

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Berikut ini akan disajikan mengenai penelitian-penelitian terdahulu tentang rubrik opini dan minat menulis :

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Judul	Penulis	Metode	Hasil
01	Pengaruh Rubrik Opini dan Tajuk dalam SKH Lampung Post terhadap Orientasi Politik Pembaca (Studi pada Anggota DPRD Kota Bandar Lampung)	M. Zia Ul Islam (Jurusan Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNILA, 2006)	Penelitian survey, kuantitatif	Rubrik Opini tidak Berpengaruh terhadap Orientasi Politik Anggota DPRD Kota Bandar Lampung, begitu juga dengan Rubrik Tajuk tidak berpengaruh terhadap Orientasi Politik Anggota DPRD Kota Bandar Lampung.
02	Pengaruh Daya Tarik Rubrik Mimbar Akademik di Harian Umum Pikiran Rakyat Terhadap Minat Menulis Mahasiswa Jurnalistik UNISBA pada Rubrik tersebut.	Ashof Eshan Iskandar, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNIKOM, 2006	Kuantitatif	Berdasarkan hasil secara keseluruhan, dapat diketahui bahwa semakin baik daya tarik rubrik Mimbar Akademik, maka semakin baik pula minat menulis. Jadi kesimpulannya adalah terdapat pengaruh antara daya tarik

Lanjut

Lanjutan Tabel 1

				rubrik Mimbar Akademik di Harian Umum Pikiran Rakyat terhadap minat menulis mahasiswa jurnalistik UNISBA pada rubrik tersebut
03	Situs www.blogger.com dan Minat Menulis (Studi Korelasional Pengaruh situs www.blogger.com terhadap Minat Menulis Mahasiswa Fakultas Hukum dan Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Sumatera Utara di Kota Medan)	Inda Sari Meilia A Ginting, Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Sumatera Utara, 2012	Kuantitatif	hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang rendah, antara situs www.blogger.com dengan minat menulis mahasiswa Fakultas Hukum dan Fakultas Kesehatan Masyarakat di Kota Medan.

Penelitian dengan judul Pengaruh Rubrik Opini dan Tajuk dalam SKH Lampung Post terhadap Orientasi Politik Pembaca (Studi pada Anggota DPRD Kota Bandar Lampung) yang ditulis oleh M. Zia Ul Islam, Mahasiswa Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung pada tahun 2006 ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitiannya adalah penelitian survey pada anggota DPRD Kota Bandar Lampung. Hasil penelitiannya adalah Rubrik Opini tidak Berpengaruh terhadap Orientasi Politik Anggota DPRD Kota Bandar Lampung, begitu juga dengan Rubrik Tajuk tidak berpengaruh terhadap Orientasi Politik Anggota DPRD Kota Bandar Lampung.

Penelitian yang berjudul pengaruh daya tarik rubrik mimbar akademik di harian umum pikiran rakyat terhadap minat menulis mahasiswa jurnalistik unisba pada rubrik

tersebut ditulis oleh Ashof Eshan Iskandar, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNIKOM Bandung pada tahun 2006. Ia menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitiannya adalah bahwa semakin baik daya tarik rubrik Mimbar Akademik, maka semakin baik pula minat menulis. Jadi kesimpulannya adalah terdapat pengaruh antara daya tarik rubrik Mimbar Akademik di Harian Umum Pikiran Rakyat terhadap minat menulis mahasiswa jurnalistik UNISBA pada rubrik tersebut.

Penelitian yang berjudul Situs www.blogger.com dan Minat Menulis (Studi Korelasional Pengaruh situs www.blogger.com terhadap Minat Menulis Mahasiswa Fakultas Hukum dan Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Sumatera Utara di Kota Medan) ditulis oleh Ina Sari Meilia A Ginting, Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Sumatera Utara. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2012 dengan metode kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang rendah, antara situs www.blogger.com dengan minat menulis mahasiswa Fakultas Hukum dan Fakultas Kesehatan Masyarakat di Kota Medan.

2.2 Tinjauan Tentang Surat Kabar

2.2.1. Sejarah Surat Kabar

Jurnalisme yang pertama kali tercatat adalah di masa kekaisaran Romawi kuno, ketika informasi harian dikirimkan dan dipasang di tempat-tempat publik untuk menginformasikan hal-hal yang berkaitan dengan isu negara dan berita lokal.

Pada awalnya surat kabar, dipublikasikan hanya diciptakan untuk kalangan terbatas, terutama para pejabat pemerintah. Baru pada sekira abad ke-17 hingga abad ke-18, surat kabar dan majalah untuk publik diterbitkan untuk pertama kalinya di wilayah Eropa Barat, Inggris, dan Amerika Serikat. Surat kabar untuk umum ini sering mendapat tentangan dan sensor dari penguasa setempat. Iklim yang lebih baik untuk penerbitan surat kabar generasi pertama ini baru muncul pada pertengahan abad 18, ketika Swedia dan Amerika Serikat mengesahkan undang-undang kebebasan pers.

Industri surat kabar mulai menunjukkan perkembangan yang luar biasa ketika budaya membaca dimasyarakat semakin meluas. Terlebih ketika memasuki masa Revolusi Industri, dimana industri surat kabar diuntungkan dengan adanya mesin cetak tenaga uap, yang bisa menaikkan oplah untuk memenuhi permintaan publik akan berita.

