

**LITERASI JURNALISTIK
LAPORAN PENELITIAN**

Oleh :

M.YOSERIZAL SARAGIH, M.I.Kom

NIP. 19741114 200003 1 001

Konsultan Penelitian :

PROF. DR. H. SYUKUR KHOLIL, MA

NIP. 19640209. 198903.1.003



**FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2020**

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbi alamin.. inna nahnu nadzzalna dzikra wainnalahu lahafidzun, ya hafid ihfaznaa, kita haturkan kehadiran Allah SWT, allahumma solli ala saidina muhammad wa'ala ali saydina wamaulana muhammad. Dimana karena hanya dengan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan penelitian yang penulis tuangkan dalam tulisan ini. Kerja jurnalis merupakan sebuah aktivitas menelaah dan mengkaji serta menganalisa materi berita yang selanjutnya diproses menjadi kemasan proses komunikasi jurnalistik di publikasikan kepada public khususnya terhadap masyarakat khalayak. Dalam hal ini peneliti mencoba untuk menemukan kajian penelitian tentang *Literasi Jurnalistik*.

Dalam hal ini penulis melakukan penelitian tentang literasi jurnalistik, sehingga dengannya dapat kita temukan titik terang secara jelas bagaimana sebenarnya tentang literasi jurnalistik, sehingga para penggiat komunikasi jurnalistik maupun para pelaku konseptor/ kajian, atau yang sinergis dengannya dapat memahami tentang proses literasi jurnalistik.

Selanjutnya, kiranya penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk memahami dan memaknai bagaimana *Literasi Jurnalistik*.

Medan, 14 Nopember 2020

Peneliti,



M. Yoserizal Saragih, M.I.Kom

NIP. 19741114 200003 1 001

SURAT REKOMENDASI

Setelah membaca dan menelaah serta memberikan saran-saran atas pelaksanaan penelitian dan penulisan laporan penelitian saudara :

Nama : M.Yoserizal Saragih, M.I.Kom

NIP : 19741114200003 1 001

Pangkat / Gol : Pembina / IVa

Jabatan : Tenaga Pengajar

Unit Kerja : Fakultas Ilmu Sosial UIN – SU

Judul : LITERASI JURNALISTIK

Telah memenuhi persyaratan sebagai suatu penelitian ilmiah.

Demikian rekomendasi ini diperbuat, kiranya penelitian ini berguna bagi peneliti, masyarakat, dan akademisi.

Medan, 14 Nopember 2020

Konsultan Penelitian



Prof. Dr. H. Syukur Kholil, MA

NIP. 19640209. 198903.1.003

DAFTAR ISI

<i>BAB I</i>	PENDAHULUAN	
	A. Latar Belakang Masalah	1
	B. Rumusan Masalah	4
	C. Tujuan Penelitian	4
	D. Kegunaan Penelitian	5
<i>BAB II</i>	TINJAUAN PUSTAKA	
	A. Pengertian Literasi Jurnalistik.....	6
	B. Pengertian Komunikasi Massa.....	7
	C. Sifat, Fungsi dan Jenis Komunikasi Massa.....	8
	D. Pengertian Berita.....	13
	E. Pengertian Jurnalistik.....	16
	F. Pengertian Pers.....	17
	G. Pengertian Surat Kabar.....	18
	H. Sejarah dan Perkembangan Surat Kabar.....	19
	I. Syarat-Syarat Surat Kabar.....	20
	J. Bentuk Surat Kabar dan Pola Bentuk Berita.....	20
	K. Jenis-Jenis Surat Kabar.....	20
	L. Fungsi Surat Kabar.....	23
	M. Kelebihan Surat Kabar.....	25
	N. Pembaca Surat Kabar.....	26
<i>BAB III</i>	HASIL PENELITIAN	
	A. Eksistensi Komunikasi Berita Jurnalistik.....	28
	B. Jurnalistik Sebagai Proses Komunikasi.....	32
	C. Berita Sebagai Produk Jurnalistik Dalam Proses Komunikasi Pers.....	33
	D. Anatomi Berita Jurnalistik Pada Surat Kabar.....	35
	E. Model Agenda Setting Dalam Penelitian Proses	44
	F. Komunikasi Berita Jurnalistik Pada Surat Kabar.....	44
<i>BAB V</i>	PENUTUP	
	A. Kesimpulan	47
	B. Saran – saran	48
	DAFTAR PUSTAKA	49

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Hari ini di era industri 4.0 atau juga bisa disebut era keterbukaan publik, beban kerja jurnalis sangat dituntut untuk lebih reaktif terhadap isu berita yang terus menerus mengalami perubahan terbaru dan tercepat, demi mensinergikan nawa cita Bapak Presiden Republik Indonesia Ir. Joko Widodo. Dimana pihak netizen atau khalayak cukup aktif merespons informasi-informasi yang berkembang dalam hitungan detik perdetik. Dihadapkan pada sebuah dilema yang lumayan pelik, yaitu kurangnya media komunikasi massa yang memadai untuk memperjuangkan dan menegakkan nilai-nilai proses komunikasi berita jurnalistik khususnya surat kabar, yang menjadi batasan kerja penelitian ini.

Imbasnya tidak hanya kurang tersalurkannya aspirasi khalayak, tetapi juga khalayak hanya menjadi konsumen bagi isi berita jurnalistik surat kabar. Jurnalistik surat kabar terkadang tidak jarang memberikan informasi yang tidak relevan dalam rangka pemberdayaan khalayak. Betapa pentingnya kehadiran media massa didalam memilih konten dan konteks pada proses komunikasi berita jurnalistik surat kabar itu sebagai tujuan untuk dapat mengembangkan dan mensosialisasikan pemberdayaan masyarakat didalam berbagai sisi dinamika kehidupannya di tengah-tengah umat manusia. Dan oleh karena itu, antara proses komunikasi didalam menggali isi berita harus mewarnai konten berita yang mempunyai relevansi yang sangat erat, bahkan dengan adanya berita jurnalistik surat kabar dapat terkejawantahkan secara komprehensif. Telah dilakukan sebuah penelaahan tentang pondasi proses komunikasi dengan terus menerus mengkaji dan menguraikan tentang makna jurnalistik. Dalam hal ini, secara etimologis, Jurnalistik berasal dari kata Journ. Dalam bahasa Perancis, *journal* berarti catatan atau laporan harian. Secara sederhana jurnalistik diartikan sebagai kegiatan yang berhubungan dengan pencatatan atau pelaporan setiap hari. Dengan demikian jurnalistik bukanlah pers, bukan pula media massa. Jurnalistik adalah

kegiatan yang memungkinkan pers atau media massa bekerja dan diakui eksistensinya dengan baik.¹

Dalam kajian kebahasaan, bahwa dalam kamus, jurnalistik diartikan sebagai kegiatan untuk menyiapkan, mengedit, dan menulis untuk surat kabar, majalah atau berkala lainnya. Menurut ensiklopedi Indonesia, jurnalistik adalah bidang profesi yang mengusahakan penyajian informasi tentang kejadian dan atau kehidupan sehari-hari.

Sejalan kemajuan teknologi informasi maka yang bermula dari laporan harian maka tercetak menjadi surat kabar harian. Dari media cetak berkembang ke media elektronik, dari kemajuan elektronik terciptalah media informasi berupa radio. Tidak cukup dengan radio yang hanya berupa suara muncul pula terobosan baru berupa media audio visual yaitu TV (televisi). Media informasi tidak puas hanya dengan televisi, lahirlah berupa internet, sebagai jaringan yang bebas dan tidak terbatas. Dan sekarang dengan perkembangan teknologi telah melahirkan banyak media (multimedia).

Pada tataran analisa lebih jauh, jurnalistik bisa dibatasi secara singkat sebagai kegiatan persiapan, penulisan, penyuntingan, dan penyampaian berita kepada khalayak melalui saluran media tertentu. Jurnalistik mencakup kegiatan dari peliputan sampai kepada penyebarannya kepada masyarakat. Sebelumnya, jurnalistik dalam pengertian sempit disebut juga dengan publikasi secara cetak. Pengertian tersebut tidak hanya sebatas melalui media cetak seperti surat kabar, majalah, dan sebagainya, akan tetapi meluas menjadi media elektronik seperti radio atau televisi.

Selanjutnya dari berbagai analisis berdasarkan media yang digunakan meliputi jurnalistik cetak (*print journalism*), elektronik (*electronic journalism*). Akhir-akhir ini juga telah berkembang jurnalistik secara tersambung (*online journalism*). Dahulu kegiatan jurnalistik dilakukan dengan cara-cara manual, mulai dari pencarian berita hingga kepada kegiatan pelaporan berita atau pengumpulan berita dilakukan dengan cara yang masih sangat sederhana. Hal ini dikarenakan dahulu alat-alat pendukung kegiatan jurnalistik masih minim sekali.

¹Kris Budiman, *Dasar-Dasar Jurnalistik: Makalah yang disampaikan dalam Pelatihan Jurnalistik*, (Jakarta: Kompas, 2005), hlm, 25.

Selain itu juga jurnalistik pada zaman dahulu hanya dipahami sebagai publikasi secara cetak. Tetapi sekarang tidak hanya dari situ saja, media elektronik juga ikut andil dalam hal pemberitaan serta sebagai pelaku media massa.

Terpaparkanlah bila dikaji, bahwa hari ini dunia teknologi semakin berkembang perkembangan teknologi tersebut juga memengaruhi perkembangan jurnalistik. Pada zaman dahulu hanya seorang jurnalis profesional yang mampu melakukan kegiatan jurnalistik. Dimana kegiatan jurnalistik yang dimaksud adalah mencari, mengumpulkan, mengolah, dan melaporkan berita kepada masyarakat luas. Akan tetapi saat ini, kegiatan jurnalistik tidak hanya dapat dilakukan oleh jurnalis profesional.

Berdasarkan hasil kajian, maka ditemukanlah teknologi internet, kegiatan jurnalistik dapat dilakukan oleh siapa saja, tanpa harus memiliki background sebagai jurnalis profesional. Setiap orang bisa melakukan kegiatan mencari, mengumpulkan, mengolah, dan melaporkan berita kepada masyarakat luas. Istilah yang digunakan untuk perkembangan jurnalistik tersebut yakni *citizen journalism*. Dalam *citizen journalism*, semua anggota masyarakat mampu melakukan kegiatan jurnalistik tanpa memandang latar belakang pendidikan dan keahlian. Kehadiran *citizen journalism* mendorong setiap orang untuk berani menulis dan melaporkan informasi/berita kepada banyak orang tanpa memerlukan label atau status jurnalis profesional.

Menurut berbagai pandangan para ahli, seperti F. Fraser Bond dalam *An Introduction to Journalism*) menulis Jurnalistik adalah segala bentuk yang membuat berita dan ulasan mengenai berita sampai pada kelompok pemerhati.

- a. Roland E. Wolseley dalam *Understanding Magazines*. Jurnalistik adalah pengumpulan, penulisan, penafsiran, pemrosesan, dan penyebaran informasi umum, pendapat pemerhati, hiburan umum secara sistematis dan dapat dipercaya untuk diterbitkan pada surat kabar, majalah, dan disiarkan distasiun siaran.
- b. Adinegoro menegaskan, jurnalistik adalah semacam kepandaian mengarang yang pokoknya memberi pekabaran pada masyarakat dengan selekas-lekasnya agar tersiar seluas-luasnya.

- c. Onong Uchjana Effendy mengemukakan, Jurnalistik didefinisikan sebagai teknik mengelola berita mulai dari mendapatkan bahan sampai kepada menyebarkannya kepada masyarakat.²

Karena banyak ditemukan adanya konsistensi dan inkonsistensi secara teoritis dan praktis banyak ditemukan dilapangan kerja jurnalistik terhadap paparan penyajian berita komunikasi jurnalistik khususnya surat kabar, maka perlu dilakukan upaya pemaparan tentang proses komunikasi berita jurnalistik surat kabar sebagai latar belakang penelitian ini.

B. Rumusan Masalah

Dari berbagai analisa yang bersandarkan pada latar belakang masalah, maka yang menjadi fokus kajian permasalahan dalam penelitian ini adalah, ‘ literasi jurnalistik ‘ dengan rumusan masalahnya sebagai berikut ;

1. Bagaimana Literasi Jurnalistik ?
2. Bagaimana penguasaan keterampilan Literasi Jurnalistik?
3. Bagaimana kesadaran memahami literasi jurnalistik?
4. Bagaimana profesionalitas dalam memproses literasi jurnalistik?

C. Tujuan penelitian

Maka selanjutnya, bahwa setiap kegiatan yang dilakukan tidak terlepas dari tujuan, begitu juga dengan penelitian ini dibuat dengan maksud mampu memberikan jawaban terhadap permasalahan yang disebutkan sebelumnya diatas.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengetahuan proses literasi jurnalistik
2. Untuk mengetahui bagaimana penguasaan keterampilan proses literasi jurnalistik
3. Untuk mengetahui bagaimana kesadaran memahami proses literasi jurnalistik
4. Untuk mengetahui bagaimana profesionalitas dalam memproses literasi jurnalistik

²Onong Uchjana Effendi, Ilmu Komunikasi, (Bandung: Pt Remaja Rosda Karya, 2006), hlm, 95.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dan diharapkan dapat berguna dan bermanfaat untuk :

1. Secara Praktis, dapat menjadi masukan dan pertimbangan bagi penggiat dunia literasi jurnalistik dalam mensikapi proses literasi jurnalistik.
2. Secara Aplikatif, penelitian ini diharapkan dapat diterapkan dan dikembangkan oleh para jurnalis dengan harapan dalam penyajian hasilnya lebih maksimal.
3. Secara Teoritis, penelitian ini berguna untuk peneliti sendiri dalam khazanah ilmu pengetahuan dan para penggiat literasi jurnalistik.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Pengertian Literasi Jurnalistik

Penggunaan istilah literasi merupakan bagian penting, yang memang dalam aplikasi pemaparannya dapat terurai dengan jelas tentang penguatan pada makna literasi jurnalistik. Dalam hal ini kita peneliti coba menguraikan pemahaman tentang literasi. Literasi adalah Istilah umum yang merujuk pada seperangkat kemampuan dan keterampilan individu dalam membaca, menulis, berbicara, menghitung dan memecahkan masalah.³ Dan juga ada beberapa paparan para ahli tentang apa itu literasi, menurut Elizabeth Sulzby '1986', literasi adalah kemampuan berbahasa yang dimiliki oleh seseorang dalam berkomunikasi "membaca, berbicara, menyimak dan menulis" dengan cara yang berbeda dengan tujuannya.⁴ Selanjutnya menurut Harvey J. Graff "2006" Literasi adalah kemampuan dalam diri seseorang untuk menulis dan membaca.⁵ Sungguh, hampir seluruh kegiatan manusia merupakan aktifitas komunikasi, ketika kita menangis, ketika kita berkata – kata, berisyarat, bahkan ketika kita membisu, pada hakikatnya semua itu merupakan aktifitas komunikasi. Logikanya, setiap kegiatan manusia senantiasa disertai dengan pengoperan lambang – lambang (simbol) yang mengandung makna. Selain komunikasi tak ada dari proses pengoperan simbol – simbol itu sendiri. Dengan demikian, secara kodrati manusia terlibat dalam komunikasi.

