

# JURNAL

# PENGEMBANGAN MASYARAKAT

Jurnal Pengkajian Ilmu Keagamaan dan Sosial Masyarakat

- Ekonomi Kerakyatan Berbasis Potensi Lokal
- Darul Harbi: Klasifikasi Negara dan Warga Negara
- Gender di Dunia Islam
- Metode Penyampaian Pesan dalam Alquran
- Metodologi Ilmu Kalam
- Keberadaan *Majallat Al-Ahkam Al-'Adliyah* dalam Perkembangan Hukum Islam
- Bentuk Zikir dan Fungsinya dalam Kehidupan Seorang Muslim
- *Isim Isyarah* (Kata Tunjuk) dalam Bahasa Arab (Tinjauan Gender)
- Media Massa dan Jurnalisme: Kajian Pemaknaan Antara Media Massa Cetak dan Jurnalistik



Diterbitkan oleh

**Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara**

# DAFTAR ISI

<b>Ekonomi Kerakyatan Berbasis Potensi Lokal</b> Fifi Hasmawati .....	01 - 12
<b>Darul Harbi: Klasifikasi Negara dan Warga Negara</b> Annaisaburi .....	13 - 23
<b>Gender di Dunia Islam</b> Indira Fatra Deni P. ....	24 - 37
<b>Metode Penyampaian Pesan dalam Alquran</b> Irma Yusriani Simamora .....	38 - 48
<b>Metodologi Ilmu Kalam</b> Ilhamuddin .....	49 - 69
<b>Keberadaan <i>Majallat Al-Ahkam Al-Adliyah</i> dalam Perkembangan Hukum Islam</b> Zulkarnain Abdurrahman.....	70 - 80
<b>Bentuk Zikir dan Fungsinya dalam Kehidupan Seorang Muslim</b> Muniruddin .....	81 - 97
<b><i>Isim Isyarah (Kata Tunjuk)</i> dalam Bahasa Arab (Tinjauan Gender)</b> Kamalia .....	98 - 107
<b>Media Massa dan Jurnalisme: Kajian Pemaknaan Antara Media Massa Cetak dan Jurnalistik</b> M.Yoserizal Saragih .....	108 - 119

# MEDIA MASSA DAN JURNALISME: Kajian Pemaknaan Antara Media Massa Cetak dan Jurnalistik

**M.Yoserizal Saragih**

Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara

## Abstrak

*Media itu memediasi yang tujuannya adalah untuk mengkomunikasikan sesuatu melalui ruang dan waktu yang menjangkau sebanyak mungkin orang. Saat kita berbicara berpikir, berinteraksi dengan orang lain bahkan mimpi yang muncul dalam tidur kita dan kesadaran akan identitas yang kita lekatkan pada diri kita pada dasarnya dibentuk oleh media. Mempelajari media bisa diartikan memperajari diri 'kita sendiri sebagai makhluk sosial.*

## A. Pendahuluan

Noam Chomsky menjelaskan bahwa media adalah “suatu sistem pasar terpimpin” yang disetir oleh profit (*keuntungan modal*) dan dipandu oleh pemerintah. Yang mana kerap membuahakan hal yang sama. Informasi yang “*diarahkan*” agar sesuai dengan suatu agenda, baik secara politik maupun finansial, adalah propaganda.<sup>1</sup>

Dalam media propaganda bukanlah satu-satunya fungsi, tapi merupakan yang terbesar darinya. Dan tidak ada yang tampil di dalam sistem media yang bertentangan dengan tujuan si pemilik media itu. Atau dengan kata lain: *kepemilikan menentukan isi*.

Pentingnya penekanan pengaruh dan propaganda dalam media adalah cara yang umum dilakukan oleh media massa dalam menyampaikan informasi dan berita kepada khalayak yang tentu diikuti dengan tujuan tertentu, baik politis maupun sosial. Konsep *representasi* di dalam media yang merupakan hasil dari pengaruh realitas sosial yang lalu dikembalikan dan disajikan kepada publik untuk dikonsumsi lagi. Media massa dapat dikatakan sebagai sarana yang menjadi tempat penyampaian hasil kerja aktifitas jurnalistik. Media massa merupakan istilah yang digunakan oleh publik dalam mereferensi tempat dipublikasikannya suatu berita. Hasil kerja jurnalistik para wartawan dipublikasikan melalui media massa. Setiap berita dalam jurnalistik menjadi tidak bermakna tanpa mendapat dukungan atau dipublikasikan melalui media. Jadi, media massa merupakan tempat untuk menyampaikan berita.