Seiring dengan semakin majunya bisnis berita, pada pertengahan 1800-an mulai berkembang organisasi kantor berita yang berfungsi mengumpulkan berbagai berita dan tulisan untuk didistribusikan ke berbagai penerbit surat kabar dan majalah. Kantor berita bisa meraih kepopuleran dalam waktu sangat cepat yang disebabkan karena para pengusaha surat kabar dapat lebih menghemat pengeluarannya dengan berlangganan berita kepada kantor-kantor berita itu daripada harus membayar wartawan untuk pergi atau ditempatkan di berbagai wilayah. Kantor berita lawas yang masih beroperasi hingga hari ini antara lain Associated Press (AS), Reuters (Inggris), dan Agence-France Presse (Prancis). Tahun 1800-an juga ditandai dengan munculnya istilah *yellow journalism* (jurnalisme kuning), sebuah istilah untuk

“pertempuran *headline*” antara dua koran besar di Kota New York. Satu dimiliki oleh Joseph Pulitzer dan satu lagi dimiliki oleh William Randolph Hearst.

Perkembangan surat kabar di Indonesia dimulai pertama kali terbit di Batavia 1744, pers Indonesia tidak pernah lepas dari pengekangan. Karena itulah kemudian muncul istilah “Pers Perjuangan” sebagai media untuk melawan penjajahan. Pemerintah kolonial Belanda mengharuskan adanya surat izin atau sensor atas penerbitan pers di Batavia, Semarang dan Surabaya. Pendapat tentang kebebasan pers terbelah, satu pihak menolak adanya surat ijin terbit, sensor dan pembredelan, namun di pihak lain mengatakan bahwa kontrol terhadap pers perlu dilakukan. Pemerintah kolonial kemudian meninggalkan sejumlah aturan yang dibawa ke alam kemerdekaan. Aturan tersebut seperti *Druckpers Reglement* (UU Pers) yang dikeluarkan pada 1854, *Haatzaai Delicten* (UU Hukum Pidana Komunikasi Massa) tahun 1856 atau *Persbreidel Ordonnatie* yang dikeluarkan tahun 1931, isinya mengenai tentang pengontrolan pers. Meski telah dihapus dengan UU No 23/1954, pers Indonesia tidak berarti terbebas dari pemasungan.

2.2.2 Pengertian Surat Kabar

Surat kabar di Indonesia hadir dalam berbagai bentuk yang jenisnya bergantung pada frekuensi terbit, bentuk, kelas ekonomi pembaca, peredarannya serta penekanan isinya. Kebanyakan surat kabar mengandalkan hidupnya dari iklan, bahkan kenaikan harga kertas koran sebagai bahan baku utama surat kabar sering kali tidak mengakibatkan kenaikan harga jual surat kabar per eksemplar secara proporsional.

Kehadiran iklan dalam media cetak dengan kata lain telah mampu mensubsidi harga eceran surat kabar.

Djaf'ar.H.Assegaff, mendefinisikan surat kabar sebagai penerbitan yang berupa lembaran yang berisi berita-berita, karangan-karangan, dan iklan yang dicetak dan terbit secara tetap atau periodik dan dijual untuk umum (Assegaff, 1991:140). Berdasarkan batasan tersebut, surat kabar selain tercetak juga memerlukan syarat-syarat khusus. Syarat-syarat tersebut merupakan hal yang mutlak yang harus dipenuhi oleh surat kabar, tanpa terpenuhinya syarat itu suatu surat kabar tidak layak untuk disebut surat kabar.

2.2.3 Ciri Surat Kabar

Adapun ciri-ciri surat kabar yang ditulis oleh Onong Uchjana Effendy, dalam bukunya Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi adalah mengandung unsur sebagai berikut :

1. Publisitas

Publisitas adalah penyebaran kepada publik atau khalayak, karena diperuntukkan khalayak, maka sifat surat kabar adalah umum.

2. Perioditas (Kontinuitas)

Adalah keteraturan terbitnya surat kabar, bisa satu kali sehari, bisa dua kali sehari bisa pula satu kali atau dua kali seminggu.

3. Universalitas

Universalitas sebagai ciri lain dari surat kabar menunjukkan bahwa surat kabar harus memuat aneka berita mengenai kejadian-kejadian di seluruh dunia dan tentang segala aspek kehidupan manusia.

4. Aktualitas

Aktualitas adalah kecepatan laporan tanpa mengesampingkan kebenaran berita (Effendy, 2003: 120).