Seara etimologis, istilah komunikasi (communication) berasal dari kata kerja latin, yaitu *Communicare*, yang artinya menyeba atau memberitahukan, Sir Gerald Barry memaknai sebagai, "to talk together, confer, discourse, and consult with another."⁶

Wilbur Schramm mengemukakan istilah communication berasal dari kata communis yang artinya sama (common). Dengan demikian menurutnya, komunikasi berlangsung apabila antara orang – orang yang terlibat terdapat kesamaan makna mengenai suatu hal.

³ Wikipedia

⁴ <http://ezinearticles.com/?The-Need-For-Literacy&id=694882>

⁵ ibid

⁶ Teguh Meinanda, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Bandung: Armico, 2002), hlm, 1.

Secara terminologis, komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan atau gagasan dari seseorang kepada orang lain. Ini berarti, bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang. Jadi, yang terlibat dalam komunikasi itu adalah manusia.

Dalam pengertian paradigmatik, komunikasi bukan sekedar proses. Komunikasi dalam pengertian ini mengandung substansi yang lebih dalam, yakni adanya tujuan, maka kegiatan komunikasi harus direncanakan. Sejuah mana kadar perencanaan itu, tergantung isi pesanyang akan disampaikan (komunikasi yang dijadikan sasaran).

Penjabaran kajian komunikasi secara paradigmatik banyak dikemukakan oleh para ahli, tapi dari banyaknya definisi itu dapatlah ditarik kesimpulan secara lengkap, sebagaimana dikemukakan oleh Onong Uchjana Effendi, yakni sebagai berikut :

Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, perilaku, baik langsung secara lisan maupun tak langsung melalui media.⁷

Penjabaran kajian secara paradigmatik inilah yang dipelajari dan digunakan dalam studi komunikasi. Sedangkan pengertian secara etimologis dan terminologis hanyalah pengertian secara macro.

B. Pengertian Komunikasi Massa

Secara umum terkadang publik memahami bahwa komunikasi massa cenderung dihubungkan dengan televisi, radio, buku, film, surat kabar dan sebagainya. Padahal persepsi itu tak lebih berupa gambaran pada peralatan teknis belaka. Komunikasi massa yang dimaksud adalah tentang prosesnya. Sebagaimana ditegaskan oleh Charles R. Wright, bukan komponen – komponen teknis dari sistem komunikasi modern itu yang menjadikannya sebagai komunikasi massa, melainkan kondisi pengoperasian, terutama sifat khalayak, sifat bentuk komunikasi.⁸

Maka selanjutnya, salah satu pakar, yakni Wright memberi batasan pada istilah komunikasi massa merupakan:

⁷ Onong Uchjana Effendi, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Remadja Rosda Karya, 1996), hlm, 6.

⁸ Jalaluddin Rakhmat, *Sosiologi Komunikasi Massa*, (Bandung: Remadja Rosda Karya, 1996) hlm 3.

Bentuk baru komunikasi yang dapat dibedakan dari corak lama, karena memiliki karakteristik utama sebagai berikut: diarahkan pada khlayak yang relatif besar, heterogen dan anonim; pesan disampaikan secara terbuka, eringkali mencapai kebanyakan khlayk secara serentak, bersifat sekilas; komunikator cenderung bergerak atau berada dalam organisasi yang kompleks yang melibatkan biaya yang besar.

Komunitas komunikasi berpendapat bahwa yang dimaksud dengan komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa. Hal ini berbeda dengan pendapat ahli psikologi sosial yang menyatakan bahwa komunikasi massa tidak selalu menggunakan media massa. Menurut mereka pidato di hadapan sejumlah orang banyak disebuah lapangan, misalnya, asal menunjuk perilaku massa, itu dapat disebut sebagai komunikasi massa. Karena yang dibahas disini adalah komunikasi, bukan psikologi sosial atau sosiologi, maka pengertian komunikasi massa yang dimaksud di sini adalah komunikasi melalui media massa (massa media communication) atau disebut secara singkat sebagai *massa communication*.

Lebih fokus dan faktual dapat disampaikan, bahwa media massa dalam cakupan pengertian komunikasi massa adalah media massa modern yang merupakan produk teknologi modern, seperti surat kabar, majalah, radio televisi atau film.

C. Sifat Fugsi dan Jenis Media Komunikasi Massa

1. Sifat Komunikasi Massa

Dalam kajian dapat dianalisa, bahwa sifat komunikasi massa dapat dikenali dengan ciri – ciri yang dimilikinya, seperti yang dikemukakan oleh Dennis McQuail :

Dasar maupun asal komunikasi massa bukanlah satu orang, melainkan suatu organisasi formal, dan “sang pengirim” – nya seringkali merupakan komunikator profesional. Pesannya tidak unik dan beraneka ragam, serta dapat diperkirakan. Disamping itu, pesan tersebut serngkali “diproses”, distandarisasi, dan selalu diperbanyak. Pesan itu jua merupakan suatu produk dan komoditi yang mempunyai nilai tukar, serta acuan simbolik yang mengandung nilai “kegunaan”. Hubungan antara pengirim dan penerima bersifat satu arah dan jarang sekali

bersifat interaktif. Hubungan tersebut juga bersifat impersonal, bahkan mungkin seringkali bersifat non-moral dan kalkulatif, dalam pengertian bahwa yang diberikan bersifat sukarela dan tidak diawasi, serta isinya pada umumnya termasuk dalam fungsi pemberi iburan atau kegunaan (utilitas).⁹

Dalam kajian ini agar lebih terperinci, berikut ini dapat disebutkan beberapa sifat yang melekat dalam komunikasi massa yang membedakannya dengan bentuk komunikasi lainnya :

a. Sifat Komunikator

Berbagai pesan yang diterbitkan media massa bukan milik perorangan, melainkan hasil rembukan, olahan redaksi atau keputusan dari kebijaksanaan organisasi yang menerbitkannya. Karena itu, komunikator dalam komunikasi massa bersifat melembaga, sebagai organisasi yang merupakan struktur dan penjelmaan tugas, fungsi – fungsi sertamisi tertentu.

Komunikator yang paling berperan dalam komunikasi massa adalah gatekeeper (penjaga gerbang). Melalui fungsi gatekeeper, informasi dari luar yang bersifat primer dikenakan sensor, diperiksa dan diperiksa lagi, sebelum kemudian disiarkan dalam bentuk informasi sekunder.

Fungsi *gatekeepers* ini dijalankan oleh editor (penyunting) yang bertugas mengedit naskah agar sesuai dengan misi organisasi, khalayak yang dijadikan sasaran dalam konteks yang meliputi organisasi pers dengan khalayak secara bersama – sama.

b. Sifat Pesan

Pesan yang disampaikan dalam komunikasi massa bersifat umum. Artinya, isi media massa memuat tentang berbagai peristiwa yang patut diketahui oleh masyarakat umum. Dengan kata lain pesannya terbuka untuk siapa saja, tidak untuk satu atau sekelompok orang tertentu, meskipun kenyataannya ada sebagian pesan yang bertujuan menjangkau khalayak atau segmen tertentu.

c. Sifat media massa

Komunikasi massa mengandalkan kekuatan pada teknologi modern. Penggunaan perangkat pada teknologi komunikasi mengakibatkan berbagai pesan dapat menjangkau khalayak dengan cara yang cepat dan serempak.

⁹ Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Erlangga, 1989), hlm, 33.

Pemanfaatan jasa teknologi merupakan ciri yang paling khas bagi media komunikasi massa. Dengan demikian distribusi pesan dilakukan secara industrial dan diproduksi secara besar – besaran.

d. Sifat Komunikatif

Sifat komunikatif dari komunikasi massa ditandai dengan khalayaknya yang heterogen, baik dari segi demografis maupun geografis. Komunikasi dari komunikasi massa merupakan khalayak luas, dan diantara mereka bisa tidak saling mengenal satu sama lain (anonim) dan tidak pula dikenal oleh komunikatornya.

e. Sifat Efek

Secara umum terdapat tiga efek komunikasi massa, yaitu efek kognitif, efek afektif dan efek konatif. Efek kognitif merupakan perubahan atau penambahan pada pengetahuan, pendapat, pandangan terhadap suatu hal. Efek afektif dimana pesan komunikasi massa mengakibatkan berubahnya perasaan tertentu dari khalayak. Sedangkan efek konatif ditandai dengan tindakan khalayak sebagai akibat pesan komunikasi massa.

f. Sifat Umpan Balik

Umpan balik dari komunikasi massa biasanya bersifat tertunda (delayed feedback). Artinya, reaksi khalayak terhadap pesan yang berasal dari sumbernya tidak terjadi secara langsung sebagaimana komunikasi antar pribadi, dan reaksinya tidak pula saat berlangsungnya proses komunikasi massa itu. Ini disebabkan, proses komunikasi massa berlangsung satu arah.¹⁰

2. Fungsi Komunikasi Massa

Selanjutnya dapat diuraikan secara umum, fungsi komunikasi massa adalah sebagai berikut :¹¹

a. Fungsi Menyiarkan Informasi

Fungsi utama dari komunikasi massa adalah menyiarkan informasi. Khalayak atau pembaca berlangganan atau membeli surat kabar karena memerlukan informasi mengenai berbagai peristiwa atau gagasan orang lain yang penting dan menarik untuk diketahui.

¹⁰ Alo Liliwery, *Memahami Komunikasi Massa dalam Masyarakat*, (Bandung: Citra Aditya Bhakti, 1991), hlm 37.

¹¹ Onong Uchjana Effendi, hlm 94.

b. Fungsi Mendidik

Media massa juga memuat berita atau tulisan yang mengandung pengetahuan, unsur pendidikan, sehingga karenanya pengetahuan khalayak bertambah.

Fungsi mendidik ini di dalam media massa bisa ditemui secara implisit seperti dalam berita, dapat pula secara eksplisit seperti dalam bentuk artikel, atau tajuk rencana.

c. Fungsi menghibur

Fungsi hiburan bisa berbentuk cerita pendek, cerita bersambung, komik, TTS, atau jika ditayangkan seperti acara drama dan lagu – lagu. Tidak jarang pula tulisan – tulisan yang bersifat human interest (minat insani) sebagai hiburan yang sering dimuat pers untuk menghibur berita – berita berat (hard news).

d. Fungsi Mempengaruhi

Napoleon pada masa jayanya pernah mengatakan bahwa ia lebih takut pada empat surat kabar dari pada sepuluh serdadu dengan sangkur terhunus. Ini melukiskan pers memegang peranan penting di dalam mempengaruhi kehidupan masyarakat.

Fungsi mempengaruhi komunikasi massa secara implisit terdapat pada berita, sedangkan secara eksplisit terdapat pada tajuk rencana dan artikel, atau iklan.

3. Jenis Media Komunikasi Massa

Dinamika perkembangan komunikasi massa sesuai dengan perkembangan teknologi, saat ini kita mengenal dua kategori media komunikasi massa, yaitu :

- a. Komunikasi massa elektronik, seperti televisi, radio dan film.
- b. Komunikasi massa tercetak, contohnya surat kabar dan majalah.

Adalah Kedua jenis media massa ini mempunyai karakteristik dan kelebihan masing – masing. Televisi, misalnya, nilai kelebihannya terdapat pada kemampuannya menyajikan informasi secara visual, artinya mampu menerjemahkan peristiwa ke dalam bahasa gambar (gerak). Sedangkan penonton, tidak perlu susah-susah pergi ke gedung bioskop atau gedung sandiwara, sebab televisi mampu menyajikan ke rumah – rumah. Dalam pertandingan olahraga, misalnya, penonton tidak perlu pergi ke gedung olahraga untuk menyaksikan pertandingan, sebab televisi dapat merekam peristiwa itu secara memuaskan

sehingga penonton seperti menyaksikan langsung dan dapat menikmati acara sambil berleha – leha.

Bahwa salah satu bagian dari kelebihan radio terletak pada kemampuannya menyajikan berbagai acara tanpa kita harus meninggalkan kegiatan. Khalayak dapat mendengarkan berita atau hiburan sambil bekerja, mandi, makan atau menyetir mobil. Sedangkan secara teknis, siaran radio dapat diterima dan dengan biaya yang murah.

Selanjutnya, film mampu menyajikan hiburan yang sangat memuaskan, tanpa ada gangguan tamu atau dering telpon. Dengan demikian perhatian penonton dapat lebih terkonsentrasi pada acara yang disajikan.

Begitu juga halnya surat kabar atau majalah, kelebihannya yang justru tidak dimiliki oleh media elektronik adalah sifatnya yang bisa dibaca ulang kapan saja sesuai kehendak pembaca, selain dapat didokumentasikan secara mudah dan murah.

