

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka

1. Konstruksi identitas

a. Pengertian konstruksi identitas

Pengetian Identitas sendiri menurut Chirs Barker adalah soal kesamaan dan perbedaan tentang aspek personal dan sosial, tentang kesamaan individu dengan sejumlah orang dan apa yang membedakan individu dengan orang lain.¹⁷

Dilihat dari bentuknya, Setidaknya ada tiga bentuk identitas, yakni identitas budaya, identitas sosial dan identitas pribadi. Berikut pengertiannya:

1) Idenitas budaya

Identitas budaya merupakan ciri yang mencol karena seseorang itu merupakan anggota dari sebuah etnik tertentu. Itu meliputi pembelajaran tentang penerimaan tradisi, sifat bawaan, agama, dan keturunan dari suatu kebudayaan.

2) Identitas sosial

Identitas sosial terbentuk akibat dari keanggotaan seseorang itu dalam suatu kelompok kebudayaan. Tipe kelompok itu antara lain, umur, gender, kerja, agama, kelas sosial, dan tempat, identitas

¹⁷ Chris Barker, *Cultural Studies, Teori Dan Praktik*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2004) Hal. 172.

sosial merupakan identitas yang diperoleh melalui proses pencarian dan pendidikan dalam jangka waktu lama.

3) Identitas pribadi

Identitas pribadi didasarkan pada keunikan karakteristik pribadi seseorang. Seperti karakter, kemampuan, bakat, dan pilihan. Dan lain sebagainya.

Sementara pengetahuan konstruksi identitas menurut Chris Barker adalah bangunan identitas diri, memperlihatkan siapa diri kita sebenarnya dan kesamaan kita dengan sejumlah orang dan apa yang membedakan kita dari orang lain.¹⁸

Sedangkan menurut Stuard & Sundeen konstruksi identitas adalah kesadaran akan diri sendiri yang bersumber dari observasi dan penilaian, yang merupakan sintesa dari semua aspek konsep diri sebagai suatu kesatuan utuh. Seseorang yang mempunyai perasaan identitas diri yang kuat maka akan memandang dirinya berbeda dengan orang lain, unik dan tidak ada duanya. Individu yang memiliki identitas diri yang kuat akan memandang dirinya sebagai suatu kesatuan yang utuh dan terpisah dari orang lain dan individu tersebut akan mempertahankan identitasnya walau dalam kondisi sesulit apapun.¹⁹

Konstruksi identitas dapat kita pahami sebagai persepsi orang lain dalam menilai diri seseorang melalui catatan atau tulisan

¹⁸ Chris barker, *cultural studies, teori dan praktik*, Hal . 172.

¹⁹ http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/526/jbptunikompp-gdl-lindayulia-26296-4unikom_l-x.pdf, diakses pada tanggal 15 Oktober 2013.

yang ia tulis di media surat kabar seperti rubrik Manufacturing hope yang ditulis oleh Dahlan Iskan di media cetak surat kabar Jawa Pos.

b. Proses konstruksi identitas

1) Konsep Diri

konsep diri atau *self concept* dapat diartikan sebagai (a) persepsi, keyakinan, perasaan, atau sikap seseorang tentang dirinya, (b) kualitas pensifatan individu tentang dirinya; dan (c) suatu sistem pemaknaan individu dan pandangan orang lain tentang dirinya.

Self concept ini mempunyai tiga komponen, yaitu: (a) *perceptual* atau *physical self concept*, citra seseorang tentang penampilan dirinya (kemenarikan tubuhnya), seperti: kecantikan, keindahan atau kemolekan tubuhnya; (b) *conceptual* atau *psychological self concept*, konsep seseorang tentang kemampuan (keunggulan) dan tidakmampuan (kelemahan) dirinya, dan masa depannya, serta meliputi juga kualitas penyesuaian hidupnya: *honesty, self confidence, independence*, dan *couragie*; dan (c) *attitudinal*, yang menyangkut perasaan seseorang tentang dirinya, sikapnya terhadap keberhargaan, kebanggaan, dan keterhinaannya. Apabila seseorang sudah masuk masa keyakinan, nilai-nilai, idealitas, aspirasi, dan komitmen terhadap filsafat hidupnya.

