

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Menelusuri sejumlah skripsi dari hasil penelitian terdahulu, penulis menemukan beberapa penelitian yang menurut penulis, skripsi tersebut dapat dijadikan referensi pembanding. Penelitian tersebut, di antaranya:

1. Skripsi Neneng Kurniawati, mahasiswa Jurusan Sejarah Peradaban Islam, Fakultas Adab dan Humaniora, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. “Peran Mochtar Lubis dalam Perkembangan Pers di Indonesia”. Membahas peranan pers khususnya upaya seorang wartawan yaitu Mochtar Lubis dalam mengungkap kasus-kasus korupsi pada masa awal Orde Baru. Dengan tiga rumusan masalah. *Pertama*, pandangan Mochtar Lubis terhadap korupsi? *Kedua*, mengapa Mochtar Lubis mengungkap korupsi? dan *Ketiga*, bagaimana peranan Mochtar Lubis dalam mengungkap kasus korupsi masa awal Orde Baru 1966-1974?
2. Thesis Budi Wahyono, mahasiswa Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (Fisip), Universitas Brawijaya. “Mochtar Lubis Sang Wartawan Jihad” (Studi Tokoh Pers Indonesia Berbasis *Performance Research*). Perlu cara lain yang menarik untuk bisa dengan mudah mengenalkan Mochtar Lubis ke masyarakat Indonesia salah satunya menggunakan media film dan seni seperti yang dilakukan oleh Arkamaya. Penelitian ini memakai metode *Performance Research* dan menggunakan film dokumenter sebagai produk utama untuk mengenalkan Mochtar Lubis

juga beberapa media seni sebagai pendukung. Untuk menyebarkan penelitian secara langsung ke masyarakat, penggunaan metode *Performance Research* menjadi sebuah alternatif didalam penelitian yang biasanya terpaku pada teks saja. Diharapkan pula penelitian ini mampu memperkaya kajian *Communication History* dalam perspektif timur. Beberapa temuan terkait pemikiran Mochtar Lubis dalam penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan referensi dan diskusi bagi mereka yang menjadi agen pers dan jurnalistik.

3. Skripsi Ahmad Hasyim, 101211040, mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang. “Prinsip Kewartawanan Mochtar Lubis Dalam Buku Mochtar Lubis Wartawan Jihad Ditinjau Dari Perspektif Komunikasi Islam”. Satu contoh wartawan dalam sejarah Indonesia yang menurut penulis memiliki prinsip ideal adalah Mochtar Lubis. Mochtar Lubis perlu dilihat dari sudut pandang etika komunikasi Islam agar dapat dijadikan salah satu referensi bagi umat Islam yang berjihad di jalan pers. Sehingga penelitian ini ingin menjawab masalah bagaimana prinsip kewartawanan Mochtar Lubis dan bagaimana Islam memandang prinsip tersebut. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis isi. Analisis isi adalah pembuatan rumusan kesimpulan dengan mengidentifikasi karakteristik spesifik secara sistematis dan objektif dari suatu teks. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dokumentasi. Peneliti menggunakan buku Mochtar

Lubis Wartawan Jihad untuk menggali data prinsip kewartawanan Mochtar Lubis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Mochtar Lubis memiliki prinsip menyampaikan kebenaran, menyampaikan berita akurat, bertanggung jawab terhadap hukum dan kebaikan masyarakat, dan mengkritik oknum pemerintah yang menyeleweng. Prinsip kewartawanan tersebut sejalan dengan etika komunikasi Islam menurut Jalaluddin Rakhmat yaitu qaulan sadidan, qaulan baligha, qaulan karima, qawlan ma'rufan, qawlan layyina, dan qaulan maisura. Umat Islam yang akan berjihad di jalan pers dapat menjadikan prinsip kewartawanan Mochtar Lubis sebagai salah satu referensi.

Tiga skripsi tersebut memiliki proses kajian yang sama juga kesamaan konten pembahasan. Beberapa hal berbeda, yakni variabel, subjek, objek, dan rumusan masalah yang penulis garap. Namun, sangat cukup untuk menjadi acuan dan referensi awal untuk menyelesaikan penelitian penulis.