Apabila surat kabar tidak memenuhi keempat karakteristik diatas, maka surat kabar tersebut tidak dapat disebut sebagai surat kabar. Surat kabar harus bersifat umum atau beraneka ragam baik isi maupun pembacanya dan juga keteraturan serta aktualitas isinya. Maka perbandingan surat kabar dengan media elektronik yang ditinjau dari ilmu komunikasi, surat kabar bersifat sebagai berikut:

a) Terekam

Ini berarti bahwa berita-berita yang disiarkan oleh surat kabar tersusun dalam alinea, kalimat, dan kata-kata yang terdiri atas huruf-huruf, yang dicetak pada kertas. Dengan demikian, setiap peristiwa atau hal yang diberitakan terekam sedemikian rupa sehingga dapat dibaca dan dapat dikaji ulang, dapat didokumentasikan dan dapat dipakai sebagai bukti untuk keperluan tertentu.

b) Menimbulkan perangkat mental

Karena berita surat kabar yang dikomunikasikan kepada khalayak menggunakan bahasa dengan huruf yang tercetak “mati” di atas kertas, maka untuk dapat mengerti maknanya pembaca harus menggunakan perangkat mentalnya secara aktif.

c) Pesan menyangkut kebutuhan komunikan

Dalam proses komunikasi, pesan yang akan disampaikan kepada komunikan menyangkut teknik transmisinya agar mengenai sasarannya dan mencapai tujuannya.

d) Efek sesuai dengan tujuan

Efek yang diharapkan dari pembaca surat kabar bergantung pada tujuan si wartawan sebagai komunikator.

e) Yang harus dilakukan wartawan sebagai komunikator

Meskipun komponen komunikasi melalui surat kabar, yaitu wartawan dibahasnya paling akhir, ini merupakan hal yang paling penting karena berhasil tidaknya misi surat kabar bergantung pada kemampuan dan keterampilan wartawannya.

2.2.4 Fungsi Surat Kabar

Pada zaman modern sekarang ini, Jurnalistik tidak hanya mengelola berita tetapi juga aspek-aspek lain untuk isi surat kabar. Karena itu, fungsinya bukan lagi menyiarkan informasi tetapi juga mendidik, menghibur, dan mempengaruhi agar khalayak melakukan kegiatan tertentu. Fungsi surat kabar tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Fungsi menyiarkan informasi

Menyiarkan informasi adalah fungsi surat kabar yang pertama dan utama. Khalayak pembaca berlangganan atau membeli surat kabar karena memerlukan informasi mengenai hal di bumi ini.

2. Fungsi mendidik

Fungsi kedua dari surat kabar adalah mendidik, sebagai sarana pendidikan massa surat kabar memuat tulisan-tulisan yang mengandung pengetahuan, sehingga khalayak pembaca bertambah ilmu pengetahuannya. Fungsi mendidik ini secara eksplisit dalam bentuk artikel atau tajuk rencana, kadang-kadang cerita bersambung atau berita bergambar juga mengandung aspek pendidikan.

3. Fungsi menghibur

Hal-hal yang bersifat hiburan sering dimuat surat kabar untuk mengimbangi berita-berita *hardnews* dan artikel-artikel yang berbobot. Isi surat kabar yang bersifat hiburan bisa berbentuk, cerita pendek, cerita bersambung, cerita bergambar, teka-teki silang, tidak jarang pula berita yang mengandung sifat insani (*human interest*) dan kadang-kadang tajuk rencana.

4. Fungsi mempengaruhi

Fungsi mempengaruhi yang menyebabkan surat kabar memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat (Effendy, 2003: 93-94).

2.2.5 Kelemahan dan Kelebihan Surat Kabar

Sebagai media komunikasi surat kabar memiliki kelebihan dan kekurangan dalam menyampaikan segala informasi yang dibutuhkan oleh khalayak, sehingga saling melengkapi atau mengisi dengan media lainnya. Kelebihan surat kabar ialah bahwa berita yang disiarkannya dapat dibaca kapan saja dan secara berulang-ulang, surat kabar mudah dibawa, selain dapat dijadikan bukti otentik (dokumentasi) juga isi beritanya yang lebih mendalam dan mendetail akan data-datanya. Berbeda dengan media lainnya seperti radio dan televisi, yang untuk menikmati berita yang disiarkannya, khalayak harus memiliki waktu dan tempat tertentu untuk berada didepan televisi.

Selain itu surat kabar memiliki kelemahan seperti juga media lainnya. Yang pertama kelemahan dari surat kabar yaitu surat kabar dibaca dalam waktu yang singkat sekali pada umumnya hanya membaca *headline* saja dengan waktu tidak lebih 15 menit, kurang dari 24 jam (*short life span*). Yang kedua, kelemahan surat kabar itu khalayak harus memiliki tingkat kemampuan membaca. Sedangkan tingkat melek huruf masyarakat sendiri masih rendah, apalagi untuk meningkatkan budaya baca.

2.3 Tinjauan Tentang Rubrik

Istilah rubrik biasanya digunakan dalam surat kabar atau majalah. Rubrik menurut pengertian secara umum diartikan sebagai suatu halaman atau ruangan di surat kabar atau majalah yang disajikan secara khusus dan didasarkan pada materi tertentu.

Dalam Kamus Komunikasi dikatakan bahwa: Istilah Rubrik dalam bahasa Belanda berarti ruangan pada halaman surat kabar, majalah, atau media cetak lainnya,

mengenai suatu aspek atau kegiatan dalam kehidupan masyarakat (Effendy, 1989:316)

Rubrik adalah alokasi halaman untuk memuat tulisan-tulisan tertentu yang setema. Nama halaman sebagai identitas bahwa halaman tersebut berisikan tulisan-tulisan bertema khusus (Romli, 2005:113).