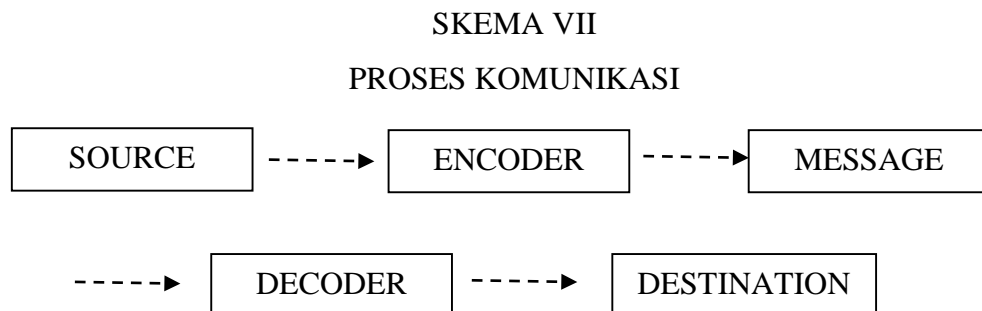
4. Proses Komunikasi

Bahwa dalam prakteknya ditemukan poses komunikasi massa merupakan proses pengoperan lambang – lambang yang mengandung arti melalui saluran media massa.

Proses komunikasi massa mengenal lima komponen, yaitu : ¹²

- Sumber (Source)
- Komunikator (encoder)
- Pernyataan media pesan (message)
- Komunikan (decoder)
- Tujuan (destination)

Dalam bentuk sederhana dapat dibuat skema sebagai berikut :



¹² Astrid Susanto, *Komunikasi dalam Teori dan Praktek*, (Bandung: Bina cipta, 1994), hlm 31.

D. Pengertian Berita

Tawaran pandangan para pakar, menemui kesulitan memberikan batasan berita, sebab makna berita bersifat relatif, yang bisa ditafsirkan secara berbeda – beda berdasarkan ruang dan waktu. Betapa sulitnya memberikan definisi berita, seperti dikatakan oleh Earl English dan Clarence Hach dalam bukunya “Scholastik Journalism” bahwa memberi batasan berita adalah sukar, karena berita mencakup banyak faktor –faktor variabel. “News is difficult to define, because it involves many variable factors”.¹³

Banyaknya hal – hal yang perlu pengkajian lebih mendalam terkadang membuat begitu sukar membuat berita sehingga Irving Resenthal dan Marton Yarmen berita lebih mudah untuk diketahui atau dikenali dari pada diberikan batasannya. Seorang wartawan akan lebih mudah menunjukkan mana yang berita ketimbang harus merumuskan apa berita itu.

Tapi sebagai catatan, bahwa namun demikian bukan berarti batasan berita menjadi tidak penting. Justru dengan memahami konsep berita dan kemahiran menilai berita, seorang wartawan diuji keahliannya. Meski tidak ada definisi berita disepakati, namun untuk dapat menarik penafsiran secara umum dapatlah dikemukakan pengertian berita menurut beberapa ahli di bawah ini.

Ditemukan dalam sebuah uraian, pada buku yang berjudul “Reporting”, Prof. Mitchel V. Charnley memberi batasan berita sebagai berikut : “News in the timely report of facts or opinion of either interest or importance or both, to a considerable number of people”.¹⁴

Bahwa, *berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau opini yang mengandung hal yang menarik, minat atau penting, atau kedua – duanya, bagi sejumlah besar penduduk. Sedangkan pengertian berita menurut Adinegoro adalah “Pernyataan antar manusia yang bertujuan memberitahukan”*.¹⁵

Selanjutnya, salah satu pakar, yakni Tom Carlk mengatakan *Berita adalah “Informasi kejadian baru yang paling penting menurut sejumlah manusia yang paling benar”*.¹⁶ Sedangkan menurut Neil Mac Neil : *“Berita adalah suatu*

¹³ Djafar Assegaf, *Jurnalistik Masa Kini*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1992), hlm 21.

¹⁴ Charnley Mitchel, *Reporting*, (London: Mc Publisher, 1979), hlm, 35.

¹⁵ Zain A.S, *Calon Wartawan*, (Jakarta: Dharma Swadaya Jaya, 1970), hlm 32.

¹⁶ *Ibid.*, hlm 32.

*susunan kenyataan – kenyataan tentang kejadian – kejadian yang sekarang sedang menarik perhatian atau berita paling penting bagi pembaca – pembacanya dari surat kabar yang memuat berita – berita itu.*¹⁷

Ragam definisi dan pandangan para ahli yang berpendapat, sebagaimana yang telah diuraikan pada kajian terdahulu, ada beberapa ciri hakiki berita yang dapat ditarik, yakni menarik perhatian, penting dan aktual (baru).

Bahwa jelaslah, uraian paparan definisi berita dalam konteks *literasi jurnalistik*, sebagai mana dikemukakan Dja'far H. Assegaf, yakni :

*“Laporan tentang fakta atau ide yang termasa, yang dipilih untuk staf redaksi suatu harian untuk disiarkan, yang dapat menarik perhatian pembaca, entah karena ia luar biasa, entah karena pentingnya atau akibatnya, entah pula karena ia mencakup segi – segi human interest seperti humor, emosi dan ketegangan”.*¹⁸

Sehubungan dengan pandangan kajian diatas, seorang pakar ataupun ahli yaitu Frank Luther Mott, seorang penulis jurnalistik ternama, dalam bukunya “New Survey Journalism” menyatakan bahwa paling sedikit ada delapan konsep berita yang meminta perhatian kita. Konsep tersebut yakni :

1. Yaitu, berita sebagai laporan tercepat (news as timely report)

Konsep ini menitikberatkan kepada “segi baru terjadinya” (newness) sebagai faktor terpenting dari sebuah berita. Akan tetapi dengan adanya radio atau televisi yang juga menyiarkan berita, faktor “timeliness” ini menjadi relatif.

2. Yaitu, berita sebal dan objektif sebagai rekaman (news as record)

Berita yang tercetak dalam surat kabar merupakan dokumentasi. Seiring menjadi catatan bersejarah yang sangat berharga.

3. Yaitu, berita sebagai faktor obyektif (news as objective facts)

Sebuah berita harus faktual dan obyektif, tetapi nilai obyektif untuk suatu fakta sangat relatif, karena tidak mungkin ada obyektifitas yang mutlak. Bagi wartawan, berita obyektif adalah laporan mengenai suatu fakta yang diamatinya tanpa pandangan berat sebelah (bias). Iniberarti laporan yang jujur dan tidak memihak.

¹⁷ Mochtar Lubis, *Pers dan Wartawan*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1993), hlm 12.

¹⁸ Dja'far Assegaf, hlm 24.

4. Yaitu, berita sebagai interpretasi (*news as interpretation*)

Dalam situasi yang kompleks yang menyangkut bidang politik dan ekonomi atau ilmu pengetahuan, suatu fakta perlu dijelaskan agar pembaca mengerti. Mereka perlu diberi penjelasan mengenai sebab musababnya, latar belakangnya, akibatnya, situasinya dan hubungannya dengan hal – hal lain. Ini adalah ‘berita dibalik berita’ (*news behind the news*).

Untuk menggali dan menyajikannya diperlukan kepandaian dan kejuruan. Tetapi biasanya dalam interpretative reporting adalah timbulnya faktor prasangka (*prejudice*) terhadap suatu soal atau seseorang. Dibanding media lain, media cetak seperti surat kabar dan majalah lebih bebas dalam menggunakan interpretative reporting, karena berita tidak segera disiarkan, sehingga wartawan masih mempunyai waktu untuk menggali dari berbagai referensi.

5. Berita sebagai sensasi (*news as sensation*)

Disini terdapat unsur subyektif yakni sesuatu yang mengejutkan (*shocks*) dan menggetarkan dan mengharukan (*thrills*) bagi pembaca yang satu akan berlainan dengan pembaca yang lain. Hal ini seperti yang terdapat dalam pemberitaan yang serius mengenai kejadian – kejadian penting seperti mala petaka, perang, dan yang lebih ringan lagi seperti skandal dan desas – desus.

6. Berita sebagai minat insani (*news as human interest*)

Dalam konsep ini menariknya berita bukan karena pentingnya berita yang dilaporkan. Melainkan karena sifatnya yang menyentuh perasaan insani, menumbulkan perasaan iba, terharu, gembira, prihatin, dan lain sebagainya.

7. Berita sebagai ramalan (*news as prediction*)

Wartawan cenderung memberi perhatian kepada masa depan dari pada masa lalu dan masa kini. Hal ini disebabkan karena minat pembaca terutama terletak pada masa depan. Pada umumnya yang kita harapkan pada berita, disamping berupa informasi mengenai kejadian kini, juga ramalan yang masuk akal (*intelligent forecast*) untuk masa depan.

8. Berita sebagai gambar (*news as picture*)

Gambar – gambar yang disajikan dalam halaman surat kabar jumlahnya semakin banyak. Ilustrasi surat kabar selain semata – mata sifatnya hiburan seperti comic strips, juga mengandung nilai berita (*value news*). Banyak kejadian yang

dilaporkan dalam bentuk gambar yang seringkali lebih efektif dari pada diterangkan dalam bentuk kata – kata.

Kedelapan konsep diatas saling melingkupi (overlap) yang tercakup dalam satu pola, yakni paduan antara berita yang penting dan patut dibaca. Sehubungan dengan itu, berita dapat diklasifikasikan sebagai berita berat (hard news atau solid news) dan berita ringan (soft news atau light news). Pola pemberitaan adalah mengkombinasikan berita yang berat dengan berita yang ringan, sehingga secara keseluruhan merupakan bacaan yang masuk akal.

E. Pengertian Jurnalistik

Bahwa dalam kajian ini akan diuraikan tentang jurnalistik atau Journalistiek (*bahasa Belanda*), atau Journalism (*Bahasa Inggris*) berasal dari istilah Journa, yang berarti cataatan harian, atau catatan mengenai kejadian sehari –hari, atau surat kabar harian, istilah journal sendiri berasal dai perkataan Latin Diurnalis, yang artinya harian atau tiap hari, dari istilah itu pula asalnya pekataan jurnalis, yakni orang yang melakukan pekerjaan jurnalistik.¹⁹

Kajian pembatasan Jurnalistik banyak dikemukakan oleh para ahli, namun semua berkisar pada pengertian bahwa : Jurnalistik adalah suatu pengelolaan laporan harian yang menarik minat khalayak mulai dari peliputan sampai penyebaran kepada masyarakat, apa saji yang terjadi didunia, apakah peristiwa itu faktual (fact) atau pendapat seseorang (opinion), jika diperkirakan akan menarik perhatian khlayak, dan merupakan bahan dasar bagi jurnalistik; akan menjadi bahan berita untuk disebarluaskan kepada masyarakat.²⁰

Proses dapur kegiatan jurnalistik pada mulanya berkisar pada hal – hal yang sifatnya informatif semata. Itu dibuktikan pada Arca Diurna sebagai produk jurnalistik tertua (pertama) pada jaman romawi ketika Kaisar ulius Caesar berkuasa. Dalam perkembangan selanjutnya, surat kabar sebagai sarana kegiatan jurnalistik telah dapat mencapai khalayak secara massal, dan oleh kaum idealis dipergunakan untuk melakukan kontrol sosial, sehingga surat kabar yang pada mulanya hanya Journal di Information (menyebarkan informasi) kemudian eluas lagi kepada journal d’opinion, yang menyebarkan pesan – pesan untuk

¹⁹ Djawoto, *Jurnalistik Dalam Praktek*, (Jakarta: Yayasan KBN Antara, 1999), hlm 87.

²⁰ Onong Uchjana Effendi., hlm 196.

mempengaruhi masyarakat. Pada akhirnya teruraikan, pesatnya perkembangan teknologi yang melahirkan media elektronik dan satelit, jurnalistik menjadi semakin meluas, sebab tidak lagi mengelola laporan harian untuk surat kabar belaka, melainkan juga untuk sarana radio dan televisi.

F. Pengertian Pers

Kajian pada pemahaman teruraikan bahwa istilah "*pers*" berasal dari bahas Belanda, yang dalam bahasa Inggris berarti "press". Secara etimologis, kata "press" berasal dari bahasa latin, yang bersumber dari kata "*pressus*", artinya "tekan".

Bentuk uraian "*tekan*" dimaksudkan kepada cara kerja mesin cetak, yaitu gerakan mekanik membawa kertas, lalu ditekan kepada huruf yang telah diberikan tinta, sehingga kertas tercetak. Demikianlah dengan segala barang cetakan yang melalui proses "press", disebut hasil press. Pada perkembangan selanjutnya, istilah "press" berubah menjadi "pers" dan selalu dikaitkan dengan surat kabar.

Selanjutnya melihat pesatnya kajian dan perkembangan lebih jauh, pers membias ke dalam pengertian luas dan sempit. Dalam arti luas pers dimaksudkan kepada segala bentuk penerbitan cetak maupun media elektronik, seperti radio siaran atau televisi siaran. Sedangkan dalam pengertian sempit, terbatas hanya pada media massa cetak, yaitu surat kabar, majalah dan bultin kantor berita.

Maka adapun tataran yang menjadi pokok perhatian di sini adalah pers dalam arti sempit, khususnya surat kabar. Pengertian pers di Indonesia, tercantum dalam UU No. 11 tahun 1966 tentang ketentuan – ketentuan pokok pers dan UU No. 21 tahun 1982 tentang perubahan atas UUNo. 11 tahun 1966, dalam UU tersebut dinyatakan: Pers adalah lembaga kemasyarakatan, alat perjuangan nasional yang mempunyai karya sebagai salah satu media komunikasi massa, yang bersifat umum berupa penerbitan yang teratur wktu terbitnya diperlengkapi atau tidak diperlengkapi dengan alat – alat milik sendiriberupa percetakan, alat – alat foto, lise, mesin – mesin stensil atau alat – alat teknik lainnya.²¹

Bahwa pada giliran selanjutnya bahwa media massa cetak, pers mampu menyentuh emosi dan sentimen pembaca. Dalam penerapannya, kelihatan sangat sederhana dan tidak terlalu mengikat khalayak. Karena itu, media ini relatif lebih

²¹ T. Atmadi, *Sistem Pers Indonesia*, (Jakarta: Gunung Agung, 1995), hlm, 127.

mampu membawakan materi –materi yang panjang dan masalah – masalah yang kompleks. Dengan demikian, pers menghendaki kondisi intelegensia tertentu dan kemampuan membaca dari pada khalayak berkepentingan.