<sup>1</sup>Chomsky, Cogswell, David & Gordon, Paul Chomsky. *Untuk Pemula*, (Yogyakarta. Resist Book, 2006)

Penyampaian informasi dalam bentuk berita membutuhkan saluran komunikasi yang disebut media. Istilah media massa karena mengacu pada pemanfaatan sebagai bacaan masyarakat atau publik. Media massa memberikan informasi tentang perubahan, bagaimana hal itu berkerja dan hasil yang dicapai atau akan dicapai. Fungsi utama media massa adalah untuk memberikan informasi pada kepentingan yang menyebar luas dan mengiklankan produk.

Menurut Cagara media massa adalah alat yang digunakan dalam menyampaikan pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis, seperti surat kabar, radio, televise, film dan sebagainya. Dan dalam hal ini media massa yang dimaksud adalah media massa cetak.<sup>2</sup>

Menurut Pratiomengatakan bahwa media merupakan sarana melakukan komunikasi, hingga komunikasi massa tidak terlepas dari media massa. Media massa digunakan untuk menunjukan penerapan suatu alat teknis (*media*) yang menyalurkan atau merupakan wadah komunikasi massa.<sup>3</sup>

## B. Sifat Media Massa

Sedangkan menurut Bitter media massa adalah suatu alat transmisi informasi, koran, majalah, buku, film, radio, dan televise atau suatu kombinasi bentuk dari bentuk-bentuk media itu.<sup>4</sup> Menurut Muhtadi ada lima hal yang menunjukan sifat dari media massa, yaitu<sup>5</sup>:

1. Bersifat Melembaga
2. Bersifat Satu Arah
3. Meluas dan Serempak
4. Memakai Peralatan Teknis atau Mekanis
5. Bersifat Terbuka

Menurut Avery dan Sanford mengungkapkan ada tiga fungsi media massa, yaitu<sup>6</sup>:

1. *The surveillance of the environment*, yaitu mengamati lingkungan
2. *The correlation of the part of society in responding to the environment*, yaitu mengadakan korelasi antar informasi data yang diperoleh dengan kebutuhan khalayak sasaran, karena komunikator lebih menekankan pada seleksi evaluasi dan interpretasi.
3. *The transmission of the social heritage from one generation to the next*, maksudnya ialah menyalurkan nilai-nilai budaya dari satu generasi ke generasi berikutnya.

<sup>2</sup> Hafied Cagara, *Dimensi Komunikasi*, (Jakarta. Raja grafindo Persada, 2003)

<sup>3</sup> Riyono Praktio, *Jangkauan Komunikasi*, (Bandung. Alumni, 2003)

<sup>4</sup> Asep Muhtadi, *Komunikasi Jurnalistik*, (Jakarta. Grassindo, 2003)

<sup>5</sup> *Ibid.*

<sup>6</sup> Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*, (Jakarta. Rineka Cipta, 2002)

Ketiga fungsi diatas pada dasarnya memberikan satu penilaian pada media massa sebagai alat atau sarana yang secara sosiologis menjadi perantara untuk menyambung atau menyampaikan nilai-nilai tertentu kepada masyarakat dan ketiga hal ini menjadi kewajiban yang perlu dilakukan oleh media massa pada umumnya. Sedangkan mengemukakan fungsi penting dari media massa, sebagai berikut<sup>7</sup>:

1. Media merupakan produksi yang berubah dan berkembang yang menciptakan lapangan kerja, barang dan jasa serta menghidupkan industri lain yang terkait.
2. Media massa merupakan sumber kekuatan sebagai alat kontrol, manajemen dan alat informasi masyarakat yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber lain.
3. Media merupakan lokasi (forum) yang semakin berkembang, untuk menampilkan peristiwa-peristiwa kehidupan masyarakat baik bertaraf nasional maupun internasional.
4. Media sering kali berperan sebagai wahana pengembangan kehidupan, bukan saja dalam pengertian pengembangan tata cara, mode dan simbol, tetapi juga dalam pengembangan gaya hidup dan norma-norma.