B. Kajian Pustaka

1. Komunikasi Massa

a. Pengertian Komunikasi

Setiap individu memiliki kebebasan untuk mengartikan istilah komunikasi berdasarkan pendekatan yang mereka pilih. Seseorang yang berdiskusi, memberikan ceramah, pidato, atau menyampaikan pemikiran dan perasaan mereka, baik melalui media massa atau tidak, sedang melakukan komunikasi. Namun, beberapa ilmuwan berpendapat bahwa inti dari komunikasi itu sendiri

adalah manusia. Selama manusia ada, maka setiap aspek kehidupan manusia tersebut dapat dianggap sebagai bentuk komunikasi.¹

Secara etimologis, kata "bahasa", "komunikasi", dan "*communication*" berasal dari bahasa Latin *communicatio* yang berasal dari kata *communis*, yang berarti sama. Dalam pengertian umum, "sama" di sini merujuk pada kesamaan makna atau persepsi, yang menciptakan pemahaman yang serupa tentang suatu hal. Ketika dua orang terlibat dalam komunikasi melalui percakapan, terjadi kesepakatan makna di antara mereka mengenai topik yang dibahas. Dalam hal ini, Onong Uchjana Effendy menyebutnya sebagai tindakan yang komunikatif.

Secara definisi, komunikasi adalah aktivitas manusia untuk saling memahami atau mengerti pesan yang disampaikan, yaitu antara pemberi pesan (komunikator) dan penerima pesan (komunikan), yang umumnya berakhir dengan suatu efek atau hasil. Efek komunikasi merujuk pada segala perubahan yang terjadi pada pihak penerima pesan sebagai akibat dari diterimanya pesan tersebut.

Menurut Santoso Sastropetro, komunikasi adalah kesepakatan pengertian di antara pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi. Proses komunikasi berlangsung melalui serangkaian langkah dan urutan kegiatan yang memungkinkan terjadinya pemahaman tentang suatu hal di antara unsur-unsur yang saling berkomunikasi.

¹ Dr. H. Mahi M. Hikmat, M. Si., *Jurnalistik Literary Journalism* (Cet I, Jakarta Timur, Prenada Media Group, Mei 2018) hlm. 6-7.

Onong Uchjana Effendy membagi proses komunikasi menjadi dua sisi. Pertama, komunikasi primer, yang merupakan proses penyampaian pikiran dan perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan simbol sebagai media. Kedua, komunikasi sekunder, yaitu proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua, setelah sebelumnya menggunakan simbol sebagai media pertama.

b. Fungsi Komunikasi

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, jika kita menelusuri lebih dalam, fungsi komunikasi sangatlah beragam, bahkan mungkin akan lebih cepat habis tinta daripada dapat menjelaskan seluruh fungsi komunikasi secara lengkap. Hal ini menggambarkan betapa banyaknya peran komunikasi dalam kehidupan manusia di dunia ini. Namun, meskipun demikian, bukan berarti tidak ada yang mampu menuliskannya. Banyak ahli komunikasi yang telah memaparkan pandangannya tentang fungsi komunikasi, tetapi mereka belum dapat memuaskan semua pihak. Masih ada kemungkinan muncul persepsi baru mengenai fungsi komunikasi.

c. Komunikasi Massa

Komunikasi Massa atau *mass communication* adalah proses penyampaian pesan melalui media massa *modern*, seperti surat kabar, majalah, siaran radio, televisi, serta media sosial atau dunia maya yang memanfaatkan teknologi internet. Komunikasi massa bertujuan untuk menyampaikan informasi,

gagasan, dan sikap kepada audiens yang luas dan beragam dengan menggunakan berbagai jenis media.

Bittner mendefinisikan komunikasi massa sebagai "*mass communication is message communicated through a mass medium to large number of people*" (Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa kepada sejumlah besar orang). Sementara itu, Gerbner memberikan definisi bahwa "*mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies*" (Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang terus menerus dan paling luas dibagikan dalam masyarakat industri).