Rubrik merupakan karya jurnalistik baik dalam surat kabar maupun media cetak lainnya yang mempunyai ciri khas dari segi penyajian kepada pembaca berdasarkan kepentingan yang ada atau terbentuknya spesialis kepada pembaca mengenai isi pesan yang disampaikan.

2.4 Tinjauan Tentang Opini

Menurut James Bryce dalam Dan Nimmo (2010:10) opini publik adalah kumpulan pendapat orang mengenai hal ikhwal yang mempengaruhi atau menarik minat komunitas. Sedangkan Dan Nimmo sendiri mendefinisikan opini sebagai tindakan mengungkapkan apa yang dipercayai, dinilai dan diharapkan seseorang dari objek-objek dan situasi tertentu. Lebih lanjut Dan Nimmo mengatakan opini sebagai tanggapan aktif terhadap rangsangan, tanggapan yang disusun melalui interpretasi personal yang diturunkan dan turut membentuk citra.

Opini merupakan serapan dari bahasa asing *opinion* yang merupakan tanggapan atau jawaban terbuka terhadap suatu persoalan yang dinyatakan berdasarkan kata-kata (*intangible*), baik dalam bentuk opini tertulis maupun secara lisan. Bisa juga sebagai perilaku, sikap tindak, pandangan dan tanggapan lain sebagainya. Opini dapat

ditampilkan secara aktif maupun pasif, verbal baik secara terbuka dengan melalui ungkapan kata-kata yang dapat ditafsirkan dengan jelas maupun melalui pilihan kata yang halus atau diungkapkan secara tidak langsung dan dapat diartikan konatif atau persepsi (personal). Opini juga dapat dinyatakan melalui perilaku, sikap tindak, mimik muka atau bahasa tubuh, berbentuk simbol-simbol tertulis, berupa pakaian yang dikenakan, makna sebuah warna dan lainnya (Ruslan, 1998:51)

Emorys Bogardus dalam Rosady Ruslan membagi opini kedalam :

1. Personal Opinion

Opini berdasarkan penafsiran individu atau setiap orang akan berbeda pandangannya terhadap suatu masalah.

2. Private Opinion

Opini ini merupakan landasan bagi opini personal karena merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari opini pribadi.

3. Group Opinion

Opini kelompok ini terbagi menjadi opini mayoritas dan minoritas. Opini kelompok ini mendekati dengan opini public

4. Coalition opinion

Opini ini adalah penggabungan dari beberapa kelompok opini minoritas dan menjadi opini mayoritas. Penggabungan opini seperti ini dinamakan opini koalisi.

5. *Concensus Opinion*

Opini ini melalui suatu proses perundingan untuk mencapai kesepakatan bersama (konsensus) dan merupakan opini yang berbentuk opini mayoritas berdasarkan kesepakatan bersama (dealing).

6. *General Opinion*

Bentuk opini ini bersifat pendapat umum yang berakar dari nilai-nilai yang berkembang dan berlaku di masyarakat atau kelompok tertentu berdasarkan adat istiadat, kebiasaan, kebudayaan, dan norma-norma yang dianut oleh masyarakat bersangkutan. (Ruslan, 1998:56)

Opini mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

- Selalu diketahui dari pernyataan-pernyataannya
- Merupakan sintesa atau kesatuan dari banyak pendapat
- Mempunyai pendukung dalam jumlah besar. (Ruslan, 1998:52)

Faktor-faktor yang membentuk opini :

1. *Affect* (Perasaan/Emosi)

Faktor ini berkaitan dengan rasa senang, suka, sayang, takut, benci, sedih dan kebanggaan, hingga muak atau bosan terhadap sesuatu, sebab akibat, merasakan atau timbul setelah melihat dan mendengarkannya.

2. *Behavioral* (Tingkah laku)

Faktor ini menampilkan tingkah laku/perilaku seseorang seperti memukul, menghancurkan, menerima, menolak, membeli dan sebagainya. Jadi merupakan

komponen untuk menggerakkan seseorang secara aktif untuk melakukan tindakan atas suatu reaksi yang sedang dihadapinya.

3. *Cognition* (Pengetahuan/nalar)

Faktor ini berkaitan dengan penalaran seseorang untuk menilai suatu informasi, pesan fakta, dan pengertian yang berkaitan dengan pendiriannya. Artinya kognitif tersebut merupakan aspek kemampuan intelektualitas seseorang yang berhubungan dengan ilmu pengetahuan. (Ruslan, 1998:53)

R.P Abelson dalam Rosady Ruslan mengatakan bahwa opini juga berkaitan dengan:

1. kepercayaan mengenai sesuatu (*believe*)
2. Apa yang sebenarnya dirasakan/menjadi sikapnya (*attitude*)
3. Persepsi, yaitu suatu proses memberikan makna yang berakar dari latar belakang budaya, kebiasaan atau adat istiadat yang dianut seseorang atau masyarakat ; pengalaman masalah seseorang atau kelompok tertentu menjadi landasan atas pendapatnya, kemudian nilai-nilai yang dianut dan berlaku dimasyarakat, serta berita dan pendapat yang berkembang yang mempunyai pengaruh terhadap pandangan seseorang.

