Eriyanto, *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*. (Yogyakarta: PT. Lkis, 2005), h. 13
2. Ibnu Hamad, *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa*. (Jakarta: Granit, 2004),h. 3.
- 3 *Ibid*, h. 23
- 4 Eriyanto, *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*. (Yogyakarta: PT. Lkis, 2005), h. 87-88.
- 5 Dikutip dari John Fiske dalam Eriyanto, *Analisis Wacana*, h. 93.
- 6 Diambil dari Hari Cahyadi dalam Eriyanto, h. 98.
- 7 *Ibid*, h. 13.
- 8 Kustadi Suhandang, *Pengantar Jurnalistik*.(Bandung: Nuansa. 2004)h, 39.
- 9 *Ibid*, 96.
- 10 Werner J. Severin- Jaes W. Tankard, Jr. *Teori Komunikasi Sejarah, Metode dan Terapan di dalam Media Massa*. (Jakarta: Prenada Media, 2005), h. 386.
- 11 *Ibid*, h. 388.
- 12 Eriyanto, *Analisis Framing, Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. (Yogyakarta: Lki.S. 2002),h. 13
- 13 Eriyanto, *Analisis Framing*,h. 122-123.
- 14 Werner J. Severin, h. 389-390.
- 15 Ibnu Hamad, h. 11-12.
- 16 Brian McNair dalam Agus Sudibyo, *Politik Media dan Pertarungan Wacana*. (Yogyakarta: Lki.S. 2001), h. 2-6.
- 17 Eriyanto, *Analisis Framing*, h. 123.
- 18 Agus Sudibyo, *Politik Media dan Pertarungan Wacana*. (Yogyakarta: Lki.S. 2001), h. 7.
- 19 *Ibid*, h. 7-12
- 20 Eriyanto, *Analisis Wacana*, h. 268-269.
- 21 *Ibid*, h. 269.
- 22 *Ibid*, 269.
- 23 *Ibid*, 270.
- 24 *Ibid*, h. 13
- 25 *Ibid*, h. 14.
- 26 *Ibid*, 271-272.

DAFTAR PUSTAKA

- Werner J. Severin- Jaes W. Tankard, Jr. 2005, *Teori Konunikasi Sejarah, Metode dan Terapan di dalam Media Massa*. Jakarta: Prenada Media.
- Eriyanto. 2002, *Analisis Framing, Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LkiS.
- Agus Sudibyo. 2001, *Politik Media dan Pertarungan Wacana*. Yogyakarta: LkiS.
- Eriyanto. 2005, *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKis.
- Hamad, Ibnu. 2004. *Konstruksi Realitas Politik Dalam Media Massa*. Jakarta: Granit.
- Sobur, Alex. 2001. *Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suhandang, Kustadi. 2004. *Pengantar Jurnalistik, Seputar Organisasi, Produk dan Kode Etik*. Bandung: Nuansa.