Littlejohn mendefinisikan komunikasi massa sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah besar khalayak yang heterogen dan anonim melalui media cetak atau elektronik secara serentak, terbuka, dan sekilas. Di era sekarang, media massa semakin berkembang dengan hadirnya media sosial yang beragam, seperti *Facebook, website, Twitter, Line, YouTube*, dan lain sebagainya.

d. Karakteristik Komunikasi Massa

Komunikasi massa bersifat umum, yang artinya dapat dilihat melalui komponen-komponen dasar komunikasi, seperti komunikator, pesan, dan komunikan. Dalam komunikasi massa, komunikator dikenal sebagai *institutionalized communicator* atau *organized communicator*. Ini berbeda dengan komunikator lainnya, seperti kyai, pendeta, pastor, atau dalang, yang

bertindak secara individual atas nama diri mereka sendiri, sehingga memiliki kebebasan yang lebih besar.

Di era teknologi informasi dengan akses internet yang dikenal sebagai media sosial, komunikasi individu juga dapat terjadi, seperti melalui *website*, *Facebook*, *Twitter*, atau *blog*. Pesan-pesan dalam komunikasi massa ditujukan kepada khalayak umum, menjangkau massa yang relatif besar dan menyentuh kepentingan publik, tanpa menargetkan orang atau kelompok tertentu. Inilah yang membedakan media massa dengan media nirmassa. Pada media sosial, komunikasi tidak hanya terbatas pada kelompok tertentu, tetapi juga memungkinkan adanya komunikasi privat, seperti komunikasi *interpersonal* (*face to face*: antara dua orang), tiga orang, atau jumlah tertentu, yang kemudian berkembang menjadi komunikasi kelompok (*group communication*).

Komunikasi massa bersifat heterogen, artinya komunikasi yang terjalin melibatkan penduduk yang tinggal di lokasi berbeda, dengan kondisi yang beragam, budaya yang beraneka ragam, berasal dari berbagai lapisan sosial, dan memiliki berbagai jenis pekerjaan, serta sebagainya.

Komunikasi massa menimbulkan keserempakan, yaitu keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator. Masing-masing penduduk bertempat tinggal berbeda atau terpisah satu sama lain. Dalam keserempakan, terdapat dua aspek penting, yaitu, kecepatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan komunikasi antar-

personal dari penyebaran dan kelangsungan tanggapan, dan keseragaman seleksi dan interpretasi pesan.²

2. Efek Media Massa

Peran komunikasi massa (media massa) memiliki kontribusi yang signifikan terhadap sikap dan perilaku berpolemik dalam masyarakat. Media massa dapat dibagi menjadi tiga kategori, yaitu media massa cetak seperti surat kabar dan majalah, media massa elektronik seperti radio dan televisi, serta media sosial yang memanfaatkan internet (media *online*).³ Setiap media massa memiliki karakteristik yang unik. Karakteristik yang paling menonjol dari eksistensi media massa adalah efek pesan yang disampaikan kepada *audiens* (komunikan). Semua media massa menghasilkan tiga jenis efek pada komunikan: efek kognitif, efek afektif/emosional, dan efek *kognitif/behavioral*. Ketiga komponen ini akan membentuk suatu sistem yang disebut sebagai sikap komunikan (massa *behavior*).

a. Efek Kognitif

Penggunaan media massa untuk menyampaikan informasi terkait urusan publik dapat meningkatkan pengetahuan audiens tentang isu-isu publik, kandidat, dan topik-topik terkini. Hal ini terbukti dalam penelitian yang dilakukan oleh Chaffe, Ward, dan Tipton terhadap siswa sekolah menengah dan sekolah tinggi selama kampanye presiden tahun 1968. Selain itu, Aktin

² Dr. H. Mahi M. Hikmat, M. Si., *Jurnalistik Literary Journalism* (Cet I, Jakarta Timur, Prenada Media Group, Mei 2018) hlm. 27-29.