2.5 Tinjauan tentang Opini pada Surat Kabar

Rubrik opini atau sering dengan dengan istilah kolom, merupakan suatu tulisan yang isinya hanya pendapat subjektif penulisnya tentang suatu peristiwa atau masalah. Dengan kata lain, rubrik opini atau kolom adalah tulisan yang mengedepankan opini ketimbang fakta.

Menurut Slamet Soeseno dalam buku *Jurnalistik Terapan* yang ditulis oleh Romli mengatakan, “Kolom isinya hanya pendapat. Penulisnya dituntut agar yang dikemukakannya itu benar-benar pendapatnya saja” (Romli, 2005:87).

Pendapat itu didukung argumentasi berdasarkan penalaran dan pemikiran kritis penulisnya. Berbeda dengan tulisan artikel yang berisi pendapat disertai tuturan fakta, data, atau argumntasi berdasarkan teori keilmuan yang mendukung pendapatnya tentang suatu masalah.

Tulisan opini atau kolom biasanya dimuat disebuah rubrik khusus di media massa cetak. Rubrik khusus itu umumnya bernama asli “Kolom”, namun ada pula media massa yang menggunakan nama lain seperti: “Opini” (Lampung Post), “Resonansi”, “Refleksi” (Republika), “Opini” (Kompas), “Perspektif” (Ummat), dan sebagainya.

Penulis kolom disebut kolumnis (*colomnist*). Dalam kamus bahasa, kolumnis diartikan sebagai seorang penulis yang menyumbangkan karangan (artikel) pada suatu media massa secara tetap. Umumnya kolumnis adalah seorang pakar atau cendikiawan yang memiliki integrasi pribadi, wawasan, dan keilmuan.

Tulisan kolom tidak mempunyai struktur tertentu, misalnya ada bagian atau lead, isi atau tubuh tulisan, dan penutup. Ia langsung berisi tubuh tulisan, yakni berupa pengukapan pokok bahasan dan pendapat penulisnya tentang masalah tersebut. Judulnya pun biasanya singkat saja, bahkan dapat hanya satu kata.

2.6 Tinjauan Tentang Ciri Rubrik Opini Pada Surat Kabar

Ciri khas rubrik dikategorikan baik apabila rubrik tersebut didalamnya menyajikan berita, informasi, ulasan, tulisan dan pembahasan secara khusus dan menyeluruh. Artinya berbagai berita, informasi, ulasan, tulisan dan pembahasan disajikan secara tuntas, komprehensif, dengan menggunakan bahasa jurnalistik yang disesuaikan dengan sasaran atau khalayak yang ditujunya. (Prakuso, 1995:49).

Dengan definisi ciri khas tersebut, rubrik opini menyajikan tulisan, ulasan dari pembaca surat kabar mengenai hal ikhwal yang faktual yang tengah berkembang di masyarakat dengan sedikit koreksi atau sentuhan dari redaktur rubrik opini. Selain itu, ciri khas lain dari rubrik opini adalah didalam rubrik tersebut banyak mengandung *views* atau opini atau pendapat dari si penulis, dalam hal ini penulis adalah pembaca surat kabar, bukan berasal dari orang dalam organisasi atau perusahaan surat kabar. Ciri yang paling menonjol dari rubrik ini yaitu isi tulisannya berupa pendapat pribadi penulis berdasarkan fakta ataupun ungkapan pemikiran semata. Ciri lainnya adalah naskahnya tidak mempunyai struktur tertentu, tapi langsung berisi tubuh tulisan, yakni berupa pengungkapan pokok bahasan dan pendapat penulisnya tentang masalah tersebut. Judulnya pun biasanya singkat saja. Bahkan, dapat hanya satu kata.

Tulisan opini disertai nama penulis dan berisi opini (menggunakan kata ganti orang pertama “saya”) dari seseorang, kecuali penulis memilih memasukkan opini dari orang lain. Tulisan opini sering kali disusun dengan cara yang sama seperti editorial, diawali dengan pendahuluan, diikuti oleh isi dan diakhiri dengan kesimpulan. Metode

penceritaan atau kronologis juga bisa dipakai. Jarang penulis yang memilih bentuk piramida terbalik. (Tom E. Rolnicki et. al : 2008 :147)

2.7 Tinjauan tentang minat

Minat didefinisikan sebagai keinginan untuk melakukan perilaku. Minat tidak statis. Minat dapat berubah dengan berjalannya waktu. Minat berhubungan dengan perilaku-perilaku atau tindakan-tindakan volitional dan dapat memprediksi mereka dengan akurasi yang tinggi. Akan tetapi, minat-minat dapat berubah menurut waktu. Semakin lebar interval waktu, semakin mungkin terjadi perubahan-perubahan di minat-minat.

Menurut teori tindakan beralasan (*theory of reasoned*), minat-minat merupakan suatu fungsi dari dua dasar, yang satu berhubungan dengan faktor pribadi dan yang lainnya berhubungan dengan pengaruh sosial. Penentu yang pertama berhubungan dengan faktor pribadi adalah sikap terhadap perilaku individual. Sikap ini adalah evaluasi kepercayaan atau perasaan positif atau negatif dari individual jika harus melakukan perilaku tertentu yang dikehendaki.