Steven H. Chaffee mengatakan ada lima efek media massa sebagai benda fisik yaitu:<sup>8</sup>

1. Efek ekonomis
2. Efek sosial
3. Efek pada penjadwalan kegiatan
4. Efek pada penyaluran/penghilangan perasaan tertentu
5. Efek pada perasaan orang terhadap media

Pada akhir abad ke 19 dan awal serta pertengahan abad ke 20, terjadi revolusi komunikasi yang ditandai dengan munculnya media penyebaran pesan selain dari koran, majalah seperti televisi, radio dan internet membuat istilah 'jurnalisme' tidak memungkinkan lagi mewakili semua bentuk media. Karakter persuasif media juga berlipat ganda yang tidak ada pada makna tradisional dari jurnalisme. Media yang tercakup sebagai komunikasi massa seperti koran, majalah, ragam jenis buku dan bahkan film. Karakteristiknya antara lain bersifat satu arah, adanya proses seleksi, menjangkau khalayak luas, membidik sasaran tertentu, dilakukan oleh institusi sosial yang peka terhadap kondisi lingkungannya. Semua dilakukan agar pesan sampai dan diartikan sesuai dengan maksudnya.

Jurnalisme tidaklah ditentukan oleh teknologi atau oleh wartawan maupun dengan teknik yang dipakai. Tujuan jurnalisme ditentukan oleh sesuatu yang lebih mendasar-fungsi yang dimainkan berita dalam kehidupan orang.<sup>9</sup> Tujuan utama dari jurnalisme adalah

<sup>7</sup> Denis Mc. Quail, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Raja grafindo Persada, 1994)

<sup>8</sup> Cangara, *Dimensi Komunikasi*

<sup>9</sup> Kovach & Rosenstiel T. *Sembilan Elemen Jurnalisme*, (Jakarta: t.p., 2003)

menyediakan informasi yang sesuai fakta yang ada, akurat dipercayai dan bisa dibuktikan kebenarannya kepada publik agar dengan informasi tersebut mereka dapat mengambil peran untuk membangun sebuah masyarakat yang bebas namun adil.

Media tidak hanya memproduksi, mentransmisikan dan juga mendistribusikan pesan kepada publik luas, tapi juga memproses bagaimana setiap pesan itu dicari, dimanfaatkan, dipahami dan kemudian mempengaruhi khalayak. Pers adalah proses mediasi antara masyarakat dengan dunia luas. Jurnalisme lalu memprosesnya agar mempunyai kekuatan persuasif, memiliki keahlian dan kemampuan dalam mencari dan menyebarkan informasi. Sesuai dengan perkembangan zaman, jurnalisme dituntut untuk selalu peka terhadap kenyataan sosial dengan mengembangkan teknik peliputan dan pendistribusian pesan yang sesuai norma dan etika masyarakat.

### C. Struktur Organisasi Media Massa (Cetak)

Istilah organisasi dan struktur organisasi sering kita dengar dimanapun kita berada. Baik dilingkungan sekitar rumah, media cetak, media elektronik maupun ketika kita berada dikampus. Kata organisasi itu sendiri bersal dari bahasa *organon* yang dalam bahasa Yunani berarti alat. Organisasi adalah suatu sarana kerjasama yang digunakan oleh beberapa orang yang memiliki visi dan misi yang sama guna untuk mencapai tujuan yang sama.

Ada dua bagian besar sebuah penerbitan pers atau media massa. Bagian redaksi (*Editor Departement*) dan bagian pemasaran atau bagian usaha (*Bussines Departement*). Bagian redaksi dipimpin oleh pemimpin redaksi. Bagian pemasaran dipimpin oleh manajer pemasaran atau pemimpin usaha. Diatas keduanya adalah pemimpin umum (*General Manger*). Ada juga Pemimpin Umum yang merangkap Pemimpin Redaksi.<sup>10</sup>

Bagian Redaksi tugasnya meliprut, menyusun, menulis, atau menyajikan informasi berupa berita, opini, atau feature. Orang-orangnya disebut wartawan. Redaksi merupakan sisi ideal sebuah media atau penerbitan pers yang menjalankan visi, misi, atau idealisme media.