Dilihat dari jenisnya, *self concept* ini terdiri atas beberapa jenis, yaitu sebagai berikut:

- a) *The basic self-concept*, James menyebutnya “*real-self*” yaitu konsep seseorang tentang dirinya, jenis ini meliputi persepsi seseorang tentang dirinya, jenis ini meliputi persepsi seseorang tentang penampilan dirinya, kemampuan dan ketidakmampuannya, peranan dan status dalam kehidupannya, dan nilai-nilai, keyakinan, serta aspirasinya.
- b) *The transitory self-concept*. Ini artinya bahwa seseorang memiliki “*self concept*” yang pada suatu saat di memegangnya, tetapi pada saat lain dia akan melepaskannya. “*self concept*” ini mungkin menyenangkan, tetapi juga tidak menyenangkan. Kondisinya sangat situasional, sangat dipengaruhi oleh suasana perasaan (emosi), atau pengalaman yang telah lalu.²⁰
- c) *The social self-concept*. Jenis ini berkembang berdasarkan cara individu mempercayai orang lain yang mempersepsikan dirinya, baik melalui perkataan maupun tindakan. Jenis ini sering juga dikatakan sebagai “*mirror image*”. Contoh: jika kepada seseorang secara terus menerus dikatakan bahwa dirinya nakal, maka dia akan mengembangkan konsep dirinya sebagai anak yang nakal. Perkembangan konsep diri seseorang dipengaruhi oleh jenis kelompok sosial tempat dia hidup, baik

²⁰ Syamsu In & Nurihsan Juntika, *Teori Kepribadian*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008), Hal. 7.

keluarga, sekolah, teman sebaya, atau masyarakat. Jersild mengatakan, apabila seseorang diterima, dicintai, dan dihargai oleh orang-orang yang berarti baginya, maka seseorang tersebut akan mengembangkan sikap untuk menerima dan menghargai dirinya sendiri. Namun apabila orang-orang yang berarti (*significant people*) itu menghina, menyalahkan, dan menolaknya, maka ia akan mengembangkan sikap-sikap yang tidak menyenangkan bagi dirinya sendiri.

- d) *The ideal self-concept*, konsep diri ideal merupakan persepsi seseorang tentang apa yang diinginkan mengenai dirinya, atau keyakinan tentang apa yang seharusnya mengenai dirinya. Konsep ini diri ideal ini semakin berkembang seiring bertambahnya umur seseorang.²¹

2) lingkungan sosial

lingkungan sosial sangat mempengaruhi terhadap identitas seseorang, seperti yang dikatakan J.M Baldwin, ia menyebutkan bahwa, “*Self*” sendiri sebagai “*an actively organized concept*” yang artinya “*self*” itu sebagai konsep yang tersusun rapi. Selanjutnya ia mengemukakan bahwa: “*the child originally as no conception of self, but develops one along with the development of conceptions of other person*”. Robert E.L. Faris, berkata. “*man is not born with a self, or with consciousness of self, each person*

²¹ Syamsu In & Nurihsan Juntika, *Teori Kepribadian*, Hal. 8-9.

becomes an object to him self by virtue of an active process of discovery the material for building a conception of self is acquired in the process of interaction with other persons. The self is defined in the reactions of others”.

Dua pendapat di atas, menunjukkan bahwa “*self*” tidak ada atau belum ada pada saat manusia dilahirkan, atau pada waktu masih anak-anak. “*Self*” selanjutnya akan lahir dan terbentuk sebagai hasil dari interaksi dengan lingkungan sosialnya, Misalnya: ibunya, ayahnya, kakaknya dan sebagainya dengan siapa dia selalu berhubungan tiap hari. Dengan kata lain “*self*” adalah produk daripada sosial.²²

Jadi, individu tidak akan menemukan identitas dirinya tanpa adanya benturan atau interaksi dengan lingkungan sosialnya. Lingkungan sosial berpengaruh besar terhadap identitas individu tersebut. Karena, Melalui interaksi-interaksi dengan lingkungan tersebut ia senantiasa selalu mengkonstruksi identitasnya seperti apa yang ia hasilkan dari interaksi dengan lingkungan sosial sekitar.