Penentu kedua dari minat yang berhubungan dengan pengaruh sosial adalah norma subyektif karena berhubungan dengan preskripsi normatif persepsian, yaitu persepsi atau pandangan seseorang terhadap tekanan sosial (kepercayaan-kepercayaan orang lain) yang akan mempengaruhi minat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan. (Jogiyanto HM, 2007 : 29-32)

Crow & Crow (1984) menjabarkan bahwa minat dapat menunjukkan kemampuan untuk memperhatikan seseorang, sesuatu barang atau kegiatan atau sesuatu yang

dapat memberi pengaruh terhadap pengalaman yang telah distimuli oleh kegiatan itu sendiri. Minat dapat menjadi sebab sesuatu kegiatan dan hasil dari turut sertanya dalam kegiatan tersebut. Lebih lanjut, Crow & Crow menyebutkan bahwa minat mempunyai hubungan yang erat dengan dorongan-dorongan, motif-motif dan respon-respon emosional.

Dari beberapa definisi minat, dapat disimpulkan bahwa minat adalah sebuah motivasi intrinsik sebagai kekuatan pembelajaran yang menjadi daya penggerak seseorang dalam melakukan aktivitas, dimana aktivitas tersebut merupakan proses pengalaman belajar yang dilakukan dengan penuh kesadaran dan mendatangkan perasaan senang, suka dan gembira.

2.8 Tinjauan tentang menulis

Menulis pada hakikatnya adalah upaya mengekspresikan apa yang dilihat, dialami, dirasakan, dan dipikirkan ke dalam bahasa tulisan. Hampir setiap orang pernah melakukan aktifitas menulis, menulis pesan, memo, surat, buku harian, laporan, opini, naskah, buku dan lain-lain. Jadi ada berbagai macam bentuk dan jenis tulisan, ada bentuk yang paling ringan dan sederhana sampai yang luas dan mendalam.

Jika ingin menjadi penulis di media massa, maka modal yang perlu dimiliki adalah kepekaan dan sikap kritis. Yaitu kepekaan dan sikap kritis berhadapan dengan “teks” kehidupan. Kepekaan dan sikap kritis bisa kita asah dengan cara bertanya, menyangsikan, mendebat, dan mengolah suatu ide dan peristiwa yang terekam dalam layar kesadaran kita. Bermulanya suatu inspirasi selalu muncul dari ide dan peristiwa. Ini merupakan modal utama seorang penulis (M. Arie Hakim, 2001:9-10).

Menulis bisa dijadikan sebagai profesi dan panggilan hidup, karena dari menulislah kita bisa hidup dan berbuat baik untuk kehidupan dan kemanusiaan. Dengan menulis, kita berniat menyumbangkan ide dan gagasan untuk kebaikan umat manusia. Dengan menulis, kita bisa dikenal khalayak dan ide-ide kita bisa diperbincangkan. Ini tentu merupakan kepuasan rohani dan psikologis. Bahkan, banyak penulis yang ide-idenya bisa mempengaruhi umat manusia dalam kurun yang panjang. Pengaruh sebuah ide dan tulisan (biasanya buku) bahkan bisa melebihi umur manusia. Di Indonesia, media massa semakin berkembang dan banyak bermunculan media massa baru, ini merupakan lahan subur bagi kehidupan penulis.

Modal utama seorang penulis adalah kelancaran berbahasa. Kelancaran berbahasa ini hanya bisa diasah dengan cara membaca sebanyak mungkin dan latihan terus menerus tanpa kenal lelah. Menulis adalah proses latihan dan mencoba terus menerus. Semakin sering mencoba, maka seseorang akan semakin lancar menulis. Kemampuan menulis ibarat seperti mata pisau, agar tidak berkarat mata pisau harus dipakai dan diasah terus menerus.

Ada dua hal yang biasanya dijadikan motivasi menulis di media massa. Yang pertama, dengan menulis di media massa, maka ide dan gagasan kita tentu akan dibaca dan diapresiasi oleh khalayak luas. Hal ini merupakan faktor idealisme. Soal mencuatnya posisi pro dan kontra dari para pembaca mengenai tulisan kita tentunya merupakan hal biasa dan manusiawi. Jika ide dan gagasan kita tergolong bagus, berbobot dan inspiratif, mungkin saja akan bisa mempengaruhi konstruk nilai dan kesadaran (sebagian) pembaca. Hal ini merupakan kepuasan batin yang tak ternilai.

Kedua, dengan menulis di media massa, kita bisa mendapatkan imbalan dan honorarium. Hal ini terkait dengan faktor kemandirian dan kebutuhan hidup.

2.9 Teori Stimulus – Organisme – Respons (SOR)

Penelitian ini menggunakan teori Stimulus-Organisme-Respon atau yang lebih dikenal dengan nama teori SOR. Menurut stimulus response ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan.

