

# **Gaya Komunikasi Dalam Berita Televisi (Produksi Pesan Pada Program Berita “Pojok Kampung” JTV Dan Penerimaan Pesan Di Kalangan Masyarakat Jawa Timur)**

Dony Rano Virdaus

Program Studi Ilmu Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Kediri

Email : donyrano@gamil.com

## **Abstract**

The application of regional languages in the news program Kampung Corner JTV is interesting to serve as a study material, where news program Corner Kampung JTV is using the Java Regional Timuran with a “Suroboyo-an” dialect in the news. The uniqueness of the language of Suroboyo-an, which is the local culture of East Java, is packed in a news theme of crime information and the latest info that became one of the Kampung Corner program in JTV.

**The purpose of this study for: 1). Describe and analyze the communication style from news program “Kampung Kampung” JTV in text level. 2). Describe and analyze the communication style of production the news program message “Kampung Kampung” JTV in the context level. 3). Describe and analyze the communication style of message reception of news program “Kampung Kampung” JTV among East Java society in context level.**

Aspect of communication in this study for reveal how communication styles are divided into two between high context communication with low context communication in Kampung JTV Corner program with the theory approach presented by Edward T. Hall (1976). The theory of communication style Edward T. Hall does have a close relationship with intercultural communication, it have relation to the mass media of its assessment with low and context context communication approach high. How the mass media perform their duties as a medium of information, convey information to the community with approaches that are closer and friendlier to the culture adopted by the local community. The approach of the theory of message production uses the theory of the construction of social reality which divides into three concepts, namely Externalization, Objectivation, Internalization which is deliver by Peter L. Berger (1966) and also the approach of message reception which divides the three positions, dominant position, oppositional position and negotiation position delivered by Stuart Hall (1980), they will be used by writers to know the production and reception of messages in mass communication news program “Kampung Kampung” JTV in text and context level.

This research uses Qualitative method with single case study approach in Kampung Corner program. The research location is located at Surabaya JTV Office. This research was also conducted in Eastern part of East Java (etan) which is Surabaya City and West Java area of West (Kulon) Ponorogo City. 1) the results of the visual and verbal images of the village corner using low context communication style (low context communication) on the message of the crime theme and the latest news 2). Producing context-level messages using the construction of social reality with the concept of Internalization on the message of the crime theme and the latest info happening through the language in everyday life that is packed in news programs corner of the village of JTV. Language reflects reality, but simultaneously can create reality, 3). Acceptance of context-level messages visually and verbally news program corner of the village of JTV among the people of East Java Etanan easily accepted and in the East Java community Kulonan use of vocabulary in the Corner Kampung impressed not polite.

For the future it is expected that have a cultural communication approach in mass communication to explore communication styles related to message production and message reception of television programs among the people of East Java. And with other methods approach, such as approach of quantitative method or mix method to get the result by data and wide sample. In order that the results of further research will be used as a strong basis valid and can be tested the truth or can made reference by data and methodology.

Keywords: Communication Style, Local TV, Message Production, Message Reception, "Pojok Kampung"JTV

### Abstrak

Penggunaan Bahasa daerah dalam program siaran berita Pojok Kampung JTV ini menarik untuk dijadikan sebagai sebuah bahan kajian, dimana program berita Pojok Kampung JTV ini menggunakan Bahasa daerah Jawa Timuran dengan logat Suroboyo-an dalam pemberitaan. Keunikan logat bahasa Suroboyo-an yang merupakan budaya lokal Jawa Timur dikemas dalam sebuah tema berita informasi kriminalitas dan info terkini yang menjadi salah satu program Pojok Kampung di JTV.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui: 1). Mendeskripsikan dan menganalisis gambaran gaya komunikasi program berita "Pojok Kampung" JTV dalam level teks. 2). Mendeskripsikan dan menganalisis gaya komunikasi produksi pesan program berita "Pojok Kampung" JTV dalam level konteks. 3). Mendeskripsikan dan menganalisis gaya komunikasi penerimaan pesan program berita "Pojok Kampung" JTV di kalangan masyarakat Jawa Timur dalam level konteks.

Aspek komunikasi penelitian ini akan mengungkap bagaimana gaya komunikasi dibedakan menjadi dua antara komunikasi konteks tinggi (high context communication) dengan komunikasi konteks rendah (low context communication) dalam program Pojok Kampung JTV dengan pendekatan teori yang disampaikan Edward T. Hall (1976). Teori gaya komunikasi Edward T. Hall memang memiliki hubungan erat dengan dengan komunikasi antarbudaya, kaitannya dengan media massa pengkajiannya dengan pendekatan komunikasi konteks rendah dan konteks tinggi. Bagaimana media massa melakukan tugasnya sebagai media informasi, menyampaikan informasi kepada masyarakat dengan pendekatan-pendekatan yang lebih dekat dan ramah dengan budaya yang dianut oleh masyarakat setempat. Pendekatan teori produksi pesan menggunakan teori kontruksi realitas social yang membagi menjadi tiga konsep, yaitu Eksternalisasi, Objektivasi, Internalisasi yang disampaikan oleh Peter L. Berger (1966) kemudian juga pendekatan penerimaan pesan

yang membagi tiga posisi, posisi dominan, posisi oposisional dan posisi negosiasi yang disampaikan oleh Stuart Hall (1980) akan digunakan penulis untuk mengetahui produksi dan penerimaan pesan dalam komunikasi massa program berita "Pojok Kampung" JTV dalam level teks dan konteks.

Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif dengan pendekatan studi kasus tunggal di program Pojok Kampung. Lokasi penelitian di Kantor JTV Surabaya. Penelitian ini juga dilakukan di wilayah Jawa Timur bagian Timur (etan) yaitu Kota Surabaya dan wilayah Jawa Timur bagian Barat (Kulon) Kota Ponorogo. 1) hasil gambaran visual dan verbal pojok kampung menggunakan gaya komunikasi konteks rendah (low context communication) pada pesan pemberitaan tema kriminalitas dan info terkini 2). Produksi pesan level konteks

menggunakan kontruksi realitas social dengan konsep internalisasi pada pesan pemberitaan tema kriminalitas dan info terkini terjadi melalui bahasa dalam kehidupan sehari-hari yang di kemas dalam program berita pojok kampung JTV. Bahasa mencerminkan realitas, tetapi sekaligus dapat menciptakan realitas, 3). Penerimaan pesan level konteks secara visual dan verbal program berita pojok kampung JTV di kalangan masyarakat Jawa Timur Etanan mudah diterima dan dalam kalangan masyarakat Jawa Timur Kulonan penggunaan kosakata di Pojok Kampung terkesan tidak sopan.