3) Afiliasi golongan/kelompok

Sejak kecil Dahlan Iskan dekat dengan lingkungan religius. Keluarga Dahlan Iskan mempunyai pondok pesantren tempat ia menimba ilmu. Ia juga menyelesaikan sampai tingkat aliyah di pesantren tersebut. Dalam biografinya, menulis bahwa keluarga

²² Wuryo Karmiran & Sjaifullah Ali, *Pengantar Ilmu Jiwa Sosial*, (Jakarta: Sabdodadi, 1982), hal. 38-39

Dahlan Iskan adalah santri. Tetapi keluarga santri gado-gado. Ibadahnya menggunakan aliran NU. Shalat tarawih duapuluh satu rakaat. Dan jika shalat shubuh menggunakan dua qunut. tidak hanya itu, Dahlan Iskan juga melakukan tahlil khas NU. Sahalat *Ied* yang dilakukannya tidak pernah dilapangan (sementara Muhammadiyah biasa dilakukan shalat id di lapangan).

Tapi Dahlan Iskan dan keluarganya pun mengikuti aliran kejawen. Melakukan bersih desa, wayangan Murwad kolo, dan sebagainya. Sementara aliran politik keluarganya adalah Masyumi. Sehingga tidak heran jika suatu waktu Dahlan Iskan di cap sebagai warga Muhammadiyah. Sehingga suatu waktu ia pernah tidak diterima oleh kalangan muhammadiyah karena melakukan ritual tahlil. Sementara itu, aliran tarekat yang dijalankan adalah Syatariyah, bukan Naqsabandiyah. Sepupu-sepupu Dahlan Iskan yang telah dewasa menjadi banser NU.²³

Sementara setelah Dahlan Iskan sekarang dikenal sebagai pengusaha yang sukses pengusaha sukses di Indonesia. Mulanya Dahlan Iskan adalah wartawan yang sukses membawa Jawa Pos menjadi terkemuka di nusantara. Selain itu, ia juga mendirikan Jawa Pos News Network (JPNN). JPNN menaungi lebih dari dari 134 surat kabar, tabloid, majalah serta 40 jaringan percetakan di seluruh Indonesia. Berkat Tangan dinginnya ia juga sukses

²³ Rachmanto, 2012, *Dahlan Iskan Iskan Pemimpin yang Happy*, (Makasar: Arus Timur), hal. 34 .

mendirikan beberapa stasiun televisi lokal Dahlan Iskan tidak hanya seputar media cetak dan elektronik. Lebih dari itu, ia telah merambah bidang bisnis real estate dan perhotelan, data center, dan kelistrikan.²⁴

Menjadi pengusaha tentunya ia tidak lepas kedekatannya dengan kalangan pengusaha. ia dikenal sangat dekat dengan para tokoh pengusaha nasional, sebut saja pengusaha properti terkenal Indonesia Ciputra, CEO Mark Plus Hermawan Kartajaya, dan masih banyak lagi. Banyak juga partner bisnisnya adalah pengusaha-pengusaha asal Tiongkok. Maka tidak heran Dahlan Iskan sangat sering sekali ke Tiongkok untuk melakukan perjalanan bisnis. Bahkan diakuinya dalam kurun satu tahun Dahlan Iskan bisa sepuluh atau lima belas kali ke Tiongkok. Dahlan Iskan juga pernah diangkat menjadi ketua Kadin komite Tiongkok provinsi Jawa Timur.

Sangkin seringnya berurusan dengan pengusaha Tiongkok membuat Dahlan Iskan merasa harus menguasai bahasa mandarin. Bahkan diakuinya selama berada di Tiongkok untuk belajar bahasa madarin membuat hubungan dagang dengan beberapa pengusaha disana semakin dalam. Banyak mesin-mesin untuk perusahaan-perusahaanya dibeli dari Tiongkok. Kedekatan dan sikap pluralisnya Dahlan Iskan pun pernah diwujudkan pusat jajanan

²⁴ Indra Prasetyo, *Pemimpin Dengan Hati Bukan Dengan Besi*, (Jogjakarta : Buku Biru 2013 Hal. 21.

bernuansa Tiongkok yang diberi nama Kya Kya di kompleks Pecinan Kembang Jepun Surabaya.²⁵

Rupanya Tiongkok sangat membuat Dahlan Iskan sangat terkesan dan terinspirasi, sehingga ia merasa banyak belajar dari Tiongkok tersebut terutama tujuannya adalah “belanja semangat”. Sehingga selama di negeri Tiongkok ia tulis ke dalam catatan khusus yaitu “Pelajaran dari Tiongkok”.