Jadi unsur-unsur dalam model ini adalah ;

- Pesan (*stimulus*, S)
- Komunikan (*organism*, O)
- Efek (*Response*, R)

Hosland, et al (1953) mengatakan bahwa proses perubahan perilaku pada hakekatnya sama dengan proses belajar. Proses perubahan perilaku tersebut menggambarkan proses belajar pada individu yang terdiri dari :

- Stimulus (rangsang) yang diberikan pada organisme dapat diterima atau ditolak. Apabila stimulus tersebut tidak diterima atau ditolak berarti stimulus itu tidak efektif mempengaruhi perhatian individu dan berhenti disini. Tetapi bila stimulus diterima oleh organisme berarti ada perhatian dari individu dan stimulus tersebut efektif.
- Apabila stimulus telah mendapat perhatian dari organisme (diterima) maka ia mengerti stimulus ini dan dilanjutkan kepada proses berikutnya.

- Setelah itu organisme mengolah stimulus tersebut sehingga terjadi kesediaan untuk bertindak demi stimulus yang telah diterimanya (bersikap).
- Akhirnya dengan dukungan fasilitas serta dorongan dari lingkungan maka stimulus tersebut mempunyai efek tindakan dari individu tersebut (perubahan perilaku).

Selanjutnya teori ini mengatakan bahwa perilaku dapat berubah hanya apabila stimulus (rangsang) yang diberikan benar-benar melebihi dari stimulus semula. Stimulus yang dapat melebihi stimulus semula ini berarti stimulus yang diberikan harus dapat meyakinkan organisme. Dalam meyakinkan organisme ini, faktor *reinforcement* memegang peranan penting.

Dalam proses perubahan sikap tampak bahwa sikap dapat berubah, hanya jika stimulus yang menerpa benar-benar melebihi semula. Mengutip pendapat Hovland, Janis dan Kelley yang menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variabel penting yaitu :

(a) perhatian,

(b) pengertian, dan

(c) penerimaan.

Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan komunikan inilah yang

melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikasi mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap.

Teori ini mendasarkan asumsi bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku tergantung kepada kualitas rangsang (stimulus) yang berkomunikasi dengan organisme. Artinya kualitas dari sumber komunikasi (*sources*) misalnya kredibilitas, kepemimpinan, gaya berbicara sangat menentukan keberhasilan perubahan perilaku seseorang, kelompok atau masyarakat.

Proses perubahan perilaku berdasarkan teori SOR ini dapat digambarkan seperti di bawah ini :

Teori Stimulus-Organisme-Respons

Stimulus	<ul style="list-style-type: none"> - Perhatian - Pengertian - Penerimaan
	<p>Reaksi Tertutup</p> <p>(Perubahan Sikap)</p> <p>Reaksi Terbuka</p> <p>(Perubahan Praktek)</p>

Proses komunikasi sebagaimana digambarkan di atas, memperlihatkan bahwa respons akan terbentuk dengan baik apabila rangsangan (stimulus) yang diberikan komunikator diterima secara baik. Indikator dari hal itu adalah apabila komunikasi memiliki perhatian terhadap stimulus yang diberikan. Untuk selanjutnya, apabila

komunikasikan memiliki perhatian, maka proses berikutnya adalah adanya pengertian yang berujung pada penerimaan.

Untuk mencapai tujuan komunikasi sebagaimana dijelaskan di atas, maka komunikasi harus dilakukan secara persuasif. Dalam bukunya yang berjudul *Dinamika Komunikasi*, Onong Uchjana Effendy, menjelaskan, komunikasi persuasif dapat berhasil, jika dilakukan secara sistematis. Untuk itu, ia menawarkan solusi dengan menggunakan formula AIDDA.

Formula AIDDA merupakan kesatuan singkatan dari tahap-tahap komunikasi persuasif. Penjelasanannya adalah sebagai berikut :

A	- <i>Attention</i>	- Perhatian
I	- <i>Interest</i>	- Minat
D	- <i>Desire</i>	- Hasrat
D	- <i>Decision</i>	- Keputusan
A	- <i>Action</i>	- Kegiatan

Formula tersebut, sering pula dinamakan *A-A Procedure* sebagai singkatan dari *Attention-Action Procedure*, yang berarti agar komunikasi dalam melakukan kegiatan dimulai dahulu dengan menumbuhkan perhatian (Effendy, 2002: 25).

Dalam formula *A-A Procedure*, dianjurkan agar suatu kegiatan, melewati proses AIDDA, yaitu, agar usaha (komunikasi) menumbuhkan hasil yang diharapkan, harus dimulai dengan jalan menumbuhkan perhatian terlebih dahulu. Apabila perhatian telah tumbuh, hendaknya disusul dengan usaha menumbuhkan rasa tertarik, sehingga

ada minat untuk memenuhi apa yang dianjurkan. Akhirnya terjadi keputusan untuk berbuat. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, dijelaskan minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan. Sementara itu, Effendy menjelaskan:

“Minat merupakan kelanjutan dari perhatian yang merupakan titik tolak bagi timbulnya hasrat (*desire*) untuk melakukan suatu kegiatan yang diharapkan komunikator” (KBBI, 1993: 305).

Minat akan tumbuh dalam diri seseorang apabila pesan yang disampaikan komunikator diterima dengan penuh perhatian dan menyentuh sisi emosional komunikan. Jika telah terjadi penerimaan pesan yang seperti itu, maka komunikasi yang dilakukan dapat dikatakan berhasil, kemudian akan timbul minat yang merupakan efek dari komunikasi tersebut.