G. Pengertian surat Kabar

Bahwa kembali diuraikan tentang pengertian dari surat kabar atau koran berasal dari terjemahan kata newspaper dalam bahasa inggris dan kata krant dalam bahasa Belanda. Selanjutnya salah seorang ahli yaitu, Teguh Meinanda surat kabar merupakan : *Alat/media cetak yang mempunyai peranan sebagai penghubung bathiniah dan santapan rohaniah sebagai bekal pengetahuan manusia. Selain itu surat kabar berfungsi sebagai alat kontrol sosial yang memberikan penerangan kepada msyarakat, serta mendidiknya untuk kehidupan dikemudian hari.*²² Sedangkan pengartian surat kabar menurut Djaffar H, Assegaf adalah : *Penerbitan yang berupa lembaran yang berisi berita – berita, karangan – karangan dan iklan yang dicetak dan terbit secara tetap atau secara periodik, dijual untuk umur.*²³

Bahwa, surat kabar mengandalkan manusia dan lingkungannya sebagai sumber informasi, sebaliknya manusia membutuhkan informasi dari surat kabar untuk emenuhi rasa ingintahunya tentang situasi dunia serta untukmencapai tujuan hidupnya. Bagaimana peran sarat kabar dalam kaitannya dengan kehidupan masyarakat, secara jelas diungkapkan oleh George Fox Mott: *The news paper is the servant, the leader and the whipping boy of community. It is a medim of information, a stimulating force behind public betterment. It is a source of education and entertainment. It is frequetly condenned for us the points the points of view expressed by its many writers yet throught this condennation arises clarifying discussion for better understanding.*²⁴ . (*Artinya adalah bahwa surat kabar merupakan pelayanan, pemimpin dan kambing hitamnya masyarakat. Surat kabar adalah media informasi, pendorong masyarakat menuju kemajuan, merupakan sumber pendidikan dan hiburan. Surat kabar seringkali dijadikan sarana pencurahan pemikiran penulisnya dan melalui itu tercipta wahana diskusi untuk lebih mamahami permasalahan yang berlaku).*

²² teguh Meinanda, hlm 44.

²³ DJa'far Assegaf, hlm 140.

²⁴ Gaeorge Fox Mott, *New Survey Journalism* (New York: Barnes and Nobel, 1969), hlm 37.

Dari berbagai maupun berlandaskan tiga pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa surat kabar merupakan penerbitan berupa lembaran yang berisi berita – berita, karangan – karangan dan iklan, terbit secara periodik, tercetak, dan dijual untuk umum, alat penghubung bathiniah dengan masyarakat serta alat kontrol sosial, pendidikan dan hiburan.

H. Sejarah dan Perkembangan Surat Kabar

Bila berbicara rujukan tahun, bahwa sekitar tahun 59 SM, demikian menurut bittner (1986), di Roma telah terbit sebuah buletin untuk warga kota yang disebut dengan Acta Diurna, yang memuat beraneka macam pengumuman dan diletakkan di pendopo balai kota Roma.²⁵

Selanjutnya, pada tahun 911 diketahui telah terbit surat kabar tertua lainnya dipeking. Cina, bernama Kiang Pau. Surat kabar ini mulanya terbit secara tidak teratur, baru pada tahun 1350 menjadi mingguan berkala.

Ditegaskan, sedangkan penerbitan surat kabar yang bernama Gazette itu mempengaruhi pula lahirnya Oxford Gazette di London, Inggris, pada tahun 1665. Kemudian pada tahun 1798, di Amerika Serikat, menyusul terbitnya surat kabar yang justru berani mengkeritik pemerintah. Padahal sebelum itu dan masa – masa sebelumnya surat kabar tal lebih sebagai “*buletin*” pemerintah dan konsumsi kaum elit penguasa pada masa itu.

Pase, perkembangan surat kabar sebagai media massa yang diperuntukkan untuk masyarakat umum baru terjadi pada tahun 1883 dengan lahirnya surat kabar New York Sun. Sejak tahun 1883 hingga kini, surat kabar telah menjadi media bacaan populer. Namun, sejak tahun 1985, perkembangan surat kabar mulai mengarak kespesialisasi di mana penerbitan surat kabar telah menggunakan teknologi modern, seperti komputer, satelit cetak jarak jauh, yang berkibat pada penekanan biaya percetakan dan pengiriman. Seirama dengan peralihan zaman, media cetakpun mulai melihat segmen – segmen pembaca tertentu dengan kebutuhan informasi yang berbeda, baik dari segi psikologisnya maupun demografisnya, sehingga diperlukan media – media khusus yang di arahkan untuk mencapai khalayak tertentu atau pada komunitas terbatas.

I. Syarat – syarat Surat Kabar

²⁵Alo Liliweri, hlm 12.

Bahwa, agar dapat disebut surat kabar, menurut *karl Baschwite*, harus memenuhi beberapa syarat sebagai berikut :

a. Publisitas

Maksudnya publikasi harus terbuka untuk siapa saja

b. Periodesitas

Terbitnya harus teratur menurut jadwal

c. Universalitas

Isi surat kabar meliputi semua persoalan, tidak tertentu saja, misalnya hanya olahraga, politik saja dan seterusnya.

d. Aktualitas

“Kebakaran” (Panas / hangat / baru) isi beritanya sehingga menambah pengetahuan pembaca.

e. Kontinuitas

Berita dan isi surat kabar harus kontinyu, terutama berita peristiwa yang sedang berlangsung.²⁶

J. Bentuk Surat Kabar dan Pola Bentuk Berita

Bahwa, sebagai media cetak, surat kabar mempunyai dua bentuk, yakni :

1. Bentuk Tabloid

Surat kabar dalam bentuk tabloid lebih kecil ukurannya dari pada surat kabar umum. Satu halaman tabloid biasanya hanya 5 kolom, dengan lebar 5 cm per kolom. Luasnya adalah 42 x 58 cm.

2. Bentuk umum

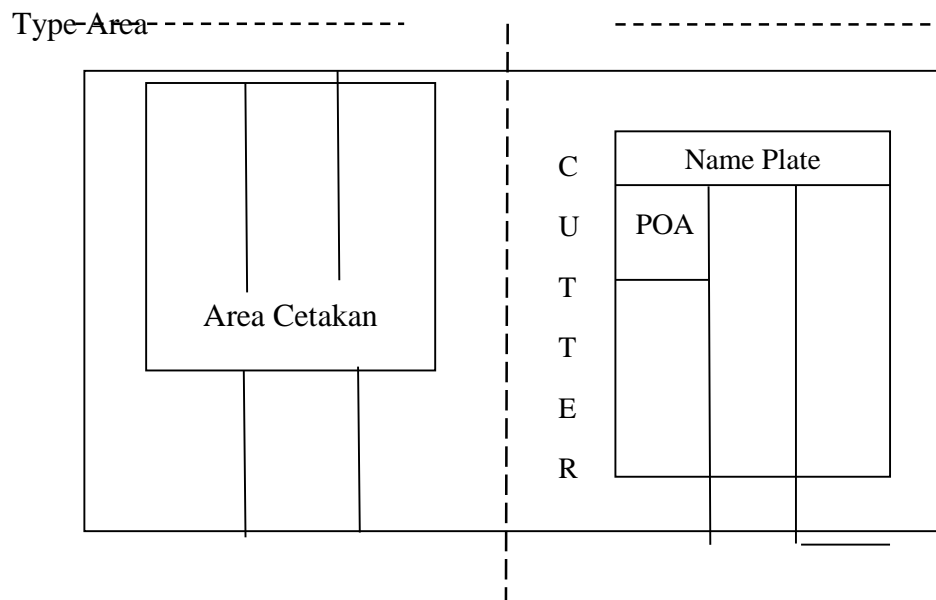
Surat kabar dalam bentuk umum yang dimaksud di sini adalah semacam kebanyakan surat kabar harian yang kita lihat sehari – hari. Ukurannya lebih besar dari tabloid. Setiap halaman terdiri dari 8 hingga 9 kolom. Dengan ukuran perkolom sekitar 4,2 cm. Luas keseluruhan satu halaman surat kabar ini adalah 58 x 88 cm.

Yaitu, surat kabar, apapun bentuknya, umumnya memiliki kesamaan dan pola peletakan berita di halaman – halaman yang tersedia. Yakni suatu pola yang dikenal dengan istilah Diagram Gutterberg. Edmund C. Arnold menyebutkannya, secara umum titik awal dalam halaman surat kabar selalu

²⁶ Hoetasuhut M.A, *Asal Mula Surat Kabar* , (Jakarta: STP prss, 1982), hlm 6.

dimulai dari sudut kiri atas. Daerah sudut ini disebut dengan Primary Optical Area. Mata biasanya secara otomatis terdorong untuk melihat dari kiri ke atas. Ketika mata telah sampai pada daerah sudut kanan bawah, halaman telah berakhir. Setelah mata sampai pada titik ini, mata pembaca telah siap untuk menyapu halaman berikutnya. Garis diagonal baca (reading diagonal) dimulai dari Primary Optical Area (POA) atau sudut kiri atas sampai ke Terminal Area (TA) atau sudut kanan bawah, disebut sebagai Reading Gravity (gaya berat baca) atau pusat baca. Untuk lebih jelasnya, dibawah ini ditampilkan skema Diagram Gutterberg seperti bagan dibawah ini : ²⁷

**SKEMA VIII
DIAGRAM GUTTENBERG**



Bahwa, garis lipatan berdasarkan analisis diagram Gutterberg di atas, dapatlah ditentukan suatu formula untuk menentukan nilai berita berdasarkan letak atau lokasi berita di dalam surat kabar. Di bawah ini dapat diajukan suatu skema nilai berita :

²⁷ Edmun C. Arnold, *Designing The Total Newspaper*, (New York: Harper and Row Publishers, 1981), hlm 26.

SKEMA IX
NILAI BERITA

I	II
III	IV

Keterangan :

1. Berita di wilayah I, bernilai 4
2. Berita di wilayah II, bernilai 3
3. Berita di wilayah III, bernilai 2
4. Berita di wilayah IV, bernilai 1

Atau menurut Gutternberg sebagai berikut :

1. Berita di wilayah I, bernilai 41%
2. Berita di wilayah II, bernilai 25%
3. Berita di wilayah III, bernilai 20%
4. Berita di wilayah IV, bernilai 14%

K. Jenis – jenis Surat Kabar

Bila, ditinjau dari visi politis isi beritanya, menurut Riyadi Irawan dan Teguh Meinanda surat kabar tergolong kepada 4 jenis, adalah :

a. Newspaper

Surat kabar yang melulu berisi berita – berita (dalam arti sempit) tanpa menyiarkan views sendiri, tanpa tajuk rencana atau karangan – karangan redaksional yang berisi opini. Surat kabar semacam ini umumnya ditemui di negara – negara di mana sensor ketat terhadap pers diberlakukan.

b. Surat Kabar Bebas (independent)

Surat kabar yang menjalankan kepentingan publik yang selaras dengan keyakinan dan kepentingan politik pribadi. Karena itu, surat kabar ini bukan suratkabar partai atau pemerintah. Umumnya, surat kabar ini terdapat di negara – negara liberal.

c. Surat Kabar Partai

Surat kabar yang terang – terangan menempatkan posisinya sebagai organ dari suatu partai. Jika pun tidak menyatakan secara tegas, namun kebijakan isi beritanya selalu menyokong partai tersebut.

d. Surat Kabar Pemerintah

Surat kabar yang baik terang –terangan atau tidak, merupakan “*corong*” pemerintah. Dengan demikian, politik pemberitaannya pun selaras dengan kebijakan politik pemerintah dan selalu mendukung kepentingan pemerintah.

Sedangkan Prof. Albert F. Henning menggolongkan surat kabar menjadi 4 bagian pula, yakni :

a. Surat Kabar Umum

Bahwa, surat kabar yang memuat berita –berita bermanfaat dari suatu kejadian sehari – hari yang menarik, aktual dan penting. surat kabar ini berisi berita – berita tentang berbagai spek masalah dan aneka macam peristiwa yang disajikan untuk dibaca oleh berbagai lapisan dan golongan masyarakat.

b. Surat Kabar Khusus

Surat kabar yang berisi satu aspek masalah tertentu saja. Dan biasanya ditunjukkan kepada golongan pembaa tertentu pula. Misalnya, surat kabar ekonomi atau olahraga.

c. Surat kabar yang terbitnya tergantung

Surat kabar yang terbit hanya satu kali seminggu atau satu kali dalam sebulan dan isinya biasanya ringan, santai dan bersifat menghibur, misalnya tabloid musik dan film.

d. Surat kabar kecil (tabloid)

Surat kabar yang biasanya menyajikan berita yang sensasional dan menghebohkan.²⁸

K. Fungsi Surat Kabar

Bahwa, surat kabar mempunyai fungsi khusus yang membedakannya dengan fungsi media komunikasi lainnya. Sebagaimana dikemukakan oleh Teguh Meinanda, ada beberapa fungsi surat kabar, yaitu :

²⁸Teguh Meinanda, hlm 49.

a. Publishing the news

Bahwa, fungsi utama dari surat kabar yaitu melaporkan berita secara lengkap dan benar untuk memberi kepuasan kepada khalayak pembaca. Jika ada surat kabar yang menyiarkan hanya sebagian dari berita dan kurang lengkap, boleh jadi karena kebijaksanaan pemberitaan dari staf redaksinya dengan maksud menghindari hal – hal yang tidak diinginkan. Karena fungsinya ini, berita harus teliti dan fair atau berimbang.

b. Commenting on the news.

Bahwa, disamping menampilkan berita, surat kabar juga memberikan komentar atau opininya, hal ini terlihat seperti pada editorial atau tajuk rencana pada sebuah berita.

c. Entertaining readers

Yaitu, selain memberikan informasi dan opini, surat kabar juga memberikan hiburan bagi pembacanya lewat artikel – artikel ringan, berita human interest, karikatur dan sebagainya.

d. Helping readers

Bahwa, dengan fungsi surat kabarnya, pembaca juga terbantu untuk mencari tahu tentang sesuatu hal. Misalnya mengenai resep makanan.