Dahlan Iskan ternyata tidak hanya di kenal dekat dengan dunia bisnis. Tapi, ia juga dekat dengan dunia kesenian. Saat menjadi mahasiswa, Dahlan Iskan aktif didalam grup band. Ketika selama di Jawa Pos ia juga pernah mejnadi ketua pertsatuan seni barongsai surabaya. Dan perhimpunan Barongsai. Ia juga aktif sebagai ketua *Bridge* di Indonesia.

2. Media cetak surat kabar

a. Sejarah singkat surat kabar

surat kabar terbit pertama kali dalam masa kekuasaan Caesar, roma sudah memiliki sebuah surat kabar. *Acta diurna* (kegiatan dalam sehari), yang dituliskan dalam sebuah batu tulis, ditempatkan di dinding setelah setiap pertemuan senat. Sirkulasinya tunggal dan tidak ada pengukuran yang akurat untuk mengukur jumlah pembacanya. Namun, benda ini dapat menunjukkan bahwa orang selalu ingin

²⁵ Dahlan Iskan Iskan, *pelajaran dari Tiongkok, surabaya*: (Surabaya: Temprina Media Grafika), 2008. H al.V-XV.

mengetahui hal yang telah terjadi dan orang lain kan menolong mereka untuk mengetahuinya.

Surat kabar yang dicetak dengan dikertas seperti sekarang ini berakar pada abad ke-17 di Eropa. *Corantos*, lembaran berita satu halaman tentang kejadian khusus, sudah dicetak dalam bahasa Inggris di Belanda pada tahun 1620 dan diekspor ke Inggris oleh para penjual buku inggris yang bersemangat untuk memuaskan tuntutan publik akan informasi tentang yang terjadi di Eropa daratan.²⁶

b. Proses produksi surat kabar

Proses produksi media cetak surat kabar antara lain:

1) Rapat redaksi

proses produksi media cetak surat kabar, merupakan suatu rantai proses yang panjang dan tak terpisahkan. Hal pertama yang dilakukan adalah Rapat redaksi oleh staff redaksi .hal ini bertujuan untuk menentukan isu apa yang akan diangkat, kemudian menentukan topik atau tema yang akan diliput. Pada proses ini sangat menentukan isi surat kabar.

2) Liputan dan penulisan naskah berita

Proses yang selanjutnya dilakukan adalah melakukan proses liputan yang dilakukan oleh wartawan (pengumpulan data / bahan tulisan baik melalui foto, wawancara ataupun studi literatur) . Perkerjaan yang selanjutnya dilakukan oleh seorang

²⁶ Stanley j Baran, *Pengantar komunikasi massa melek media dan budaya*, (Jakarta: Erlangga, 2012), hal. 130

wartawan adalah penulisan naskah berita berdasarkan data dan fakta yang telah didapat selama proses liputan.

3) Editing & penentuan berita

Naskah berita yang dibuat oleh wartawan diserahkan kepada redaktur, proses selanjutnya redaktur akan melakukan proses penyuntingan naskah berita (dari segi tata bahasa dan isi berita). Tahap selanjutnya adalah penentuan nilai berita, menentukan berita mana yang memiliki nilai jual, menjadi headline dan menentukan pada halaman berapa berita yang lain ditampilkan. Untuk sebuah media cetak berskala besar, memiliki banyak redaktur sesuai dengan bidang masing masing antara lain: desk kota (bagian kriminal, sosial politik, bisnis, gaya hidup, internasional, olahraga, seni budaya dan lain lain. Setiap redaktur memiliki wartawannya masing – masing.

4) Layout

Seorang layouter akan menyusun tata letak dari naskah berita, foto dan ilustrasi sebuah media cetak (halaman per halaman, baris dan kolom).