Saran untuk penelitian lanjutan diharapkan ada pendekatan komunikasi budaya dalam komunikasi massa untuk menggali gaya komunikasi yang berkaitan dengan produksi pesan dan penerimaan pesan program televisi di kalangan masyarakat Jawa Timur. Diharapkan penelitian lanjutan dengan pendekatan metode yang lain, seperti pendekatan metode kuantitatif atau mix method untuk mendapatkan hasil secara data dan sampel yang luas. Agar hasil penelitian lanjutan nantinya bisa dijadikan dasar yang kuat secara valid dan bisa dipertanggungjawabkan secara data maupun metodologi.

Kata Kunci: Gaya Komunikasi, TV Lokal, Produksi Pesan, Penerimaan Pesan, Pojok Kampung JTV

## A. Pendahuluan

Televisi lokal saat ini bukan lagi menjadi hal yang baru bagi masyarakat di Indonesia. Munculnya TV lokal berdasarkan Undang-Undang tentang penyiaran No. 32 Tahun 2002 pasal 6 ayat 3 berbunyi: “Dalam sistem penyiaran nasional dikembangkan dengan membentuk stasiun jaringan dan stasiun lokal”. Disebutkan terdapat lembaga penyiaran dan pola jaringan yang adil dan terpadu yang juga dalam bab XI menegenai ketentuan peralihan pasal 60 ayat 3 berbunyi: “Lembaga penyiaran yang sudah mempunyai stasiun relai, sebelum di undangkannya Undang-undang ini dan setelah berakhirnya masa penyesuaian, masih dapat menyelenggarakan penyiaran melalui stasiun relainya, sampai dengan berdirinya stasiun lokal yang berjaringan dengan lembaga penyiaran tersebut dalam batas waktu paling lama 2 tahun, kecuali ada alasan khusus yang ditetapkan oleh KPI bersama pemerintah”. (UU No.32. 2002).

JTV sebagai salah satu media massa terbesar di Jawa Timur mempunyai tayangan berita yang unik dan paling di gemari oleh masyarakat Jawa Timur. Salah satu program acara lokal yang disuguhkan JTV seperti yang disebutkan dalam Company Profile JTV adalah Pojok Kampung yang tayang setiap hari pukul 21.00 WIB dengan durasi satu jam dan terbagi ke dalam beberapa segmen.

Program Pojok Kampung, program berita khas bahasa Suroboyoan. Bahasa Suroboyoan yang dibawakan oleh pembaca berita dan narator, menjadi ciri khas dan sesuatu yang ditunggu-tunggu. Beritanya seputar tindak kriminal dan informasi terkini. Ada pula segmen Blakrakan Pecinan, yaitu berita seputar pecinan di Jawa Timur (<http://jtv.co.id/>).

Program acara tersebut merupakan program berita yang menggunakan bahasa daerah sebagai bahasa dalam penyampaian berita, bahasa yang digunakan adalah bahasa Jawa ngoko dialek Surabaya yang dikenal dengan kasar, blak-blakan, egaliter (sama atau sejajar) sehingga tidak lazim digunakan sebagai bahasa pengantar dalam tayangan berita formal. Program Pojok Kampung ini muncul sejak bulan juli 2003.

Masyarakat Jawa Timur yang terbagi menjadi dua wilayah besar Jawa Timur (Etanan) dan Jawa Timur (Kulonan) umumnya adalah masyarakat yang berkomunikasi menggunakan gaya komunikasi konteks tinggi (HCC) dan gaya komunikasi konteks rendah (LCC). Program Pojok Kampung yang menggunakan Bahasa daerah dengan gaya Bahasa yang kasar, blak-blakan, egaliter (sama atau sejajar) tidak bisa mewakili gaya Bahasa masyarakat Jawa Timur yang umumnya menggunakan gaya Bahasa konteks tinggi (HCC) dan gaya Bahasa konteks rendah (LCC). Hal ini membuat pro kontra disetiap penayangan program Pojok Kampung dikalangan masyarakat Jawa Timur.

Fenomena ini menarik untuk dijadikan sebagai sebuah bahan kajian, dimana program berita Pojok Kampung yang menggunakan gaya komunikasi konteks rendah (LCC) dapat diterima dalam masyarakat Jawa Timur yang umumnya adalah komunikasi konteks tinggi (HCC). Penggunaan gaya komunikasi berkonteks rendah dalam program Pojok Kampung ini dianggap sebagai sarana untuk melestarikan budaya Jawa Timur. Masyarakat Jawa Timur dianggap dapat menerima akan gaya komunikasi konteks rendah yang disampaikan dalam program Pojok Kampung, namun ada

juga ebagian masyarakat Jawa Timur yang menolak dan tidak menerima akan gaya komunikasi konteks rendah yang dianggap itu sebagai sesuatu Bahasa kasar dan tidak sopan.

Proses penyampaian komunikasi program Pojok Kampung melalui media televisi ini mengalami kesenjangan penerimaan pesan dari televisi dan khalayak yang melihat program tersebut. Desain awal yang dilakukan oleh tim kreatif JTV semata-mata menggali keunikan logat bahasa Suroboyo-an yang merupakan budaya lokal Jawa Timur dan dikemas dalam sebuah program acara berita informasi kriminalitas yang bisa menjadi salah satu program unggulan di JTV.

Kesenjangan penerimaan pesan program Pojok Kampung yang diterima oleh khalayak tampak ketika penggunaan gaya komunikasi berkonteks rendah (LCC) yang terkesan kasar, vulgar dan sifatnya langsung, apa adanya ini menjadi kontroversi di kalangan masyarakat Jawa Timur, ada pihak yang menyukainya dan ada yang tidak menyukainya.