L. Publishing advertising

Adalah, surat kabar membantu menghubungkan antara penawar dan pemberi lewat iklan yang disiarkan.²⁹

Bahwa disisi lainnya, menurut laporan UNESCO, surat kabar saat ini memiliki fungsi fundamental dan fungsi tambahan. Dalam laporan itu disebutkan :

“....the contemporary newspaper has three fundamental function and several secondary ones. The fundamental ones are:

1. To inform readers objectively about what happening in the community, country and world.
2. To comment on the news in order to bring these developments into focus, and
3. To provide the means where by persons with goods and service to sell can advertise their wares.

²⁹ *Ibid.*, hlm 45.

The newspaper's secondary roles are :

1. To campaign for desirable civic projects and to help eliminate undesirable conditions.
2. To give readers a portion of entertainment through such devices as comic, strips, cartoons, and special features.
3. To serve readers as a friendly counselor, information bureau, and champion of their rights".³⁰

Maka, sejauh mana fungsi surat kabar dapat dilaksanakan tergantung kepada falsafah dan sistem politik di tempat surat kabar itu berada.

M. Kelebihan Surat Kabar

Berdasarkan analisa dan kajian – kajian, dengan melihat sifat – sifat surat kabar, Lazarfeld, L.W. Doob dalam Berelson (1950), mencatat 5 kelebihan yang dimiliki surat kabar, *adalah*:³¹

a. The reader control the exposé

Bahwa, dengan surat kabar, pembaca dapat memilih informasi yang sesuai dengan selera dan kebutuhannya. Lebih dari itu, pembaca dapat membacanya kapan saja yang dia inginkan. Bahkan dapat pula membuat resume bilamana dianggap perlu.

b. Exposé my be and often repeated

Bahwa, disebabkan surat kabar tidak terkait waktu dalam mencapai khalayaknya, dengan begitu maka pembaca dapat berulang – ulang menerima informasi sehingga dapat menyegarkan atau menguatkan ingatannya. Justru itu pula, surat kabar dapat menimbulkan efek ganda yang bertumpuk atau accumulative effect.

c. Treatment my be fuller

Bahwa, surat kabar dapat mengembangkan topik tertentu sampai ke suatu tingkatan yang diinginkan. Dengan kata lain, topik tersebut dapat dikembangkan lebih luas dan lebih baik.

³⁰ Donald Bob, *Report and Papers On Mass Communication* (London: Unesco Publication), hlm 30.

³¹ Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi* (Bandung, Armico, 1984), hlm 79.

d. Specialiced Apper is possible

Bahwa, surat memiliki kebebasan gaya yang lebih besar dalam memenuhi selera pembacanya dibandingkan jenis meium lainnya.

e. Possible greater prestige

Bahwa, media yang hanya dapat ditangkap mata ini memiliki prestise yang tinggi, justru karena dalam pembentukan prestise yang bersifat khusus, berdasarkan kepada kebiasaan pembaca, yang di dalamnya tercakup perhatian dan kesenangan untuk membaca, dan atas dasar ini pula, maka seseorang akan mudah dipengaruhi bacaannya.

N. Pembaca Surat Kabar

Ada pandangan dari salah seorang ahli, yaitu, Van der Hout, pembaca surat kabar dapat digolongkan menjadi 3 bagian, adalah :³²

1. Bahwa, pembaca yang sudah mempunyai pasangan atau pandangan, namun masih mencari – cari pihak lain sebagai bahan perbandingan dengan apa yang telah diketahuinya.
2. Bahwa, pembaca yang masih meragukan pandangannya sendiri, sehingga ia masih perlu mencari – cari informasi dari orang atau media lain untuk memperkuat pandangannya tersebut.
3. Bahwa, pembaca yang sama sekali belum memiliki pandangan sama sekali, sehingga jiwanya masih kosong.

Lebih jauh, ada paradigma tersendiri yang dipaparkan seorang ahli, yaitu Hout Marangun, menggolongkan pembaca surat kabar pada klasifikasi :

1. Adalah, pembaca sambilan, yaitu pembaca yang hanya membaca surat kabar sebagai selingan semata, bukan karena hasrat ingin menambah pengetahuan.
2. Adalah, pembaca secara kebiasaan, yakni pembaca yang biasanya berlangganan dan membacanya dalam waktu tertentu.
3. Adalah, pembaca yang paling tinggi, adalah kaum intelektual, para pemimpin, yang membaca karena syarat yang tidak lepas dari tugasnya, sehingga sebagian waktunya disisihkan untuk membaca surat kabar secara rutin dan teliti.

³² Teguh Meinanda, hlm 44.

Bahawa, ahli yang bernama F. Bond mengklasifikasikan pembaca pada bagian lain :

1. The intellectual, yakni golongan pembaca yang membutuhkan informasi yang disampaikan secara cerdas dan dapat memberikan dorongan mental. Biasanya, golongan ini gemar membaca soal politik, ekonomi dan sebagainya.
2. The practical, yaitu pembaca yang tidak memerlukan suatu sajian yang memerlukan pemikiran, melainkan hanya sekedar informasi untuk membantu kebutuhan hidupnya.
3. The non practical, merupakan golongan pembaca yang lebih tertarik pada bacaan – bacaan tentang petualangan , human interest dan hal – hal lain yang ringan.

BAB III

HASIL PENELITIAN

A. Eksistensi Literasi Jurnalistik

Bahwa, dalam penelitian ini ada dua model pendekatan yang sangat logis dan sederhana didalam menganalisa, mengamati dan mengkaji literasi jurnalistik pada surat kabar pers. Lebih jauh proses ini dapat dicermati dari saling keberkaitannya, karena surat kabar pers merupakan subsistem dari sistem kemsyarakatan lainnya berwujud pada satu komunitas komunikasi yang ditandai berada dalam keterkaitan organisasi besar yang bernama negara, dimana pemerintah bertindak selaku perencana dan pelaksana pencapaian tujuannya. Dengan demikian keberadaan proses komunikasi berita jurnalistik surat kabar pers ditentukan oleh falsafah dan sistem politik negara dan pemerintah tempat pers itu hidup. Di sisi lain, pers tidak bisa hidup sendiri, melainkan saling mempengaruhi dan dipengaruhi oleh lembaga – lembaga kemasyarakatan sosial sejenisnya.

Bahwa salah satu pakar yaitu, Fred S. Siebert, Theodore Peterson dan Wilbur Schramm, dalam bukunya *Four Theories of the Press* menyebutkan, bahwa ada 4 kategori pers, yakni : Authoritarian Press, Libertarian Press, Social Responsibility Press dan Soviet Communis Press.

Pada gilirannya, ada dua teori yang disebut terakhir, adalah sebenarnya merupakan pengembangan dan modifikasi dari yang pertama. Teori Soviet Communis Press (Teori Komunis Soviet) semata – mata merupakan pengembangan dari Authoritarian Press yang lebih dulu muncul. Dan apa yang dikenal dengan Social Responsibility (Teori Tanggungjawab Sosial) tak lebih sebagai modifikasi dari teori Libertarian.³³ Pandangan pakar tersebut juga sangat relevan.

Selanjutnya, pada pandangan pakar lainnya yaitu, Authoritarian Press merupakan teori tertua yang muncul setelah mesin cetak ditemukan. Tumbuh dan berkembang pertama kali di Inggris sekitar abad 16 dan 17. Pada saat itu, apa yang disebut dengan kebenaran adalah milik beberapa gelintir penguasa saja. Pers

³³ Putu Laxman Sanjaya, *Empat Teori Pers* "Terjemahan dari *Four Theories of The Press*" (Jakarta: Intermedia, 1986), hlm 2.

dimanfaatkan untuk memberikan informasi kepada rakyat tentang apa yang harus didukung oleh rakyat. Teori ini diwarnai oleh filsafat monarki absolut, kekuasaan pemerintahan absolut, atau kedua – duanya, dan juga lebih realistis.

Bahwa, Literasi jurnalistik pada surat kabar dalam sistem ini, dilarang melemparkan kritik kepada mekanisme politik dan pada pejabat yang berkuasa. Sebaliknya, pers dilakukan untuk melaksanakan kebijakan pemerintah, baik pers milik pemerintah maupun milik swasta perorangan, tentunya tetap berpegang teguh pada fungsi jurnalistik secara umum dalam membangun literasi jurnalistik.

Namun pada sisi yang berbeda, dalam sistem Libertarian Theory, Pers memainkan peran sebagai alat pengawas kritis terhadap pemerintah dan pelayanan informasi dan hiburan kepada masyarakat. Pemerintah tidak mencampuri sedemikian jauh kedalam tubuh pers sebagaimana halnya teori Autoritarian. Pers cukup diawasi melalui proses pelurusan sendiri untuk mendapatkan kebenaran dalam pasar ide yang bebas, serta melalui pengadilan yang tentunya pada koridor undang – undang jurnalistik.

Bahwa dalam kajian, teori ini diwarnai oleh pandangan Milton, Locke, Mill dan filsafat rasionalisme dan hak asasi. Dalam pandangan ini, hak untuk mencari kebenaran dianggap merupakan hak kodrati manusia. Dan pers dianggap sebagai partner di dalam mencari kebenaran dan kepastian.

Juga, dalam teori ini juga muncul di Inggris setelah 1688, dan kemudian di Amerika Serikat, sebelum kemudian berpengaruh di negara – negara lainnya, terutama negara yang menganut paham liberal. Di negara – negara yang menganut paham ini, pers bebas dari pengaruh pemerintah, bahkan bertindak *sebagai* “Fourth Estate” (*kekuatan keempat*) dalam proses pemerintahan, setelah kekuasaan legislatif, eksekutif dan yudikatif. Paparan ini lebih rasional.

Selanjutnya. dalam perkembangan berikut diabad ini revolusi 4.0 muncul *new authoritarianism* di negara – negara komunis, yang selanjutnya lebih dikenal dengan teori Soviet Komunis. Namun teori ini juga mendekati keruntuhan seiring terjadinya krisis ideologi komunis di beberapa negara sosialis yang menganut paham ini, terutama setelah Soviet terpecah menjadi beberapa negara merdeka dan masing – masing negara yang melepaskan diri dari Uni Soviet tersebut beralih ke paham ekonomi liberal – kapitalisme, yang terjadi pada tahun 1990. Namun

dibeberapa negara komunis lainnya, seperti RRC, Korea Utara da Kuba. Sistem Sovyet komunis teori ini masih tetap berkembang dan masih eksis dalam dunia jurnalistik.

Maka pada gilirannya di negara – negara non komunis, muncul new libertarianism, yang dikenal sebagai Social Responsibility Theory atau teori tanggung jawab sosial yang memang harus menjadi pegangan.

Pada realitanya, teori Sovyet komunis atau Soviet – Totalitarian berkembang di Uni Sovyet, walau ada persamaannyadengan yang dilakukan Nazi dan Italia Faris. Teori ini berangkat dari pemikiran Marxis – Leninis – Stalinis dengan kombinasi pandangan Hegel dan orang – orang Rusia abad 19 yang penuh semangat dalam pengkajian..

Bahwa, sistem ini bertujuan memberikan sumbangan bagi keberhasilan dan kelanjutan sistem sosial sovyet terutama bgai kediktatoran partai. Sedangkan yang berhak menggunakan media massa hanyalah anggota – anggota partai yang loyal dan ortodoks. Tidak heran, jika media massa di banyak negara penganut sistem ini menjadi alat atau terompet rezim penguasa. Pers dilarang memberikan kritik – kritik terhadap tujuan partai. Karena itu pers di awasi secara ketat dalam sikap dan tindakan politiknya. Teori Tanggung Jawab berkembang di AS pada abad ke 20, sebagai hasil pemikiran W.E Hocking, komisi kebebasan pers dan para pelaksana media. Tujuan utama adalah memberi informasi, menghibur dan berjualan, tetapi terutama untuk mengangkat konflik sampai tingkatan diskusi. Setiap orang berhak menggunakan menggunakan dan mengatakan sesuatu, sedangkan pers hanya dilarang jika melakukan inovasi secara serius terhadap hak – hak perorangan yang dilindungi serta terhadap kepentingan viral masyarakat, dalam event – event tertentu.

Bahwa, kepemilikan sebuah media massa dapat dimiliki oleh perorangan, kecuali jika pemerintah harus mengambil alih demi kelangsungan pelayanan terhadap masyarakat. Jika pada pers sistem liberal, sering terjadi pelecehan terhadap hak – hak privasi seseorang, dan pers memiliki kelonggaran mengawasi pemerintah dan dalam memenuhi kebutuhan – kebutuhan masyarakat lainnya maka pada sistem Social Responsibility Theory, maka pers harus menerima

tanggungjawabnya terhadap masyarakat, dan jika tidak, harus ada pihak (orang) yang mengusahakan agar mau menerimanya, demi tegaknya sebuah kepastian.

Maka selanjutnya, ada sebuah pertanyaan yang kemudian yang sangat menarik dari keempat teori manakah yang dianut oleh Indonesia? Mashuri, S.H. ketika menjabat menteri penerangan dan tokoh wartawan Wonohito justru menggelindingkan teori baru yang lebih khas untuk Indonesia, yakni Pers Pancasila yang berketetapan.

Bahwa, ada kesepakatan dari pihak departemen penerangan. Serikat Penerbitan Pers maupun Persatuan Wartawan Indonesia bahwa per Indonesia bebas tapi bertanggung jawab. Dalam kaitan ini pembinaan Pers Grafik Departemen penerangan mengakui adanya kesulitan dalam menafsirkan pers bebas dan bertanggung jawab, sampai di masa batas kebebasan dan sampai dimana pula batas tanggung jawab, yang tentunya lagi – lagi sesuai dengan undang – undang pers yang berlaku.

Selanjutnya pada suasana kesulitan dan sangat berbeda bahwa Dewan Pers yang diketuai oleh Mashuri, S.H. pada tanggal 1 Desember 1974 mengeluarkan keputusan Dewan Pers, yang antara lain menyebutkan bahwa kebebasan pers di Indonesia berlandaskan, masing – masing sebagaimana yang tertera di uraian ini:

34

- a. Adil : Pada Pancasila.
- b. Konstitusional : Pada Undang – Undang Dasar 1945 dan Ketetapan – ketetapan MPR
- c. Strategis : Pada garis – garis besar haluan negara
- d. Yuridis : Pada Undang – undang No. 11 tahun 1966 tentang ketentuan – ketentuan pokok pers serta segenap peraturan pelaksanaannya
- e. Kemasyarakatan : Pada tata nilai sosial yang berlaku pada masyarakat Indonesia
- f. Etis : Pada norma – norma orde etik profesional.