Bagian redaksi dikepalai oleh seorang Pemimpin Redaksi. Di bawah Pemimpin Redaksi biasanya ada Wakil Pemimpin Redaksi. Pemred/Wapemred membawahi seorang atau Redaktur Pelaksana yang mengkoordinasi para Redaktur (*Editor*), Koordinator Reporter atau Koordinator Liputan (*jika diperlukan*), para Reporter dan *Fotografer*, Koresponden, dan Kontributor. Yang termasuk kontibutor adalah para penulis lepas (*artikel*) dan kolom. Di bagian redaksi ada pula yang disebut Dewan Redaksi atau Penasehat Redaksi. Biasanya terdiri dari Pemred, Wapemred, Redpel, Pemimpin Usaha dan orang-orang yang dipilih menjadi penasehat bidang keredaksian.

<sup>10</sup> <http://tonz94.wordpress.com/2009/05/02/mnajemen-media-massa>.

Ada pula yang disebut Staf Ahli atau Redaktur Ahli, yakni orang-orang yang memiliki keahlian di bidang keilmuan tertentu yang sewaktu-waktu masukan atau pendapatnya sangat dibutuhkan redaksi untuk kepentingan pemberitaan atau analisis berita. Bagian lain yang terkait dengan bidang keredaksian adalah Redaktur Pracetak yang membidangi tugas Desain Grafis (*Setting, Lay Out, dan Artistik*) serta Perpustakaan dan Dokumentasi. Dalam hal tertentu, bagian Penelitian dan Pengembangan (*Litbang*) dapat masuk kebagian Redaksi.

Jika ditinjau dari segi struktur organisasi, posisi-posisi yang terdapat dalam redaksi rmedia dapat dijabarkan sebagai berikut<sup>11</sup>:

1. Pemimpin Umum (*General Manager*)

Ia bertanggung jawab atas keseluruhan jalannya penerbitan pers, baik ke dalam maupun ke luar. Ia dapat melimpahkan pertanggungjawabannya terhadap hukum kepada Pemimpin Redaksi sepanjang menyangkut isi penerbitan (redaksional) dan kepada Pemimpin Usaha sepanjang menyangkut perusahaan penerbitan.

2. Pemimpin Redaksi

Pemimpin Redaksi (*Editor in chief*) bertanggungjawab terhadap mekanisme dan aktivitas kerja keredaksian sehari-hari. Ia harus mengawasi isi seluruh rubrik media massa yang dipimpinnya. Di surat kabar mana pun, Pemimpin Redaksi menetapkan kebijakan dan mengawasi seluruh kegiatan redaksional. Ia bertindak sebagai jenderal atau komandan yang perintah atau kebijakannya harus dipatuhi bawahannya. Kewenangan itu dimiliki karena ia harus bertanggung jawab jika pemberitaan medianya digugat pihak lain.

Pemimpin Redaksi juga bertanggung jawab atas penulisan dan isi tajuk rencana (*Editorial*) yang merupakan opini redaksi (*Desk opinion*). Jika Pemred berhalangan menulisnya, lazim pula tajuk dibuat oleh Redaktur Pelaksana, salah seorang anggota Dewan Redaksi, salah seorang Redaktur, bahkan seorang Reporter atau siapa pun dengan seizin dan sepengetahuan Pemimpin Redaksi yang mampu menulisnya dengan menyuarakan pendapat korannya mengenai suatu masalah aktual.

3. Dewan Redaksi

Dewan Redaksi biasanya beranggotakan Pemimpin Umum, Pemimpin Redaksi dan wakilnya Redaktur pelaksana, dan orang-orang yang dipandang kompeten menjadi penasehat bagan redaksi. Dewan Redaksi bertugas memberi masukan kepada jajaran redaksi dalam melaksanakan pekerjaan redaksional. Dewan Redaksi pula yang mengatasi permasalahan penting redaksional, misalnya menyangkut berita yang sangat sensitif atau sesuai tidaknya berita yang dibuat tersebut dengan visi dan misi penerbitan yang sudah disepakati.