Aspek komunikasi pada penelitian gaya komunikasi ini adalah: (a) Melihat produksi pesan pada program tayangan berita “PojokKampung” di JTV, (b) Melihat penerima pesan pada program tayangan berita “Pojok Kampung” di JTV. Kedua aspek komunikasi tersebut dianggap penting karena berkenaan dengan unsur-unsur komunikasi. Selain itu, dilihat pula tentang bagaimana produksi pesan dan penerimaan pesan. Produksi pesan adalah cara komunikator menyusun pesan untuk disampaikan kepada komunikan. Penerimaan pesan adalah diterimanya pesan oleh komunikan dari komunikator. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka judul penelitian

ini adalah “GAYA KOMUNIKASI DALAM MEDIA TELEVISI (Analisi Teks, Proses Produksi dan Penerimaan Pesan Pada Program Berita “Pojok Kampung” JTV di Kalangan Masyarakat Jawa Timur)”. Sehingga masalah menarik yang dikaji dalam penelitian ini secara umum adalah bagaimana gaya komunikasi dalam produksi dan penerimaan pesan program berita “Pojok Kampung” JTV di masyarakat Jawa Timur. Yang secara khusus penelitian ini menjawab tentang *pertama*, bagaimana gambaran produksi dan penerimaan pesan dalam komunikasi massa program berita “Pojok Kampung” JTV dalam level teks. *Kedua*, bagaimana produksi pesan program berita “Pojok Kampung” JTV di kalangan masyarakat Jawa Timur dalam level konteks. *Ketiga*, bagaimana penerimaan pesan program berita “Pojok Kampung” JTV di kalangan masyarakat Jawa Timur dalam level konteks.

## **B. Metode Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan atau metodologi diskriptif kualitatif. Metode kualitatif adalah suatu metodologi yang digunakan untuk memahami memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2007:6).

Peneliti memilih menggunakan metode penelitian diskriptif kualitatif sebagai metode dalam mengkaji penelitian Gaya Komunikasi dalam Media Televisi studi kasus pada program Pojok Kampung JTV dikalangan masyarakat Jawa Timur.

### C. Analisis Data dan Pembahasan

Komunikasi sangat penting dalam proses kehidupan kita sebagai makhluk sosial untuk bias menyampaikan ide dan gagasan kita kepada lawan bicara kita. Saat kita berkomunikasi isi pesan menjadi hal utama yang perlu tetap kita jaga agar tersampaikan dengan baik dan bias diterima dengan baik juga oleh lawan bicara kita. Komunikasi dalam kajiannya komunikasi massa dengan menggunakan media massa senantiasa mengalami perubahan makna pesan yang ingin disampaikan pembuat pesan kepada khalayak atau *audience*.

(Effendi, 2007:9) mengungkapkan Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari bahasa Latin *communication*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti "sama". "Sama" disini maksudnya adalah satu makna. Jadi, jika dua orang terlibat dalam komunikasi maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dikomunikasikan, yakni baik si penerima maupun si pengirim sepaham mengenai suatu pesan tertentu.

Harold Lasswell memaparkan model sederhana dari komunikasi yaitu:

1. *Who?/Siapa?*
2. *Says what?/apa yang harus dikatakan?*
3. *In which channel?/melalui media apa?*
4. *To whom?/untuk siapa?*
5. *With what effect?/apa dampaknya?*

Model yang diutarakan Lasswell ini secara jelas mengelompokkan elemen-elemen mendasar dari komunikasi ke dalam lima elemen yang tidak bisa dihilangkan salah satunya (Laswell dalam Littlejohn, 2011.p.333).

### Pesan Dalam Proses Komunikasi

Komunikasi merupakan sebuah proses yang berpusat pada pesan dan bersandar pada informasi, komunikasi didefinisikan dalam dua prespektif yaitu prespektif atau pandangan presentatif dan pandangan representative. Terhadap dua prespektif tersebut disimpulkan bahwa komunikasi adalah pengelolaan pesan-pesan dengan tujuan menciptakan makna. Komunikasi terjadi kapan saja kepada seseorang yang berusaha menanggapi suatu pesan dan berusaha memberikan makna kepadanya. (Bulaeng,2002)

Pesan adalah symbol-simbol yang diperhatikan orang secara sadar dan menciptakan makna-makna. Pesan bisa berupa kata-kata yang secara sengaja diucapkan atau ditulis yang saling dipertukarkan diantara orang-orang ataupun pesan yang kita kirimkan kepada diri sendiri tentang ekspresi-ekspresi wajah yang tidak disengaja dan tampilan-tampilan persaan dari orang lain. (Bulaeng, 2002)

### Teori Gaya Komunikasi (*Communication Style*)

Gaya komunikasi merupakan cara bagaimana berkomunikasi, model perilaku verbal maupun non verbal meliputi cara memberi dan menerima informasi pada situasi tertentu. Dalam hal ini gaya komunikasi tidak dapat berlaku pada seluruh manusia secara sama, tetapi lebih mencerminkan karakter pribadi dan budaya. (Saphiere, et.al., 2005, p.5).

Menurut Edward T. Hall, gaya komunikasi dibedakan menjadi dua antara komunikasi konteks tinggi (*high context communication*) dengan komunikasi konteks rendah (*low context communication*).

Dalam komunikasi konteks tinggi (HCC), gaya komunikasi dipengaruhi oleh kedekatan hubungan manusia, baik terstruktur hirarki sosial, dan norma-norma perilaku yang kuat. Dalam komunikasi konteks tinggi (HCC), makna internal yang biasanya tertanam jauh di informasi, jadi tidak semuanya secara eksplisit dinyatakan secara tertulis atau diucapkan. Dalam komunikasi konteks tinggi (HC), pendengar diharapkan dapat membaca “antara garis”, untuk memahami sesuatu tak terkatakan dari latar belakang pengetahuannya. Hall (1976, 91) menekankan bahwa “komunikasi konteks tinggi atau pesan adalah satu di mana sebagian besar informasi adalah baik dalam konteks fisik atau terinternalisasi dalam diri seseorang, sementara sangat sedikit dalam kode, eksplisit, atau dikirimkan bagian dari pesan”.

Dalam komunikasi konteks rendah (LCC), makna secara eksplisit dinyatakan melalui bahasa. Orang berkomunikasi biasanya mengharapkan penjelasan ketika sesuatu masih belum jelas. Hall (1976) menjelaskan, informasi yang paling diharapkan dalam pesan yang disampaikan dalam rangka untuk menebus apa yang hilang dalam konteks (baik internal dan eksternal). Budaya LC ditandai dengan komunikasi langsung dan linier dan dengan penggunaan konstan dan kadang-kadang tidak pernah berakhir kata-kata. Komunikasi adalah langsung, tepat, dramatis, terbuka, dan berdasarkan perasaan atau niat yang benar (Gudykunst & Ting-Toomey, 1988).