Maka selanjutnya, fungsi pers Pancasila lebih jelas dituangkan dalam undang – undang No. 21/1982 pasal 2, sebagaimana tertera :

³⁴ Onong Uchjana Effendi, hlm 92.

- Bahwa, fungsi pers nasional adalah alat perjuangan nasional dan merupakan massa media yang bersifat aktif, dinamis dan kreatif, edukatif, informatoris dan mempunyai fungsi kemasyarakatan, pendorong serta pemupuk daya kritis dan progresif meliputi perwujudan kehidupan masyarakat Indonesia.
- Bahwa, dalam rangka meningkatkan peranannya dalam pembangunan, pers berfungsi sebagai penyebar informasi yang objektif, menyalurkan aspirasi rakyat, meluaskan komunikasi dan partisipasi masyarakat serta melaksanakan kontrol sosial yang konstruktif. Dalam hal ini perlu dikembangkan interaksi positif antara pers, pemerintah dan masyarakat.

B. Literasi Jurnalistik Sebagai Komunikasi

Literasi Jurnalistik sebagai proses komunikasi dapat ditelaah dari interpretasi tafsiran pengertian jurnalistik. Bahwa jelas bahwa jurnalistik merupakan suatu proses bentuk koheisi komunikasi, *yakni mulai dari kegiatan mencari, mengelola, mengumpulkan dan menyebarkan/ menyiarkan informasi (berita). Sebagai suatu proses, maka kegiatan jurnalistik juga harus dilihat sebagai proses komunikasi.* Sebab komponen – komponen dalam kegiatan komunikasi juga ditemukan pada kegiatan dapur literasi jurnalistik modern.

Bahwa, komunikator dalam kegiatan proses komunikasi berita jurnalistik pada surat kabar jelas adalah wartawan yang sifatnya melembaga, wartawan mencari, mengumpulkan dan mengelola berita sebagai informasi yang akan disampaikan kepada khalayak (komunikan). Dan dari media massa pesa (berita) itu disalurkan kepada khalayaknya. Dengan penyebaran informasi ini pula, diharapkan timbulnya efek tertentu, seperti efek kognitif, afektif dan konatif dalam sebuah efek proses komunikasi\

Penjabarannya sangat berbeda, bahwa dalam komunikasi interpersonal komunikasi literasi jurnalistik (komunikasi massa), komunikannya yang berupa khalayak massa bersifat heterogen dan anonim, bersifat heterogen, karena khalayaknya berbeda –beda baik dari jenis kelamin, usia, agama, kebudayaan maupun status sosial – ekonominya. Sedangkan pesannya bersifat umum. Bahwa, karakteristik inilah yang membedakannya dengan bentuk komunikasi lainnya didalam praktek literasi jurnalistik.

C. Literasi Jurnalistik Pada Komunikasi

Realitanya, literasi menduduki tempat terpenting dalam jurnalistik. Bahwa, praktek jurnalistik hingga saat ini menunjukkan, sedikit – dikitnya lebih dari sepuluh surat kabar terdiri dari berita (news - getting). Selebihnya diperuntukkan pada artikel – opini, iklan dan ilustrasi maupun hiburan.

Kantor berita, bahkan menjadikan berita sebagai komoditi utama yang teramat penting dalam bisnis pers. Itu pula sebabnya surat kabar dan kantor berita merasa perlu memiliki jurnalis –jurnalis yang cakap dan tidak segan – segan mengeluarkan biaya yang besar untuk mendapatkan berita yang aktual dan penting dengan proses penyiaran / penyebaran yang cepat dan luas serta serempak. Sebab jika tidak demikian, surat kabar tentu harus siap – siap ditinggalkan oleh pembacanya atau konstituannya pada sebuah user media.

Dalam hal ini, prosesi unsur – unsur berita dikenal dengan bahasa Inggris dengan five W and one H, atau lazim disebut dengan 5 W + 1 H , yaitusemua unsur – unsur yang menyusun terjadinya atau terhidangnya suatu berita di surat kabar, sehingga dapat dinikmati pembaca. Berita – berita tersebut diuji dengan 5 W + 1 H, sebaliknya pula formula 5 W + 1 H merupakan patokan untuk menuliskan suatu event atau peristiwa menjadi berita yang disajikan di surat kabar baik cetak maupun on line.

Bahwa, adapun formula 5 W + 1 H tersebut merupakan pernyataan – pernyataan sebagai mana tertera dibawah ini :

1. What what happen (*apa yang terjadi*)
2. Who Who are involved (*siapa yang terlibat*)
3. Where Where does it happen (*di mana terjadi*)
4. Why Why does it happen (*mengapa terjadi*)
5. How how does it happen (*bagaimana terjadinya*)³⁵

Sebuah keharusan, bahwa berita harus menarik perhatian didalam proses komunikasi berita jurnalistik pada surat kabar, lantas timbul pertanyaan, unsur – unsur apa sajakah yang menarik perhatian pembaca, sehingga suatu event atau peristiwa memiliki nilai berita yang layak dan bisa dipertanggung jawabkan.

³⁵ Annadya Abrar, *Kumpulan Tulisan "Persuratkabaran Indonesia dalam Era Informasi"* (Jakarta: Sinar Harapan, 1986), hlm 77.

Selanjutnya, sangat diperlukan sebuah strategi didalam mengidentifikasi suatu event atau peristiwa diperlukan formula berita yang berguna untuk mengetahui apakah suatu peristiwa layak dimuat pada pers atau media massa. Ahli – ahli jurnalistik menyebutkan formula berita, dan terjabarkan pada uraian dibawah ini :³⁶

1. Berita harus Baru /Aktual / Termasa (*Time lines*)

Pengertian Baru mempunyai arti yang relatif, ia tidak berarti baru terjadi. Suatu peristiwa lama bisa menjadi baru dan menarik perhatian pembaca jika ditemukan fakta – fakta baru tentang peristiwa yang lebih lama berlalu itu. Baru di sini dimaksudkan bahwa pembaca untuk pertama kalinya mengetahui adanya fakta baru.

2. Jarak (*proximity / local appeal*)

Maksudnya jarak terjadinya suatu peristiwa dengan tempat berita itu dipublikir mempunyai arti yang sangat penting bagi pembaca.

3. Penting (*ternama*) tidaknya orang yang diberitakan (*prominence*)

Maksudnya, nama- nama tokoh penting, tempat –tempat terkenal sangat menentukan nilai berita.

4. Keluarbiasaan (*novelty* dan berita)

Keluarbiasaan dariberita maksudnya kejadian atau peristiwa yang luar biasa, aneh, selalu menarik perhatian pembaca.

5. Akibat yang mungkin ditimbulkan berita (*consequence*)

Maksudnya, berita tentang peristiwa tersebut menimbulkan akibat kepada diri pembaca. Dan ini akan lebih menarik perhatian pembaca.

6. Ketegangan yang ditimbulkan oleh berita (*disaster*)

Seperti dalam drama atau thriller, maka pembaca dirangsang dengan ketegangan untuk mengetahui apa yang terjadi kemudian. Perampokan, bencana alam, dan berita – berita misterius dapat menimbulkan ketegangan.

7. Pertentangan (*conflict*)

Berita tentang pertentangan selalu menarik perhatian pembaca. Seperti berita tentang konflik berdarah dalam kasus Dili, Timor – Timor.

³⁶ Dja'far Assegaf, hlm 25 -26.

8. Seks

Seks menjadi faktor penting dalam pemberitaan. Sebab seks memainkan peran penting dalam kehidupan anak adam. Misalnya berita tentang skandal seks Garry Hart atau buku seks yang diterbitkan Madonna.

9. Kemajuan

Dorongan manusia untuk maju merupakan naluri. Tidak heran jika manusia dengan berita – berita kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi.

10. Emosi

Emosi yang ditimbulkan berita, yaitu perasaan yang sudah melebihi kadar normal dan menjurus kepada emosi dalam diri manusia yang adakalanya tidak terkendalikan. Rasa marah, haru, gembira atau simpati merupakan unsur emosi dalam diri manusia yang mudah tergugah oleh berita – berita yang mengandung rasa emosional. Gempa bumi di Flores yang memporak – porandakan bangunan dan mengambil ribuan korban jiwa, menimbulkan simpati dunia. Atau berita pemusnahan etnis Bosnia yang muslim oleh pasukan Serbia, memandang emosi dan rasa prihatin ummat Islam sedunia.

11. Human interest

Dalam arti yang sempit, human interest sebagai unsur nilai berita sebenarnya kurang tepat. Karena tidak satupun berita yang dimuat oleh surat kabar yang tidak mengandung human interest. Para wartawan menggunakan istilah tersebut untuk berita yang tidak ada unsur lain, misalnya nama tokoh penting atau terkenal, unsur akibat, unsur aktual dan sebagainya, namun tanpa unsur – unsur itu tetap dapat menarik perhatian pembaca. Misalnya, karangan khas (features) tentang tukang becak yang berhasil menjadi sarjana.

12. Humor

Manusia selalu tertarik dengan sesuatu yang jenaka. Dengan demikian, humor merupakan unsur nilai berita yang penting. Suatu berita atau tulisan yang diselingi rasa humor akan dapat menarik perhatian pembaca. Misalnya, Indonesia yang di muat secara rutin di majalah berita mingguan Tempo.

D. Anatomi Literasi Jurnalistik Pada Surat Kabar

Selanjutnya, dalam kajian komunikasi literasi jurnalistik pada surat kabar lebih diwarnai oleh berita – berita dengan gaya piramida terbalik. Untuk dapat

memahami gaya penulisan berita dengan bentuk piramida terbalik, maka perlu mengenal anatomi berita, yakni bagian – bagian yang membentuk sebuah berita. Adapun bagian – bagian itu sebagaimana tertuang pada uraian dibawah ini :

1. *Headline (Judul)*

Merupakan bagian pertama yang terlihat ketika menyimak suatu berita, karena dicetak dengan huruf besar dan tebal. Isinya singkat dan padat. Fungsi utamanya untuk memancing perhatian pembaca.

2. *Dateline (Baris Tanggal)*

Yaitu keterangan tempat kejadian, tanggal penerbitan dan sumber kejadian.

3. *Lead / intro (Teras Berita)*

Adalah kalimat yang menekankan secara lebih jelas inti berita dan menyiapkan pembaca meneruskan keseluruhan isi berita. Teras berita umumnya memuat unsur 5 W + 1 H.

4. *Teks (tubuh berita)*

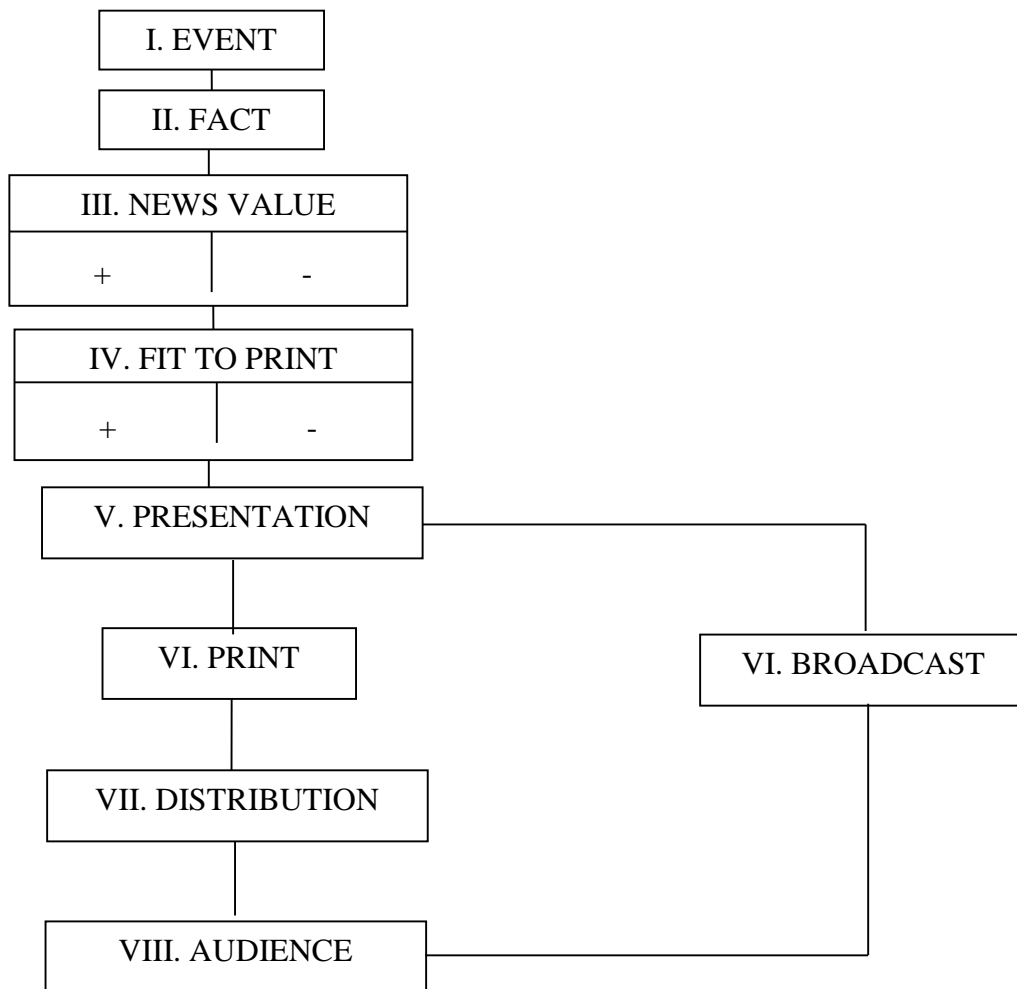
Merupakan keseluruhan informasi yang disampaikan kepada para pembaca, berisikan data – data yang lebih mendetail mengenai suatu peristiwa.