³ Dr. H. Mahi M. Hikmat, M. Si., *Jurnalistik Literary Journalism* (Cet I, Jakarta Timur, Prenada Media Group, Mei 2018) hlm 24-25.

dan Gantz juga membuktikan adanya hubungan sebab-akibat antara perhatian anak-anak terhadap berita televisi dengan peningkatan pengetahuan mereka mengenai urusan publik dan peristiwa-peristiwa terbaru.

b. Efek Emosional

Para peneliti komunikasi politik sepakat bahwa media massa memiliki pengaruh terhadap pencapaian emosi individu terhadap sistem politik. Beberapa penelitian melaporkan adanya hubungan positif antara penggunaan media massa dan afeksi politik. Namun, Chaffe menemukan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara penggunaan media massa dan penguatan identifikasi partai atau keyakinan terhadap sistem politik pada sampel keseluruhan. Meskipun demikian, peningkatan efikasi politik secara moderat terkait dengan penggunaan media elektronik pada sampel siswa sekolah menengah.

c. Efek Konatif/ Perilaku

Steven M. Chaffe berpendapat bahwa jenis perubahan yang terjadi pada diri audiens komunikasi massa melibatkan perubahan perasaan atau sikap serta perubahan tingkah laku, yang dapat dijelaskan dalam tiga kategori: perubahan kognitif, afektif, dan behavioral. Efek pesan media massa mencakup ketiga aspek ini. Efek kognitif terjadi ketika ada perubahan dalam apa yang diketahui, dipahami, atau bagaimana audiens memandang sesuatu. Efek ini berhubungan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi. Efek afektif muncul ketika ada perubahan dalam apa yang dirasakan, disukai, atau dibenci oleh audiens, dan berkaitan dengan emosi,

sikap, atau nilai. Sementara itu, Wilbur Schramm memiliki pandangan yang berbeda, yaitu menganggap audiens sebagai pihak yang pasif, yang dapat menerima pesan secara terus-menerus tanpa banyak perubahan dalam respon mereka.⁴

3. Kebebasan pers

a. Kebebasan Pers

Kebebasan pers harus dijaga sebagai hak dasar rakyat yang tidak bisa dicabut dalam masyarakat yang bebas. Hak ini mencakup kebebasan dan tanggung jawab untuk membahas, membela, dan menentang tindakan serta pernyataan dari lembaga pemerintah maupun swasta. Wartawan memiliki hak untuk menyampaikan pendapat yang tidak populer, serta hak istimewa untuk mendukung pandangan mayoritas.⁵

Pertama, kebebasan pers diatur dalam Undang-Undang (UU) Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 1966 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Pers, yang tercantum dalam Pasal 2 ayat 3 mengenai Fungsi, Kewajiban, dan Hak Pers. Pers nasional memiliki kewajiban untuk memperjuangkan kebenaran dan keadilan berdasarkan kebebasan pers. Selain itu, dalam Pasal 5 ayat 1 dan 2 disebutkan bahwa kebebasan pers, sesuai dengan hak asasi warga negara, dijamin. Kebebasan pers ini dilandasi oleh tanggung jawab nasional dan pelaksanaan Pasal 2 serta Pasal 3 dari undang-undang tersebut.

⁴ Dr. H. Mahi M. Hikmat, M. Si., *Jurnalistik Literary Journalism* (Cet I, Jakarta Timur, Prenada Media Group, Mei 2018) hlm 26.

⁵ William L. Rivers dan Cleve Matthews, 1994. *Etika Media Massa dan Kecenderungan untuk melanggarnya*, (Cet. I, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama), hlm. 396

Kedua, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 1967 mengubah dan menambah Undang-Undang Nomor 11 Tahun 1966 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Pers. Dalam Pasal 1 ayat 1, disebutkan bahwa dengan berlakunya UU ini, ketentuan dalam Penetapan Presiden No. 4 Tahun 1963 tentang barang cetakan yang isinya dapat mengganggu ketertiban umum, khususnya mengenai bulletin, surat kabar harian, majalah, dan penerbitan berkala, tidak berlaku lagi. Sementara itu, Pasal 2 menyatakan bahwa untuk memastikan setiap orang mengetahuinya, UU ini diperintahkan untuk diundangkan melalui penerapannya dalam Lembaran Negara Republik Indonesia.