5) Mencetak surat kabar

Proses ini disebut juga “naik cetak” . bagian percetakan akan mentransfer dokumen(file) berita ke film kemudian ditransfer ke plat lalu dicetak, pada saat ini (file) berita diserahkan ke bagian CTP (Computer to plat untuk kemudian dicetak oleh

bagian percetakan)). Proses ini menghasilkan koran yang siap didistribusikan.

6) Distribusi

Koran yang telah dicetak kemudian disalurkan ke distributor kemudian ke agen, dari agen kemudian dibagikan ke rumah pelanggan atau disebarkan ke pedagang koran

Secara ringkas proses produksi sebuah media cetak adalah sebagai berikut:

rapat redaksi → Liputan dan penulisan naskah berita → Editing & penentuan berita → Layout → Mencetak koran → Distribusi

c. konglomerasi surat kabar

1. Konglomerasi surat kabar

seperti halnya media lainnya, konglomerasi²⁷ telah membawa peningkatan tekanan pada surat kabar untuk beralih pada keuntungan. Konglomerasi mewujudkan dirinya dalam tiga cara yang berbeda, tetapi saling berkaitan—hiperkomersialisasi, penghapusan perbedaan antara iklan dan berita, dan yang paling utama, hilangnya misi jurnalisme itu sendiri. Banyak surat kabar menjual ruang iklan di halaman depannya, yang dulunya merupakan posisi eksklusif untuk berita. Yang pada intinya surat kabar sekarang memperbolehkan (dan membebaskan biaya) untuk

²⁷ Dalam kamus ilmiah populer pengertian kata Konglomerasi adalah keutuhan unsur; modal raksasa (dari berbagai prosedur/perusahaan). Dalam Risa Agustin, *Kamus Ilmiah Populer Lengkap* (Surabaya: Serba Jaya), hal. 252.

penempatan obituari binatang peliharaan berdampingan dengan berita-berita kematian manusia.

Produk kedua konglomerasi, menurut para kritikus, adalah pencarian keuntungan dengan segala harga, merupakan pelongsoran tembok pelindung, yang dulunya adalah batas yang tidak terlanggar antara editorial surat kabar dengan misi pengiklan. Konten editorial surat kabar disesuaikan dengan kepentingan komersial utama surat kabar. Pemilik surat kabar saat ini sangat berfokus pada margin keuntungan sehingga editor yang bekerja pada mereka merasa terganggu dalam mencari dan melaporkan berita-berita bagus. editor dan staf akan merasa lemah dan ketakutan. Editor dan staf merasa tersisihkan karena harus memilih antara apakah memilih membawa maju surat kabar dengan perasaan yang murni tentang nilai dan komitmen atau apakah akan memilih jalan untuk memerah perusahaan sampai pada recehan terakhir.²⁸ Dan akibat pragmatisme seperti ini juga akan berdampak pada isi pemberitaan surat kabar yang dihasilkannya tidak bermutu.

Di Indonesia sendiri setidaknya ada tiga perusahaan surat kabar sekaligus kompetitor surat kabar terbesar, yakni, Tempo Group, Jawa Pos Group, dan Gramedia Group. Ketiganya merupakan perusahaan surat kabar terbesar dan berpengaruh di

²⁸ Stanley j Baran, *Pengantar Komunikasi: Massa Melek Media dan Budaya* , hal. 151-153.

Indonesia yang ternyata ketiganya tidak hanya berkonsentrasi di surat kabar saja, akan tetapi media-media surat kabar tersebut kini melebarkan sayapnya ke industri lainnya.

Kompas Gramedia group sebagai salah satu perusahaan yang terkemuka di Indonesia pada mulanya adalah majalah bulanan Intisari yang terbit pertama kali pada tanggal 17 Agustus 1963. Kini Kompas Gramedia grup telah banyak memiliki unit usaha. Seperti, PT Gramedia Pustaka Utama (GPU) sebagai penerbit buku umum, PT Gramedia Film, bisnis perhotelan, PT. Grahanusa Mediatama yang menerbitkan Tabloid Kontan. Kompas Gramedia grup juga meluncurkan Kompas Online yaitu Kompas.com.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan situasi lingkungan bisnis di media, bisnis media cetak diarahkan untuk melakukan transformasi menuju era digital. Dengan demikian sosok media selanjutnya ditampilkan melalui multi media, multi channel, dan multiplatform (MMM). Maka pada awal tahun 2009 media televisi mulai dijajagi kembali. Kompas Gramedia Television (Kompas Gramedia TV) menjadi kendaraan perusahaan untuk menjalankan bisnis di televisi yang dimulai dengan pembentukan proyek Kompas Gramedia TV pada awal Oktober 2009. Proyek ini memulai kegiatannya dengan membentuk Kompas Gramedia Production yang diberi tugas untuk