---

<sup>11</sup> Syarifuddin Yunus, *Jurnalistik Terapan*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010)

4. Redaktur Pelaksana

Redaktur (*editor*) sebuah penerbitan pers biasanya lebih dari satu. Tugas utamanya adalah melakukan editing atau penyuntingan, yakni aktivitas penyeleksian dan perbaikan naskah yang akan dimuat atau disiarkan. Di internal redaksi, mereka disebut Redaktur *Desk* (*Desk Editor*), Redaktur Bidang, atau Redaktur Halaman karena bertanggung jawab penuh atas isi rubrik tertentu dan editingnya. Seorang redaktur biasanya menangani satu rubrik, misalnya rubrik ekonomi, luar negeri, olahraga.

6. Reporter

Di bawah para editor adalah para reporter. Mereka merupakan prajurit di bagian redaksi. Mencari berita lalu membuat atau menyusunnya, merupakan tugas pokoknya.

7. Fotografer

Fotografer (*wartawan foto atau juru potret*) tugasnya mengambil gambar peristiwa atau objek tertentu yang bernilai berita atau untuk melengkapi tulisan berita yang dibuat wartawan tulis. Ia merupakan mitra kerja yang setaraf dengan wartawan tulisan (*reporter*). Jika tugas wartawan tulis menghasilkan karya jurnalistik berupa tulisan berita, opini, atau *feature*, maka *fotografer* menghasilkan Foto Jurnalistik (*Journalistic Photography, Photographic Communicotions*). *Fotografer* menyampaikan informasi atau pesan melalui gambar yang ia potret. Fungsi foto jurnalistik antara lain menginformasikan (*to inform*), meyakinkan (*to persuade*), dan menghibur (*to entertain*).

8. Sekretaris

Yang memiliki tanggung jawab dalam mengatur pendelegasian tugas yang telah ditentukan pemimpin redaksi/redaktur pelaksana, di samping menjalankan tugas-tugas administrasi yang berkaitan dengan operasional keredaksian. Sekretaris redaksi merupakan perangkat pendukung jajaran redaksi dalam menjalankan tugas dan aktivitas jurnalistik.

9. Bagian Usaha (*Business Departement*)

Bertugas menyebarluaskan media massa, yakni melakukan pemasaran (*marketing*) atau penjualan (*saling*) media massa. Bagian ini merupakan sisi komersial meliputi sirkulasi/distribusi, iklan, dan promosi. Biasanya, bagian pemasaran dipimpin oleh seorang Pemimpin Perusahaan atau seorang Manajer Pemasaran (*Marketing Manager*) yang membawahkan Manajer Sirkulasi, Manajer Iklan, dan Manajer Promosi.

Manajemen redaksi harus mampu mengatur dan mengarahkan seluruh elemen yang ada di dalamnya, termasuk wartawan untuk menjalankan fungsinya dengan efisien dan efektif. Manajemen redaksi harus fokus dalam mencapai tujuan dan sasaran organisasi media massa yang telah ditetapkan, termasuk dalam menjalankan fungsi perencanaan, pengorganisasian, pelaksana dan pengawasan sebagai institusi bisnis.



Setiap individu yang tergabung dalam manajemen redaksi harus memiliki *sense of belonging* antara satu dengan yang lainnya karena menyangkut keberlangsungan media massa tersebut. Setiap fungsi dan individu yang ada dalam organisasi media massa harus memiliki kejelasan deskripsi tugas dan tanggung jawab yang tinggi.

#### **D. Jurnalisme**

Menurut Kovach & Rosenstiel, jurnalisme memiliki tugas sebagai berikut<sup>12</sup> :

1. Menyampaikan kebenaran.
2. Memiliki loyalitas kepada masyarakat
3. Memiliki disiplin untuk melakukan verifikasi.
4. Memiliki kemandirian terhadap apa yang diliputnya
5. Memiliki kemampuan untuk memantau kekuasaan.
6. Menjadi forum bagi kritik dan kesepakatan publik
7. Menyampaikan sesuatu secara menarik dan relevan kepada publik
8. Membuat berita secara komprehensif dan proporsional
9. Memberi keleluasaan wartawan untuk mengikuti nurani mereka