### **Teori Produksi Pesan (*Message Desain Logic*)**

Teori *Message Desain Logic* digagas oleh Barbara O’Keefe. Pada penelitian ini,

penulis akan memaparkan bagaimana peran individu sebagai komunikator dalam menyiapkan dan memproduksi pesan. Produksi pesan ini dimaksudkan untuk membuat pesan yang disampaikan kepada masyarakat sebagai komunikasi dari inovasi *e-auction*. Teori ini memandang bagaimana seorang individu dalam memilih dan mengatur sebuah strategi agar pesan yang disampaikan efektif. O’Keefe (1988) menyatakan bahwa manusia berpikir secara berbeda mengenai bagaimana berkomunikasi dan membuat pesan serta bagaimana manusia menggunakan logika yang berbeda dalam memutuskan apa yang harus dikatakan kepada orang lain pada situasi tertentu.

Ia berpendapat bahwa memahami kisaran variasi dalam produksi pesan memerlukan analisis dua dimensi: pengirim pesan menentukan sendiri jenis tujuan yang berbeda, dan pengirim pesan berbeda alasan dalam membentuk pesan untuk melayani apapun tujuan yang mereka pilih. Hal ini karena pesan berbeda dalam fungsi yang mereka maksud arahkan, baik bentuk dan efek yang bervariasi dan karena individu yang berbeda mempunyai teori implisit komunikasi yang berbeda (logika desain pesan) yang mempedomani proses pengalasan dari tujuan pada pesan, bahkan orang yang mengejar tujuan yang sama seringkali menghasilkan jenis pesan dan memperoleh tingkat keberhasilan yang berbeda. (O’Keefe, 1988)

Premis utama dari *Message Desain Logic* adalah individu memiliki cara penalaran yang berbeda tentang komunikasi. Perbedaan-perbedaan individual mempengaruhi bagaimana pesan diproduksi untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan demikian, *Message Desain Logic* menyediakan “analisis tujuan

rasional” pemahaman komunikator tentang hubungan dan sarana dalam komunikasi menghasilkan berbagai variasi pesan yang dapat terlihat dalam pesan yang disampaikan dalam situasi yang kompleks (O’Keefe, 1988).

Barbara O’Keefe mengemukakan tiga logika dalam merancang pesan dimulai dari yang tidak terpusat (*least person centered*) hingga yang sangat terpusat (*most person centered*). (Littlejohn, 2011:165)

### 1. Logika ekspresif (*expressive logic*)

Logika ekspresif memandang komunikasi sebagai suatu cara yang mengekspresikan diri dan untuk menyatakan perasaan dan pikiran. Pesan yang terdapat dalam logika ekspresif ini sifatnya terbuka dan reaktif dengan hanya memberi sedikit perhatian pada kebutuhan dan keinginan orang lain. Dalam hal ini, logika ekspresif lebih bersifat self centered atau berpusat pada diri komunikator.

Logika ekspresif menunjukkan pandangan komunikasi sebagai sebuah proses mengungkapkan dan menerima pemikiran dan perasaan yang tersirat. Secara karakteristik, pengirim pesan yang menggunakan logika ekspresif gagal membedakan antara pemikiran dan ekspresi dalam menghasilkan pesan. Mereka secara esensi “membuang” status mental - pemikiran dan perasaan yang situasi picu yang ada dengan hanya diekspresikan pada saat itu - dan mereka berasumsi bahwa itu adalah cara yang orang lain juga pergunakan dalam membuat pesan. Dalam sistem desain ekspresif, ekspresi tidak secara sistematis berubah dalam layanan pencapaian efek, dan pengarti pesan yang bergantung pada logika desain ekspresif jarang menemukan sesuatu selain makna

“tersurat dan langsung” dari pesan yang diterimanya.

### 2. Logika konvensional (*Conventional logic*)

Logika konvensional memandang komunikasi sebagai suatu permainan yang dimainkan dengan mengikuti sejumlah aturan. Komunikasi merupakan alat untuk mengekspresikan diri yang dilakukan menurut aturan dan norma yang diterima termasuk hak dan tanggung jawab masing-masing orang yang terlibat. Logika ini digunakan untuk merancang pesan yang pantas, sopan, berdasarkan aturan yang sepatutnya diketahui oleh setiap orang.

Dalam logika konvensional, pemikiran dan ekspresi berbungan dalam jalur yang tidak langsung yang mengesampingkan proses ekspresi pada proses pencapaian efek. Bahasa diperlakukan sebagai sarana mengungkapkan dalil, tetapi dalil yang diungkapkan dispesifikasikan oleh efek sosial yang seseorang ingin capai. Dalam pengalasan konvensional, konteks komunikatif (peran, hak dan hubungan yang situasi punyai) dikonseptualisasikan sebagai tetap dan tidak berubah; pesan dirancang dengan menyeleksi tindakan yang sesuai untuk dilakukan dalam konteks tertentu.

### 3. Logika retorika (*Rhetorical logic*)

Logika retorik menunjukkan pandangan komunikasi sebagai penciptaan dan negosiasi pribadi dan situasi sosial. Pandangan retorik menggolongkan pengetahuan sarana konvensional untuk mencapai tujuan dalam pandangan bahwa fitur kontekstual ditemukan dalam proses komunikasi yang sederhana. Bukan melihat pribadi dan situasi sebagaimana pada sistem aturan

komunikasi dan bukan melihat makna sebagai tetap dalam pesan menurut bentuk dan konteks mereka, namun semua maksud diperlakukan sebagai permasalahan negosiasi sosial. Potensi bahasa untuk memunculkan peran dan menstrukturkan konteks dieksploitasi melalui manipulasi variasi stilistik dalam bahasa dan uraian kontekstualisasi pesan yang eksplisit. Perhatian yang sama pada detail bentuk pesan diberikan pada interpretasi pesan, yang menghasilkan penerimaan yang lebih seksama dan interpretasi maksud, motif dan karakter yang lebih dalam.

Pesan yang dirancang dengan menggunakan logika ini cenderung lentur dan fleksibel dan memiliki pemahaman dan terpusat pada lawan bicara. Komunikasi yang menggunakan logika ini cenderung untuk membingkai ulang situasi yang dihadapi agar berbagai tujuan termasuk persuasi dan kesopanan dapat diintegrasikan dalam satu kesatuan yang bulat.