Selanjutnya, Charnley membedakan antara event (*peristiwa, kejadian*) dengan report (*laporan tentang kejadian itu*). Eventnya itu bukanlah news, melainkan laporannya yang menjadi berita. Dalam kaitannya itu, karena peristiwa hanya menjadi berita setelah dilaporkan pada media massa, maka terjadilah proses seleksi oleh wartawan dan redaktur terhadap sejumlah event yang diliputnya (*gatekeepin*) untuk dijadikan literasi jurnalistik.

Selanjutnta pada proses pembuatan berita itu sendiri dapat digambarkan seperti dibawah ini:³⁷

³⁷ Wonohito, *Sistem Pers Pancasila Proyek Pengembangan dan Pembinaan Pers Departemen Penerangan RI* (Jakarta: Rineka Cipta, 1977), hal 35.

SKEMA X
PROSES PENYAJIAN BERITA



Keterangan :

- I. Event (peristiwa) sampai kepada wartawan
- II. Wartawan memeriksa apakah event itu benar – benar fakta
- III. Wartawan menimbang apakah fakta itu memiliki nilai berita (news value).
Jika tidak, maka dibuang. Jika ya, masuk ke tahap berikutnya.
- IV. Redaktur (Wartawan) menilai apakah fakta yang bernilai berita itu layak di cetak / disiarkan (fit to print). Misalnya, apakah tidak melanggar etika pers.
- V. Jika tidak, maka berita tersebut siap untuk disajikan (presentation).
- VI. Selanjutnya, berita di cetak.
- VII. Setelah dicetak, fakta yang bernilai berita tersebut didistribusikan (disebarkan)

VIII. Tahap akhir di mana surat kabar sampai ketangan pembaca. Demikianlah fakta tersebut telah menjadi berita, setelah sampai di tangan pembaca.

Pada giliran selanjutnya, khusus untuk media radio dan televisi, prosesnya cukup sampai di presentasi dan langsung ke audience, sebab tidak ada proses cetak. Sedangkan pengertian foto print pada proses penyajian berita di televisi atau radio dimaksudkan bahwa fakta tersebut layak disiarkan pada publik.

Dan, kalau diperhatikan proses pembuatan berita di atas, ternyata pembuatan berita bukanlah pekerjaan teknis mekanis, melainkan pekerjaan intelektual, sebab berita merupakan hasil pergulatan dan dialektika yang intens antara persepsi dan kesadaran wartawan.

Bahwa, sepek terjang wartawan dalam proses pembuatan berita ditentukan oleh pengaruh dari dalam dan luar media. Dengan berpegang pada kaedah jurnalistik serta syarat penulisan berita, wartawan harus bergulat pula dengan beberapa segi lain yang meliatkan tanggung jawab sosial dan integritas intelektualnya. Bagaimana meyampaikan berita itu sehingga mencerminkan keadaan sebenarnya, tetapi sekaligus mempertimbangkan manfa'at dan kebaikan yang diberikan oleh pemberitaan itu terhadap masyarakat pembaca, sambil memberi perspektif dan warna pemberitaanyang mencerminkan nilai yang dianut oleh wartawan atau surat kabar yang dilayaninya, sebagai cermin kesepahaman terhadap bentuk literasi jurnalistik.

Selanjutnya, ragam berita jurnalistik pada surat kabar, dapat dibagi berdasarkan empat hal pokok, yaitu :

- a. Berdasarkan sifat kejadian
- b. Berdasarkan soal atau masalah yang dicakup berita
- c. Berdasarkan jarak kejadian dan publikasi berita
- d. Berdasarkan isi berita.³⁸

Maka, dari keempat macam berita tersebut yang paling umum adalah jenis berita berdasarkan soal atau masalah yang dicakup berita. Menurut Dja'far Assegaf, ragam berita yang termasuk dalam bagian ini cukup banyak, yaitu :

1. Berita politik
2. Berita ekomoni

³⁸ Dja'far Assegaf, hlm 38.

3. Berita kejahatan
4. Berita kecelakaan / kebakaran
5. Berita olahraga
6. Beritamiliter
7. Berita ilmiah
8. Berita pendidikan
9. Berita agama
10. Berita pengadilan
11. Berita “dunia warga”
12. Berita “manusia dan peristiwa”

Selanjutnya, ragam berita menurut penggolongan diatas, berita kampanye pemilu yang menjadi objek penelitian ini termasuk kepada berita politik. Karena itu, sejalan dengan konteks penelitian, maka yang akan diuraikan di sini hanyalah berita politik dan berita kampanye pemilu akan diuraikan secara khusus pada sub judul berikutnya, pada sebuah literasi.

Juga, selain berita surat kabar, juga memuat berbagai macam karangan yaitu :³⁹

- i. Tajuk rencana Yaitu induk karangan surat kabar yang lazimnya membawakan pendapat surat kabar tersebut.
- ii. Pojok Merupakan rubrik khas yang hanya ada pada surat kabar di Indonesia. Biasanya berisi suatu humoris yang mentindir.
- iii. Karikatur Yakni ilustrasi gambar dalam surat kabar yang berbentuk tulisan dan isinya humoristis yang menyindir, biasanya di bidang politik.
- iv. Karangan Khas (feature) Feature lebih menitikberatkan human interest di dalam laporan – laporannya. Jika berita disusun dengan mendahulukan bagian yang penting, maka bagian feature bisa ditulis secara kronologis hingga mencapai klimaksnya., yang diutamakan bukan nilai beritanya, melainkan nilai bacaannya yang enak dan menarik hati, sehingga bisa membuat orang yang membacanya terhibur. Karangan khas ini disampaikan dengan bahasa yang ringan, segan dan memiliki style bercerita yang beragam dan khas.

³⁹Mochtar Lubis, hlm 77.

v. Colom dan Opini

Juga, sebuah colom atau opini merupakan pikiran atau juga fakta – fakta berita yang dibumbui dengan komentar atau pandangan. Segala macam persoalan bisa ditulis dalam rubik ini, dan umumnya masalah – masalah populer. Penulis colom ataupun opini umumnya dari masyarakat pembaca surat kabar off line maupun on line.

Selanjutnya, ada pandangan yang agak berbeda dengan opini, colom merupakan rubik tetap dan gaya bahasa penyampaiannya lebih ringan. Penulis tetap colom ini disebut columnis.

Bahwa, dinamika era milenial dalam tatanan kehidupan politik dan kenegaraan secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi kehidupan rakyat. Karena itu setiap orang akan tertarik dengan berita – berita politik, hal ini berkaitan dengan unsur berita, yaitu unsur “akibat”. Pengertian politik di sini adalah dalam arti yang luas, yakni sebagai ilmu pemerintahan negara, jadi tidak hanya terbatas pada pengertian partai dan kegiatannya.

Oleh sebab itu, politik dalam arti luas yang dimaksud di sini dapat meliputi masalah – masalah kenegaraan, mulai dari diplomasi internasional, krisis krisis kabinet sampai masalah pemilihan umum dan bisa juga merembet pada *situasi pandemi covid 19*.

Selanjutnya, W. Philips davidson dan Frederick A. Praegar mendefenisikan apa yang tercakup dalam berita politik sebagai berikut dibawah ini :

1. The power theinfluence structure of the society in question. Who make the importat decision? Where are the centers of political influence located, and how do they work ? which individuals or groups are likely to be of increasing significance in the future and which of decreasing significance?
2. Relevan political interest and attitudes among those who are politically significant. Once the group politically important or likely to he important, have been indentified, information about interest ang attitudes of leasers and members of these groups is desireable. What subjects are in the focus of there attention, and what attitudes held ? what utility have they for those who hold them? How were they developed? Answer to these (frequently comples)

question help planners to decide which attitudes might reinforced or activated, wheter new attitudes might be ancauraged, and wheter it is possible to modify existing attitudes.

3. The ways of information is use by potential audience, ideally, the planner would like to know what function a broad range of ideas have, or might have, for all the politically significant individuals or organizations in the society he is studying. What is the existing level of information come from ? what additional information is desired or could be used? How will people use the information that the communication is able to provide them? What actions will it enable them to take ?⁴⁰

Selanjutnya dari uraian paparan di diatas, secara umum dapat dikatakan pendekatan untuk mengertia apa yang disebut berita politik adalah dengan mengajukan pertanyaan –pertanyaan sebagai berikut : Siapa yang mengambil keputusan, di mana pengeruh kekuasaan itu berpusat dan bagaimana cara bekerjanya, kelompok mana dan siapa yang akan berkurang peran – perannya pada masa yang akan datang kemudian.

Bahwa, kepentingan – kepentingan politik dan perilaku yang relevan di antara orang – orang yang penting secara politis. Kelompok ini diidentifikasi dan dicari informasi mengenai apa yang menjadi kepentingan dan bagaimana perilaku pemimpin dan anggota kelompok yang diinginkan. Hal – hal apa saja yang menjadi perhatian mereka, dan sikap ini di pegang atau dipertahankan, bagaimana mereka dibangun ?

Selanjutnya, jawaban – jawaban seperti ini membantu perencana untuk menentukan perilaku mana yang dapat dipertahankan, atau mungkin perilaku – perilaku baru yag dapat didukung, dan mungkin untuk di modifikasi sebagai perilaku yang mapan dan elegan.

Selanjutnya, pola atau arus informasi ini digunakan oleh khalayak yang potensial. Idealnya perencanaan harus mengetahui fungsi apa yang dimiliki luas jangkauan pemikiran bagi semua individu atau organisasi yang terlibat dalam

⁴⁰W. Phillips Davidson dan frederic A. Preager, *Internatioanal Political Communication*, (New York: Publisher, 1965). Hlm 165.

politik di suatu masyarakat. Demikianlah pertanyaan yang dapat membantu untuk memahami pengertian berita politik secara dinamis.

Maka, berita – berita politik akan selalu menarik perhatian pembaca, karena politik pada abad dua puluh dan abad demokrasi dalam berbagai manifestasinya sekarang, akan sangat mempengaruhi kepentingan pribadi – pribadi di dalam suatu negara yang sedang berkuasa atau menguasai.

Selanjutnya, dalam alam demokrasi, pemberitaan politik mengalami pasang naik tidak saja saat terjadi pergantian kabinet atau sidang umum parlementer, tetapi juga pada waktu pemilihan umum yang secara priodik dilaksanakan.

Giliran selanjutnya, pada saat menjelang pemilu, biasanya para konstantan (*partai politik*) menawarkan beragam program dan pernyataan – pernyataan politik sebagai upaya menarik pengaruh massa. Propoganda – propoganda partai politik ini biasany amenarik kalangan pers untuk meliputnya. Tidak mengherankan kalau berita kampanye pemilu selalu mendapat porsi yang lebihbesar dibandingkan berita politik lainnya, karna berita ini selalu akan menarik perhatian pembaca atau user tinjauan media literasi jurnalistik.

Maka selanjutnya, khusus dalam kegiatan kampanye yang dilakukan di Indonesia, ketiga kontestan biasanya melakukan kegiatan seperti rapat terbuka dan pemasangan poster / pamflet. Bahkan sebelum peraturan baru pelaksanaan kampanye pemilu yang mulai berlaku sejak pemilu 1992, pernah dilakukan kegiatan pawai yang dipertontonkan pada khalayak massa.

Dalam sejarah, pada kampanye pemilu 1992, ketiga kontestan bahkan telah memulai “perang” iklan di media – media massa. Tidak jarang pula issue – issue yang dilemparkan ketiga kontestan menjadi headline surat kabar, karena berita “pertarungan” antara kekuatan – kekuatan politik yag ada selalu memancing perhatian pembaca. Sebaliknya, kontestan memanfaatkan media massa untuk mendapatkan efek yang setinggi –tingginya untuk merebut hati massa agar berkesepahaman.

Selanjutnya, karena pemilihan umum adalah kegiatan yang berifat politis dan menyangkut kepada politik negara, maka dalam penggunaan media massa untuk mendapatkan akses pada massa kampanye, maka oleh Menteri Penerangan

dikeluarkan atura cara penggunaan media massa demi keamanan dan ketertiban masyarakat.

Maka, untuk meneliti naskah – naskah yang akan disiarkan, seperti naskah pidato kontestan yang akan disiarkan di PRI atau TVRI, maka dibentuk Panitia Peneliti Naskah Kampanye Pemilu dengan Keputusan Menteri dalam Negeri / Ketua KPU (Komisi Pemilihan Umum).

Bahwa, dalam setiap pemilihan umum selalu ada upaya untuk mempersuasi melalui komunikasi massa, dalam konteks antar kekuatan politik yang ada, kampanye ditujukan tidak saja untuk membangkitkan kesetiaan alami pengikutnya agar memilih sesuai dengan kesetiaan itu, melainkan juga untuk menjajaki warga negara yang tidak terkait pada partai, bahkan untuk mengalihkan kepercayaan dan nilai anggota partai tertentu, dengan meyakinkan rakyat bahwa keadaan akan lebih baik jika pada saat Pemilu mereka memilih partai atau kandidat dari partainya tersebut.⁴¹

Bahwa didalam surat kabar terdapat tiga tipe yang bertindak sebagai sarana bagi komunikasi kampanye, Ikhwal berita, editorial, dan iklan, semuanya membantu pembinaan citra dan penyajian masalah dalam bingkai literasi jurnalistik.

Bahwa, ikhwal berita tidak saja berorientasi pada masalah, melainkan juga pada atribut kepartaian dalam rangka pembuatan citra. Suarat kabar terkadang menyajikan berita yang menumbuhkan kesan tentang pentingnya kredibilitas partai. Dukungan editorial lebih menekankan masalah, tetapi jga sembari mengesankan kritikan pada kredibilitas suatu partai atau kandidat baik secara langsung atau tidak. Sedangkan periklanan politik lebi menekankan pada upaya menyokong moral pekerja kampanye untuk diperlihatkan bila mereka mencoba mempersuasi orang – orang yang tidak punya komitmen. Apalagi periklanan politik di media cetak merupakan suatu cara utntuk menyelundupkan iklan sewaktu – waktu yang keberatannya terlalu besar untuk ditempatkan di radio atau ditelevisi. Setidaknya periklanann politik juga merupakan upaya merebut simpati dan merperteguh kepercayaan pengikutnya terhadap prestise dan kemapanan

⁴¹ Nimmo, *Komunikasi Politik (Komunikator, Pesan dan Media)*, (Bandung: Remadja Rosda Karya, 1989) hlm 219.

partai dengan tampilnya iklan, yang di dalam isinya biasanya disertai dengan nama – nama pihak pendukung nya, yang terus menerus menggelontorkan cara berpikir dan dedikasi yang komprehensif pada konten dan konteks yang berkemajuan dan tangguh.