memproduksi program acara yang memberikan *value added* kepada pemirsa, sehingga program-program yang akan ditayangkan mengandung nilai-nilai kemanusiaan, nilai sosial dan pendidikan. Proyek Kompas Gramedia TV sekaligus juga mempersiapkan terbentuknya Kompas Gramedia TV Network, Kompas Channel, Kompas Gramedia Vision, dan Kompas TV.²⁹

Sementara Jawa Pos group kini telah memiliki 134 lebih surat kabar, tabloid, dan majalah, serta 40 jaringan percetakan di Indonesia. Dan juga Jawa Pos group merambah ke dunia media pertelevisian. Kini jwa pos group memiliki beberapa stasiun televisi lokal seperti JTV di Surabaya, Batam TV di Batam, Riau TV di Pekanbaru, Fajar TV di Makassar, Palembang TV di Palembang, Parijs TV di Bandung, serta masih banyak lagi.³⁰

Sementara surat kabar Tempo sendiri hingga saat ini masih konsisten berkuat di media cetak surat kabar, namun tempo sendiri adalah surat kabar berpengaruh Indonesia. Bahkan dalam sejarahnya di masa orde baru tempo pernah di beredel oleh pemerintah dalam kurun empat tahun. Barulah setelah masa orde baru berakhir Tempo terbit kembali. Dan hingga sekarang tempo tetap kokoh menjadi koran terkemuka di Indonesia. surat kabar

²⁹ <http://www.kompasgramedia.com/aboutkg/history>, diunduh pada tanggal 21 april 2014).

³⁰ Elshabrina, *Leadership Dahlan Iskan Iskan*, (Jakarta: Cemerlang Publishing, 2012), hal. 26-27.

tempo juga meluncurkan surat kabar online yaitu, www.tempo.com.

2. dampak-dampak konglomerasi media

adapun dampak-dampak yang ditimbulkan akibat konglomerasi media adalah:

- a. Konglomerasi yang tidak sehat dapat menciptakan ketidakstabilan, dengan waktu yang singkat kenyataan akan terkubur dan melahirkan kenyataan yang baru "menurut pemilik media." Hal ini dapat dikatakan bahwa agenda media sama dengan agenda publik, media yang menentukan arah, dan fakta peristiwa.
- b. Konglomerasi melemahkan kontrol jurnalistik, berkaitan erat dengan kebebasan pers. Sebagaimana yang dikatakan Ziauddin Sardar, kebebasan menjadi milik mereka yang menguasai pers/media. Dalam konteks teori hegemoni Antonio Gramsci, pemilik media akan menghegemoni, menguasai, dan mendominasi media, semata untuk kepentingan pribadi mereka.³¹
- c. konglomerasi media dapat menimbulkan penguasaan informasi, ekonomi, politik, dan spektrum frekuensi radio dan orbit satelit yang jumlahnya sangat tidak terbatas di lembaga penyiaran swasta.

³¹ Konglomerasi Media di Indonesia memprihatinkan (<http://suaradibaliktembok.blogspot.com/2013/0/konglomerasi-media-di-Indonesia.html> , diunggah pada tanggal 17 april 2014.)