### **Teori Penerimaan Pesan (*Message Reception*)**

Pada Teori Pemaknaan (*Reception Theory*) oleh Stuart Hall, analisis *reception* mengacu pada studi tentang makna, produksi dan pengalaman khalayak dalam hubungannya berinteraksi dengan teks media. Fokus dari teori ini ialah proses decoding, intepretasi, serta pemahaman inti dari konsep analisis *reception*. Pada ilmu komunikasi massa, proses komunikasi dikonseptualisasikan sebagai sirkuit atau loop. Model ini dikritisi karena bentuknya yang linier (*sender/message/receiver*) yang ditekankan pada level pertukaran pesan dan ketiadaan konsep yang telah terstruktur

dari berbagai momen sebagai struktur hubungan yang kompleks.

Dalam teori ini Stuart Hall mengatakan bahwa makna yang dimaksudkan dan yang diartikan dalam sebuah pesan bisa terdapat perbedaan. Kode yang digunakan atau disandi (*encode*) dan yang disandi balik (*decode*) tidak selamanya berbentuk simetris. Derajat simetri dalam teori ini dimaksudkan sebagai derajat pemahaman serta kesalahpahaman dalam pertukaran pesan dalam proses komunikasi - tergantung pada relasi *ekuivalen* (simetri atau tidak) yang terbentuk diantara *encoder* dan *decoder*. Selain itu posisi *encoder* dan *decoder*, jika dipersonifikasikan menjadi pembuat pesan dan penerima pesan.

Teks media biasanya mengarahkan khalayak ke arah yang di inginkan. Untuk mengetahui makna dominan yang ditawarkan oleh media, kita bisa melakukan analisis struktur internal dari text. Khalayak mungkin melakukan pembacaan *alternative* yang berbeda dengan pemaknaan yang ditawarkan oleh media. Biasanya perbedaan pemaknaan muncul karena perbedaan posisi *social/* pengalaman budaya antara pembaca dan produsen media. Hall, menawarkan 3 pilihan decoding, yaitu: (EmGriffin 8th:351)

#### **1. *Operating inside the dominant code***

Media memproduksi pesan, khalayak mengkonsumsinya. Khalayak hendaknya membaca pesan serupa dengan bacaan yang lebih disukai (*preferred reading*).

#### **2. *Applying a negotiable code***

Khalayak menerima ideologi inti secara umum, tetapi menentangnya pada aplikasi di kasus-kasus spesifik.

### 3. *Substituting an oppositional code*

Khalayak melihat melalui pembangunan dalam presentasi media dan menyusun usaha yang terorganisasi untuk mendemitologikan berita

Hall menjelaskan bahwa ada dua cara “menentukan *moment*” dalam pertukaran komunikasi: *encoding* dan *decoding*. Hall menggunakan istilah “menentukan” tidak berarti bahwa ia mengikuti teori penentuan tekstual. Namun sebaliknya, ia melihat acara ini sebagai momen di mana makna pesan atau teks tunduk pada intervensi manusia dan karena terlibat hubungan kekuasaan. Menurut Hall yang pertama, terjadi ketika produsen pesan (seperti jurnalis televisi atau *podcaster online*) berhasil mengkodekan pesan. Produsen harus menempatkan ide peristiwa atau pengalaman dalam format yang akan berarti bagi penonton. Untuk mengirimkan sebuah acara melalui televisi, ia pertama kali harus berubah menggunakan “bentuk aural-visual wacana televisual ... untuk menempatkan paradoks, acara harus menjadi ‘cerita’ sebelum dapat menjadi *acomunicative* acara (penekanan dalam aslinya) “(Hall, 1980:129). Di sinilah sistem bahasa serta kode profesional produksi dan konvensi produksi pesan ikut bermain. Dalam bisnis berita, misalnya, ada praktik standar yang tentukan (1) apa jenis kualitas acara berita dan (2) bagaimana acara berita dirancang dan structured untuk presentasi kepada khalayak massa. Ini adalah bagian pertama dari pekerjaan penafsiran yang terlibat dalam pertukaran komunikasi.

### Gaya Komunikasi Program Pojok Kampung JTV

Gaya komunikasi merupakan bagaimana cara manusia berkomunikasi, baik menggunakan model perilaku verbal maupun non verbal meliputi cara memberi dan menerima informasi pada situasi tertentu. Dalam hal ini gaya komunikasi tidak dapat berlaku secara sama pada seluruh manusia, tetapi gaya komunikasi lebih mencerminkan karakter pribadi dan budaya. (*Saphiere, et.al., 2005, p.5*).

Menurut Edward T. Hall, gaya komunikasi dibedakan menjadi dua macam antarlain komunikasi konteks tinggi (*high context communication*) dan komunikasi konteks rendah (*low context communication*). Komunikasi konteks tinggi, komunikasi yang bersifat implisit, tidak langsung dan tidak terus terang seperti kebanyakan pesan, pesan yang sebenarnya mungkin tersembunyi dibalik perilaku nonverbal, intonasi suara, gerakan tangan, pemahaman lebih kontekstual, lebih ramah dan toleran terhadap budaya masyarakat. Sedangkan komunikasi konteks rendah, komunikasi yang bersifat eksplisit, langsung, lugas terus terang biasanya seperti komunikasi verbal dan eksplisit. (*Gudykunst & Ting-Toomey, 1988*).

Komunikasi konteks rendah ditandai dengan komunikasi langsung dan linier dan dengan penggunaan konstan dan kadang-kadang tidak pernah berakhir kata-kata. Komunikasi konteks rendah dilakukan secara langsung, tepat, dramatis, terbuka, dan berdasarkan perasaan atau niat yang benar. Menurut T. Hall Komunikasi konteks rendah ditandai dengan pesan verbal dan eksplisit, gaya bicara langsung lugas dan berterus terang (*Gudykunst & Ting-Toomey, 1988*).

**Indikator komunikasi konteks rendah (low context communication):**

1. Eksplisit
2. Tegas
3. Langsung
4. Lugas
5. Terus-terang

Penggunaan gaya komunikasi program Pojok Kampung dalam penelitian ini termasuk dalam bentuk gaya komunikasi konteks rendah. Konteks rendah dalam program Pojok Kampung ditandai dengan penggunaan Bahasa Suroboyoan dalam penyampain berita program Pojok Kampung. Bahasa Suroboyoan dalam program Pojok Kampung dinilai kasar dan vulgar dalam penyampainnya Misalnya: tibo ndelosor golong komeng, pemain deltras main koyok taek, ojek nyoblos politisi bosok, pistol gombyok, empal brewok, matek, wedok plat kuning, angin penthil muter, manuk pilek, sadukan sak karepe dewe, ngipik-ngipik, mbok dhewor, dll. Dalam perkembangannya Penggunaan bahasa Suroboyoan program berita Pojok Kampung ini menjadi suatu hal yang menarik dan tetap berjalan hingga sekarang.