Media massa mempunyai peluang yang sangat besar untuk mempengaruhi makna dan gambaran yang dihasilkan dari realitas yang direkonstruksikannya. Berbagai cara yang dilakukan media massa dalam mempengaruhi bahasa dan makna yang bisa menentukan gambaran (*citra* atau *imaji*) yang akan muncul di benak khalayak, seperti; mengembangkan kata-kata baru beserta makna asosiatifnya; memperluas makna dari sebuah istilah dengan makna baru; memantapkan konvensi makna yang telah ada dalam suatu sistem bahasa. Dengan demikian, penggunaan bahasa tertentu jelas berimplikasi terhadap kemunculan makna tertentu, pemilihan kata dan cara penyajian suatu realitas turut menentukan bentuk konstruksi realitas yang sekaligus menentukan makna yang muncul darinya.

Media massa lazim melakukan berbagai tindakan di dalam di dalam mengkonstruksikan realitas yang hasilnya berpengaruh kuat dalam pembentukan makna atau citra tentang realitas sosial. Salah satu tindakan itu adalah dalam hal memilih leksikal atau symbol (*bahasa*), walaupun media massa hanya bersifat melaporkan, tapi apabila pemilihan kata, istilah ataupun simbol yang secara konvensional memiliki arti tertentu di tengah masyarakat-baik ataupun buruk, maka tak pelak hal itu akan menarik perhatian masyarakat tersebut.

Jurnalisme berusaha untuk sedekatnya sampai pada kebenaran dan pemberitaan yang *objektif* dengan memilih sejak awal setiap fakta dari informasi yang dianggap kurang berimbang dan dianggap tidak mengandung elemen-elemen jurnalisme atau informasi yang sesuai. Selanjutnya, ia membiarkan komunitas bereaksi dan pada akhirnya melakukan

---

<sup>12</sup>Kovach & Rosenstiel T. *Sembilan Elemen Jurnalisme*

proses seleksi, Jurnalisme mendahulukan fakta sebagai esensi dasar pelaporan karena melalui fakta pula, jurnalisme mendapatkan kepercayaan dan posisi yang penting di masyarakat. Fakta muncul melalui individu-individu yang terlibat di dalam sebuah peristiwa, data berbentuk lisan maupun tulisan, statistik, ataupun dokumen yang dikeluarkan oleh pihak-pihak terkait. Tanggung jawab, kredibilitas dan kompetensi jurnalistik ada pada tingkat akurasi fakta yang disampaikan. Observasi yang dilakukan, baik melalui wawancara dan investigasi, tidaklah seperti penelitian di dalam dunia akademik. Pada puncaknya, metode yang objektiflah yang sesungguhnya harus dipraktekkan, bukan pandangan objektif si penulis berita atau wartawan. Hal ini semata-mata dilakukan demi sebuah jurnalisme yang bersifat *functional* dan berdasarkan fakta serta realitas sosial.

## E. Karakteristik dan Fungsi Jurnalisme

Menurut para ahli publisistik dan jurnalistik unsur-unsur berita antara lain adalah<sup>13</sup>:

a. Termasa (*terbaru*)

Unsur baru merupakan yang terpenting bagi sebuah berita. Berita yang masih hangat akan menarik perhatian pembaca, dari pada berita yang sudah lama (*basi*).

b. Jarak (*jauh atau dekat*)

Jarak terjadinya suatu berita dengan tempat berita itu dipublikir mempunyai arti penting.

c. Keluarbiasaan

Sesuatu yang aneh, sesuatu yang luar biasa akan selalu menarik perhatian orang.

d. Akibat

Apabila berbicara mengenai berita yang menyangkut jarak, dekat atau jauh tempat kejadian dengan tempat publikasi berita, Carl Warren menyatakan yang paling penting menarik di dunia bagi manusia adalah sesuatu tentang dirinya sendiri.

Menurut Karl Batwizch mengemukakan lima syarat surat kabar adalah:

a. Publisitas

Surat kabar diterbitkan untuk publik, untuk masyarakat umum atau siapa saja. Siapapun boleh membeli dan membaca isinya bertujuan untuk diketahui masyarakat umum.

b. Prioditas

Surat kabar terbit pada waktu yang telah ditentukan sebelumnya. Priode terbit, jarak antara dua terbitan bersifat tetap dan teratur. Misalnya, surat kabar harian sore terbit pada sore hari, kecuali hari libur.