- d. kepemilikan media juga akan mempengaruhi atau menjadi faktor yang dapat mengubah kebijakan dan tujuan media itu sendiri. contohnya: isi/materi program media yang akan di sampaikan kepada masyarakat.³²
- e. Konglomerasi megancam demokrasi, penguasaan pribadi terhadap sistem media serta bukanlah suatu praktek yang netral dan menguntungkan setiap pihak. Serta Landasan komersial media dapat berimplikasi buruk terhadap praktek politik demokratis.³³

David Pearce Dem Ers mengatakan, media massa adalah agen kontrol sosial. Perbedaan isi terbentuk oleh nilai-nilai dominan, semacam kapitalisme yang bertanggung jawab dan aturan sosial, dan oleh kemandirian elite yang dimiliki media sebagai sumber berita dan sumber iklan demi memperoleh keuntungan. Media sangat bergantung pada pusat kekuatan, pusat ekonomi, dan politik sebagai berita. Yang berarti bahwa masalah sosial biasanya dibentuk dari posisi mereka yang memegang kekuasaan dan isi berita secara umum mempromosikan nilai-nilai yang selaras dengan ide kapitalis dan kepentingan elite. Media mainstream jarang atau bisa dibilang tidak pernah menyebabkan atau mendorong terjadinya perubahan sosial radikal. Fungsi

³²Konglomerasi Media Indonesia diunduh dari (<http://franskydecember.blogspot.com/2011/07/konglomerasi-media-Indonesia.html>, pada tanggal 17 april 2014)

³³ Rhadap Robet mc chesney, *konglomerasi media ancaman terhadap demokrasi*, (Jakarta: Aliansi Jurnalis Independent, 1998), hal. 378.

pengawasan Pers hanyalah wacana. pesan-pesan di media menciptakan dukungan yang luas terhadap sistem-nilainya, aturannya, instuisinya, dan pemimpinnya—tetapi sering mengkritik mereka-mereka yang berkuasa, khususnya bila kelompok elite tidak menyetujui atau kebijakan yang fundamental.³⁴

Pendapat ini menunjukkan betapa besar dan kuatnya pengaruh dominasi kepemilikan media massa terhadap kontrol sosial, dimana kepemilikan media menentukan isi media massa tersebut. yang sejatinya media surat kabar yang merupakan media massa menjadi pranata sosial yang menggerakkan perubahan sosial yang terkontrol dan bukan menjadi sebuah ancaman.

B. Kajian Teori

1. Teori konstruksi Identitas

Sebagaimana yang telah Dalam upaya memahami identitas sebagai kategori yang terdiri dari identitas yang saling berkaitan (*interlocking identity*), teor-teori yang berada dalam kelompok “*identity politics*” memiliki kepentingan yang sama dalam hal konstruksi dan pelaksanaan (*performace*) dari berbagai ketegori identitas. Teori identitas kontemporer (*contemporary identity theories*) menyatakan, bahwa tidak ada ketegori identitas yang berada di luar konstruksi sosial oleh budaya yang lebih besar. Kita mendapatkan sebagian besar identitas kita dari konstruksi yang ditawarkan dari berbagai kelompok sosial di mana kita menjadi bagian di

³⁴ Werner j serevin & Tarkand W James jr , *Teori komunikasi:sejarah, metode, & terapan di dalam media massa*, (jakarta: kencana, 2011), hal. 428.

dalamnya seperti keluarga, komunitas, subkelompok budaya, dan berbagai ideologi berpengaruh. Tidak peduli apakah hanya ada satu dimensi atau beberapa dimensi identitas gender, kelas sosial, ras, jenis kelamin. Maka identitas itu dijalankan atau dilaksanakan menurut atau berlawanan dengan norma-norma dan harapan terhadap identitas bersangkutan, hal ini menunjukkan bahwa identitas kita adalah selalu berada dalam “proses untuk menjadi” (*the process of becoming*) yaitu ketika memberikan tanggapan terhadap konteks dan situasi yang mengelilingi kita.

dikemukakan Mendoza-Halualani: “*identity politics now is seen as an effort to set identities in motion*” (politik identitas sekarang dipandang sebagai suatu upaya untuk menentukan identitas “dalam gerak”). Identitas merupakan tindakan yang selalu berubah setiap saat. Sebagai contoh, Barbara Ponse menjelaskan langkah-langkah yang dilakukan seseorang dalam mengungkapkan identitas dirinya, misalnya, sebagai penyuka sejenis (lesbian, gay) atau penyandang HIV-AIDS lebih merupakan bentuk pengaturan diri agar dapat diterima (*reconfiguration of the self*).³⁵

³⁵ Morissan, *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*, (Jakarta: Kencana, 2013), hal. 129-130.