**Konsep Level Teks Program Pojok Kampung JTV**

Analisis data teks pada level teks tema kriminalitas dan info terkini dalam penelitian ini meliputi bentuk visual dan verbal dari program berita Pojok Kampung JTV Surabaya yang disisarkan pada bulan April 2017

Berdasarkan data yang diperoleh secara visual dan verbal dapat dianalisis sebuah konsep mengenai tema kriminalitas dan info terkini dalam pemberitaan program Pojok Kampung

JTV. Bahasa yang digunakan dalam tema kriminalitas disini lebih cenderung kasar atau lebih disebut sarkasme, sarkasme adalah suatu majas yang dimaksudkan untuk menyindir, atau menyinggung seseorang atau sesuatu. Sedangkan dalam tema Info terkini penggunaan Bahasa yang digunakan lebih menggunakan Bahasa yang sedikit halus namun tetap ada beberapa kata yang kasar.

Gaya komunikasi yang digunakan dalam tema kiminal lebih terbuka, lebih cenderung langsung dan lugas. Selain itu, penggunaan bahasa dalam tema kriminalitas juga cenderung kasar. XGaya komunkasi dalam tema info terkini lebih cenderung langsung dan terus terang. Penggunaan kata dalam kedua tema kriminalitas dan info terkini menggunakan gaya bahasa yang cenderung tajam yang bisa dilihat dari beberapa teks pemberitaan.

**Level Konteks**

Pada level konteks dalam penelitian ini akan memaparkan menjelaskan, menggambarkan data yang telah diperoleh oleh peneliti melalui wawancara mendalam yang dilakukan dengan informan dari hasil kategorisasi level teks berdasarkan tema kriminalitas dan info terkini selama penayangan pada bulan April 2017. Data dari hasil penelitian ini didapatkan melalui wawancara mendalam yang dilakukan oleh Peneliti pada kurun waktu bulan Desember 2017. Dimana seluruh informan yang melakukan wawancara mendalam adalah karyawan JTV Surabaya program Pojok Kampung.

## Produksi Pesan Dalam Program Pojok Kampung

Proses produksi pesan program Pojok Kampung yang dilakukan JTV ini adalah mengemas pesan berita yang diberitakan Pojok Kampung JTV menggunakan Bahasa daerah Jawa Timur. Program Pojok Kampung JTV merupakan program berita yang dalam penyiarannya mengemas Bahasanya menggunakan Bahasa daerah Jawa Timur, program ini muncul sejak bulan juli 2003.

Kegiatan produksi pesan Pojok Kampung yang dilakukan JTV di dalam ruang produksi dan editing dikepalai oleh produser Pojok Kampung. Produser mengarahkan dan menyeleksi setiap produksi pesan yang akan ditampilkan di program Pojok Kampung JTV.

Produksi pesan yang dilakukan program Pojok Kampung JTV menggunakan teori Gaya Komunikasi yang disampaikan oleh Edward T.Hall. Menurut Edward T. Hall, gaya komunikasi dibedakan menjadi dua antara komunikasi konteks tinggi (*high context communication*) dengan komunikasi konteks rendah (*low context communication*). (Saphiere, et.al., 2005, p.5) Komunikasi konteks rendah ditandai dengan komunikasi konteks rendah seperti:

- Eksplisit
- Tegas
- Langsung
- Lugas
- Terus-terang

Sebaliknya, komunikasi konteks tinggi, seperti kebanyakan pesan yang bersifat:

- Implisit
- Tidak Langsung
- Tidak Terus-terang

- Pesang yang sebenarnya tersembunyi dibalik perilaku non verbal
- Intonasi Suara
- Gerakan Tangan
- Lebih Ramah
- Toleran terhadap budaya

Teori di atas menjadi dasar bagian dari produksi pesan program Pojok Kampung JTV. Dalam memproduksi pesan program Pojok Kampung lebih mengandung unsur gaya komunikasi konteks rendah seperti: Eksplisit, Tegas, Lugas, Terus-terang. Di dalam proses produksi pesan Pojok Kampung dengan proses yang panjang karena dalam proses produksi pesan Pojok Kampung Produser Pojok Kampung yang menyeleksi layak atau tidaknya pesan itu dimunculkan dalam penayangan program Pojok Kampung.

## D. Penutup

### Simpulan

1. Gaya komunikasi program pojok kampung JTV, Hasil penelitian mengungkapkan bahwa dalam gaya komunikasi program Pojok Kampung di JTV menggunakan gaya komunikasi konteks rendah (*low context communication*) pada pesan pemberitaan tema kriminalitas dan info terkini, penggunaan gaya komunikasi konteks rendah ini ditunjukkan dengan penggunaan gaya Bahasa yang kasar, blak-blakan, egaliter dal siaran program Pojok Kampung di JTV. Produksi pesan Gaya Komunikasi (*Communication Style*) program Pojok Kampung JTV digambarkan dengan pembawaan berita yang menggunakan bahasa daerah Jawa Timur. Penggunaan Bahasa Jawa Timuran dalam penayangan program Pojok Kampung

JTV memberikan suatu gambaran Gaya Komunikasi yang digunakan dalam program Pojok Kampung, Gaya komunikasi dalam program Pojok Kampung menggunakan gaya bahasa yang kasar, blak-blakan, egaliter (sama atau sejajar), tujuan utama penggunaan Bahasa Jawa Timuran dalam program Pojok Kampung JTV ini adalah sebagai bentuk melestarikan budaya Bahasa Jawa Timur, Tujuan berikutnya adalah sebagai wadah bagi Bahasa Jawa Timur yang dikemas dalam program Pojok Kampung. Logat Suroboyoan yang diangkat menjadi bahasa yang digunakan pembawa berita dalam menyampaikan informasi seputar kriminalitas dan informasi terkini seputar wilayah Jawa Timur menjadi cirikhas dari program Pojok Kampung. Gaya bahasa yang digunakan ini kini menjadi ciri khas yang membedakan dengan program berita di TV Lokal JTV dengan program berita yang ada di TV lokal daerah lain.