---

<sup>13</sup> Dja'far Assegaff, *Jurnalistik Masa Kini (Pengantar Praktek Kewartawanan)*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1991)

## c. Aktualitas

Isinya aktual dan belum pernah dimuat sebelumnya, yaitu isi surat kabar yang menyangkut hal-hal yang hangat (*baru atau aktual*)

## d. Universalitas

Isinya tidak mengenai hanya satu persoalan saja, misalnya tidak hanya mengenai olah raga, isinya mengenai semua persoalan yang menjadi perhatian manusia seperti pendidikan, politik, sosial, budaya, hukum, ekonomi, kriminalitas dan lain sebagainya.

## e. Kontinuitas

Isinya berkesinambungan, umpamanya surat kabar hari ini memuat berita pengadilan ketua DPR Akbar Tanjung, hendaknya pada terbit selanjutnya memuat pula berita persidangan sampai vonis hakim dijatuhkan.

Menurut Hoeta Soehoet, ia mengatakan defenisi berita sebagai berikut<sup>14</sup>:

- a. Berita adalah keterangan mengenai peristiwa atau isi pernyataan manusia.
- b. Berita bagi seseorang adalah keterangan mengenai peristiwa atau isi pernyataan manusia yang diperlukannya untuk mewujudkan filsafat hidupnya.
- c. Berita bagi surat kabar adalah keterangan mengenai peristiwa atau isi pernyataan yang perlu bagi pembacanya untuk mewujudkan filsafat hidupnya.

Kembali, menurut Hoeta Soehoet ada empat faktor yang menentukan nilai berita bagi seseorang adalah:

- a. Kegunaan berita
- b. Aktualitas
- c. Hubungan pembaca dengan peristiwa
- d. Kelengkapan berita

Tujuan utama diantara semua tujuan jurnalistik adalah *menyediakan informasi yang diperlukan agar orang bebas dan bisa mengatur diri sendiri*. Dalam Kovach dan Rosentiel, ada sembilan unsur untuk memenuhi tugas utama jurnalistik adalah<sup>15</sup>:

## 1. Kewajiban pertama adalah pada kebenaran

Keinginan agar informasi adalah kebenaran elementer. Berita adalah materi yang digunakan untuk mempelajari dan berfikir tentang dunia di luar diri mereka maka kualitas terpenting dari berita adalah bisa digunakan dan diandalkan.

## 2. Loyalitas pertama kepada warga

Kesetiaan pada warga adalah makna dari independensi, seperti ketidak-terikatan,

---

<sup>14</sup>Hoeta Soehoet, *Dasar – Dasar Jurnalistik*, (Jakarta: IISIP, 2003)

<sup>15</sup>Kovach & Rosenstiel T. *Sembilan Elemen Jurnalisme*

tidak berat sebelah, dan ketidakberpihak terhadap informasi sehingga tidak menimbulkan kebingungan dan mencerminkan pemahaman orang menjadi kabur terhadap media.:

3. Intisari jurnalisme adalah disiplin dalam verifikasi  
Sikap ketidakberpihakan oleh wartawan, bukanlah prinsip dasar jurnalistik. Istilah netral ini, agaknya lebih sering digunakan oleh organisasi berita untuk mempromosikan diri bahwa mereka berupaya menghasilkan sesuatu yang diperoleh dengan metode obyektif.
4. Para praktisi harus menjaga independensi terhadap sumber berita  
Dalam hal ini, lebih berakar dalam pragmatisme. Dimana seseorang dapat membayangkan seorang wartawan dapat sekaligus menjadi peserta dalam suatu peristiwa, tapi realitasnya mengaburkan semua tugas lain yang harus dilakukannya.
5. Jurnalisme harus berlaku sebagai pemantau kekuasaan  
Pers hadir untuk “menyusahkan orang senang dan menyenangkan orang susah”. Membuat makna anjing penjaga disalah pahami sehingga memberikan citra liberal (*progresif*), tujuan anjing penjaga juga berkembang ia tidak hanya menjadi manajemen dan pelaksana kekuasaan transparan semata. Tetapi juga menjadi akibat dari kekuasaan itu diketahui dan dipahami oleh masyarakat (*publik*).
6. Jurnalisme harus menyediakan forum publik untuk kritik maupun dukungan warga, sehingga jurnalisme harus menyediakan sebuah forum untuk kritik dan kompromi publik.
7. Jurnalisme harus berupaya membuat hal-hal yang penting  
Jurnalisme adalah mendorong dengan sebuah tujuan, menyediakan informasi yang dibutuhkan orang dalam memahami dunia. Tantangan pertama adalah informasi yang dibutuhkan orang untuk menjalani hidup mereka, yang kedua membuatnya bermakna, relevan dan enak disimak.
8. Jurnalisme harus menjaga agar berita komprehensif dan proporsional  
Mengupayakan jurnalisme sebagai pembuatan peta membantu kita melihat proporsi dan komprehensifitas adalah sebuah kunci dari akurasi.
9. Para praktisi harus dibolehkan mengikuti hati nurani mereka.  
Pengertian hati nurani adalah sesuatu yang dipercayai dalam-dalam oleh sebagian besar wartawan. Dimana mereka merasakan jurnalisme adalah sebuah tindakan moral, dan tahu bahwa semua latar belakang dan menilai yang mereka miliki bisa mengarahkan pada apa yang akan dikerjakan dan atau tidak dikerjakan dalam membuat berita.

## **F. Kesimpulan**

1. Media itu memediasi yang tujuannya adalah untuk mengkomunikasikan sesuatu melalui ruang dan waktu yang menjangkau sebanyak mungkin orang. Saat kita berbicara berpikir, berinteraksi dengan orang lain bahkan mimpi yang muncul dalam tidur kita dan kesadaran akan identitas yang kita lekatkan pada diri kita pada dasarnya dibentuk oleh media.
2. Lima hal yang menunjukkan sifat dari media massa, yaitu :
  - a. Bersifat Melembaga
  - b. Bersifat Satu Arah
  - c. Meluas dan Serempak
  - d. Memakai Peralatan Teknis atau Mekanis
  - e. Bersifat Terbuka
3. Media Massa adalah merupakan wadah di dalam melakukan tugas kerja jurnalistik dalam aspek aktifitas dapur jurnalistik.
4. Jurnalisme memiliki tugas sebagai berikut: Menyampaikan kebenaran, Memiliki loyalitas kepada masyarakat, memiliki disiplin untuk melakukan verifikasi, memiliki kemandirian terhadap apa yang diliputnya, memiliki kemampuan untuk memantau kekuasaan, menjadi forum bagi kritik dan kesepakatan publik, menyampaikan sesuatu secara menarik dan relevan kepada publik, membuat berita secara komprehensif dan proporsional, memberi keleluasaan wartawan untuk mengikuti nurani mereka.
5. Tujuan utama diantara semua tujuan jurnalistik adalah *menyediakan informasi yang diperlukan agar orang bebas dan bisa mengatur diri sendiri.*

## DAFTAR PUSTAKA

- Assegaff, Dja'far H. *Jurnalistik Masa Kini (Pengantar Praktek Kewartawanan)*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 1991.
- Canggara, Hafied. *Dimensi Komunikasi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2003.
- Chomsky, Cogswell, David & Gordon, Paul Chomsky. *Untuk Pemula*. Yogyakarta: Resist Book, 2006.
- Hoeta Soehoet. *Dasar – Dasar Jurnalistik*. Jakarta: IISIP, 2003.
- Kuswandi, Wawan. *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2002.
- Kovach & Rosentiel T. *Sembilan Elemen Jurnalisme*. Jakarta, 2003.
- Mc. Quail, Dennis. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja grafindo Persada, 1994.
- Muhtadi, Asep. *Komunikasi Jurnalistik*. Jakarta: Grassindo, 2003.
- Praktio, Riyono. *Jangkauan Komunikasi*. Bandung: Alumni, 2003.
- Rosentiel, Kovach, Bill. *Sembilan Elemen Jurnalisme*. Jakarta. Pantau, 2003.
- Yunus, Syarifuddin. *Jurnalistik Terapan*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- <http://tonz94.wordpress.com/2009/05/02/mnajemen-media-massa>.