2.10 Kerangka Pikir

Proses komunikasi yang dilakukan Surat Kabar Harian Lampung Post melalui Rubrik Opini adalah pancingan pesan yang ditujukan kepada khalayak, agar mau membuat dan mengirimkan tulisan opini.

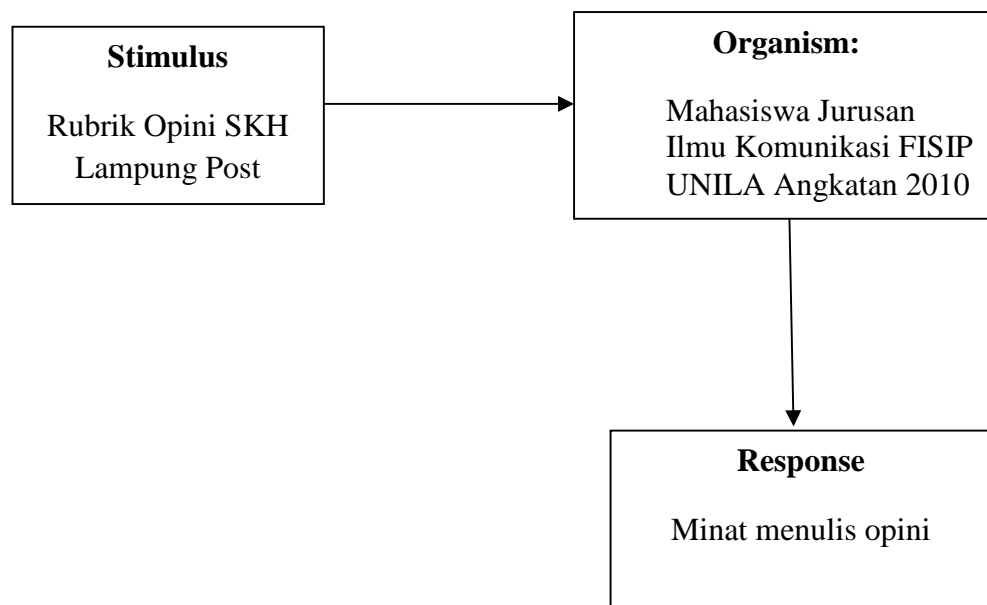
Untuk memperjelas alur komunikasi, berikut ini, peneliti gambarkan kerangka konseptual yang didasarkan pada model Laswell :

1. Siapa (*Who*), yaitu pihak yang membuat pesan, baik individu maupun kelompok. Dalam penelitian ini, yang berperan sebagai sumber adalah Surat Kabar Harian Lampung Post.

2. Mengatakan Apa (*Message*), yaitu proses penerjemahan gagasan kedalam suatu kode simbolik, seperti bahasa atau isyarat. Dalam penelitian ini, yang menjadi pesan adalah ajakan Surat Kabar Harian Lampung Post kepada khalayak untuk membuat dan mengirimkan tulisan opini.
3. Saluran (*Channel*), yaitu medium yang digunakan untuk membawa pesan.media. Adapun saluran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Rubrik Opini.
4. Penerima (*Receiver*), yaitu orang yang menjadi sasaran komunikasi. Dalam hal ini adalah khalayak.
5. Dampak (*Effect*), minat menulis opini.

Untuk lebih mengerucutkan konseptualisasi penelitian, maka peneliti mengaplikasikan teori S-O-R yang telah dijelaskan di atas.

Pengaplikasian teori S-O-R



Dari gambar di atas, dijelaskan bahwa yang memberikan rangsangan (stimulus) kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi adalah Surat Kabar Harian Lampung Post melalui rubrik opini. Apabila mahasiswa Ilmu Komunikasi itu memberikan perhatian terhadap rangsangan itu, maka akan timbul pengertian, dan berujung pada penerimaan. Jika telah terjadi seperti itu, maka respon yang timbul adalah adanya minat, baik besar maupun kecil, yang merupakan efek dari stimulus yang diberikan Surat Kabar Harian Lampung Post. Efek dari rangsangan itu diklasifikasikan menjadi tiga bagian, yaitu: efek kognitif, efek afektif, dan efek konatif.

Efek kognitif (*cognitive effect*) berhubungan dengan pikiran atau penalaran, sehingga khalayak yang semula tidak tahu menjadi tahu. Sementara efek afektif (*affective effect*) berkaitan dengan perasaan. Sedangkan efek konatif (*behaviorial effect*) bersangkutan dengan minat, tekad, upaya, yang cenderung menjadi suatu kegiatan atau tindakan.

Konseptualisasi efek kognitif dalam penelitian ini adalah mahasiswa menjadi tahu tentang suatu masalah yang sedang dibahas. Karena wacana yang diangkat dalam rubrik opini adalah tema-tema yang aktual. Sementara efek afeksi, mahasiswa ikut mendukung atau bahkan menentang dengan ide yang diutarakan dalam tulisan yang dimuat. Sedangkan afek konatif, mahasiswa berusaha untuk menulis pendapatnya atau tanggapannya dan mengirimkannya ke redaksi rubrik opini Surat Kabar Harian Lampung Post.