2. Gambaran produksi pesan program pojok kampung JTV dalam level teks, Hasil penelitian mengungkapkan bahwa dalam gambaran produksi pesan program Pojok Kampung di JTV secara teks menggunakan gaya komunikasi konteks rendah (*low context communication*) pada pesan pemberitaan tema kriminalitas dan info terkini, penggunaan gambaran gaya komunikasi pojok kampung secara teks dijabarkan mejadi dua bagian, secara visual dan secara verbal.

Dilihat secara visual gambaran gaya komunikasi konteks rendah dalam produksi pesan pojok kampung berdasarkan kategorisasi gaya

komunikasi konteks rendah adalah, (1).Eksplisit, memperlihatkan lokasi kejadian, (2). Tegas, memperlihatkan pelaku kejadian/tersangka, (3). Langsung, memperlihatkan pelaku kejadian/tersangka dan memperlihatkan barang bukti, (4). Lugas, memperlihatkan lokasi kejadian, memperlihatkan tersangka, dan memperlihatkan barang bukti, (5). Terus-terang, memperlihatkan barang bukti.

Dilihat secara verbal gambaran gaya komunikasi konteks rendah dalam produksi pesan pojok kampung berdasarkan kategorisasi gaya komunikasi konteks rendah adalah, (1).Eksplisit, menggunakan Bahasa ujaran yang halus, (2). Tegas, menggunakan Bahasa ujaran yang kasar, (3). Langsung, menggunakan Bahasa ujaran yang kasar, (4). Lugas, menggunakan Bahasa ujaran yang kasar (5). Terus-terang, menggunakan Bahasa ujaran secara istilah.

3. Produksi pesan program pojok kampung JTV dalam level konteks, Hasil penelitian mengungkapkan bahwa dalam produksi pesan program Pojok Kampung di JTV dalam level konteks menggunakan gaya komunikasi konteks rendah (*low context communication*) pada pesan pemberitaan tema kriminalitas dan info terkini, penggunaan gaya komunikasi konteks rendah ini ditunjukkan dengan penggunaan gaya Bahasa yang kasar, blak-blakan, egaliter dal siaran program Pojok Kampung di JTV. Gaya komunikasi dalam produksi pesan pojok kampung JTV secara konteks dijabarkan mejadi dua bagian secara visual dan secara verbal.

Dilihat secara visual tampilan visual gaya komunikasi pojok kampung dalam level konteks yang ada dalam pojok kampung selain harus memantahui kode etik penyiaran juga harus melihat pro dan kontra ketika tampilan visual itu dimunculkan. Ketika tampilan visual yang di munculkan di pojok kampung menimbulkan pro dan kontra maka tampilan visual itu tidak akan dipakai dan dimunculkan kebalikan untuk tampilan visual berikutnya.

Dilihat secara verbal tampilan gaya komunikasi pojok kampung dalam level konteks verbal berdasarkan kategorisasi komunikasi konteks rendah eksplisit, tegas, langsung, lugas, terus-terang yang ada dalam pemberitaan pojok kampung JTV. 1).Eksplisit, Bahasa Pojok Kampung Bahasa Keseharian Bahasa Arek, Bahasa Pojok Kampung Bahasanya Egaliter, (2). Tegas, Kata Dalam Pojok Kampung Ditentukan Oleh Produser, b. Produser Menyaring Kata Sebelum Ditayangkan, (3).Terus-terang, Kata Istilah Dalam Pojok Kampung Ditentukan Secara Natural, Kata Istilah Dalam Pojok Kampung Berdasarkan Konvensi (kesepakatan). Produser dalam Pojok Kampung bertugas menyaring atau memfilter semua kata dan kalimat sebelum ditampilkan dalam Pojok Kampung. Selama kata atau kalimat yang ditampilkan tidak menimbulkan pro dan kontra produser akan tetap menayangkan kata dan kalimat tersebut. Selain itu pembentukan kata istilah dalam Pojok Kampung tidak dibentuk oleh tim dari Pojok Kampung namun dibentuk secara natural dari bahasa-bahasa jalanan yang bisa

diterima oleh masyarakat. Kalimat-kalimat istilah dalam Pojok Kampung ini melewati proses konvensi atau kesepakatan dimana kalimat-kalimat istilah dalam Pojok Kampung ini muncul atas dasar suatu kesepakatan mengenai penyebutan sesuatu yang disebut dengan kalimat istilah tersebut sehingga menciptakan kesepakatan dan kesepakatan tersebut dapat diterima oleh masyarakat.

Dalam produksi pesan program pojok kampung di JTV menggunakan logika retorika (*rhetorical logic*) pada pesan pemberitaan tema kriminalitas dan info terkini, tujuannya adalah agar pesan yang ada dalam pojok kampung dapat dibingkai menggunakan bahasa daerah Jawa Timur, dan Bahasa Jawa Timuran dalam program pojok kampung JTV ini dapat melestarikan budaya Bahasa Jawa Timuran.

4. Penerimaan pesan program pojok kampung di kalangan masyarakat Jawa Timur dalam level konteks, berdasarkan teori Pemaknaan (*Reception Theory*) yang disampaikan oleh Stuart Hall (1980) berada pada posisi Dominant Hegemonic dan Negotiable.

Dominant Hegemonic: hal ini terlihat dari hasil wawancara dengan narasumber masyarakat Jawa Timur Etanan yang menyatakan bahwa penerimaan visual pesan program pojok kampung JTV mudah diterima. Dominant Hegemonic: hal ini terlihat dari hasil wawancara dengan narasumber masyarakat Jawa Timur Etanan yang menyatakan: Gaya Bahasa pojok kampung mudah dipahami, Program pojok kampung JTV sebagai cerminan Bahasa Jawa Timur Etanan, penggunaan Bahasa

dalam program pojok kampung JTV menggunakan Bahasa pergaulan Jawa Timur Etanan.

*Negotiable*: hal ini terlihat dari hasil wawancara dengan narasumber masyarakat Jawa Timur Kulonan yang menyatakan bahwa penerimaan visual pesan program pojok kampung JTV kurang mendetail tidak mudah dipahami. *Negotiable*: hal ini terlihat dari hasil wawancara dengan narasumber masyarakat Jawa Timur Kulonan, bahwa penerimaan pesan program pojok kampung jtv di masyarakat jawa timur kulonanan menyatakan penggunaan kalimat di pojok kampung jtv terlalu berlebihan, bahasa pojok kampung sudah terakulturasi, kosakata pojok kampung kasar dan vulgar, penggunaan kosakata di pojok kampung terkesan tidak sopan, dan bahasa dalam pojok kampung tidak memcerminkan Bahasa Jawa Timuran.

### **Saran**

Penelitian dalam bidang Ilmu Komunikasi massa khususnya di media mainstream khususnya TV Lokal dalam mengembangkan produksi siaran yang bisa menjadi tontonan sekaligus tuntunan, media informasi dan edukasi bagi masyarakat. JTV sebagai media local terbesar di wilayah Jawa Timur diharapkan terus berinovasi dalam menyampaikan informasi berita yang bisa menjadi identitas budaya lokal. Kajian bisa menjadi kajian produksi dan penerimaan pesan berita di program Pojok Kampong JTV dengan pendekatan teori produksi pesan oleh Barbara O'Kefee dan Penerimaan dengan pendekatan Teori Pemaknaan (*Reception Theory*)

oleh Stuart Hall menjadi keterbatasan penelitian ini.

Diharapkan penelitian ke depannya bisa lebih menggunakan pendekatan teori produksi dan penerimaan pesan dengan pendekatan teori yang lain, atau bisa dilakukan kajian dengan metode *mixed methods research* yang melibatkan responden di kawasan jangkauan JTV di wilayah Jawa Timur. Dan penelitian mengenai eksistensi media lokal di dalam mengembangkan kearifan budaya lokal serta strategi bertahan di tengah maraknya new media saat ini.

## Daftar Pustaka

- Berger Peter dan Luckman, Thomas. (1990) *"Tafsiran Sosial Atas Kenyataan Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan"*. Jakarta : LP3ES.
- Bungin, Burhan. (2001). *Metode Penelitian Sosial: Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif*. Surabaya: Airlangga University Press
- Bulaeng, Andi. 2002. *Teori Manajemen Riset Komunikasi*. Jakarta : Narendra.
- Creswell, John W. (2014). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches. Fourth Edition*: SAGE Publications.
- Dianne Hofner Saphiere, Barbara Kappler Mikk, and Basma Ibrahim DeVries. 2005. *Communication Highwire: Leveraging the Power of Diverse Communication Styles*. London: Nicholas Brealey Publishing
- Fiske, John. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Griffin, Emori A. (2011). *A First Look at Communication Theory 8th ed*. New York : Mc Graw Hill.
- Gudykunst, W. B. & Ting-Toomey, S. (1988). *Culture and interpersonal communication*. Newbury Park, CA: Sage.
- Hadi, Samsul, dkk. (2011). *Metode Riset Evaluasi*. Yogyakarta: Laksbang Grafika.
- Hall, E. (1976). *Beyond culture*. New York: Doubleday.
- Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Littlejohn, Stephen W and Karen A. Foss. (2011). *Theories of Human Communication tenth Edition*. United States of America: Waveland Press, Inc.
- Miller, Katherine. (2005). *Communication Theories: Perspectives, Processes, and Contexts*. Second edition. New York : Mc Graw Hill.
- Nuruddin. (2013). *"Pengantar Komunikasi Massa"*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- O'Keefe, Barbara J. (1988). *"The Logic of Message Design: Individual Differences in Reasoning About Communication"*. Communication Monographs. Volume 55 March 1988.
- Patton, Michael Quinn. (1991). *How to Use Qualitative Methods in Evaluation*: SAGE Publications.
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS.
- Slamet, Yulius. (2006). *Metode Penelitian Sosial*. Surakarta: UNS Press.
- Sullivan, John L.(2013). *Media Audience: effect, users, institutions, and power*: SAGE Publications.
- Ting-Toomey, Stella. 1999. *Communicating Across Cultures*. New York: The Guilford Press
- Yin, Robert. K. (2003). *Case Study Research. Design and Methods : Third Edition*. Thousand Oaks: SAGE Publications.

### Jurnal & Artikel

- Anais Gretry, Csilla Horváth, Nina Belei, Allard C.R. van Riel. (2016). *Don't pretend to be my friend!" When an*

*informal brand communication style backfires on social media*. Diperoleh 10 Februari 2017 dari <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.01.012>

Anas Khan and Riad Khan. (2011). *Informal communication styles benefit McDonald's and Ford "The way ahead in an era of social networking"*. Diperoleh 10 Februari 2017 dari

<http://dx.doi.org/10.1108/09670731111175560>

Charlotte Jonasson, Jakob Laurant. (2014). *Cultural differences in use: the power to essentialize communication styles*. Diperoleh 10 Februari 2017 dari <http://dx.doi.org/10.1108/13632541211279030>

Nishimura S., Nevgi A., Tella S., (2009) " *Communication Style and Cultural Features in High/Low Context Communication Cultures: A Case Study of Finland, Japan and India*. Diperoleh 9 Januari 2017 dari <http://www.helsinki.fi/~tella/nishimuranevgitella299.pdf>

Rezha Dwi Indra Pahlafi. (2013). *Pojok Kampung Di JTV (Studi Deskriptif Kualitatif Masyarakat Kota Surabaya terhadap Bahasa Suroboyoan dalam Program Berita Pojok Kampung JTV)*. Diperoleh 23 November 2016 dari <https://www.academia.edu>

Rieko Maruta Richardson, Sandi W. Smith. (2007). *The influence of high/low-context culture and power distance on choice of communication media: Students' media choice to communicate with Professors in Japan and America* . Diperoleh 9 Januari 2017 dari

<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0147176707000053>

Tri Winiasih. (2010). *Pemertahanan Leksikon Kasar "Basa Suroboyoan" Dalam Acara Berita 'Pojok Kampung' Di Televisi Lokal Jtv*. Diperoleh 9 Januari 2017 dari <http://eprints.undip.ac.id/36892/>

#### **Website**

Satya Priambodo. (2012). *Sejarah JTV - TV Lokal Jawa Timur*. Diperoleh 21 November 2016 dari <http://jtv.co.id>

JTV. (2016). *Company Profile*. Diperoleh 21 November 2016 dari <http://jtv.co.id>

Sirikit Syah. (2013). *Pengaruh Dan Tantangan Lokalitas JTV*. Diperoleh 23 November 2016 dari <http://www.jawapos.com>