E. Model Agenda Setting Penelitian Literasi Jurnalistik

Bahwa, pola interaksi proses berita jurnalistik pada surat kabar antara media komunikasi massa dengan instrumen pemerintah, telah menarik perhatian dan menjadi satu bidang masalah penting sebagai fokus kajian dalam studi komunikasi. Media komunikasi massa, menurut Alwi Dahla, bertugas mengawasi jalannya pemerintahan secara bebas. Sebaliknya pemerintah bersama –sama dengan kekuatan politik yang sebagai sumber berita berusaha untuk membentuk pendapat umum dengan mempergunakan mekanisme media itu sendiri sebagai alat.⁴²

Terurailah, bahwa salah satu arah teori dalam hal ini adalah masalah – masalah penentuan agenda (*agenda setting*), yaitu issue yang dijadikan prioritas politik pada suatu waktu tertentu. Intinya adalah bahwa agenda yang dibuat media akan menjadi pula agenda masyarakat, sehingga menjadi perhatian yang berwenang atau stake holder.

Juga, pada type model penelitian ini menghidupkan kembali model hipodermik yang telah lama ditinggalkan oleh banyak ahli komunikasi, yakni sebuah model yang mengagungkan kekuatan media massa dalam mempengaruhi publik. Model agenda setting mengangkat kembali model hipodermic, namun dengan fokus penelitian yang telah bergeser efek pada sikap dan pendapat bergeser pada efek kesadaran dan pengetahuan dari efek afektif ke efektif kognitif.⁴³

Literasi jurnalistik surat kabar sering dianggap memiliki kemampuan dalam mendefenisikan masalah – masalah apa yang harus dipikirkan sebagai masalah yang penting oleh publik, yakni dengan penyusunan pemberitaan issue – issue yang dilakukan di media yang bersangkutan. Penelitian – penelitian terdahulu tentang media massa yang dilakukan memperhatikan bahwa berita –

⁴²Alwi Dahlan, *Perkembangan Komunikasi Politik Sebagai Bidang Kajian* 6, (Jakarta: Jurnal Ilmu Politik, 1990) hlm 13.

⁴³Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: Remadja Rosda Karya, 2004), hlm 78.

berita di media massa terampil dalam menciptakan kesadaran yang menyebar luas tentang suatu ide atau topik baru, berita – berita yang dimuat ini tidak hanya membawa masalah, peristiwa dan orang – orang yang terlibat di dalamnya, melainkan juga memperlihatkan prioritas yang diberikan pers terhadapnya dalam sebuah aktivitas literasi jurnalistik.

Selanjutnya, pada tatanan rutinitas kerja jurnalistik surat kabar bahwa setiap hari redaksi media sebagai gatekeepers memutuskan berita mana yang akan dimuat serta apa yang perlu ditonjolkan pada setiap berita. Sebagai suatu proses hasil pemilihan dalam suatu arus berita, maka publik menerima petunjuk mengenai pentingnya masalah, individu, peristiwa, sehingga menjadi agenda pembaca atau khalayak user media.

Selanjutnya, dalam penelitian pertama yang dilakukan oleh McComb dan Donald L. Shaw pada tahun 1972, disebutkan fungsi agenda setting yaitu : ⁴⁴

The Agenda setting model proposes the capability of the mass media to select and emphasize certain issues and thereby lead those issues to be perceived as important by audience regardless of the audience thinks should be done about those issues. Considerable tentative evidence has accumulated that at least under certain conditions, the media agenda corresponds with audience's agenda.

Pada gilirannya, pengujian pertama hipotesis fungsi agenda setting ini dilakukan oleh keduanya pada pemilihan presiden tahun 1968 di Chapel Hill, Amerika Serikat. Mereka membandingkan isi terbaru tentang kampanye media massa dengan apa yang dikatakan publik sebagai issue yang terpenting. Kedua penelitian ini menguji issue – issue yang dimuat di televisi dan di surat kabar, yang kemudian ditanyakan kepada pemilih, hasil dari pengujian mereka menyimpulkan bahwa terdapat suatu hubungan yang kuat antara issue yang diliput oleh media dengan apa yang dikatakan oleh publik sebagai issue yang penting.⁴⁵

Bahwa, perkembangan penelitian – penelitian mengenai fungsi agenda setting ini kemudian terus dilakukan walaupun pada awalnya lebih banyak dipusatkan pada masa pemilihan umum. Masa pemilihan umum dianggap

⁴⁴ Maxwell McCombs dan L. Shaw, Donald; *The Agenda Setting Function Of Massa Media*; dalam Mooriz Hanowitz dan Paul M. Hirsch reader Public Opinion and Massa Communication, (New York: The Free Press, 1981), hlm 127-137.

⁴⁵ Jalaluddin Rakhmat, hlm 9.

ampuh dalam menentukan terbuktinya hipotesis ini, karena selamamassa tersebut, bukti – bukti masyarakat kuat bahwa pengumpul suara mengetahui paling banyak informasi – informasi kampanye yang menonjol justru darimedia massa. Media massa membangun cerita publik mengenai figur – figur politik tertentu. Media massa terus – menerus memberikan hal – hal yan gmnganjurkan pada publik apa yang harus dipikirkan, diketahui dan dirasakan masyarakat dalam hal ini khalayak.

Bahwa, hasil seluruh penelitian mengenai fungsi agenda setting yang di lakukan di Barat mendukung hipotesis agenda setting, di mana terdapat hubungan antara agenda media dan agenda publik pembaca khalayak.

Juga selain meneliti, tekanan yang diciptakan oleh media terhadap kepentingan issue tersebut pada khalayak, penelitian – penelitian selanjutnya yang dilakukan juga melibatkan variabel –variabel atau faktor lain yang dianggap mendukung hipotesis agenda ini. Marc Bneton dan P. Jean Frazier (1976), misalnya membuat suatu peneitian agenda setting yang kemudian dihubungkan dengan agenda publik pada tiga tingkatan information holding atau penyimpanan informasi mengenai issue – issue ekonomi ataupun kesejahteraan masyarakat.

Dan, pada pola variabel yang dipilih juga bervariasi, antara lain variabel pengguna media, pengguna berita, tingkat kesukaan terhadap surat kabar, dan jumlah informasi politik (wiliam dan Larsen, 1975), variasi jenis kelamin, status sisial – ekonomi, tempat tinggal dan lain – lain sebagainya.

Bahwa, didalam proses komunikasi literasi jurnalistik pada surat kabar yang digunakan dalam penelitian – penelitian agenda setting sangat bervariasi, walaupun hampir keseluruhannya mengamati media cetak, seperti surat kabar, namun demikian, terdapat juga penelitian yang mengamati media audio seperti radio dan media visual seperti televisi. Perbandingan antara media surat kabar dengan televisi biasanya digunakan untuk melihat perbedaan fungsi masing – masing dalam pembentukan agenda publik, disinilah terlihat bahwa cukup komperhensip dari hasil kajian penelitian tentang adanya proses komunikasi berita jurnalistik pada surat kabar baik cetak maupun on line.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Bahwa, keberadaan proses literasi jurnalistik surat kabar pers ditentukan oleh falsafah dan sistem politik negara dan Pemerintah tempat pers itu hidup. Di sisi lain, pers tidak bisa hidup sendiri, melainkan saling mempengaruhi dan dipengaruhi oleh lembaga – lembaga kemasyarakatan lainnya.

Jurnalistik merupakan suatu proses bentuk kohesi komunikasi, *yakni mulai dari kegiatan mencari, mengelola, mengumpulkan dan menyebarkan/ menyiarkan informasi (berita). Sebagai suatu proses, maka kegiatan jurnalistik juga harus dilihat sebagai proses komunikasi.* Sebab komponen – komponen dalam kegiatan komunikasi juga ditemukan pada kegiatan literasi jurnalistik.

Literasi menduduki tempat terpenting dalam jurnalistik. Praktek jurnalistik hingga saat ini menunjukkan, sedikit – dikitnya lebih dari sepuluh surat kabar terdiri dari berita (*news - getting*). Selebihnya diperuntukkan pada artikel – opini, iklan dan ilustrasi.

Bahwa, komunikasi berita literasi jurnalistik pada surat kabar lebih diwarnai oleh berita – berita dengan gaya piramida terbalik. Untuk dapat memahami gaya penulisan berita dengan bentuk piramida terbalik, maka perlu mengenal anatomi berita, yakni bagian – bagian yang membentuk literasi jurnalistik.

Bahwa, media cetak merupakan suatu cara untuk menyelundupkan iklan sewaktu – waktu yang keberatannya terlalu besar untuk ditempatkan di radio atau ditelevisi. Setidaknya periklanann politik juga merupakan upaya merebut simpati dan merperteguh kepercayaan pengikutnya terhadap prestise dan kemapanan partai dengan tampilnya iklan, yang di dalam isinya biasanya disertai dengan nama – nama pihak pendukung nya, yang terus menerus menggelontorkan cara berpikir dan dedikasi yang komperehensip pada konten dan kontek.

Bahwa, proses komunikasi literasi jurnalistik pada surat kabar yang digunakan dalam penelitian – penelitian agenda setting sangat bervariasi, walaupun hampir keseluruhannya mengamati media cetak, seperti surat kabar,

namun demikian, terdapat juga penelitian yang mengamati media audio seperti radio dan media visual seperti televisi. Perbandingan antara media surat kabar dengan televisi biasanya digunakan untuk melihat perbedaan fungsi masing – masing dalam pembentukan agenda publik, disinilah terlihat bahwa cukup komprehensif dari hasil kajian penelitian tentang adanya proses komunikasi berita jurnalistik pada surat kabar di Era milenium dalam mewujudkan nawa cita indonesia tangguh.

B. Saran-Saran

Sebagai bagian akhir dari penulisan penelitian ini, penulis ingin memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada pengelola pers dapat lebih mengorientasikan proses komunikasi literasi jurnalistik pada surat kabar keseluruhan masyarakat secara lebih luas.
2. Kepada penggiat jurnalistik diharapkan terus meningkatkan kompetensinya dan profesinya dengan banyak menggali pemikiran-pemikiran dan wawasan terhadap proses komunikasi literasi jurnalistik.
3. Kepada semua pihak yang terlibat dalam media surat kabar khususnya, senantiasa diterapkan untuk saling bekerjasama dalam mengembangkan proses komunikasi literasi jurnalistik pada surat kabar.
4. Kepada khalayak diharapkan untuk meningkatkan daya belinya terhadap hasil-hasil karya proses literasi jurnalistik pada surat kabar memberikan pengaruh yang positif bagi perkembangan pers.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiman, Kris 2005. *Dasar-Dasar Jurnalistik: Makalah yang disampaikan dalam Pelatihan Jurnalistik*, Jakarta: Kompas.
- Effendi, Onong Uchjana, 2006, Ilmu Komunikasi, Bandung: Pt Remaja Rosda Karya.
- Meinanda, Teguh, 2002. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Bandung: Armico.
- Effendy, Onong Uchjana, 1996. *Dinamika Komunikasi*, Bandung: Remadja Rosda Karya.
- Rakhmat, Jalaluddin, 1996. *Sosiologi Komunikasi Massa*, Bandung: Remadja Rosda Karya.
- McQuail, Denis, 1989. *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta: Erlangga.
- Liliwery, Alo, 1991. *Memahami Komunikasi Massa dalam Masyarakat*, Bandung: Citra Aditya Bhakti.
- Susanto, Astrid, 1994. *Komunikasi dalam Teori dan Praktek*, Bandung: Bina cipta.
- Assegaf, Djafar, 1992. *Jurnalistik Masa Kini*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Mitchel, Charnley, 1979. *Reporting*, London: Mc Publisher.
- A.S, Zain, *Calon Wartawan*, 1970. Jakarta: Dharma Swadaya Jaya.
- Mochtar Lubis, 1993. *Pers dan Wartawan*, Jakarta: Balai Pustaka.
- Djawoto, 1999. *Jurnalistik Dalam Praktek*, Jakarta: Yayasan KBN Antara.
- T. Atmadi, 1995. *Sistem Pers Indonesia*, Jakarta: Gunung Agung.
- Gaeorge Fox Mott, 1969. *New Survey Journalism*, New York: Barnes and Nobel.
- Hoetasuhut M.A, 1982. *Asal Mula Surat Kabar* , Jakarta: STP press.
- Edmun C. Arnold, *Designing The Total Newspaper*, New York: Harper and Row Publishers.
- Bob Donald, *Report and Papers On Mass Communication*, London: Unesco Publication.
- Arifin, Anwar, 1984. *Strategi Komunikasi*, Bandung, Armico.
- Laxman Sanjaya, Putu, 1984. *Empat Teori Pers “Terjemahan dari Four Theories of The Press”*, Jakarta.
- Annadya Abrar, 1986. *Kumpulan Tulisan “Persuratkabaran Indonesia dalam Era Informasi”* Jakarta: Sinar Harapan.

- Wonohito, 1977. *Sistem Pers Pancasila Proyek Pengembangan dan Pembinaan Pers Departemen Penerangan RI*, Jakarta: Rineka Cipta.
- W. Phillips Davidson dan frederic A. Preager, 1965. *Internatioanal Political Communication*, New York: Publisher.
- Nimmo,1989. *Komunikasi Politik”Komunikator, Pesan dan Media”*, Bandung: Remadja Rosda Karya.
- Alwi Dahlan, 1990. *Perkembangan Komunikasi Politik Sebagai Bidang Kajian 6*, Jakarta: Jurnal Ilmu Politik.
- Rakhmat, Jalaluddin, 2004. *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: Remadja Rosda Karya.
- Maxwell McCombs dan L. Shaw, Donald, 1991. *The Agenda Setting Function Of Massa Media* dalam Mooriz Hanowitz dan Paul M. Hirseh reader Public Opinion and Massa Communication, New York: The Free Press.
- <http://ezinearticles.com/?The-Need-For-Literacy&id=694882>