Ketiga, UU No. 21 Tahun 1982 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 1966 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Pers, yang telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1967, sering disebut sebagai UU Perubahan Kedua tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Pers dan mulai berlaku pada tanggal diundangkan. Agar setiap orang mengetahuinya, UU ini diperintahkan untuk diundangkan melalui penerapannya dalam Lembaran Negara Republik Indonesia.

Keempat, UU No. 40 Tahun 1999, Pasal 18 ayat 1, menyatakan bahwa setiap orang yang secara langsung dan sengaja melakukan tindakan yang menghambat atau menghalangi pelaksanaan ketentuan Pasal 4 ayat (2) dan (3)

akan dipidana dengan hukuman penjara paling lama 2 (dua) tahun atau denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).⁶

b. Tanggung Jawab Sosial Pers

Hak publik untuk mengetahui berbagai peristiwa penting demi kepentingan umum merupakan misi utama media massa. Tujuan dari penyebaran berita dan berbagai pendapat yang berpengetahuan adalah untuk melayani kesejahteraan umum. Wartawan yang menggunakan status profesionalnya sebagai wakil publik untuk motif egoistis atau motivasi yang tidak pantas, akan melanggar kepercayaan luhur yang dipercayakan kepada mereka.⁷

Teori Pers Bertanggung Jawab Sosial, yang bertujuan untuk mengatasi kontradiksi antara kebebasan media massa dan tanggung jawab sosialnya, diformulasikan secara jelas pada tahun 1949 dalam laporan "*Commission on the Freedom of the Press*", yang dipimpin oleh Robert Hutchins. Komisi ini kemudian dikenal dengan sebutan *Hutchins Commission* dan mengajukan lima prasyarat bagi pers yang bertanggung jawab kepada masyarakat. Lima prasyarat tersebut adalah:

- a. Kewajiban untuk menyampaikan informasi yang benar dan objektif
Media harus memberikan informasi yang akurat dan tidak bias kepada publik.

⁶ Dewan Pers, 2017, *Buku Saku Wartawan*, (Cet. Ketujuh, Jakarta Pusat, Sekretariat Dewan pers) hlm. 3-7.

⁷ William L. Rivers dan Cleve Matthews, 1994, *Etika Media Massa dan Kecenderungan untuk melanggarnya*, (Cet. I, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama), hlm. 396.

- b. Kewajiban untuk menyediakan forum bagi berbagai pandangan Media harus membuka ruang bagi berbagai pendapat dan perspektif, termasuk yang mungkin tidak populer.
- c. Kewajiban untuk memberikan informasi yang berguna bagi masyarakat Media harus menyampaikan berita dan informasi yang relevan dengan kepentingan dan kesejahteraan publik.
- d. Kewajiban untuk menghormati privasi individu Media harus menghormati hak privasi individu dan tidak mengeksploitasi atau merugikan pihak tertentu tanpa alasan yang sah.
- e. Kewajiban untuk bertanggung jawab atas dampak sosial dari pemberitaan Media harus menyadari dan bertanggung jawab atas pengaruh dan dampak yang ditimbulkan dari pemberitaan yang mereka sampaikan kepada masyarakat.

Teori Pers Bertanggung Jawab Sosial ini merupakan respons terhadap pandangan yang berharap secara sia-sia bahwa pasar media dapat mengatur dan mengontrol dirinya sendiri, seperti yang diajukan oleh para pendukung teori pers libertarian. Teori ini relatif baru dalam dunia pers dan berbeda dengan teori pers bebas libertarian karena mengakui adanya tanggung jawab dalam dunia pers. Melalui teori ini, media diharapkan dapat menyampaikan informasi yang lebih luas serta mengumpulkan berbagai gagasan atau wacana dari berbagai lapisan intelektual.⁸

⁸ Hikmat Kusumaningrat dan Purnama Kusumaningrat, *Jurnalistik Teori dan Praktik*. (Cet. V, Bandung, 2012, hlm. 18-23.

C. Kerangka Pikir

Pada penelitian ini mengambil data dari buku, websait, dan aplikasi Ipusnas. sebagai objek penelitian tentang perkembangan kebebasan pers di indonesia dan pandangan mochtar lubis terhadap kebebasan pers di indonesia.

Berikut gambar Skema kerangka Pikir dari penelitian ini:

