



**DIKTAT
JURNALISTIK**

OLEH:

ANDINI NUR BAHRI
NIP. 198706 13 2018 01 2001

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MEDAN
SUMATERA UTARA
2020**

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT. Alhamdulillah Rabbil 'Aalamin, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan modul ini. Shalawat dan salam dengan ucapan Allahumma sholli 'ala Muhammad wa 'ala ali Muhammad penulis sampaikan untuk junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW.

Modul revisi ini disusun untuk memenuhi kebutuhan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan yang mengambil mata kuliah Jurnalistik. Tentunya modul ini disusun dengan kualifikasi merangkum semua materi teoritis. Teknik penyajiannya dilakukan secara pertopik pertemuan sebanyak 2 sks.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa modul ini tentu punya banyak kekurangan. Untuk itu penulis dengan berlapang dada menerima masukan dan kritikan konstruktif dari berbagai pihak demi kesempurnaannya di masa yang akan datang. Akhirnya kepada Allah jualah penulis bermohon semoga semua ini menjadi amal saleh bagi penulis dan bermanfaat bagi pembaca.

Medan, Juli 2020

Penulis,

Andini Nur Bahri, M.Kom.I

DAFTAR ISI

<i>KATA PENGANTAR</i>	<i>ii</i>
<i>DAFTAR ISI</i>	<i>iii</i>
<i>BAB I. SEJARAH JURNALISTIK</i>	<i>1</i>
1.1. Sejarah.....	1
1.2. Sekilas Perkembangan Jurnalistik	2
<i>BAB II. PENGERTIAN JURNALISTIK</i>	<i>3</i>
2.1. Defenisi Jurnalistik	3
2.1.1. Sense of Curiosity	5
2.1.2. Sense of Publicity	5
2.1.3. Bentuk Jurnalistik	6
2.2. Unsur-Unsur dalam Jurnalistik	7
2.2.1. Jurnalist (wartawan).....	7
2.2.2. Bahasa jurnalistik.....	7
2.3. Ciri-Ciri Jurnalistik	8
2.4. Produk Jurnalistik	9
<i>BAB III. KODE ETIK JURNALISTIK</i>	<i>13</i>
3.1. Kode Etik Wartawan Indonesia (KEWI)	13
3.2. Pengawasan Kode Etik Jurnalistik.....	15
3.3. Pelanggaran Terkait Kode Etik di Kalangan Wartawan	15
<i>BAB IV. SEMBILAN ELEMEN JURNALISTIK</i>	<i>17</i>
4.1. Element.....	17
4.2. Fungsi Jurnalistik	19
4.3. Prinsip Jurnalistik.....	20
<i>BAB V. BAHASA SEBAGAI MEDIA</i>	<i>22</i>
5.1. Bahasa Media	22
5.2. Bahasa Jurnalistik	22
5.2.1. Dasar – Dasar Bahasa Jurnalistik	22

5.2.2.	Kesalahan dalam Penggunaan Bahasa Jurnalistik	23
5.3.	Bahasa Jurnalistik Di Media Cetak.....	24
5.4.	Bahasa Jurnalistik Televisi	27
5.5.	Bahasa Jurnalistik Radio	27
5.6.	Bahasa Indonesia Untuk Siaran Radio	27
BAB VI. JURNALISTIK PADA BERBAGAI JENIS MEDIA MASSA		28
6.1.	Profesi Pada Media Massa	28
6.2.	Perkembangan Jurnalistik Era Modern	29
BAB VII. JURNALISME ONLINE		31
7.1.	Jurnalisme Online dan Tradisional	31
7.2.	Pengertian Jurnalisme Online	32
7.3.	Kode Etik Jurnalisme Online.....	34
7.4.	Jenis Jurnalisme Online.....	35
7.4.1.	Mainstream News sites	35
7.4.2.	Index dan Category sites	35
7.4.3.	Meta dan Comment sites	35
7.4.4.	Share dan Discussion sites	35
7.5.	Karakteristik Jurnalisme Online	36
7.6.	Keunggulan jurnalisme online.....	37
7.7.	Kelebihan dan Kekurangan Jurnalisme Online	40
7.8.	Kode Etik Jurnalisme Online.....	41
7.9.	Jurnalisme Online dan Demokrasi	42
7.10.	Migrasi Pemberitaan Media Online Versus Surat Kabar	44
7.11.	Etika dalam Jurnalisme Online	45
7.12.	Etika Jurnalisme dan Tantangan Masa Kini	46
VIII. BERITA.....		49
8.1.	Pengertian Berita.....	49
8.2.	Jenis-Jenis Berita	50
BAB IX. FEATURE		56
9.1.	Pengertian Feature	56
9.1.1.	Kerangka Feature	57
9.1.2.	Jenis – Jenis Feature	58
9.1.3.	Karakteristik Feature	60

9.1.4. Teknik Penulisan Feature.....	60
9.1.5. Perbedaan Berita dengan Feature	61
9.1.6. Teknik Liputan (Wawancara)	62
9.2. Tujuan Wawancara	64
<i>DAFTAR PUSTAKA</i>	65

BAB I. SEJARAH JURNALISTIK

1.1. Sejarah

Sejarah Jurnalistik dimulai ketika tiga ribu tahun yang lalu, Firaun di Mesir, Amentohop III mengirimkan ratusan pesan kepada para perwiranya di provinsi-provinsi untuk memberitahukan apa yang terjadi di ibukota. di Roma 2000 tahun yang lalu Acta Diurna (“Tindakan-tindakan harian”) tindakan-tindakan senat peraturan –peraturan pemerintah, serta kelahiran dan kematianditempelkan di tempat- tempat umum selama abad pertengahan di Eropa siaran berita yang ditulis tangan merupakan media informasi yang penting bagi para usahawan.¹

Surat kabar pertaa di terbitkan di Eropa secara teratur dimulai di Jerman pada tahun 1609:Aviso di Wolfenbuttel dan relation di Strasbourg. Tak lama kemudian, surat kabar lainnya muncul di Belanda (1618), Prancis (1620), Inggris (1620) dan Italia (1636). surat kabar-surat kabar abad ke 17 ini brtiras seitar 100 smapai 200 eksemplar sekali terbit, sekalipun Frankfurter Journal pada tahun 1680 sudah memiliki tiras 1.500 sekali terbit.

Pada tahun 1650, suarat kabar pertama terbit sebagai harian adalah Enkommende Zeitung di Leipzig, Jerman. Pada tahun 1907menyusul Daily Courant di London yang menjadi hariian pertama di Inggris yang berhasil di terbitkan. Ketika lebih banyak penduduk memperoleh pendapatan lebih besar dan lebih banyak diantar mereka yang belajar membaca, maka semakin besarlah permintn surat kabar bersamaan dengan iitu terjadi penemuan mesin-mesin yang lebih baik dalam mempercepat prodksi Koran dan memperkecil ongkos.

Pada tahun 1833, di New York City, Benyamin H. Day, menerbitkan untuk pertama kalinya apa yang disebut penny newspaper (surat kabar murah yang harganya satu penny). Ia memuat berita pendek yang ditulis dengan hidup, termasuk peliputan secara rinci tentang berita-berita kepolisian untuk pertama kalinya. Berita-berita human—interest kepolisian untuk pertama kalinya. Berikut berita Human-interest dengan ongkos murah ini menyebabkan bertambahnya secara cepat sirkulasi surat kabar tersebut. Kini di Amerika Serikat beredar 60.000.000 eksemplar harian setiap harinya.

Jurnalisme kini telah tumbuh jauh melampaui surat kabar pada awal kelahirannya. Majlah mulai berkembang sekitar dua abad lalu. Pada tahun 1920 radio komersial dan majalah berita muncul k eats panggung. Televisi komersial mengalami boom setelah Perang Dunia II.

¹ A.S. Haris Sumandiria M.Si. *Jurnalistik Indonesia* (Simbiosis Rekatama Media, 2005) hal 2-3

1.2. Sekilas Perkembangan Jurnalistik

1. Kelahiran Wartawan Pertama

Pada zaman Romawi ini pula, kata Hamzah dkk (1987:29-30). Lahirnya wartawan pertama. Wartawan ini terdiri atas budak-budak belian yang oleh pemiliknya diberi tugas mengumpulkan informasi, baik berita-berita, bahkan juga menghadiri sidang sidang senat dan melaporkan semua hasilnya baik secara lisan maupun tulisan. Kalau pemilik budak ini sedang bertugas diluar daerah, budak-budak ini selalu diusahakan untuk mengirim berita-berita yang terjadi di kota Roma dengan maksud agar tuanya selalu mengikuti kejadian kejadian di kota tersebut².

2. Jurnalistik di Eropa

Di Eropa, kapan surat kabar cetakan terbit pertama kalinya dan siapa penerbitnya tidak begitu jelas tetapi tahun 1605 Abraham Verhoeven di Antwerpen, Belgia terdapat izin untuk mencetak *Nieuwe Tjidinghen*. Baru pada tahun 1617 selebaran ini terbit dengan teratur yaitu 8-9 hari sekali.

3. Zaman Penjajahan di Indonesia

Sejarah jurnalistik pada abad ke -20 munculnya surat kabar pertama kalimilik bangsa Indonesia. Namanya *Medan Prijaji*, terbit di Bandung. Surat kabar ini diterbitkan dengan modal dari bangsa Indonesia untuk bangsa Indonesia. *Medan Prijaji* dimiliki dan dikelola oleh Tirta Hadisuryo alias Raden Mas Djokomono ini pada mulanya 1907 berbentuk mingguan.

4. Kebebasan Jurnalistik Pasca 1965

Sejak 1965 telah terjadi perubahan besar dalam dunia jurnalistik Indonesia. Pada mulanya perkembangan itu disebabkan oleh 3 hal. pertama, peristiwa-peristiwa tegang yang terjadi pada G30S/PKI. Kedua, kebebasan pers yang menjadi lebih leluasa dibandingkan dengan periode sebelumnya. ketiga, barangkali juga embrio sikap profesionalisme dalam redaksi dan dalam pengelolaan keuangan.

² A.S Haris Sumadiria, *Bahasa Jurnalistik* (Simbiosis Rekatama Media, 2005)

BAB II. PENGERTIAN JURNALISTIK

2.1. Defenisi Jurnalistik

Secara Etimologi Jurnalistik dari dua suku kata, *Jurnal* dan *Istik*. kata *jurnal* berasal dari bahasa Prancis, *journal* yang berarti catatan harian.³ Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (KBBI) edisi ketiga tahun 2005, terdapat kata *jurnalisme* dan *jurnalistik*. *jurnalisme* adalah pekerjaan mengumpulkan, menulis dan mengedit, serta menerbitkan berita dalam surat kabar atau lainnya. Sementara *Jurnalistik* adalah sebagai sesuatu yang menyangkut kewartawanan dan persuratkabaran. Bersama dengan itu wartawan disepadankan dengan kata *jurnalis*, yaitu orang pekerjaannya mengumpulkan dan menulis berita dalam surat kabar dan lain sebagainya.⁴

Secara Istilah Jurnalis pun berasal dari bunyi istilah *diurnarius* atau *diurnarii* itu, yang pada hakikatnya mengandung arti “*orang yang mencari dan mengolah*” informasi untuk kemudian dijual kepada mereka yang membutuhkannya. Dengan demikian, istilah jurnalistik mengandung keterampilan atau karya seni para jurnalis, dalam arti mencari, memilih atau mengumpulkan, serta mengolah naskah berita untuk memenuhi kebutuhan khalayaknya.

Disamping itu Defenisi Jurnalistik untuk memperjelas pengertian kita mengenai jurnalistik, kiranya perlu adanya batasan tertentu (Defenisi) yang dapat menunjukkan ciri-ciri, dasar-dasar dan gejala-gejala utama yang dipelajarinya. Agar semua orang yang berkepentingan terhindar dari kekacauan atau keseimbangan yang menimbulkan salah tafsir atau pengertian. dibutuhkan suatu defenisi tentang jurnalistik yang tepat. defenisi yang tepat dijadikan titik tolak atau pedoman berpikir dalam memahami aspek yang berkaitan dengan apa yang disebut jurnalistik itu.

Adapaun wujud defenisi itu sendiri memiliki ciri-ciri:

1. berbentuk pernyataan berupa kalimat yang terdiri dari anak kalimat; yaitu yang diterangkan dan menerangkan,
2. diantara kedua anak kalimat tersebut digunakan kata kopula (adalah atau ialah),
3. uraiannya bersifat teoritis dan abstrak.

Jurnalistik adalah seni dan keterampilan mencari, mengumpulkan, mengolah, menyusun, menyajikan berita tentang peristiwa yang terjadi sehari-hari secara indah, dalam

³Erwan Efendi dkk. *Jurnalistik Praktis Kontemporer*, (Depok: Prenadamedia Group, 2017), hlm. 3.

⁴Azwar. *4 Pilar Jurnalistik Pengetahuan Dasar Belajar Jurnalistik*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), hlm. 1.

rangka memenuhi segala kebutuhan hati nurani khalayaknya, sehingga terjadi perubahan sikap, sifat, pendapat, dan perilaku khalayak sesuai dengan kehendak para jurnalisnya.⁵

Adapun kita simak semua pendapat itu secara cermat, tampak ada beberapa kesamaan pengertian secara prinsipiell. semua definisi yang dikemukakannya tidak terlepas dari ciri utamanya yang hakiki bagi jurnalistik yang dimaksudkannya, yaitu keterampilan atau seni menyusun pemberitahuan, penyampaiannya yang menarik perhatian. serta bertujuan untuk memengaruhi khalayak atau publiknya. adapun perbedaan dalam menyatakannya tidak lain disebabkan oleh latarbelakang pengetahuan dan sudut pandang mereka masing-masing, yang satu sama lain tidak sama.

Istilah jurnalistik berasal dari Bahasa Belanda “*jurnalistic*”. Seperti halnya dengan istilah Bahasa Inggris “*jurnalism*”, merupakan terjemahan dari Bahasa Latin “*diurna*” yang berarti harian atau setiap hari.⁶ Menurut *Webster Dictionary*, jurnalistik adalah kegiatan mengumpulkan berita atau memproduksi surat kabar. Secara singkat, jurnalistik adalah kegiatan yang dilakukan oleh wartawan. Kegiatan tersebut meliputi menyiapkan, menulis, mengolah/mengedit dan menyiarkan suatu berita.⁷

Definisi jurnalistik, menurut literatur memang banyak. Para tokoh komunikasi atau tokoh jurnalistik mendefinisikannya berbeda-beda, tetapi hakikatnya sama, yakni jurnalistik adalah proses membuat berita untuk khalayak atau publik. Jurnalistik mempunyai fungsi sebagai pengolahan laporan harian yang menarik minat khalayak, mulai dari peliputannya sampai penyebarannya kepada masyarakat, serta mengenai apa saja yang terjadi di dunia, yaitu apapun yang terjadi, baik peristiwa faktual, fakta (fact), maupun pendapat seseorang (opini), untuk menjadi berita kepada khalayak.

Adapun istilah merujuk pada kata estetika yang berarti ilmu pengetahuan tentang keindahan. Dapat disimpulkan bahwa secara etimologis jurnalistik dapat diartikan sebagai suatu karya seni dalam hal membuat catatan tentang peristiwa sehari-hari, karya yang memiliki nilai keindahan yang dapat menarik perhatian masyarakat sehingga dapat dinikmati dan dimanfaatkan untuk keperluan hidupnya terdiri atas dua kata, yaitu jurnal dan istilah. Kata jurnal berasal dari bahasa Perancis. Tokoh-tokoh tersebut diantaranya adalah Astrid S Susanto yang mengartikan jurnalistik sebagai kejadian pencatatan dan pelaporan serta penyebaran tentang kejadian sehari-hari.⁸

⁵ Erwan Efendi dkk. *Jurnalistik Praktis Kontemporer*, (Depok: Prenadamedia Group, 2017), hlm. 5-6.

⁶ M. Yoserizal Saragih, *Diktat Jurnalistik*, (Medan: IAIN Sumatera Utara, 2005), h. 1

⁷ Yadi Sastro dan Edi Sudrajat, *Modul 1 (Teknik Mencari dan Menulis Berita)*, SKOM4330, h. 12

⁸ *Ibid.*, hal. 54

Secara psikologis, jurnalistik memegang peranan penting dalam hubungan antarmanusia. Dua unsur naluri atau perasaan yang dimiliki masing-masing manusia ikut mendorong aktivitas jurnalistik tersebut, yaitu a. *sense of curiosity* yaitu perasaan atau naluri ingin tau. b. *sense of publicity*, yaitu perasaan ingin memberi tahu dan menyebarkan sesuatu.

2.1.1. Sense of Curiosity

Setiap manusia ingin mengetahui tentang apa-apa yang menyangkut dirinya, keluarganya, dan orang lain. Dia ingin mengetahui apa yang terjadi di sekelilingnya dan dunia lainnya. Setiap manusia bahkan ingin mengetahui kemungkinan apa yang akan terjadi dalam hubungan antarmanusia.

Secara psikologis dan sosiologis, manusia itu tenggelam dalam lalu lintas arus peristiwa atau informasi setiap hari, perasaan, naluri dan keingintahuan manusia mengenai dirinya, orang lain, dan masyarakat sekelilingnya dalam lalu lintas komunikasi massa dapat dilayani dalam aktivitas yang disebut dengan aktivitas jurnalistik.

2.1.2. Sense of Publicity

Manusia juga mempunyai perasaan ingin memberitahu orang lain, apalagi jika pemberitahuan itu menyangkut peristiwa yang menarik dan penting, jadi hubungan timbal balik antara rasa keingintahuan dan keinginan memberitahu pada akhirnya memunculkan aktivitas jurnalistik.⁹

Dilihat dari segi bentuk dan pengolahannya, jurnalistik dibagi kedalam tiga bagian besar yaitu:

- Jurnalistik media cetak (koran dan majalah)
- Jurnalistik media elektronik auditif (radio)
- Jurnalistik media audiovisual (televisi)

Undang-undang Nomor 40/1999 tentang pers menjelaskan lebih rinci. Dalam pasal 1 ayat 1, dijelaskan apa itu pers sekaligus apa itu kegiatan jurnalistik. Bunyi pasal tersebut selengkapnya sebagai berikut:

“Pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan

⁹ Helena Ollie, *Berita Dan Informasi*, (PT Macanan Jaya Cemerlang: 2007), h, 18-19.

*gambar, data, grafik, maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia”.*¹⁰

Telah disebutkan, kegiatan jurnalistik itu meliputi menyiapkan, menulis, mengolah/mengedit, dan menyiarkan berita. Orang yang menjalankan fungsi jurnalistik ini disebut jurnalis atau wartawan. Tingkatan wartawan terbentang dari wartawan pemula sampai pemimpin redaksi. Dari sisi fungsi, wartawan yang bekerja di sebuah media dikelompokkan menjadi dua, yaitu yang selalu terjun ke lapangan (reporter) serta yang banyak di kantor dengan tugas menulis akhir dan menyunting (redaktur dan editor). Ini bukan pembagian yang kaku. Sering kali redaktur, bahkan pemimpin redaksi, juga terjun melakukan tugas lapangan, yakni reportase dan wawancara.

2.1.3. Bentuk Jurnalistik

Dilihat dari segi bentuk dan pengelolannya. Jurnalistik dibagi kedalam tiga bagian besar: jurnalistik media cetak (newspaper and magazine journalism). Jurnalistik media elektronik auditif (Radio Broadcast Journalism). Jurnalistik media audiovisual (television journalism). Jurnalistik media cetak meliputi jurnalistik surat kabar harian, jurnalistik surat kabar mingguan, jurnalistik tabloid harian, jurnalistik tabloid mingguan, jurnalistik majalah. Jurnalistik media elektronik auditif adalah jurnalistik radio siaran. Jurnalistik media elektronik audiovisual adalah jurnalistik televisi siaran dan jurnalistik media online (internet).¹¹

Setiap bentuk jurnalistik memiliki ciri dan kekhasannya masing-masing. Ciri dan kekhasannya itu anatar lain terletak pada aspek filosofi penerbitan, dinamika teknis persiapan dan khalayak pembaca, pendengar atau pemirsa. Sebagai contoh filosofi surat kabar harian menekankan segi kelengkapan dan kedalaman informasi serta ketajaman daya analisisnya.

1. Jurnalistik Media Cetak

Jurnalistik media cetak di pengaruhi oleh dua factor yakni factor verbal dan visual. Verbal sangat menekankan pada kemampuan kita memilih dan menyusun kata dalam rangkaian kalimat dalam paragraf yang efektif dan komunikatif. Visual menunjukkan kemampuan kita dalam menata, menepatkan, mendesain tata letak atau hal hal yang menyangkut segi perwajahan.

2. Jurnalistik Media Elektronik Auditif

¹⁰ Yadi Sastro dan Edi Sudrajat, Modul 1 (*Teknik Mencari dan Menulis Berita*), SKOM4330, h. 13

¹¹ A.S Haris Sumanidria. *Jurnalistik Indonesia* (Simbiosis Rekatama Media,2005) hal 4-5

Jurnalistik media elektronik audit atau radio siaran, lebih banyak di pengaruhi dimensi verbal, teknologikal, dan fisik, verbal, berhubungan dengan kemampuan menyusun kata, kalimat, dan paragraf secara efektif dan komunikatif. Teknologikal, berkaitan dengan teknologi yang memungkinkan daya pancar radio dapat ditangkap dengan jelas dan jernih oleh pesawat radio penerima. Fisikal, erat kaitannya dengan tingkat kesehatan fisik dan kemampuan pendengaran khalayak dalam menyerap dan mencerna setiap pesan kata atau kalimat yang disampaikan.

3. Jurnalistik Media Elektronik Audiovisual

Jurnalistik media elektronik audiovisual, atau jurnalistik televisi siaran, merupakan gabungan dari segi verbal, visual, teknologikal, dan dimensi dramatis. Teknologikal berkaitan dengan daya jangkauan siaran, kualitas suara dan gambar yang dihasilkan serta diterima oleh pesawat televisi penerima rumah-rumah. Dramatis berarti bersinggungan dengan aspek serta nilai dramatis yang dihasilkan oleh rangkaian gambar yang dihasilkan secara simultan. Dengan aspek dramatis, seluruh panca indera khalayak pemirsa bekerja secara optimal.

2.2. Unsur-Unsur dalam Jurnalistik

Istilah jurnalistik sering kita dengar. Jurnalistik selalu hadir di tengah-tengah masyarakat. Hal ini sejalan dengan pergaulan hidup yang dinamis, terus berkembang, terlebih dalam kehidupan masyarakat modern saat ini. Perkembangan jurnalistik tersebut tidak lain didukung oleh unsur-unsur yang ada dalam jurnalistik itu sendiri. Unsur-unsur pendukung tersebut di atas :

2.2.1. Jurnalist (wartawan)

Wartawan merupakan orang-orang yang bertugas mencari, mengumpulkan, dan mengelola bahan pemberitaannya menjadi konsep berita, komentar, dan iklan (*advertensi*) yang akan disiarkan. Wartawan juga bisa dikatakan sebagai jurnalis. Berdasarkan tugas dan karya yang dihasilkannya, wartawan dapat dibedakan menjadi dua. Sedangkan sisi lainnya, dengan penggunaan bahasa juga mungkin bisa mencelakakan penulis. Kemungkinan ini bisa terjadi bila pemilihan kata yang kurang hati-hati. Seperti pepatah yang sering kita dengar yaitu "mulutmu adalah harimaumu". Sedangkan bagi para jurnalis atau wartawan pepatah tersebut bisa diganti dengan "penamu adalah harimaumu".

2.2.2. Bahasa jurnalistik

Bahasa jurnalistik adalah bahasa komunikasi massa yang digunakan dalam majalah, surat kabar, televisi, atau radio. Sebagai suatu ragam bahasa jurnalistik tentu memiliki ciri

tertentu, seperti: pertama, bahasa jurnalistik harus terpelihara. Berikut pedoman bahasa jurnalistik :

1. Ringkas, hemat kata dengan menghilangkan bagian yang tidak penting.
2. Jelas, mudah dimengerti dan tidak mengundang pembaca untuk bertanya-tanyadan membingungkan
3. Tertib dan patuh pada aturan atau norma yang berlaku dalam menulis berita; penggunaan bahasa, susunan kata, prioritas dan sebagainya.
4. Singkat, harus diperhatikan titik, koma dan tanda baca lain harus diprhatikan.
5. Menarik, menulis berita yang menarik sangat penting yang menjadi tugas wartawan yang ditentukan oleh kemampuannya menulis.¹²

2.3. Ciri-Ciri Jurnalistik

Jurnalistik menurut Luwi Ishwara, mempunyai ciri-ciri yang penting untuk kita perhatikan yaitu diantaranya adalah sebagai berikut:

- Skeptis

Skeptis adalah sikap untuk selalu mempertanyakan segala sesuatu, meragukan apa yang diterima dan mewaspadai segala kepastian agar tidak mudah tertipu. Inti dari skeptis adalah keraguan. Media janganlah puas dengan permukaan sebuah peristiwa, serta enggan untuk mengingatkan kekurangan yang ada di dalam masyarakat. Wartawan haruslah terjun ke lapangan, berjuang, serta menggali hal-hal eksklusif.

- Bertindak (action)

Wartawan tidak menunggu sampai peristiwa itu muncul, tetapi akan mencari dan mengamati dengan ketajaman naluri seorang wartawan.

- Berubah

Perubahan merupakan hukum utama jurnalistik. Media bukan lagi sebagai penyalur informasi, tapi fasilitator, penyaring dan pemberi makna dari sebuah informasi.

- Seni dan profesi

Wartawan melihat dengan mata yang segar pada setiap peristiwa untuk menangkap aspek-aspek yang unik.

- Peran pers

Peran sebagai pelapor, bertindak sebagai mata dan telinga public, melaporkan peristiwa-peristiwa di luar pengetahuan masyarakat dengan netral dan tanpa prasangka. Selain itu,

¹²Assegaff, *Jurnalistik Masa Kini Pengantar ke Prakter Kewartaan* (Jakarta: Ghalia Indonesia,1982), hal. 111

pers juga harus berperan sebagai interpreter, wakil publik, peran jaga, pembuat kebijaksanaan serta advokasi.¹³

2.4. Produk Jurnalistik

Produk Jurnalistik adalah surat kabar, tabloid, majalah, bulletin atau berkala lainnya seperti radio, televisi dan media on line internet. Namun tidak setiap surat kabar disebut jurnalistik. surat kabar, tabloid, majalah dan bulletin digolongkan kedalam tiga kelompok besar:

1. Berita (news),
2. Opini (views),
3. Iklan (Adversting)

Dari tiga kelompok tersebut hanya berita dan opini yang termasuk produk jurnalistik. Iklan bukan termasuk produk jurnalistik walaupun teknik yang digunakannya merujuk pada teknik jurnalistik.¹⁴

Kelompok berita (news), meliputi antara lain berita langsung (straight news), berita menyeluruh (comprehensive news), Berita mendalam (depth news) pelaporan mendalam (depth reporting) berita menyelidik (investigative news) berita khas bercerita (feature news) berita gambar (photo news)

Kelompok opini (views) meliputi tajuk rencana, karikatur, pojok, atrikel, kolom, esai, dan surat pembaca. Sedangkan kelompok iklan mencakup berbagai jenis dan sifat iklan mencakup dari iklan produk barang dan jasa, iklan keluarga seperti iklan duak cita, sampai iklan kepada layanan masyarakat.¹⁵

1. Tajuk Rencana

Tajuk Rencana atau editorial adalah opini berisi pendapat dan sikap resmi suatu media sebagai institusi penerbitan terhadap persoalan actual, fenomenal dan atau controversial yang berkembang dalam masyarakat. Suara tajuk rencana bukanlah suara perorangan atau pribadi-pribadi yang terdapat di jajaran redaksi atau bagian produksi dan sirkulasi, melainkan suara kolektif seluruh karyawan dan wartawan dari suatu lembaga penerbitan pers. Karena merupakan suara lembaga, maka tajuk rencana tidak ditulis dengan mencaritakan nama penulisannya.

¹³ Luwi Ishwara, *Catatan-Catatan Jurnalisisme Dasar*, (Jakarta: Penerbit Buku Kompas, 2005), h. 5

¹⁴ Ishwara, *catatan-catatan jurnalisisme dasar* Jakarta Kompas 2007 hal 15

¹⁵ A.S. Haris Sumandiria. *Jurnalistik Indonesia* (Simbiosis Rekatama Media,2005) hal 6-10

2. Karikatural

Karikatural berasal dari bahasa Italia. *caricare* yang artinya melebih-lebihkan. kata *caricare* itu sendiri dipengaruhi kata *carattere* juga bahasa Italia, yang berarti karakter dan kata *cara* bahasa Spanyol berarti wajah. Menurut Lukman (1989:31) perkataan karikatur mulai digunakan untuk pertama kalinya oleh Mossini, orang perancis dalam sebuah karyanya berjudul *Diverse Figure* pada tahun 1646, sedangkan orang yang pertama memperkenalkan kata *caricature* adalah Lorenzo Bernini untuk karya-karyanya diperancis pada 1665.

Secara teknik jurnalistik, karikatur diartikan sebagai opini redaksi media dalam bentuk gambar yang sarat dengan muatan kritik sosial dengan memasukkan unsur kelucuan, anekdot, atau humor agar siapapun yang melihatnya bisa tersenyum, termasuk tokoh atau objek karikaturkan itu sendiri (Sumadaria, 2004:3).

3. Pojok

Pojok adalah kutipan pernyataan singkat narasumber atau peristiwa tertentu yang dianggap menarik atau kontroversial. Untuk kemudian dikomentari oleh pihak redaksi dengan kata-kata atau kalimat yang mengusik, menggelitik dan adakalanya reflektif. Tujuannya untuk mencubit, mengingatkan atau menggugat sesuai dengan fungsi *control social* yang dimiliki oleh pers. Rubrik pojok memiliki ciri-ciri yang hampir sama dengan setiap surat kabar di Indonesia :

- a. Pojok berisi dua alinea. Alinea pertama menyajikan suntingan berita atau peristiwa. Alinea kedua menyajikan opini atau pandangan-pandangan surat kabar sebagai respons terhadap isi yang tersaji dalam alinea pertama.
- b. Isi yang disajikan baik dalam alinea pertama maupun dalam alinea kedua, biasanya terangkai dalam kalimat-kalimat pendek.
- c. Opini atau pandangan-pandangan dari lembaga surat kabar disajikan dalam kalimat yang bersifat sinis dan humoris.

Topic topic ulasan yang disajikan pojok sangat luas; social, ekonomi, politik, militer, olahraga, budaya, agama, kesenian, kebudayaan, kriminalitas, kemanusiaan, tragedi, flora, dan fauna. Gaya penyajian pojok sangat bebas dan pojok tetap harus memenuhi kaidah etis.¹⁶

¹⁶ Murniah. Kesalahan Bahasa Jurnalistik Sepuluh Indonesia (Dad 20017) hal 9

4. Artikel

Artikel adalah tulisan lepas berisi opini seseorang yang mengupas tuntas suatu masalah tertentu yang sifatnya aktual dan atau kontroversial dengan tujuan yang memberitahukan (informative). Mempengaruhi dan meyakinkan (persuasive argumentative) atau menghibur khalayak pembaca boleh menulis artikel dengan lepas karena siapapun pembaca boleh menulis artikel dengan topik bebas sesuai dengan minat keahlian masing-masing.

a. Artikel Praktis

Artikel praktis lebih menekankan pada aspek ketelitian dan keterampilan daripada masalah pengamatan dan pengembangan pengetahuan serta analisis peristiwa. Artikel praktis biasanya ditulis dengan menggunakan pola kronologis. Artinya pesan disusun berdasarkan urutan waktu atau tahapan pekerjaan.

b. Artikel Ringan

Artikel ringan lazim digunakan atau ditemukan pada rubrik anak-anak, remaja, keluarga. Artikel jenis ini lebih banyak mengangkat topik pembahasan yang ringan dengan cara penjabaran yang ringan pula dalam arti tidak mengulas pikiran kita. Untuk menerima ataupun mencernanya, kita sebagai pembaca tidak memerlukan persiapan ataupun perhatian khusus.

c. Artikel Halaman Opini

Artikel halaman opini lazim ditemukan pada halaman khusus opini bersama tulisan opini, yang lain yakni tajuk rencana, karikatur, pojok, kolom dan surat pembaca.

d. Artikel Analisis Ahli

Artikel jenis ini ditulis oleh ahli pakar dibidangnya dalam bidangnya dalam bahas yang populer dan komunikatif. Artikel analisis ahli mengupas secara tajam dan mendalam suatu persoalan yang sedang menjadi sorotan dan bahan hangat pembicaraan masyarakat. Topik yang diangkat dibahas macam-macam seperti; ekonomi, politik, pendidikan, sosial, agama, budaya, industri dan iptek.¹⁷

5. Kolom

Kolom adalah opini singkat yang banyak menkan aspek pengamatan dan pemaknaan terhadap suatu persoalan atau keadaan yang terdapat dalam masyarakat kolom lebih banyak mencerminkan cap pribadi penulis sifatnya memadat dan memakna. Kolom ditulis secara

¹⁷ Hikmat Kusumaningrat dan Purnama Kusumaningrat, *Jurnalistik teori dan praktik* (PT. Remaja Rosdakarya 2006) hal 14-16

inferensial, biasanya dalam tulisan kolom terdapat foto penulis. Anjuran yang samastru tidak berlaku pada artikel.

6. Surat Pembaca

Surat pembaca adalah opini singkat yang ditulis oleh pembaca dan dimuat dalam rubrika khusus surat pembaca. Surat pembaca biasanya berisi keluhan atau komentar pembaca tentang apa saja yang menyangkut kepentingan dirinya atau masyarakat panjang surat pembaca rata-rata 2-4 paragraf. Rubrik surat pembaca lebih merupakan layanan publik dari pihak redaksi terhadap masyarakat.

BAB III. KODE ETIK JURNALISTIK

3.1. Kode Etik Wartawan Indonesia (KEWI)

Kemerdekaan pers merupakan sarana terpenuhinya hak asasi manusia untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi. Dalam mewujudkan kemerdekaan pers, wartawan Indonesia menyadari adanya tanggung jawab sosial serta keberagaman masyarakat.

Guna menjamin tegaknya kebebasan pers serta terpenuhinya hak-hak masyarakat diperlukan suatu landasan moral/etika profesi yang bisa menjadi pedoman operasional dalam menegakkan integritas profesionalitas wartawan. Atas dasar itu, wartawan Indonesia menetapkan kode etik:¹⁸

- Wartawan Indonesia menghormati hak masyarakat untuk memperoleh informasi yang benar.
- Wartawan Indonesia menempuh tata cara yang etis untuk memperoleh dan menyiarkan informasi serta memberikn identitas kepada sumber informasi.
- Wartawan Indonesia menghormati atas praduga tak bersalah, tidak mencampurkan fakta dengan opini, berimbang dan selalu meneliti kebenaran informasi, serta tidak melakukan plagiat.
- Wartawan Indonesia tidak menyiarkan informasi yang bersifat dusta, fitnah, sadis, dan cabul, serta tidak menyebutkan identitas korban kejahatan susila.
- Wartawan Indonesia tidak menerima suap, dan tidak menyalah gunakan profesi.
- Wartawan Indonesia memiliki hak tolak, menghargai ketentuan embargo, informasi latar belakang dan *off the record* sesuai kesepakatan.
- Wartawan Indonesia segera meralat dan meralat kekeliruan dalam pemberitaan serta melayani hak jawab.

Pengawasan dan penetapan sanksi atas pelanggaran kode etik ini sepenuhnya diserahkan kepada jajaran pers dan dilaksanakan oleh organisasi yang dibentuk untuk itu. Kode etik jurnalistik memegang peranan yang sangat penting dalam dunia pers dimana sebagai pedoman nilai-nilai profesi kewartawanan, sehingga kode etik jurnalistik wajib dipahami dan dilaksanakan oleh wartawan. Oleh karena itu wartawan harus mematuhi kode etik jurnalistik yang disepakati oleh Dewan pers. Mematuhi kode etik jurnalistik yang disepakati oleh Dewan pers berarti wartawan paham dalam mencari, meliputi dan menyajikan berita tersebut, sehingga

¹⁸ Nurudin, *Jurnalisme Masa Kini*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009), h. 315

kode etik jurnalistik perlu dipahami, dilaksanakan oleh wartawan sebagai pedoman dalam menuliskan berita, agar berita yang disajikan akurat, berimbang, sesuai fakta di lapangan untuk menghindari hal-hal yang dapat merugikan orang lain. Etika jurnalistik harus berdasarkan standar aturan perilaku dan moral yang mengikat para jurnalis dalam melaksanakan pekerjaannya. Etika jurnalistik ini tidak hanya untuk memelihara dan menjaga standar kualitas pekerjaan jurnalis bersangkutan tetapi juga untuk melindungi atau menghindarkan khalayak masyarakat dari kemungkinan dampak yang merugikan dari tindakan atau perilaku keliru dari jurnalis bersangkutan.

Di Jawa Timur di Kota Malang surat kabar harian Surya Malang masih digemar oleh sebagian orang untuk mendapatkan informasi berita terbaru yang terjadi di sekitarnya baik berita tentang ekonomi, politik, social dan budaya, adapun alasan peneliti memilih surat kabar harian surya malang sebagai objek penelitian karena berita-berita yang diterbitkan lebih nyata dimana menyediakan informasi yang jelas beserta dengan foto kejadian sehingga masyarakat mudah memahami isi berita yang disampaikan. Hal ini memberi dampak positif dimana gambar yang jelas memberikan berita yang disajikan juga jelas, namun disisi negative berita tersebut akan memberi pandangan tidak baik apabila dilihat oleh kalangan anak kecil karena pemikiran mereka belum mampu memahami isi berita yang disajikan apabila mengandung gambar kekerasan atau pembunuhan sehingga bias mendorong mereka berperilaku tidak baik seperti melakukan kekerasan kepada teman sebayanya.¹⁹

Media beresiko untuk melanggar *Contempt of Court Act* saat mereka mengomentari cara kerja suatu institusi atau individu, pertimbangan-pertimbangan hakim, mengkritik pengadilan, atau melanggar keputusan pengadilan. Walaupun banyak tulisan, ceramah atau siaran yang secara tidak sengaja melanggar peraturan, namun bagian yang dianggap relevan dalam pelanggaran peraturan tersebut menimbulkan resiko yang serius atau buruk sangka terhadap cara kerja hukum. Nah bagi mereka yang sudah berpengalaman dalam dunia tabloid tidak akan merasakan bahwa kode etik tersebut memiliki banyak pengaruh. Unsur lain dari kode etik tersebut mendesak wartawan untuk berusaha melenyapkan distorsi dan penindasan berita. Memastikan bahwa informasi. Foto-foto yang disampaikan harus hanya dengan cara yang benar, serta tidak memancing kesedihan dan kerusakan kecuali demi kepentingan umum.²⁰

¹⁹ Gabriel Gawi, Akhirul Aminulloh, "penerapan kode etik jurnalistik", vol .6. No. 1. 2017. H, 2-3.

²⁰ Michael Bland, Alison Theaker, dkk, *Hubungan Media Yang Efektif*, (Jakarta, Erlangga),h, 13-14.

3.2. Pengawasan Kode Etik Jurnalistik

Pengawasan kode etik jurnalistik berkaitan dengan terjadinya kesalahan dan pelanggaran dalam pelaksanaan tugas dan fungsi jurnalistik di lapangan. Untuk mengetahui ada tidaknya pelanggaran di lapangan dalam peliputan maupun penulisan berita, perlu dilakukan pengawasan terhadap penerapan kode etik jurnalistik. Lembaga pengawasan setiap organisasi wartawan dapat berbeda-beda, namun memiliki tugas yang relative sama. Sebut saja, Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) yang memiliki lembaga bernama Dewan Pers, sedangkan Aliansi Jurnalis Indonesia (AJI) memiliki lembaga bernama Majelis Kode Etik.²¹

1. Dewan Pers

Salah satu fungsi dewan pers adalah menetapkan dan mengawasi pelaksanaan kode etik jurnalistik. Dewan pers memiliki tugas, antara lain sebagai berikut:

- Memberikan pernyataan penilaian dan rekomendasi dalam hal terjadinya pelanggaran kode etik, penyalahgunaan profesi wartawan dan memelihara kemerdekaan pers.
- Membuat kebijakan pers yang bersifat mendidik insan pers dan bersifat non-yuridis.
- Mempublikasikan kebijakan atau rekomendasi yang dikeluarkan dewan pers melalui media massa.

2. Majelis Kode Etik

Lembaga yang memiliki kewenangan untuk melakukan pengawasan terhadap aktivitas jurnalistik. Majelis kode etik berada dibawah naungan AJI. Tugas-tugas yang diemban majelis kode etik antara lain sebagai berikut:

- Melakukan pengawasan dalam pelaksanaan kode etik.
- Melakukan pemeriksaan dan penelitian yang berkaitan dengan masalah pelanggaran kode etik oleh anggota AJI.
- Mengumpulkan dan meneliti bukti-bukti pelanggaran kode etik.
- Memanggil anggota yang melakukan pelanggaran.

3.3. Pelanggaran Terkait Kode Etik di Kalangan Wartawan

Suatu jurnal mengambil contoh praktik suap dalam pelanggaran terkait dengan kode etik dikalangan wartawan ini. Dan nyatanya praktik suap ini masih banyak terjadi di kalangan wartawan yang ada di Indonesia ini. Padahal sudah jelas dalam kode etik jurnalis hal tersebut tidak di perkenankan untuk dilakukan. Bukanlah hal mudah untuk menghilangkan praktik suap

²¹ Syarifudin Yunus, *Juenalistik* Terapan, (Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan, 2010), h. 115-117

di kalangan jurnalis. Hal tersebut membutuhkan waktu yang lama dan keterlibatan berbagai pihak dan aspek. Menerima atau tidak menerima sesuatu dari narasumber memang menjadi pilihan masing-masing individu. Namun rangsangan lain, seperti pengawasan, dan sanksi tegas sangat dibutuhkan.²²

²² Olivia Lewi Pramesti, *Kode Etik Dikalangan Jurnalis*, Volume 11 Nomor 1, (Yogyakarta: UGM, 2014), h.91

BAB IV. SEMBILAN ELEMEN JURNALISTIK

4.1. Element

Wartawan merupakan sebuah profesi, dimana untuk menjadi seorang wartawan yang professional, dia harus mematuhi yang dinamakan kode etik jurnalistik. Disebutkan oleh Bill Kovach dan Tom Rosentiels ada 9 elemen yang menjadi standar perilaku wartawan dan menjadi basic sebuah jurnalisme. Ke – 9 elemen ini tidak bisa dipisahkan satu sama lain. Semuanya mempunyai kedudukan yang sama, tidak bisa hanya salah satu saja yang dipatuhi oleh wartawan. Kesembilan elemen ini adalah :

- a. Kewajiban utama jurnalisme adalah pencarian kebenaran.

Sebagai seorang wartawan kita harus selalu menjunjung kebenaran. Dalam hal ini kebenaran secara fungsional yang tentunya sesuai dengan tugasnya seorang wartawan. Seorang wartawan yang tidak menjunjung faktor kebenaran dalam liputannya, tentu saja akan merugikan banyak pihak, terutama publik yang menjadi korban dari pemberitaan itu. Belum lagi perusahaan yang menjadi kehilangan harga diri sebagai media yang seharusnya menyampaikan kebenaran.

- b. Loyalitas utama jurnalisme adalah pada warga negara.

Loyalitas wartawan seharusnya berujung pada publik, sebagai pembaca dari apa yang kita beritakan. Yang harus selalu diingat oleh wartawan adalah bagaimana membuat suatu berita yang menarik bagi pembaca yang menjunjung kebenaran, dan bagaimana bertanggung jawab pada publik jika berita yang dibuat hanya fiktif padahal sudah jelas yang akan membaca suatu media bukan hanya sekelompok orang, tapi semua orang di bangsa ini bahkan di seluruh dunia.

Media yang jujur, yang lebih memntingkan kepentingan publik lebih menguntungkan perusahaan tersebut, tak hanya soal prestisius, tapi soal financial juga menjadi lebih baik. Kepercayaan yang diberikan publik pada media jangan sampai hilang akibat satu berita bohong dari oknum wartawan.

- c. Esensi jurnalisme adalah disiplin verifikasi.

Dengan adanya disiplin verifikasi yang dilakukan wartawan fiktifisasi narasumber tidak akan terjadi. Batas antara fiksi dan jurnalisme harus jelas, jurnalisme tidak bisa digabungkan dengan fiksi. Semuanya harus fakta dan nyata.

- d. Jurnalis harus menjaga independensi dari objek liputannya.

Dalam melakukan suatu peliputan, wartawan harus benar-benar independen, melakukan peliputan secara objektif. Tidak terpengaruh pada apapun, kepentingan siapapun, kecuali kepentingan bahwa kita adalah wartawan yang harus menyampaikan berita yang benar – benar terjadi untuk disampaikan pada masyarakat. Tidak peduli siapapun, apapun. Bahkan jika itu menyangkut keluarga kita, dan kita harus memberitakannya jangan anggap itu keluarga. Wartawan harus bertanggung jawab pada publik itu penting dan harus selalu di ingat. Semangat independensi harus dijunjung tinggi oleh setiap wartawan.

- e. Jurnalis harus membuat dirinya sebagai pemantau independen dari kekuasaan.

Dalam memantau kekuasaan, bukan berarti wartawan menghancurkan kekuasaan. Namun tugasnya wartawan sebagai pemantau kekuasaan yaitu turut serta dalam penegakkan demokrasi. Salah satu dalam cara memantau ini adalah melakukan investigatif reporting. Inilah yang sering menjadi masalah antar wartawan dengan penguasa. Biasanya banyak penguasa yang enggan privasi tentang dirinya dipublikasikan.

- f. Jurnalis harus memberi forum bagi publik untuk saling kritik dan menemukan kompromi.

Seorang wartawan yang bertanggung jawab pada publik harus mendengarkan apa keinginan publik itu sendiri. Wartawan harus terbuka pada publik untuk mendengarkan segala sesuatunya. Logikanya setiap orang boleh berpendapat dan memiliki rasa ingintahu yang sama. Jadi jika ada anggota publik yang ingin lebih mengetahui dalam sebuah kasus bisa menanyakannya.

- g. Jurnalis harus berusaha membuat hal yang penting menjadi menarik dan relevan.

Wartawan harus tahu tentang komposisi, tentang etika, tentang naik turunnya emosi pembaca dan sebagainya. Berita yang dibuat jangan sampai membosankan bagi pembaca. Jangan sampai berita yang penting jadi tidak penting karena pembaca bosan. Berita itu dibuat tidak membosankan dan harus memikat tetapi tetap relevan. Ironisnya, dua faktor ini justru sering dianggap dua hal yang bertolak belakang. Laporan yang memikat dianggap laporan yang lucu, sensasional, menghibur, dan penuh tokoh selebritas.²³

- h. Jurnalis harus membuat berita yang komprehensif dan proporsional.

Perlu banyak hal yang dilakukan untuk mendapatkan dan membuat berita yang komprehensif dan proporsional. Wartawan tidak hanya menerima fakta yang mudah

²³ Onong Uchana Effendi. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, Jakarta: Kencana, 2011

diraih. Harus ada sesuatu yang menantang dari pekerjaan wartawan pelaporan investigasi mewakili berita yang komprehensif dan proposional ini. Wartawan harus tahu bagaimana caranya melaporkan suatu hal yang bermutu. Berita yang komprehensif bukan berita yang hanya punya judul sensasional. Berita sensasionalnya akan memalukan wartawan dan media yang menerbitkannya.

- i. Jurnalis harus diperbolehkan untuk mendengarkan hati nurani pribadinya.

Segala sesuatu yang berasal dari hati nurani akan lebih baik dari apapun. Dari persoalan yang terjadi didalam kehidupan wartawan jawabannya adalah bersumber pada hati nurani. Wartawan yang berbohong, melakukan fiktifikasi narasumber atau apaun kejahatan seorang.

4.2. Fungsi Jurnalistik

Aktivitas jurnalistik yang kian marak adalah fakta. Kehadiran jurnalistik di tengah kehidupan manusia memiliki fungsi yang besar. Kita tidak dapat membayangkan apabila kehidupan manusia tidak dilengkapi dengan informasi ataupun berita. Besar atau kecil pengaruhnya, pasti membutuhkan informasi dan berita. Penyajian berita dalam segala bentuk dan momentum dalam jurnalistik bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada publik. Jika ditinjau berdasarkan fungsinya, ada empat fungsi jurnalistik menurut F. Fraser Bond:

1. *To inform* = untuk menginformasikan

Jurnalistik merupakan sarana untuk penyampaian informasi berupa fakta dan peristiwa yang terjadi di sektor kehidupan manusia dan patut diketahui publik.

2. *To interpret* = untuk menginterpretasikan

Jurnalistik merupakan sarana untuk memberikan tafsiran atau interpretasi terhadap fakta dan peristiwa yang terjadi sehingga publik dapat memahami dampak dan konsekuensi dari berita yang disajikan.

3. *To guide* = untuk mengarahkan

Jurnalistik merupakan acuan untuk mengarahkan atau memberi petunjuk dalam menyikapi suatu fakta dan peristiwa yang disajikan dalam berita sehingga dapat menjadi pedoman bagi publik dalam memberi komentar atau pendapat dalam mengambil keputusan.

4. *To entertain* = untuk menghibur

Jurnalistik merupakan sarana yang bersifat menghibur, yang menyegarkan dan menyenangkan pembacanya dengan menyajikan berita atau informasi yang ringan dan rileks sesuai dengan kebutuhan gaya hidup manusia.

Tak Hanya itu, fungsi jurnalistik terus mengalami perkembangan. Dalam konteks kekinian, fungsi jurnalistik telah berkembang lebih banyak lagi seiring ekspektasi publik terhadap jurnalistik. Berikut fungsi lain dari jurnalistik:

5. *To educate* = untuk mendidik

Jurnalistik sarana untuk mendidik dan menanamkan nilai-nilai dan norma sosial, di samping budaya yang patut menjadi perhatian masyarakat.

6. *To mediate* = untuk mediasi

Jurnalistik merupakan alat mediasi atau penghubung dalam mempertemukan ketidak samaan tentang fakta atau peristiwa yang menjadi berita dari berbagai sudut pandang, di samping dapat menjadi wahana yang mempertemukan orang-orang yang berbeda pendapat atau opini tentang suatu hal.

7. *To promote* = untuk mempromosikan

Jurnalistik merupakan sarana pilihan dalam mempromosikan keunggulan dan kelebihan suatu produk dan karya agar dapat dipahami secara proporsional oleh publik.

8. *To influence* = untuk mempengaruhi

Jurnalistik merupakan sarana untuk memperngaruhi pendapat dan pikiran orang lain tentang fakta dan peristiwa yang menjadi topik pembicaraan.²⁴

4.3. Prinsip Jurnalistik

Terkait dengan pemberitaan atau informasi yang disiarkan stasiun TV, Maka P3SPS menyatakan bahwa stasiun penyiaran dalam menayangkan informasi harus senantiasa mengindahkan prinsip-prinsip jurnalistik yang terdiri atas tiga prinsip yaitu:

1) Prinsip Akurasi

Dalam program faktual lembaga penyiaran bertanggung jawab menyajikan informasi yang akurat dan sebelum menyiarkan sebuah fakta, lembaga penyiaran harus memeriksa ulang keakuratan dan kebenaran materi siaran. Dalam hal redaksi berita.

2) Prinsip Adil

Lembaga penyiaran harus menghindaro penyajian informasi yang tidak lengkap dan tidak adil. Penggunaan potongan gambar dan potongan suara dalam sebuah acara yang sebenarnya berasal dari program lain harus ditempatkan dalm konteks yang tepat dan adil serta tidak merugikan pihak-pihak yang menjadi subjek pemberitaan, dan bila sebuah program memuat potongan gambar dan potongan suara yang berasal dari acara

²⁴ Syarifudin Yunus, *Jurnalistik Terapan*, (Bandung: GHALIA INDONESIA, 2010) hal.20-21.

lain, stasiun TV wajib menjelaskan waktu pengambilan potongan gambar atau potongan suara tersebut.

3) Prinsip Imparsialitas

Pada saat menyajikan isu-isu kontroversial yang menyangkut kepentingan publik, stasiun penyiaran harus menyajikan berita, fakta, dan opini secara objektif dan berimbang. Dalam hal ini pemimpin redaksi berita TV harus memiliki independensi untuk menyajikan berita dengan objektif, tanpa memperoleh tekanan dari pihak pimpinan, pemodal atau pemilik stasiun penyiaran. Dan dalam acara yang mendiskusikan isu kontroversial atau isu yang melibatkan dua atau lebih pihak yang saling berbeda pendapat, moderator, pemandu acara, dan pewawancara harus berusaha agar semua partisipan dan narasumber dapat secara baik mengekspresikan pandangannya serta tidak boleh memiliki kepentingan pribadi atau keterkaitan dengan salah satu pihak atau pandangan.²⁵

²⁵ Morissan, *Jurnalistik Televisi Mutakhir*, (Jakarta: KENCANA, 2010) hal.249-251.

BAB V. BAHASA SEBAGAI MEDIA

5.1. Bahasa Media

Bahasa dalam media cetak ibarat roh atau nyawa. Tanpa bahasa, media cetak tidak akan bermakna apa-apa. Adapun wartawan dan media masa memiliki hubungan yang erat satu sama lain. Dalam UU Pokok Pers nomor 40 tahun 1999, wartawan memiliki kebebasan dalam berbahasa. Maksudnya, kebebasan yang tidak menyimpang dari tata bahasa normative dan norma kesusilaan. Dalam menulis berita, banyak faktor yang dapat memengaruhi karakteristik berita jurnalistik, yaitu dalam penentuan *angle* (arah) tulisan, pembagian tulisan, dan sumber (bahan tulisan). Sesuai kaidahnya, bahasa jurnalistik tidak menyimpang dari kaidah bahasa Indonesia baku (dalam penggunaan kosakata, struktur, dan sintaksis). Namun karena keterbatasan media massa cetak, bahasa jurnalistik memiliki sifat yang khas, yaitu singkat, padat, serhana, lancar, jelas, lugas, dan menarik. Kosakata yang digunakan dalam bahasa jurnalistik mengikuti perkembangan bahasa dalam masyarakat. Sifat-sifat ini harus dipenuhi oleh ragam bahasa jurnalistik yang digunakan media massa cetak maupun elektronik. Penulisan bahasa jurnalistik harus dapat dipahami semua lapisan masyarakat. Tidak setiap orang memiliki cukup waktu untuk memahami apa yang ditulis oleh wartawan.²⁶

5.2. Bahasa Jurnalistik

5.2.1. Dasar – Dasar Bahasa Jurnalistik

Banyak orang yang menyebut bahasa jurnalistik sebagai bahasa koran. Bahasa jurnalistik sangat dipengaruhi oleh asset dan kemampuan berbahasa yang dimiliki wartawan. Bahasa jurnalistik juga sangat dipengaruhi oleh kebiasaan berbahasa yang dianut oleh suatu institusi media. Dari segi persyaratan, setidaknya ada dua ciri utama dari bahasa jurnalistik, yaitu komunikatif dan spesifik.²⁷

Komunikatif, artinya ciri khas dari bahasa Indonesia jurnalistik adalah tidak berbelit, tidak berbunga-bunga, harus terus langsung pada pokok permasalahannya (*straight to the point*). Spesifik, artinya bahasa jurnalistik dengan kalimat-kalimat yang singkat-singkat atau pendek-pendek. Bentuk-bentuk kebahasaan yang sederhana, mudah diketahui oleh orang kebanyakan, dan gampang dimengerti oleh orang awam, harus senantiasa ditonjolkan atau dikedepankan di dalam bahasa jurnalistik.²⁸

²⁶ Eni Setiani. *Ragam Jurnalistik Baru dalam Pemberitaan*. (Yogyakarta: Andi Offset 2005) h.90

²⁷ Syarifudin Yunus. *Jurnalistik Terapan*. (Bogor:Ghalia Indonesia 2010) h.80

²⁸ Kunjana Rahardi, M.Hum. *Bahasa Jurnalistik*. (Bogor: Ghalia Indonesia 2011) h.7

Ernst Hemingway, seperti dikutip Rosihan Anwar dalam bukunya *Bahasa Jurnalistik Indonesia dan Komposisi*, menyatakan terdapat tujuh prinsip atau semacam ajaran menggunakan bahasa jurnalistik, yaitu sebagai berikut.

- a. *Gunakan kalimat pendek*: satu kalimat satu pokok pikiran, satu alinea satu pokok masalah.
- b. *Gunakan bahasa biasa dan mudah dipahami*: Artinya jangan terlalu banyak menggunakan kata dan istilah asing dan terlalu teknis. Sebaiknya gunakan bahasa yang populer.
- c. *Gunakan bahasa sederhana dan jernih penyuaaraannya*: Artinya tidak bertele-tele.
- d. *Gunakan bahasa tanpa kalimat majemuk*.
- e. *Gunakan kalimat aktif, sejauh mungkin hindari kalimat pasif*.
- f. *Gunakan bahasa padat dan kuat*.
- g. *Gunakan bahasa positif bukan negatif*.

Hemingway berprinsip bahwa singkat itu lebih padat dan kuat, *less is more*. Memang betul, dalam bahasa Inggris dikenal anekdot “*more to say nothing*”, yang berarti banyak itu tidak berkata apa-apa alias kosong. Dari prinsip inilah dikenal istilah ekonomi kata (*word economy*).²⁹

5.2.2. Kesalahan dalam Penggunaan Bahasa Jurnalistik

Dalam penulisannya, bahasa jurnalistik harus memberikan atensi terhadap pemakaian bahasa Indonesia yang baik dan benar. Sekalipun tidak sepenuhnya dilakukan, bahasa jurnalistik harus tetap menjunjung tinggi bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional. Dengan begitu, bahasa jurnalistik akan terhindar dari praktik kesalahan berbahasa yang tidak perlu. Komitmen bahasa jurnalistik untuk menghindari kesalahan berbahasa harus menjadi prioritas karena bahasa merupakan kekuatan utama dari jurnalistik. Tanpa meninggalkan substansi pemberitaan, bahasa jurnalistik tetap harus mengacu pada kaidah bahasa Indonesia yang baik dan benar.³⁰

Menurut Stanley, pendiri *Analisis Jurnalis Independen* (AJI), terdapat beberapa kesalahan bahasa jurnalistik dalam pemberitaan, antara lain:

1. Kesalahan Morgologi

Kesalahan ini sering terjadi pada judul berita surat kabar ataupun majalah yang memakai kalimat aktif.

²⁹ Sedia Wilang Barus. *Jurnalistik Petunjuk Teknis Menulis Berita*. Penerbit Erlangga 2010. h. 214

³⁰ Syarifudin Yunus. *Jurnalistik Terapan...* h.84

2. Kesalahan Sintaksis

Kesalahan pemakaian tata bahasa atau struktur kalimat yang kurang benar yang mengacaukan makna.

3. Kesalahan Kosakata

Kesalahan ini sering dilakukan dengan alasan kesopanan (*eufemisme*) atau meminimalkan dampak buruk pemberitaan.

4. Kesalahan Ejaan

Kesalahan ini banyak terjadi disurat kabar atau majalah.

5. Kesalahan Pemenggalan

Kesalahan ini terjadi dalam pemenggalan kata atau kalimat yang berganti kolom sehingga terkesan main penggal.

Untuk menghindari kesalahan seperti di atas, gunakan bahasa jurnalistik yang baik dan benar, baik dalam penulisan paragraf ataupun judul, setidaknya perhatikan:

- a. Penggunaan kata ganti.
- b. Penggunaan gagasan antara induk kalimat dan anak kalimat.
- c. Penggunaan kalimat yang panjang, dapat membuat arti kalimat menjadi rancu.
- d. Penggunaan kata subyek, predikat, obyek, dan keterangan menjadi sebuah kalimat pendek sehingga lebih praktis dan tidak membuat kalimat menjadi berbunga-bunga.³¹

5.3. Bahasa Jurnalistik Di Media Cetak

Implementasi karakteristik bahasa jurnalistik yang bersifat singkat, artinya bahasa jurnalistik harus menghindari penjelasan yang panjang dan bertele-tele, misalnya:

Blair tidak perlu mundur, Angka-angka itu diperoleh dari jajak pendapat YouGov- yang diadakan sehari setelah pemeriksaan hukum atas kematian David Kelly diistirahatkan selama 10 hari untuk memberikan kesempatan kepada hakim Lord hutton menentukan saksi-saksi mata yang harus dipanggil untuk pemeriksaan silang yang memperlihatkan responden lebih menentang Blair daripada mendukungnya.

(*Kompas*. judul “Seruan pada Blair untuk Mundur makin Kuat”)

Akan lebih baik jika dibuat dalam beberapa kalimat, misalnya:

Angka-angka itu diperoleh dari jajak pendapat YouGov, memperlihatkan responden lebih menentang Blair daripada mendukungnya. Jajak pendapat yang

³¹ Eni Setiani. *Ragam Jurnalistik Baru dalam Pemberitaan...* h.

diadakan sehari setelah pemeriksaan hukum atas kematian David Kelly diistirahatkan selama 10 hari untuk memberikan kesempatan kepada hakim Lord Hutton menentukan saksi-saksi mata yang harus dipanggil untuk pemeriksaan silang.

Implementasi bahasa karakteristik bahasa jurnalistik yang bersifat padat, artinya bahasa jurnalistik yang singkat itu harus mampu menyampaikan informasi yang lengkap. Semua diperlukan pembaca sudah tertampung didalamnya dengan menerapkan prinsip 5W (Who, What, Where, When, Why) + 1 H (How), membuang kata-kata mubazir dan menerapkan ekonomi kata, misalnya:

Gubernur Papua J.P Salossa mengatakan, kasus kelaparan di kabupaten Yahukimo bukan kasus luar biasa. Menurut dia, kerawanan pangan di Yahukimo sering terjadi karena sejumlah hal, seperti kondisi yang tidak memungkinkan untuk menanam tanaman pangan.

(*Koran Tempo* 11 Desember 2005, hlm 1)

Implementasi bahasa karakteristik bahasa jurnalistik yang bersifat sederhana, artinya bahasa jurnalistik sedapat-dapatnya memilih kalimat tunggal dan sederhana, bukan kalimat majemuk yang panjang, rumit, dan kompleks. Kalimat yang efektif, fraktis sederhana pemakaian kalimatnya, tidak berlebihan pengungkapannya (bombastis), misalnya:

Hadirnya UU system keolahragaan nasional membuat sebagian besar kabid Organisasi KONI daerah dan PB/PP yang mengikuti rapat kerja sehari (24 September) bidang organisasi di KONI pusat yang dihadiri seperti lesu dasar menanggapi bahasan materi tentang penyempurnaan AD/ART KONI pusat, penyelenggaraan PON, serta Olympic Solidarity.

(*Kompas* 7 Oktober 2005 hlm 42, “Jangan Malu untuk Berkaca”)

Contoh berita di atas dapat dibuat lebih sederhana:

UU system keolahragaan nasional membuat lesu darah 32 Konida dan 30 pengurus induk organisasi yang hadir pada rapat kerja bidang Organisasi KONI Pusat 24 September, mereka tak berminat membahas penyempurnaan AD/ART KONI Pusat, penyelenggaraan PON, dan Olympic Solidarity.

Implementasi bahasa karakteristik bahasa jurnalistik yang bersifat lugas, artinya bahasa jurnalistik mampu menyampaikan pengertian atau makna informasi secara langsung dengan menghindari bahasa-bahasa yang berbunga-bunga, misalnya:

Kepala Kepolisian Republik Indonesia Jendral SUSANTO membantah berita bahwa jajarannya mengawasi gerak-gerik pesantren di Indonesia untuk mencegah terorisme. Dengan wajah geram, Susanto mengungkapkan kekecewaannya karena merasa media terus mengekspos perihal rencana polisi yang ingin mengambil sidik jari santri sebagai bentuk pengawasan. “kami tidak pernah mengusulkannya,” kata Susanto...

(*Koran Tempo*, 12 Desember 2005, hlm. A5, “Kepala Polisi Membantah Awasi Pesantren”)

Implementasi bahasa karakteristik bahasa jurnalistik yang bersifat menarik, artinya bahasa jurnalistik harus menggunakan pilihan kata yang masih hidup, tumbuh dan berkembang. Menghindari kata-kata yang sudah mati, misalnya:

Dering telpon seluler itu sejenak mengganggu konsentrasi Soekotjo Soeparto, anggota komisi Yudisial. Apalagi, dilayar tak muncul nomor dan penelpon. “Saya Probusutedjo,” si penelpon memperkenalkan diri. “Saya dengar puitisan sudah keluar, saya tak menyangka begitu cepat,”. Pembicarapun berlanjut. “Intinya, probo mengadu dan meminta komisi Yudisial mendukungnya,” kata Soekotjo....

(*MajalahTempo*, 11 Desember 2005, hlm. 104)

Implementasi bahasa karakteristik bahasa jurnalistik yang bersifat jelas, artinya bahasa jurnalistik harus menyampaikan informasi yang mudah dipahami oleh khalayak umum (pembaca). Struktur kalimatnya tidak menimbulkan penyimpangan/pengertian makna berbeda, menghindari ungkapan bersayap atau bermakna ganda (ambigu). Oleh karena itu seyogianya bahasa jurnalistik menggunakan kata-kata yang bermakna denotatif, misalnya:

Ribuan petak sawah di beberapa Kabupaten Pacitan terendam air akibat hujan deras sekitar 10 jam. Hujan tersebut juga mengakibatkan tanggul sungai di tiga titik jebol, ratusan rumah penduduk tergenang air, dan beberapa tempat longsor. Tidak ada korban jiwa dalam peristiwa ini.

(*Kompas* 12 Desember 2005, hlm.15, “Ribuan Petak Sawah di Pacitan Terendam”)

Dalam mengimplementasikan ke-6 prinsip tersebut Suroso (2001) pada KIPBIPA IV memberikan pandangan bahwa dalam penerapannya tentunya diperlukan latihan berbahasa tulis yang terus-menerus, melakukan penyuntingan yang tidak pernah berhenti. Dengan berbagai upaya pelatihan dan penyuntingan, barangkali akan bisa diwujudkan kegiatan jurnalis untuk menyajikan ragam bahasa jurnalistik yang memiliki rasa dan memuaskan³².

³² Aryusmar, “Karakteristik Bahasa Jurnalistik dan Penerapannya pada Media Cetak” Vol.2 No.2, Oktober 2011

5.4. Bahasa Jurnalistik Televisi

Karakteristik media televisi menentukan karakteristik bahasa jurnalistik televisi. Karakteristik televisi sangat jelas tercermin pada bagian *News Productionnya* yang harus menggunakan bahasa tutur, bahasa gambar, menuliskan tentang gambar dan atau melaporkan tentang gambar. Melvin Mencher dalam buku *News Reporting and Writing (1997)* merumuskan karakteristik bahasa jurnalistik televisi seperti berikut:

1. Menggunakan bahasa sehari-hari.
2. Menggunakan kalimat-kalimat pendek.
3. Setiap kalimat mengandung satu ide.
4. Membatasi narasi atau berita hanya pada satu tema utama.³³

5.5. Bahasa Jurnalistik Radio

Karena media radio adalah media bunyi, maka bahasa yang digunakan dalam siaran radio adalah bahasa lisan atau bahasa yang menggunakan ragam tutur. Ini berarti juga bahasa untuk berita radio adalah bahasa tutur, bahasa yang diucapkan, atau bahasa yang menggunakan ragam lisan, bahasa untuk didengar.

5.6. Bahasa Indonesia Untuk Siaran Radio

Berangkat dari ketentuan dasar bahwa berita radio memiliki ciri khusus: singkat, padat, dan jelas, maka bahasa Indonesia yang digunakan dalam menyusun berita radio juga harus tetap diselaraskan dengan ketentuan ini. Namun harus diingat, menyusun sebuah berita yang singkat, padat dan jelas bukanlah hal yang mudah. Dengan berpegang pada kaidah-kaidah bahasa Indonesia yang baik dan benar, seorang redaktur, wartawan, dan penyiar senantiasa dituntut untuk menggabungkan kedua tuntutan ini pada saat menjalankan tugas-tugas jurnalistiknya.³⁴

³³ Adi Badjuri. *Jurnalistik Televisi*. (Yogyakarta: Graha Ilmu 2010) h.56,57

³⁴ Hasan Asy'ari Oramahi. *Jurnalistik Radio Kiat Menulis Berita Radio*. Penerbit Erlangga 2012. h.102

BAB VI. JURNALISTIK PADA BERBAGAI JENIS MEDIA MASSA

6.1. Profesi Pada Media Massa

Awalnya Jurnalistik merupakan kepandaian praktis, tetapi dalam perkembangannya, sekarang Jurnalistik telah digolongkan sebagai salah satu profesi. Penggolongan ini dikaitkan dengan peranan, fungsi dan tanggung jawab jurnalis atau repoter/wartawan yang memerlukan pendidikan khusus dan keahlian teknis. Dalam pencarian dan penulisan berita, jurnalis atau wartawan harus mengetahui perbedaan peran dan juga penekanan berita pada berbagai jenis media komunikasi massa, antara lain radio, televisi, surat kabar³⁵. Seiring dengan perkembangannya, maka di jenjang pendidikan yang lebih tinggi sekalipun juga terdapat Mata kuliah Jurnalistik, yaitu mata kuliah yang menjelaskan tentang dasar-dasar jurnalistik dalam pers dengan standart kompetensi dapat memahami teori dasar Jurnalistik. Adapaun kompetensi dalam mata kuliah jurnalisik yaitu mahasiswa bisa menggunakan bahasa pers, dan memfiksasikan menjadi sebuah karya jurnalistik. Mata kuliah jurnalistik yang diberikan ini menjadi penting untuk mahasiswa, selain sebagai keilmuan juga sebagai bekal ketika bergerak di bidang industri media khususnya jurnalistik, baik sebagai jurnalis media cetak maupun elektronik.

Beberapa posisi dalam dunia jurnalis :

1. *Writer*, yaitu bertugas menulis liputan (merekam secara audio sebelum kemudian ditulis ulang)
2. Fotografer, yaitu bertugas merekam video liputan
3. Reporter, yaitu bertugas menyampaikan liputan secara *live* atau tidak, bisa dalam bentuk gambar dan suara di depan kamera, video juga bisa dalam bentuk suara saja di depan alat perekam suara atau alat *live* suara.
4. Editor, yaitu bertugas mengedit hasil liputan wartawan sesuai dengan konsep pemberitaan sebuah perusahaan media.
5. Desainer Grafis, yaitu bertugas mengatur atau membuat desain grafis, seperti sampul majalah, *lay out* / desain setiap halaman membuat ilustrasi³⁶

Banyak hal yang telah ikut mengubah jurnalisme, salah satunya adalah revolusi industry teknologi yang meningkatkan ukuran, kecepatan, dan efesiensi media cetak seperti Koran

³⁵ *Ibid*, h, 19.

³⁶ Abdi Fauji Hadiono, “*Jurnalistik Dan Minat Mahasiswa*”, Vol. 9.No. 1. 2017. h, 4-5.

sehingga yang semula hanya merupakan bahan bacaan massal, menelan biaya tinggi dan bersifat impersonal. Jumlah nama Koran kian sedikit, dan ukuran atau volumenya berlipat ganda. Banyak faktor yang menentukan sukses-tidaknya sebuah Koran, dan harus di dukung oleh staf besar dengan aneka keahlian. Singkatnya Koran telah melembaga.

Perubahan berikutnya adalah kualifikasi insan pers itu sendiri. Kini kebanyakan editor dan reporter mengenyam pendidikan tinggi, terutama dari sekolah-sekolah tinggi jurnalistik yang mulai bermunculan di awal abad 20. Asosiasi Profesi seperti American Newspaper Guild yang terbentuk di tahun 1930-an bercita-cita meningkatkan status profesional insan pers. Salah satu cara yang ditempuh adalah meningkatkan bekal pendidikan para jurnalis tersebut.³⁷

6.2. Perkembangan Jurnalistik Era Modern

Perkembangan media baru sebenarnya merujuk kepada sebuah perubahan dalam proses produksi media, distribusi dan penggunaan. Media baru tidak terlepas dari key term seperti *digitaly*, *interactivity*, *hypertextuality*, *dispersal* dan *virtuality*. Dalam konsep digitaly semua proses media digital diubah ke dalam bilangan, sehingga keluarnya dalam bentuk sumber online, digital disk, atau memory drives yang akan diubah dan diterima dalam layar monitor atau dalam bentuk hard copy. Konsep *interactivity* merujuk kepada adanya kesempatan dimana teks dalam media baru mampu memberika user untuk “*write back into the text*”. Sedangkan konsep *dispersal* media baru lebih kepada proses produksi dan distribusi media menjadi *decentralized* dan mengandalkan keaktifan individu. Batasan new media sering disamakan dengan digital media yang semestinya new media lebih pada konteks budaya kontemporer dan praktik media daripada seperangkat teknologi itu sendiri.

Pemerintah Indonesia telah memutuskan bahwa implementasi sistem TV digital menggunakan sistem *Digital Video Broadcasting Terrestrial* sebagai standar nasional Indonesia. Sementara industri radio, karena teknologi FM radio dianggap sudah cukup memiliki kualitas dan efisiensi yang baik. Teknologi radio FM tetap akan bertahan sampai belasan tahun ke depan. Sehingga penggunaan teknologi DAB yang dikembangkan lebih merupakan penyeimbang teknologi DVB-T sebagaimana sudah diimplementasikan di lebih dari 40 negara, khususnya Negara-negara Eropa. Teknologi DAB bila dikembangkan menggunakan teknologi DMB, yaitu dengan menambahkan DMB multimedia prosesor, akan

³⁷ Wiliam L. Rivers, *Media massa dan Masyarakat Modern*, (Jakarta, PT Kencana, 2008), h, 15.

mampu menyiarkan konten gambar bergerak, seperti informasi cuaca, peta jalan, *video clip*, dan film sebagaimana yang terjadi di industri televisi.³⁸

Seorang Jurnalis TV ini sendiri juga harus memahami betul kriteria berita dan nilai berita sebelum mencari dan menulis berita tanpa memahaminya maka berita yang akan dicari dan disajikan belum tentu berguna dan menarik bagi pemirsa. Apalagi setiap hari dunia ini dipenuhi dengan ragam berita. bagaimana mungkin berita yang banyak itu kita cari lalu disajikan semuanya kepada pemirsa bukankah sebagai jurnalis kita memiliki keterbatasan?. Nah, untuk itu kita harus memilihnya sesuai dengan nilai berita dan karakteristik pemirsa TV.

Berita TV bukan hanya sekedar melaporkan tulisan/narasi, tetapi juga gambar, baik gambar diam seperti foto, gambar peta, grafis, maupun film berita yakni rekaman peristiwa yang menjadi topik berita dan mampu memikat pemirsa. Bagi berita TV, gambar adalah primadona atau paling utama daripada narasi. Jika gambar berita yang disajikan mampu bercerita banyak, maka narasi hanya sebagai penunjang saja. Berita TV tanpa gambar tidak ubahnya dengan berita radio.³⁹

³⁸ Ido Perjana Hadi” *Perkembangan Teknologi Komunikasi Dalam Era Jurnalistik Moder*”. Vol. 3 No. 1, Januari 2009, h, 69-84.

³⁹ Arifin S Harahap, *Jurnalistik Televisi*, (Jakarta, PT Macanan Jaya Cemerlang: 2006), h, 2-4.

BAB VII. JURNALISME ONLINE

7.1. Jurnalisme Online dan Tradisional

Jurnalisme online menjadi berbeda dengan jurnalisme tradisional yang sudah dikenal sebelumnya (cetak, radio, TV) bukan semata-mata karena dia mengambil venue yang berbeda; melainkan karena jurnalisme ini dilangsungkan di atas sebuah media baru yang mempunyai karakteristik yang berbeda -baik dalam format, isi, maupun mekanisme dan proses hubungan penerbit dengan pengguna atau pembacanya.

Jurnalisme online lahir pada tanggal 19 Januari 1998, ketika Mark Drugle membeberkan cerita perselingkuhan Presiden Amerika Serikat Bill Clinton dengan Monica Lewinsky atau yang sering disebut monicagate. Ketika itu Drugle berbekal sebuah laptop dan modem, menyiarkan berita tentang monicagate melalui internet. Semua orang yang mengakses internet segera mengetahui rincian cerita monicagate.

Sedangkan di Indonesia, Jurnalisme Online kebanyakan lahir pada saat jatuhnya pemerintahan Suharto di tahun 1998, dimana alternatif media dan breaking news menjadi komoditi yang dicari banyak pembaca. Dari situlah kemudian tercetus keinginan membentuk berbagai jurnalisme online.⁴⁰

Detik.com barangkali merupakan media online Indonesia pertama yang di garap secara serius. Tidak heran karena pendirinya kebanyakan dari media, Budiono Darsono (eks wartawan Detik), Yayan Sopyan (eks wartawan Detik), Abdul Rahman (mantan wartawan Tempo), dan Didi Nugraha. Server detik.com sebetulnya sudah siap diakses pada 30 Mei 1998, namun mulai online dengan sajian lengkap pada 9 Juli 1998. Jadi tanggal 9 Juli ditetapkan sebagai hari lahir Detik.com.

Detik.com yang update-nya tidak lagi menggunakan karakteristik media cetak yang harian, mingguan, bulanan. Yang dijual detik.com adalah breaking news. Dengan bertumpu pada tampilan apa adanya detik.com menjadi media jurnalisme online pertama yang melesat sebagai situs informasi digital paling populer di kalangan pengguna internet Indonesia.

Masa awal detik.com lebih banyak terfokus pada berita politik, ekonomi, dan teknologi informasi. Baru setelah situasi politik mulai reda dan ekonomi mulai membaik, detik.com memutuskan untuk juga melampirkan berita hiburan, dan olahraga. Media online detik.com di Indonesia yang telah sukses menyajikan ragam berita, selain itu kantor berita Nasional Antara

⁴⁰*Ibid.*, hlm. 3

juga menggunakan teknologi internet. Seiring berjalannya waktu, media online mulai bermunculan seperti *astaga.com*, *satunet.com*, *suratkabar.com*, *berpolitik.com*, dan *ok-zone.com*. Dengan lahirnya media online maka media cetakpun tidak mau kalah, dengan dua penyajian media cetak dan media online seperti *kompas.com*, *temporaktif.com*, *republika.com*, *pikiran-rakyat.com*, *klik-galamedia.com*, dan masih banyak lagi. Itu adalah langkah baru berkembangnya teknologi yang telah melahirkan jurnalisme online.

7.2. Pengertian Jurnalisme Online

Jurnalistik Online (Online Journalism) disebut juga *cyber journalism*, *jurnalistik internet*, dan *jurnalistik web* (*web journalism*) merupakan “generasi baru” *jurnalistik* setelah *jurnalistik konvensional* (*jurnalistik media cetak*, seperti *suratkabar*) dan *jurnalistik penyiaran* (*broadcast journalism-radio dan televisi*).⁴¹ Kini, *jurnalistik* juga berlaku di internet atau media online sehingga melahirkan “ilmu baru” bernama *jurnalistik online* (*online journalism*). Istilah lainnya:

1. *Internet Journalism* (*jurnalistik internet*)
2. *Website Journalism* (*jurnalistik webiste*)
3. *Digital Journalism*
4. *Daring Journalism*
5. *Headline Journalism* (*jurnalistik judul*)⁴².

Jurnalistik Online bahkan cepat berkembang dengan memunculkan “*jurnalistik baru*” yang masih dalam lingkup *jurnalistik online*: *mobile journalism*, yaitu aktivitas *jurnalistik* melalui *mobile device*, *mobile phone*, *smarphone*, *tablet computer*, dan sebagainya. *Mobile Journalism* kian mempercepat proses penulisan dan penyebar luasan berita di media online. Wartawan bisa melaporkan peristiwa (menulis berita) kapan dan di mana saja, bahkan saat sebuah peristiwa sedang berlangsung. *Jurnalistik Online* juga memperkuat atau menumbuhkan kembangkan *jurnalisme warga* (*citizen journalism*) dengan memanfaatkan *blog* atau media sosial (*socialmedia*). *Jurnalistik* dipahami sebagai proses *peliputan*, *penulisan*, dan *penyebar luasan informasi* (aktual) atau *berita* melalui media massa. Secara ringkas dan praktis, *jurnalistik* bisa diartikan sebagai “*memberitakan sebuah peristiwa*”. *Online* sebagai keadaan *konektivitas* (*ketersambungan*) mengacu kepada internet atau *world wide web* (*www*). *Online* merupakan bahasa internet yang berarti “*informasi dapat diakses dimana saja dan kapan saja*”

⁴¹ M. Romli Asep Syamsul, *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*, (Bandung. Nuansa Cendikia, 2012), hal.11

⁴² Ermanto, *Wawasan Jurnalistik Praktis*, (Yogyakarta: Cinta Pena, 2005), hal.85

selama ada jaringan internet (konektivitas). Website atau site (situs) adalah halaman yang mengandung konten (media), termasuk teks, video, audio, dan gambar. Website bisa diakses melalui internet dan memiliki alamat internet yang dikenal dengan URL (Uniform Resource Locator) yang berawalan www atau http:// (hypertext Transfer Protocol).

Dari pengertian ketiga kata tersebut, jurnalistik online dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian informasi melalui media internet, utamanya website. Karena merupakan perkembangan baru dalam dunia media, website pun dikenal juga dengan sebutan “media baru” (new media). Hal baru dalam “new media” antara lain informasi yang tersaji bisa diakses atau dibaca kapan saja dan dimana pun, di seluruh dunia, selama ada komputer dan perangkat lain yang memiliki koneksi internet. Kini, setiap orang bisa menjadi wartawan, dalam pengertian meliput peristiwa dan melaporkannya melalui internet.⁴³

Jurnalisme online adalah proses penyampaian informasi atau pesan yang menggunakan internet sebagai mediana sehingga mempermudah jurnalis dalam melakukan tugasnya⁴⁴. Selama ini sadar atau tidak kita hanya memahami online dalam artian ditampilkan di sebuah situs web. Padahal 'online' mencakup berbagai tempat perkara (venue): web, email, bulletin board system (BBS), IRC, dan lainnya. Tapi tentu bukan tanpa alasan bahwa kebanyakan jurnalisme online saat ini diselenggarakan di web.

Dari sekian venue di Internet, web merupakan venue yang memungkinkan penyelenggara jurnalisme online untuk menyediakan isi dengan features yang sangat kaya dengan cara paling gampang. Namun, ini tidak berarti bahwa tak ada venue lain yang dapat dipakai untuk menyelenggarakan jurnalisme online di Internet.

Jurnalisme online menjadi berbeda dengan jurnalisme tradisional yang sudah dikenal sebelumnya (cetak, radio, TV) bukan semata-mata karena dia mengambil venue yang berbeda; melainkan karena jurnalisme ini dilangsungkan di atas sebuah media baru yang mempunyai karakteristik yang berbeda -baik dalam format, isi, maupun mekanisme dan proses hubungan penerbit dengan pengguna atau pembacanya.

Jurnalisme online lahir pada tanggal 19 januari 1998, ketika Mark Drugle membeberkan cerita perselingkuhan Presiden Amerika Serikat Bill Clinton dengan Monica Lewinsky atau yang sering disebut monicagate. Ketika itu Drugle berbekal sebuah laptop dan

⁴³ *Ibid*, hal.12-13

⁴⁴ Jurnal Komunikasi, Aghna R. S Adzkie, Praktik Multimedia dalam jurnalisme online di Indonesia

modern, menyiarkan berita tentang monicagate melalui internet. Semua orang yang mengakses internet segera mengetahui rincian cerita monicagate.⁴⁵

7.3. Kode Etik Jurnalisme Online

Nicholas Johnson mantan Komisioner Komisi Komunikasi Amerika Serikat (AS) dan penulis buku *How to Talk Back to Your Television Set* yang juga Dosen Ilmu Hukum di Iowa College of Law (AS), memberikan catatan hal-hal mendasar tentang kode etik dalam penulisan jurnalistik online⁴⁶:

- a) Dilarang menyerang kepentingan individu, pencemaran nama baik, pembunuhan karakter atau reputasi seseorang.
- b) Dilarang menyebarkan kebencian, rasialis, dan mempertentangkan ajaran agama.
- c) Larangan menyebarkan hal-hal tidak bermoral, mengabaikan kaidah kepatutan menyangkut seksual yang menyinggung perasaan umum, dan perundungan seksual terhadap anak-anak.
- d) Dilarang menerapkan kecurangan dan tidak jujur, termasuk menyampaikan promosi atau iklan palsu.
- e) Larangan melanggar dan mengabaikan hak cipta (copyright) dan Hak Atas Karya Intelektual (HAKI, atau Intellectual Property Right/IPR).

Sementara itu, Cuny Graduate School of Journalism yang didukung Knight Foundation melalui halamannya di <http://www.kcnn.org> mencatat 10 langkah utama bagi cyber journalist termasuk kalangan citizen journalist dan blogger supaya terhindar dari masalah hukum, yakni:

- 1) Periksa dan periksa ulang fakta,
- 2) Jangan gunakan informasi tanpa sumber yang jelas.
- 3) Perhatikan kaidah hukum
- 4) Pertimbangkan setiap pendapat,
- 5) Utarakan rahasia secara selektif,
- 6) Hati-hati terhadap apa yang diutarakan,
- 7) Pelajari batas daya ingat,
- 8) Jangan lakukan pelecehan,
- 9) Hindari konflik kepentingan,
- 10) Peduli nasehat hukum.

⁴⁵ Nuruddin, *Jurnalisme Masa kini*

⁴⁶ Riris Loisa, Eko Harry Susanto, Ahmad Junaidi. *Jurnalisme Media Siber*

7.4. Jenis Jurnalisme Online

7.4.1. Mainstream News sites

Bentuk media berita online yang paling tersebar luas adalah situs mainstream news. Situs ini menawarkan pilihan editorial content, baik yang disediakan oleh media induk yang terhubung (linked) dengannya atau memang sengaja diproduksi untuk versi Web. Tingkat komunikasi partisipatorisnya adalah cenderung tertutup atau minimal. Contoh: situs CNN, BBC, MSNBC, serta berbagai surat kabar online. Situs berita semacam ini pada dasarnya tak punya perbedaan mendasar dengan jurnalisme yang diterapkan di media cetak atau siaran, dalam hal penyampaian berita, nilai-nilai berita, dan hubungan dengan audiences. Di Indonesia, yang sepadan dengan ini adalah detik.com, Astaga.com, atau Kompas Cyber Media.

7.4.2. Index dan Category sites

Jenis jurnalisme ini sering dikaitkan dengan mesin pencari (search engines) tertentu (seperti Altavista atau Yahoo), perusahaan riset pemasaran (seperti Moreover) atau agensi (Newsindex), dan kadang - kadang bahkan individu yang melakukan usaha (Paperboy). Di sini, jurnalis online menawarkan links yang mendalam ke situs-situs berita yang ada di manapun di World Wide Web. Links tersebut kadang-kadang dikategorisasi dan bahkan diberi catatan oleh tim editorial. Situs-situs semacam ini umumnya tidak menawarkan banyak editorial content yang diproduksi sendiri, namun terkadang menawarkan ruang untuk chatting atau bertukar berita, tips dan links untuk publik umum.

7.4.3. Meta dan Comment sites

Ini adalah situs tentang media berita dan isu-isu media secara umum. Kadang-kadang dimaksudkan sebagai pengawas media (misalnya: Mediachannel, Freedomforum, Poynter's Medianews). Kadang - kadang juga dimaksudkan sebagai situs kategori dan indeks yang diperluas (seperti: European Journalism Center Medianews, Europemedia). Editorial contentnya sering diproduksi oleh berbagai jurnalis dan pada dasarnya mendiskusikan content lain, yang ditemukan di manapun di Internet. Content semacam itu didiskusikan dalam kerangka proses produksi media. "Jurnalisme tentang jurnalisme" atau meta-journalism semacam ini cukup menjamur.

7.4.4. Share dan Discussion sites

Ini merupakan situs-situs yang mengeksploitasi tuntutan publik bagi konektivitas, dengan menyediakan sebuah platform untuk mendiskusikan content yang ada di manapun di Internet. Dan kesuksesan Internet pada dasarnya memang disebabkan karena publik ingin berkoneksi atau berhubungan dengan orang lain, dalam tingkatan global yang tanpa batas. Situs

semacam ini bisa dibilang memanfaatkan potensi Internet, sebagai sarana untuk bertukar ide, cerita, dan sebagainya. Kadang-kadang dipilih suatu tema spesifik, seperti: aktivitas anti-globalisasi berskala dunia (situs Independent Media Centers, atau umumnya dikenal sebagai Indymedia), atau berita-berita tentang komputer (situs Slashdot).⁴⁷

7.5. Karakteristik Jurnalisme Online

Karakteristik jurnalistik online sekaligus menjadi keunggulannya, dikemukakan James C. Foust :

1. Audience Control

Kendali pembaca. Jurnalistik online memungkinkan pembaca (*user/visitor*) leluasa dalam memilih berita yang diinginkan. Mereka bisa pindah dengan cepat dari satu berita ke berita lain atau darisatu portal berita ke website lain.

2. Nonlienarity

Jurnalistik online memungkinkan setiap berita yang disampaikan dapat berdiri sendiri sehingga pembaca tidak harus membaca secara berurutan. Pembaca bisa memulai dengan berita terbaru, bahkan bisa mulai dengan berita yang diposting satu-dua tahun lalu.

3. Storage and retrieval

Online jurnalisme memungkinkan berita tersimpan, terarsipkan, atau terdokumentasikan dan diakses kembali dengan mudah oleh pembaca.

4. Unlimited Space (Ruang tanpa batas)

Jurnalistik online relatif tanpa ada batasan jumlah berita atau informasi yang akan dipublikasikan, juga relatif tanpa batasan jumlah huruf dan kata/kalimat. Berbeda dengan media cetak yang dibatasi kolom/halaman atau radio/televisi yang dibatasi durasi (waktu).

5. Immediacy (Kesegeraan, kecepatan)

Jurnalisme online memungkinkan informasi dapat disampaikan secara cepat dan langsung kepada pembaca. Internet adalah medium tercepat untuk menyebarkan informasi.

⁴⁷ *Ibid*, hal.14

6. Multimedia Capability (Kemampuan multimedia)

Jurnalisme online memungkinkan berita disampaikan tidak hanya dalam format teks, tapi juga bisa dilengkapi audio dan video.

7. Interactivity (Interaktivitas)

Jurnalisme online memungkinkan adanya peningkatan partisipasi pembaca dalam setiap berita, dengan adanya kolom komentar dan/atau fasilitas media sosial yang memungkinkan pembaca menyebarkan/membagi (share) berita di akun media sosial⁴⁸

7.6. Keunggulan jurnalisme online

Karakteristik jurnalisme online yang paling terasa meski belum tentu disadari adalah kemudahan bagi penerbit maupun pemirsa untuk membuat peralihan waktu penerbitan dan pengaksesan. Penerbit online bisa menerbitkan maupun mengarsip artikel-artikel untuk dapat dilihat saat ini maupun nanti. Ini sebenarnya dapat dilakukan oleh jurnalisme tradisional, namun jurnalisme online dimungkinkan untuk melakukannya dengan lebih mudah dan cepat.

Beberapa karakteristik dari jurnalisme online dibandingkan ”jurnalisme konvensional” (cetak/elektronik) adalah sebagai berikut:⁴⁹

1. Real Time

Karakteristik jurnalisme online yang paling populer adalah sifatnya yang real time. Berita, kisah-kisah, peristiwa-peristiwa, bisa langsung dipublikasikan pada saat kejadian sedang berlangsung. Ini barangkali tidak terlalu baru untuk jenis media tradisional lain seperti TV, radio, telegraf, atau teletype.

2. Penerbit

Namun dari sisi penerbit sendiri, mekanisme publikasi real time itu lebih leluasa tanpa dikerangkengi oleh periodisasi maupun jadwal penerbitan atau siaran: kapan saja dan dimana saja selama dia terhubung ke jaringan Internet maka ia mampu mempublikasikan berita, peristiwa, kisah-kisah saat itu juga. Inilah yang memungkinkan para pengguna atau pembaca untuk mendapatkan informasi mengenai perkembangan sebuah peristiwa dengan lebih sering dan terbaru.

⁴⁸C. Foust James, *Online Journalism. Principles and Practices of News for The Web.*, (Holcomb Hathaway Publisher, 2005), hal.20

⁴⁹Indah Suryawati, *Jurnalistik Suatu Pengantar*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 22

3. Unsur-unsur Multimedia

Menyertakan unsur-unsur multimedia adalah karakteristik lain jurnalisme online, yang membuat jurnalisme ini mampu menyajikan bentuk dan isi publikasi yang lebih kaya ketimbang jurnalisme di media tradisional. Karakteristik ini, terutama sekali, berlangsung pada jurnalisme yang berjalan di atas web.

4. Interaktif

Selain itu, jurnalisme online dapat dengan mudah bersifat interaktif. Dengan memanfaatkan hyperlink yang terdapat pada web, karya-karya jurnalisme online dapat menyajikan informasi yang terhubung dengan sumber-sumber lain. Ini berarti, pengguna atau pembaca dapat menikmati informasi secara efisien dan efektif namun tetap terjaga dan didorong untuk mendapatkan pendalaman dan titik pandang yang lebih luas, bahkan sama sekali berbeda.

5. Tidak membutuhkan organisasi resmi

Berikut legal formalnya sebagai lembaga pers, bahkan dalam konteks tertentu organisasi tersebut dapat dihilangkan.

Interaktivitas jurnalisme online tentu bukan hanya didukung oleh kemampuan teknologi Internet dalam menyediakan hyperlink. Teknologi Internet juga membuka peluang kepada para jurnalis online untuk menyediakan features yang memungkinkan sajiannya bersifat customized, tersaji sesuai dengan preferensi masing-masing pengguna atau pembacanya; yang memungkinkan para pengguna atau pembaca berinteraksi dengan lebih cepat, lebih sering, lebih intens dengan sesama pengguna atau pembaca, narasumber, bahan-bahan berita, dan jurnalisnya sendiri. Ujung-ujungnya, jurnalisme online mampu membangun hubungan yang partisipatif dengan pemirsanya.

Dari karakteristik-karakteristik diatas tersirat bahwa jurnalisme online membutuhkan penanganan yang berbeda dalam penyelenggaraannya dan dinikmati dengan cara yang berbeda oleh para pengguna atau pemirsanya ketimbang jurnalisme tradisional.

Dalam jurnalisme tradisional, tata-tutur informasi misalnya, disajikan secara linear kepada para pembaca atau pemirsanya. Pemirsa atau pembaca jurnalisme tradisional tidak bisa tidak harus mengikuti urutan informasi yang telah ditentukan sebelumnya oleh penerbitnya: Dari kisah satu ke kisah kedua lalu ke kisah ketiga dan seterusnya tanpa bisa melakukan lompatan.

Tapi dalam jurnalisme online, tata-tutur informasi dapat disajikan sedemikian rupa secara non-linear untuk mengakomodasi 'kebebasan' pengguna atau pemirsanya: Anda dapat mulai menikmati publikasi online dari kisah terakhir lalu melompat ke kisah sebelumnya atau ke kisah yang pernah dipublikasi sekian tahun sebelumnya, bahkan ke sumber informasi yang sama sekali lain di tengah-tengah proses penikmatan informasi.

Apa yang disebut 'kebebasan memilih' dalam media online, sebetulnya bukanlah sebuah kebebasan pilihan yang sejati melainkan ilusi memilih; sebab pada dasarnya jurnalis atau penerbit online telah terlebih dahulu menentukan opsi-opsinya (dalam prakteknya dapat berupa rujukan dengan menggunakan hyperlink). Inilah salah satu aspek yang membuat jurnalisme online dapat menyajikan informasi lebih kaya ketimbang jurnalisme tradisional.

Sementara itu, misal yang lain, tampilan akhir dari produk jurnalisme tradisional lebih banyak ditentukan oleh rancangan dan bahan yang disediakan oleh penerbitnya; sedangkan pada produk jurnalisme online, perlengkapan (device) dan preferensi yang diset dan dimiliki oleh penggunalah yang banyak menentukan tampilan akhir produk sehingga bisa jadi tampilan produk akhir jurnalisme online berbeda-beda di depan masing-masing pengguna atau pemirsanya.

Dan sampai saat ini, secara fisik, ukuran-ukuran device yang tersedia untuk mengakses informasi ke berbagai tempat. Anda dapat menikmati novel atau koran sambil tiduran, menonton berita TV sambil tidur-tiduran di karpet, atau mendengarkan talk show dari sebuah stasiun radio sambil jalan-jalan dengan pesawat walkman di saku anda. Itu semua, pada saat ini, tak dapat dilakukan ketika pemirsa karya jurnalistik online: orang harus duduk di depan komputer atau membaca teks di layar sempit pesawat selular maupun PDA (personal Data Assistant) yang mampu-WAP. Meski bukan tidak mungkin di masa depan akan ditemukan device baru yang akan memberikan kenyamanan yang lebih baik untuk pemirsa informasi secara online.

Di luar device pengguna, jurnalisme online seperti halnya bentuk-bentuk komunikasi lain yang memanfaatkan media digital online, berhadapan dengan kondisi infrastruktur yang tersedia dalam jaringan komputer. Besarnya bandwidth, routing dan kualitas media jaringan komputer juga merupakan variable yang menentukan kualitas komunikasi antara device pengguna dengan device penerbit. Di samping sosiologi pengguna sasaran, faktor-faktor yang

disebut di atas merupakan beberapa variable yang harus diperhitungkan dalam mendesain format tampilan maupun isi serta arsitektur informasi yang akan disajikan.⁵⁰

7.7. Kelebihan dan Kekurangan Jurnalisme Online

Keunggulan jurnalisme online dibandingkan jurnalisme konvensional (cetak atau elektronik) antara lain:

1. Kapasitas luas halaman web bisa menampung naskah sangat panjang.
2. Pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan di mana saja.
3. Jadwal terbit bisa kapan saja bisa, setiap saat.
4. Cepat, begitu di-upload langsung bisa diakses semua orang.
5. Menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
6. Aktual, berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
7. Update, pembaruan informasi terus dan dapat dilakukan kapan saja.
8. Interaktif, dua arah, dan "egaliter" dengan adanya fasilitas kolom komentar, chat room, polling, dsb.
9. Terdokumentasi, informasi tersimpan di "bank data" (arsip) dan dapat ditemukan melalui "link", "artikel terkait", dan fasilitas "cari" (search).
10. Terhubung dengan sumber lain (hyperlink) yang berkaitan dengan informasi tersaji.

Kekurangan Jurnalisme Online:

1. Tidak ada ukuran pasti tentang siapa penerbit berita online, sehingga dapat diklaim oleh beberapa pihak.
2. Adanya kecenderungan mudah lelah saat membaca sajian di berita-berita online yang panjang.
3. Tidak selalu tepat, karena mengutamakan kecepatan berita yang dimuat di media online biasanya tidak seakurat media lainnya.
4. Banyak terjadi kesalahan penulisan yang dikarenakan ketergesa-gesaan dalam proses penulisan.
5. Berpotensi mengakibatkan cyber crime (kejahatan dunia maya) seperti penculikan, penipuan, dan berbagai tindak criminal lainnya.
6. Menurunnya minat baca di perpustakaan akibat lebih praktisnya media online.
7. Meningkatkan plagiat akibat mudah dicurinya karya-karya yang tersaji di media online.

⁵⁰*Ibid.*, hlm. 23-24

7.8. Kode Etik Jurnalisme Online⁵¹

Nicholas Johnson mantan Komisioner Komisi Komunikasi Amerika Serikat (AS) dan penulis buku *How to Talk Back to Your Television Set* yang juga Dosen Ilmu Hukum di Iowa College of Law (AS), memberikan catatan hal-hal mendasar tentang kode etik dalam penulisan jurnalistik online :

1. Dilarang menyerang kepentingan individu, pencemaran nama baik, pembunuhan karakter atau reputasi seseorang.
2. Dilarang menyebarkan kebencian, rasialis, dan mempertentangkan ajaran agama.
3. Larangan menyebarkan hal-hal tidak bermoral, mengabaikan kaidah kepatutan menyangkut seksual yang menyinggung perasaan umum, dan perundungan seksual terhadap anak-anak.
4. Dilarang menerapkan kecurangan dan tidak jujur, termasuk menyampaikan promosi atau iklan palsu.
5. Larangan melanggar dan mengabaikan hak cipta (copyright) dan Hak Atas Karya Intelektual (HAKI, atau Intellectual Property Right/IPR).

Sementara itu, Cuny Graduate School of Journalism yang didukung Knight Foundation mencatat 10 langkah utama bagi cyber journalist termasuk kalangan citizen journalist dan blogger supaya terhindar dari masalah hukum, yakni:

1. Periksa dan periksa ulang fakta,
2. Jangan gunakan informasi tanpa sumber yang jelas.
3. Perhatikan kaidah hukum
4. Pertimbangkan setiap pendapat,
5. Utarakan rahasia secara selektif,
6. Hati-hati terhadap apa yang diutarakan,
7. Pelajari batas daya ingat,
8. Jangan lakukan pelecehan,
9. Hindari konflik kepentingan,
10. Peduli nasehat hukum.

⁵¹Christiany Judith, "Akurasi Berita dalam Jurnalisme Online". Jurnal Pekomnas. Vol. 6 No.3, Desember 2013, hal. 148.

7.9. Jurnalisme Online dan Demokrasi⁵²

Era new media mulai berkembang di dalam kehidupan kita. Berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh internet bisa kita rasakan manfaatnya. Dengan hanya duduk diam tanpa harus mengeluarkan banyak tenaga, kita bisa menjelajah dunia melalui internet. Tak hanya itu, informasi yang pernah ditampilkan dalam media massa, seperti televisi, radio, maupun media cetak pun juga bisa kita temui di internet. Dibandingkan media massa yang lain, internet memiliki kelebihan daya simpan yang tak terhingga. Segala sesuatu mengenai masa lampau bisa kita telusuri di internet.

Sisi positif dari internet inilah yang coba dimanfaatkan oleh kebanyakan media massa saat ini, mereka berlomba-lomba membuat versi online dari media mereka. Dengan versi online, diharapkan audiens yang tidak sempat menikmati media massa tersebut bisa tetap mengaksesnya. Memang merupakan sebuah keuntungan bagi kita, namun lagi-lagi yang ditakutkan adalah akan menggeser keberadaan media konvensional lainnya.

Konvergensi media yang saat ini banyak terjadi membuka peluang bagi masyarakat awam untuk juga berpartisipasi dalam menjadi pewarta bagi sesamanya. Dunia jurnalisme online selalu tidak jauh-jauh dengan citizen journalism yang juga merebak seiring perkembangan new media itu sendiri. Walaupun demikian, menjadi seorang citizen journalist yang tidak dinaungi oleh institusi apapun juga perlu belajar, minimal dasar-dasar jurnalisme.

Indonesia adalah negara yang demokratis. Dengan berakhirnya era Orde Baru, lalu lintas informasi di negara kita tidak lagi dibatasi dan dikuasai oleh pemerintah semata. Sekarang rakyat bisa bebas berpendapat. Apa lagi didukung oleh keberadaan internet yang memiliki situs-situs tertentu dimana masyarakat bisa turut serta berpartisipasi di dalamnya. Sifat internet yang tak memiliki penyaring atau filter membuat segala bentuk informasi dan pendapat masyarakat muncul dengan mudahnya. Mau mengkritik tentang kinerja pemerintah, bisa. Mau berkeluh-kesah tentang maraknya korupsi, juga bisa. Mau saling bertukar pikiran juga bisa walaupun belum saling kenal dan terpisah dengan jarak juga bisa.

Kebebasan berekspresi dan berpendapat melalui internet dalam bentuk jurnalisme online, memiliki sisi positif dan negatifnya masing-masing. Bagi masyarakat, Informasi dari internet dapat menembus jarak dan waktu serta menyebar ke mana pun, hal semacam ini membuat pemerintah tidak sepenuhnya bisa mengontrol informasi yang beredar karena saking

⁵²Luwi Ishwara, *Jurnalisme Dasar*, (Jakarta: Kompas, 2011), hlm. 41.

luasnya. Nilai positifnya, Masyarakat bisa lebih open minded dengan informasi-informasi yang ada, sedangkan hal yang ditakutkan pemerintah adalah munculnya gerakan-gerakan yang dikhawatirkan menentang para diktator.

Sepatutnya kita bersyukur dengan sistem demokratis yang dianut oleh negara kita. Arus informasi apa pun bisa kita nikmati, sekalipun yang menghujat pemerintah. Jika dibandingkan dengan negara-negara di Timur Tengah, demokratisasi di Indonesia dan kebebasan menggunakan internet jauh lebih unggul. Bagi beberapa negara di Timur Tengah, penggunaan internet amat dibatasi. Negara tersebut adalah Irak, Afghanistan, Syria, dan Lybia. Internet dikhawatirkan memiliki potensi politik yang menentang pemerintah, sehingga negara-negara tersebut mengabaikan manfaat ekonomi dari internet.

Arus informasi yang beredar di internet Indonesia sendiri bisa beragam. Ada yang memang dikeluarkan oleh pemerintah itu sendiri demi keterbukaan informasi publik, ada yang disiarkan oleh media massa yang melakukan konvergensi media, ada pula yang diciptakan oleh masyarakat itu sendiri (citizen journalism) demi membagikan gagasannya. Ketiganya saling berkesinambungan. Ketika informasi dari media-media mainstream dirasa kurang memuaskan, beberapa kelompok masyarakat membuat situs mereka sendiri (misalnya tentang kebudayaan, keagamaan, sosial-politik, dan sebagainya) atau membagi gagasan mereka melalui cara lain.

Citizen journalism yang muncul di internet juga bisa mencakup kritik terhadap pemerintah, bahkan membuka sisi lain dari hal-hal tertentu yang orang awam tidak ketahui. Masalah politik seperti ketidakadilan hukum bisa ditentang melalui gerakan-gerakan tertentu yang diciptakan di dunia maya. Hal ini sangat berpengaruh. Bagaimana masyarakat bisa saling bersatu dan sepeham dengan hal-hal tertentu merupakan kekuatan tersendiri dari internet dan keterbukaan informasi.

Di Indonesia pun pemerintah sempat memblokir ratusan situs radikal. Tifatul Sembiring selaku Menteri Komunikasi dan Informasi (Menkominfo) menjelaskan bahwa ada ketakutan yang muncul apabila situs-situs radikal tersebut dibiarkan akan memecah belah persatuan Indonesia. Situs-situs radikal tersebut menyebarkan kebencian dan fitnah antar suku, ras, bahkan agama. Dampaknya pun akan terjadi kekerasan yang membawa-bawa kepentingan tertentu.

Demokratisasi dan jurnalisme online bisa saling bantu sekaligus saling menjatuhkan disaat yang bersamaan. Dengan adanya jurnalisme online dan teknologi yang canggih saat ini, masyarakat dimodernkan dan pertumbuhan demokrasi menjadi cepat. Potensi yang ditawarkan internet untuk pertukaran informasi antar banyak orang sudah lebih maju daripada upaya-upaya

penguasa untuk menjadikannya alat represi. Menurut Leslie D. Simon dalam “Demokrasi dan Internet: Kawan atau Lawan?” ia optimis bahwa internet dan informasi di dalamnya mampu membawa hal positif sekalipun ada sensor. Saya sepakat akan hal ini. Jurnalisme online yang ada dalam internet akan memberikan pengaruh positif bagi demokrasi sebuah negara.

7.10. Migrasi Pemberitaan Media Online Versus Surat Kabar⁵³

Perjalanan media saat ini mulai bergeser. Dibandingkan media cetak, saat ini perjalanan media online sudah membuktikan keperkasaannya. Terbukti, dari beberapa kali pendapatan iklan dan pembaca, media online telah melampaui surat kabar cetak.

Di Indonesia, media-media online sudah memasuki tahap baru dalam dunia jurnalisme. Tidak seperti tahun-tahun sebelumnya, mulai tahun 2010, media online sudah mendapat hati bagi pembaca yang mayoritas membutuhkan percepatan informasi.

Migrasi dari kertas (Koran) ke web (online) saat ini menunjukkan peningkatan yang significant. Itu bisa jadi karena penerapan pada komputer tablet dan penyebaran smartphone mendorong percepatan media online yang memang dikenal sangat loyal terhadap pembaca.

Di Indonesia, ada beberapa media online yang kini mencapai tingkat perkembangan yang cukup pesat. Sebut saja Detikcom, Kapanlagi.com, Antarane.ws.com, Kompas.com, JPNN.com, Inilah.com, Rakyatmerdeka.com, Vivanews.com, Mediaindonesia.com, dan Lensaindonesia.com Yang lebih mengejutkan, rata-rata media online tersebut merupakan penjelmaan dari surat kabar atau bahkan media elektronik yang sebelumnya sudah ada. Seperti Kompas.com dengan koran Kompas, Rakyatmerdeka.com dengan Koran Rakyat Merdeka, Mediaindonesia.com dengan koran Media Indonesia dan Vivanews.com dengan jaringan televisi TVone dan Antv.

Perkembangan online yang demikian pesatnya, menunjukkan jika surat kabar (saat ini) sedang menderita. Tidak hanya dari krisis ekonomi, melainkan karena banyak orang yang memilih membaca berita dan informasi melalui online dan (secara otomatis) pemasang iklan mengikuti pola pembaca.

Pada tahun 2010, koran-koran di Indonesia banyak yang melaporkan penurunan pendapatan iklan ketika media lain seperti televisi sedang menikmati rebound dalam penjualan iklan. Pendapatan iklan koran pada tahun 2010 turun 46 persen dalam empat tahun. Sementara di sisi lain, pendapatan iklan online mengalami peningkatan. Ini sebuah tantangan untuk organisasi

⁵³Nora Meilinda Hadi, “Tingkat Kepatutan Berbahasa Jurnalistik pada Jurnalisme Online”. Jurnal Ilmiah Komunikasi. Vol. 4 No. 2, Desember 2015, hal. 41.

berita bahwa banyak klien yang memilih belanja melalui iklan online ini. Sejak itu pula, koran-koran juga telah merasakan dampak media online. Mereka menderita. Terbukti, banyak media cetak yang memilih untuk menyusutkan staf, termasuk reporter dan editor. Atau memintahkan mereka ke bagian lain, terutama di bagian iklan untuk menguatkan posisi marketing. Karena itu tidak heran jika kemudian media-media cetak besar saat ini sudah (latah) mulai menggunakan media online. Hal itu dikarenakan mereka tak ingin iklan dan pembaca Koran menyusut.

Surat kabar mulai mengenakan biaya untuk akses online ke situs Web mereka. Namun demikian, sepak terjang mereka sudah terlambat (terlanjur dibatasi). Mereka selama ini boleh dibilang hanya mengekor media-media online yang sudah ada. Di sisi lain mereka juga menggunakan online dengan tetap mengacu pada image (penamaan) koran yang sudah ada. Ini tentu saja akan menjadi boomerang bagi mereka. Peralnya, pembaca sudah bosan dengan media tersebut. Sehingga mereka lebih memilih media-media online yang memang mengawali dari bisnis online. Jika melihat perkembangan media online belakangan ini, baik dengan banyaknya sistem-sistem yang berkembang maupun kualitas pemberitaan, tidak menutup kemungkinan pada 2012 ini, media online bakal menggeser keberadaan media konvensional seperti surat kabar.

7.11. Etika dalam Jurnalisme Online

Kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi sebagai media baru format digital, seringkali memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, mampat, interaktif dan tidak memihak. Secara sederhana media online adalah media yang terbentuk dari interaksi antara manusia dengan komputer dan internet secara khususnya. Termasuk di dalamnya adalah *web*, *blog*, *online social network*, *online forum* dan lain-lain yang menggunakan komputer sebagai medianya.

Jurnalis-jurnalis yang masih punya komitmen dalam meletakkan kode jurnalistik dapat diapresiasi dengan menegakkan independensi untuk menyajikan berita kepada masyarakat. Ketaatan pada hukum atau pada kode etik professional tidak selalu melahirkan tindakan moral. Etika adalah persoalan individual yang berhubungan dengan kesadaran. Penggunaan berita untuk dikumpulkan dalam sebuah portal/web jelas tidak sesuai dengan etika media karena mereka tidak memproduksi sendiri. konten yang akan di unggah dalam portal/web.

Merujuk pada beberapa kaidah hukum, persoalan ini sebenarnya bisa di proses melalui proses persidangan. Namun, payung hukum yang ada belum tentu bisa menjembatani antara para pihak yang dirugikan maupun yang diuntungkan sehingga proses ini harus menjadi kajian

mendalam tentang bagaimana mengelola media online secara komprehensif. Untuk membantu para penulis online dalam menyajikan tulisan ataupun beritanya, Cuny Graduate School of Journalism yang didukung Knight Foundation mencatat 10 langkah utama bagi jurnalis online supaya terhindar dari masalah hukum:

- 1) Periksa dan periksa ulang fakta.
- 2) Jangan gunakan informasi tanpa sumber yang jelas.
- 3) Perhatikan kaidah hukum.
- 4) Pertimbangkan setiap pendapat.
- 5) Utarakan rahasia secara selektif.
- 6) Hati-hati terhadap apa yang diutarakan.
- 7) Pelajari batas daya ingat.
- 8) Jangan lakukan pelecehan.
- 9) Hindari konflik kepentingan.
- 10) Peduli nasehat hukum. Langkah-langkah di atas setidaknya dapat menjadi acuan.⁵⁴

7.12. Etika Jurnalisme dan Tantangan Masa Kini

Bagaimanakah implikasi yang timbul terhadap etika jurnalis berhadapan dengan perkembangan perubahan yang berlangsung begitu cepat di era teknologi komunikasi dan informasi dewasa ini? Di samping itu, ada pula kenyataan bahwa tidak semua pihak sungguh-sungguh berkehendak dan konsisten untuk menegakkan etika dalam berjurnalisme. Gejala tersebut merupakan tantangan utama yang dihadapi oleh etika jurnalisme pada masa ini. Menurut Wrd. Etika tradisional yang dulu dominan dan dibangun untuk jurnalisme profesional satu abad silam, jini dipertanyakan. Etika jurnalisme menjadi ajang dimana nilai-nilai lama berhadapan dengan nilai-nilai baru. Di satu sisi ada nilai-nilai tradisional seperti yang terkandung dalam kode etik organisasi jurnalis seperti Society of Professional Journalist di Amerika Serikat. Di situ dicantumkan perihal suatu komitmen kepada profesionalisme, pemisahan berita dengan opini, metode untuk memverifikasi fakta, concern mengenai akurasi, objektivitas sebagai ideal dan meminimalisasi kecederaan. Di sisi lain. Jurnalisme masa kini mencerminkan adanya nilai-nilai baru seperti kemestaan media interaktif (universe interactive media) yang “always on” dan dicirikan oleh:

1. Kesegeraan
2. Transparansi

⁵⁴ Aprilani, “Problem Etis Jurnalisme Online Di Indonesia”, dalam jurnal *Nomosleca*, volume 03, Nomor 01, April 2017, (Kediri: STAIN Kediri), hal.520-521.

3. Anonimitas
4. Saling erbagi konten

Kecepatan media baru dalam menyiarkan informasi telah menggoda banyak penggunanya untuk mengabaikan metode pembatasan akurasi dan verifikasi yang merupakan esensi dari etika jurnalisme. Di samping itu, beberapa factor lain juga ikut menjadi penyebab. Salah satu alasan yang sering dikemukakan umumnya menyangkut situasi dan krisis finansial yang dihadapi oleh perusahaan media sebagai imbas dari kondisi perekonomian global yang mengalami krisis. Kata Jim Boumrilha, Presiden international Federation of Journalist, krisis tersebut, telah menggulung media di Eropa dan Amerika, yang lantas menyulut perubahan besar dalam jurnalisme. Suatu generasi pemilik media telah enciutkan anggaran menghilangkan ruang berita dan menutup biro luar negeri media, menyusutkan bukan hanya bagian redaksi, tapi juga seksi-seksi dan berita. Banyak dari mereka yang percaya bahwa jurnalisme yang beretika dan berstandar tinggi merupakan konsep yang ketinggalan zaman yang telah lama diambil alih oleh tujuan finansial dan komersial.

Pemicu uatamanya adalah perkembangan teknologi komunikasi yang begitu pesat, lalu dijadikan alasan mengapa media mengalami perubahan dalam orientasi bisnisnya. Media konvensional mengalami kesulitan finansial karena khalayak beralih ke media baru. Ini berarti pendapatan. Ini berarti pendapatan utama dari penjualan dan iklan menjadi berkurang drastis. Sehingga muncul pertanyaan “Apakah etika lantas menjadi using dan ditinggalkan oleh para pelaku jurnalisme?” yang dijawab oleh Ward “bahwa etika tidak akan pernah ditinggalkan. Sebab, setiap orang pada hakikatnya mengharapkan sesuatu yang mengacu dan mengandung nilai, bukan yang sembarangan yang hanya asal jadi. Dan benarkah etika jurnalisme tidak sejalan dengan kemajuan/ industrialisasi pers? Memang ada yang berpendapat bahwa industrialisasi pers menyebabkan kerasnya persaingan sesama media dalam merebut pasar khalayak serta keuntungan komersial lainnya. Akibatnya media lantas melakukan apa saja termasuk melanggar etika jurnalisme demi tercapainya keuntungan dan target penghasilan perusahaan yang telah ditetapkan sebelumnya. Karena itu segala cara seolah-oleh dibenarkan dan tidak lagi sungguh-sungguh mempertimbangkan aspek-aspek etika jurnalisme yang tadinya amat diperhatikan. Tentulah alasan ini bukanlah alasan yang dapat diterima. Persaingan bukan pembenaran untuk berbisnis semaunya. Justru dengan mempertahankan etika lah media syogyanya menajdi contoh yang benar baik untuk dirinya maupun bagi bidang aktivitas lainnya.

Masih berkaitan dengan hal yang disebut diatas, benarkh seorang jurnalis menghadapi dilema antara beretika dan tuntutan pekerjaan. Hal ini telah menimbulkan mispersepsi di kalangan wartawan yang menyangka bahwa jika ia melakukan tugas jurnalistik dengan tetap berpedoman pada prinsip-prinsip etika jurnalisme maka ia akan menghadapi keterbatasan dan ruang gerak dan lahan kreativitas. Padahal bila ditilik dengan seksama, etika jurnalisme sama sekali bukan dimaksudkan dengan rektriksi yang akan mempersempit peluang untuk berkarya dan berkreaitivitas. Sejak semula etik dimaksudkan sebagai suatu panduan atau koridor yang menuntun agar segala aktivias yang dilakukan tetap sejalan dengan nilai-nilai dan norma masyarakat. Memang ada sebagaian wartawan yang berpandangan keliru, seakan-akan etika jurnalisme merupakan bagian dari pengurangan kemerdekaan pers. Pandangan ini terutama dipengaruhi oleh sikap sementara jurnalis yang ingin bebas sebebannya. Mereka itu mengartikan kemerdekaan pers sebagai kebebasan yang mutlak, tanpa batasan apapun. Tentu cara seperti ini perlu ditinjau dan diluruskan. Agar hubungan yang berlagsung dengan semua pihak tetap sehat, maka pengemban profesi jurnalisme harus terus menerus meyakinkan masyarakat bahwa mereka telah melaksanakan profesinya dengan tetap menaati consensus bersama tentang kepercayaan, peran, dan hubungan etis Antara kedua belah pihak. Seberat apapun tantangan yang dihadapi, satu hal yang pasti bahwa jurnalisme harus menjunjung tinggi dan mempraktikkan etika.

Seberat apapun tantangan yang dihadapi, satu hal yang pasti bahwa jurnalisme harus tetap menjunjung tinggi dan mempraktikkan etika. Presiden International Federation of Journalist, Jim Boumelha menegaskan bahwa: “Ini merupakan penyemangat (*encouragement*) bagi mereka yang siap untuk menegakkan jurnalisme dan konfirmasi, di abad konvergensi ini media tradisional dan media baru, bahwa jurnalisme sebagai suatu *public good* tidak akan *survive* pada platform mana pun tanpa komitmen pada etika dan nilai-nilai.”⁵⁵

⁵⁵Dian Muhtadiah Hamna, “Eksistensi Jurnalisme Di Era Media Sosial”, dalam jurnal *Ilmu Komunikasi*, Volume 03, nomor 01, Mei 2017, (Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar), hal.118-119.

VIII. BERITA

8.1. Pengertian Berita

Berita berasal dari bahasa Inggris dengan istilah *news* dengan konotasi *new* atau baru dimana hal-hal yang dijadikan bahan informasi dapat disampaikan kepada oranglain dalam bentuk *news* atau berita. *News* atau berita merupakan sebuah pemberitahuan mengenai segala bentuk peristiwa yang aktual dimana mampu menarik perhatian khalayak setiap harinya. Berita dibagi dalam dua cara penyajian berita yakni *straight news* dan *future news*. *Straight news* yakni merupakan berita yang *to the point* atau disampaikan secara langsung ke pokok persoalan. Sedangkan *future news* merupakan penyampaian berita secara tidak langsung atau dengan kata lain pemberitaan yang disajikan telah “dibumbui” terlebih dahulu agar lebih menarik dan diminati para pembacanya (Tamburaka, 2012:134-135).

Menurut Kusumaningrat dan Kusumaningrat (2016) dalam bukunya yang berjudul *Jurnalistik Teori dan Praktik* mengemukakan bahwa pers di Indonesia berpegang pada sistem pers Barat, oleh karena itu ia menyesuaikan definisi berita itu sendiri menggunakan sistem pers yang bersangkutan dalam masyarakat. Adapun definisi berita versi Barat menurut *The New Grolier Webster International Dictionary* yang menyebutkan ada tiga definisi berita antara lain:

1. Berita merupakan informasi hangat tentang sesuatu yang telah terjadi atau tentang sesuatu yang belum diketahui sebelumnya.
2. Berita adalah sebuah informasi yang disajikan oleh media seperti surat kabar, radio atau televisi.
3. Berita juga dapat berwujud seseorang atau sesuatu yang dianggap oleh media sebagai subyek yang layak untuk diberitakan.

Setelah beberapa paparan definisi diatas, dapat ditarik kesimpulan mengenai definisi berita secara umum sehingga mudah dimengerti dan dipahami yaitu berita merupakan informasi yang aktual mengenai fakta – fakta dan opini yang menarik perhatian orang atau masyarakat (Kusumaningrat, 2016:39-40).

8.2. Jenis-Jenis Berita

Ada dua macam program berita/informasi, yaitu berita penting (*hard news*) dan berita ringan (*soft news*). Masing-masing jenis berita inipun ada pula kategorinya. Berita penting dapat berupa berita langsung (*straight news*), berita ringan tentang suatu topik (*feature*), dan *infotainment*. Sementara Berita ringan (*soft news*) dapat berupa program dokumenter, dan perbincangan (*talk show*). Di bawah ini bagan yang menggambarkan beragam jenis program informasi/berita ini.

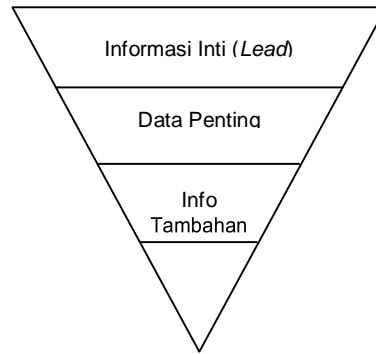
1. Berita penting (*Hard News*)

Segala informasi penting dan/atau menarik yang harus segera disiarkan oleh media penyiaran karena berpengaruh langsung ke publik. Peristiwa dan topik yang membuat orang berhenti dan memikirkan kehidupan dan lingkungan mereka sendiri dengan cara yang berbeda⁵⁶. Berita jenis ini tidak bisa ditunda penyiarannya karena akan basi dan tidak lagi mempengaruhi kepentingan umum. Ada beberapa ciri khas dari *Hard News*⁵⁷. *Pertama*, mementingkan aktualitas (*timeliness*). Definisi dari aktual adalah sedang menjadi pembicaraan orang banyak atau peristiwa yang baru saja terjadi. Kita ambil contoh, misalnya berita tentang intelijen Korea yang membantah telah mencuri data delegasi RI, yang kejadiannya terjadi pada 21 Februari 2011. Apakah berita ini masih punya nilai berita jika disajikan sebulan kemudian? Tentu saja tidak. Berita seperti ini tidak punya nilai jual. Berbeda dengan berita singkat lain, umpamanya mengenai terjadinya kecelakaan lalulintas di daerah Nagrek sehari menjelang Lebaran, yang mengumumkan bahwa jalur Nagrek untuk enam jam kedepan akan ditutup. Para pemudik yang mengikuti berita ini tentulah akan mengatur strategi mencari jalan alternatif. Inilah yang dinamakan aktualitas pada berita *hard news*.

Ciri yang kedua adalah memberitakan hal yang penting (*importance*), yakni penting bagi penonton. Terkadang durasi atau lamanya berita tidak begitu penting, karena yang diperhatikan penonton dan sangat penting bagi mereka adalah isi beritanya. Bila Anda berbicara tentang sesuatu yang penting bagi penonton Anda, mereka tentu akan lebih memperhatikan. Penyajian berita dilihat dari sisi pentingnya ini hendaklah memakai struktur unik, yang disebut sistem piramida terbalik. Dengan struktur ini, informasi utama(inti) disampaikan di bagian awal (disebut sebagai "*lead*") dan data-data penting menyusul pada penjelasan selanjutnya, lalu penjelasan tambahan, dan diakhiri dengan informasi lain yang bukan bersifat informasi utama. Inilah yang disebut sebagai piramida terbalik.

⁵⁶ <http://survivetvnewsjovs.com/2012/04/30/what-is-hard-news/#.WXPxMP-GOT8>

⁵⁷ Diadaptasi dari: <http://jurnal-imkom.blogspot.co.id/2011/02/perbedaan-hard-news-dan-soft-news.html> dan <https://megbellc.wordpress.com/2012/09/20/five-characteristics-of-hard-news/>



Gambar 1.2

Struktur Informasi Berupa Piramida Terbalik

Struktur informasi seperti ini memudahkan pemirsa TV menangkap inti berita, sebab informasi yang paling pokok langsung disampaikan sejak menit- menit pertama. Piramida terbalik juga memberi keuntungan, yaitu ketika sebuah berita harus diperpendek karena waktu terbatas sementara jam siaran sudah mepet, maka redaktur tinggal memotong bagian bawah. Kalimat- kalimat yang dibuang itu tidak akan mengurangi makna berita, asalkan ditulis dalam bentuk piramida terbalik. Untuk menghasilkan *hard news* yang baik, *lead* harus baik pula. *Lead* yang baik harus memenuhi satu syarat, yaitu mengandung setidaknya 6 unsur (5W + 1H), singkatan dari “*what, who, when, where, why, how,*” yang dalam bahasa Indonesia menjadi “apa, siapa, kapan, di mana, mengapa, bagaimana.” Semua unsur ini harus terkandung dalam sebuah *hard news*. Suatu *hard news* baru bisa dikatakan lengkap bila unsur-unsur 5W + 1H di dalamnya sudah lengkap. 5W+1H adalah unsur berita dan harus ada. Bayangkan jika ada tayangan berita yang memperlihatkan aksi teroris menembaki anak kecil di jalan, tetapi tidak ada penjelasan pada narasinya mengenai siapa pelakunya, dimana dan kapan kejadian itu terjadi, berapa orang yang sudah terbunuh, dan seterusnya. Bila unsur-unsur 5W + 1H ini tidak lengkap, orang bisa saja mengira, jangan- jangan ini hanya potongan gambar sebuah film hiburan.

Diluar keenam unsur tersebut, sebuah berita, baik di koran, radio maupun televisi, akan lebih bermakna bila dilengkapi dengan unsur ketujuh, yakni SW (*So What...?*)⁵⁸. Bila berita yang disajikan sampai pada menjawab pertanyaan itu, pembaca, pendengar, dan pemirsa akan dapat mengambil makna atau hikmah dari berita yang mereka tonton. Satu hal yang penting diperhatikan adalah, bahwa dalam menyampaikan berita, Anda jangan sekali-kali memasukkan opini pribadi, sebab berita adalah rekonstruksi peristiwa nyata, bukan rekaan dan bukan pula pendapat.

⁵⁸ Ilmaddin Husain; 4 Langkah Mudah Menulis Berita Straight News; Kompasiana; 9 Januari 2016

Ciri ketiga terkait dengan kedekatan (*proximity*). Kedekatan adalah kata yang bagus untuk menggambarkan 'apa yang terjadi di sekitar kita'. Apa yang terjadi ini bisa berkisar dari tataran lokal hingga global. Fungsinya adalah sebagai jendela, karena membuat Anda tetap mengetahui tentang apa yang terjadi di sekitar Anda, di komunitas Anda, bahkan di seluruh dunia. Dengan demikian penonton TV yang tidak tahu bisa menjadi tahu. Kita perlu menghargai apa yang terjadi di sekitar kita, karena pengetahuan itu membuka jalan menuju masa depan kita.

Ciri yang keempat adalah menonjol (*prominence*), maksudnya memberitakan kejadian di seputar 'orang penting'. Semua yang dikatakan dan dilakukan oleh seorang tokoh atau bintang biasanya menjadi berita. Bila Anda atau teman-teman Anda berwisata ke Bali, itu bukan berita. Tetapi bila Raja Salman dari Arab Saudi yang berwisata ke Bali, atau mantan Presiden Amerika Barrack Obama atau Bill Clinton, pastilah itu dianggap sebagai peristiwa penting dan jadi berita besar. Di tahun 80-an umpamanya, berita mengenai Lady Di (Lady Diana) pasti ditonton orang karena ia dikenal sebagai sosok yang anggun dan merakyat. Atau pada dekade sekarang, berita mengenai Lady Gaga dan pakaian konyolnya.

Di Indonesia pada masa ini, ketika seorang bintang seperti Raisa atau Saipul Jamil sedang populer, apapun yang dikatakan atau dilakukannya akan menjadi berita. Begitu juga dengan tokoh-tokoh lain, seperti di masa-masa kampanye pemilihan presiden atau pemilihan gubernur dan bupati, setiap langkah mereka akan disoroti dan jadi berita. Tokoh-tokoh seperti Obama di Amerika dan Jokowi di Indonesia menjadi penting karena mereka juga mempengaruhi masa depan kita.

Ciri yang kelima adalah unik atau aneh (*oddities*). Beritanya tidak biasa-biasa saja. Terkadang lucu. Orang suka mendengar dan menonton hal yang tidak biasa, hal-hal yang aneh (*odd*). Menontonnya terkadang mencerahkan dan membuat suasana terasa lebih hidup. Ini penting dalam berita, karena pemirsa Anda akan kehilangan minat jika topik lama Anda ulangi terus.

Program-program yang termasuk dalam kategori *hard news* ini antara lain adalah *straight news*, *features*, dan *infotainment*.

a. *Straight news*

Straight news (berita langsung) adalah berita singkat yang hanya menyajikan informasi penting saja (5W + 1 H) dari informasi atau peristiwa yang diberitakan. Berita jenis ini sangat terikat waktu, bila tidak langsung disajikan akan basi.

b. *Feature*

Feature (berita berupa cerita) adalah berita ringan dan menarik. Menariknya bisa karena lucu, aneh, unik, hebat, mengagumkan dan semacam itu. Ada dua macam *feature*, yakni *news feature* yang terikat oleh waktu dan harus segera disiarkan, serta mengangkat sisi *human interest* dari suatu *hard news*; dan *soft news feature* yang tidak terlalu terikat dengan waktu tayang, namun karena durasinya singkat (kurang dari lima menit), dikategorikan kedalam *hard news*. Contoh *news feature* umpamanya berita tentang kesibukan panitia sidang MPR mempersiapkan acara sidang untuk memilih Presiden, atau tentang munculnya pedagang kaki lima dadakan selama masa sidang MPR, sementara *hard news*-nya adalah jalannya sidang dan hasil pemilihan Presiden.

c. *Infotainment*

Infotainment merupakan program yang isinya gabungan dari berita (*information*) dengan hiburan (*entertainment*). Kamus Merriam-Webster⁵⁹ mengartikannya sebagai “television programs that present [information](#) (such as news) in a manner intended to be entertaining” (program-program televisi yang menyajikan informasi seperti berita dengan cara yang dimaksudkan untuk menghibur).

Menurut Morissan (2015), kebanyakan *infotainment* di Indonesia adalah mengenai kehidupan tokoh dan orang-orang yang dikenal masyarakat (*celebrity*), dan karena mereka kebanyakan bekerja di dunia hiburan (*entertainment*) seperti pemain film/sinetron, penyanyi dan sebagainya, maka berita mengenai mereka dinamakan *infotainment*. Sementara dari penelusuran di Google, sumber lain⁶⁰ menyebutkan *infotainment* sebagai “a fairly recent neologism for a television program, web site feature, or other presentation that combines information with entertainment” (aliran yang termasuk baru untuk program televisi, acara di website, atau sajian lainnya, yang menggabungkan informasi dengan hiburan). Laman ini bahkan memberi contoh. Acara-acara yang menghadirkan fakta di saluran *Animal Planet* umpamanya, yang dikemas dengan menarik, dapat dikatakan termasuk kategori *infotainment* ini.

2. **Berita Ringan (Soft News)**

Menurut Encyclopaedia Britannica⁶¹ pada awalnya identik dengan berita-berita yang terkait dengan orang (*human interest*). Pengertian ini kemudian diperluas dan mencakup berbagai berita yang menyajikan lebih banyak cerita yang berpusat pada tokoh. Morissan

⁵⁹ <https://www.merriam-webster.com/dictionary/infotainment>

⁶⁰ www.whatis.techtarget.com/definition/infotainment

⁶¹ <https://www.britannica.com/topic/soft-news>

mengartikan *soft news* sebagai segala informasi penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam (*in-depth*), namun tidak bersifat harus segera ditayangkan, dan biasanya ditayangkan pada program tersendiri diluar program berita. Program-program yang termasuk kedalam kategori ini adalah *current affairs*, *magazine*, dokumenter, dan *talk show*.

a. *Current affairs*

Program yang mengetengahkan persoalan hangat yang masih menjadi sorotan publik, isinya berupa berita penting yang telah diberitakan sebelumnya, yang sekarang diberitakan dengan lebih mendalam dan lebih lengkap. Program *current affairs* juga terikat dengan waktu, tetapi tidak seketat *hard news*. Karena itulah jenis program ini dikategorikan sebagai *soft news*, karena masih dalam pembicaraan dan perhatian umum. Misalnya terjadi tanah longsor di Padalarang. Liputan langsung kejadian penanganan tanah longornya sendiri adalah *hard news*, sedangkan berita tentang kehidupan masyarakat pasca tanah longsor yang disiarkan beberapa waktu kemudian adalah *soft news* atau *current affair*.

b. *Magazine*

Program *feature* yang lebih mendalam dan lebih panjang. Jenis acara ini menyajikan ragam informasi ringan mengenai berbagai hal unik dan menarik yang ada di tengah masyarakat. Lewat acara ini, masyarakat bisa mendapatkan informasi ekstra yang bisa menambah wawasan dan pengetahuan mengenai beragam hal. Tak hanya itu, informasi yang disajikan pun bisa digunakan sebagai bahan referensi bagi siapa saja yang menontonnya.

Ditayangkan terpisah dari program berita, format program ini pertama kali ditayangkan oleh BBC pada tahun 1953 berupa program “*Panorama*”. Dalam kamus Dictionary.com⁶² ada dua pengertian untuk jenis program *magazine*:

- 1) *A regularly scheduled news program consisting of several short segments in which various subjects of current interest are examined, usually in greater detail than on a regular newscast* (sebuah program berita yang dijadwalkan secara rutin yang terdiri dari beberapa segmen pendek yang membahas topik terkini, biasanya secara lebih rinci daripada siaran berita reguler),
- 2) *a program with a varied format that combines interviews, commentary, entertainment, etc* (sebuah program dengan format bervariasi yang menggabungkan wawancara, komentar, hiburan, dan lain-lain).

Penekanan *magazine* lebih pada aspek menariknya ketimbang mendesaknya. Berdurasi antara 30 menit – 1 jam, cakupan program *magazine* bisa terkait dengan satu topik tertentu

⁶² www.dictionary.com/browse/magazine

yang disajikan dalam format yang bervariasi, bisa juga mengenai beragam topik (berita, pendidikan, ataupun hiburan), dan diselingi oleh kemunculan *presenter* di layar. Biasanya disiarkan berupa program serial. Berikut ini beberapa contoh acara *magazine* di luar negeri:

- 1) 60 Minutes (CBS di Amerika Serikat)
- 2) Blue Peter (BBC di Inggris)
- 3) Dateline (NBC di Amerika Serikat)
- 4) Motor Week (PBS di Amerika Serikat)

Di Indonesia acara dengan format *magazine* ini dapat disimak antara lain pada acara “Halo Indonesia” di DAAI TV, dSIGN di NET.TV,

c. Dokumenter

Merupakan bentuk awal dari program non-fiksi, dibuat terutama untuk memberikan informasi, bisa juga untuk mendidik dan menghibur, menyajikan analisis tajam dan mendalam mengenai suatu hal, dan berdurasi minimum 22 menit. Program jenis ini sebaiknya tidak digunakan sebagai tempat (*slot*) untuk iklan komersial.

d. Perbincangan (Talkshow)

Perbincangan adalah bentuk program yang sudah ada sejak awal adanya siaran televisi, menampilkan satu atau beberapa orang tamu atau narasumber yang memberikan pendapat dan pandangan mereka mengenai suatu topik berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang diberikan oleh seorang pemandu acara (*host*) yang berfungsi sebagai pewawancara. Program *talk show* tertua adalah *Meet the Press* disiarkan pertama kali tahun 1947 oleh stasiun televisi NBC di Amerika Serikat, dan merupakan program TV yang bertahan paling lama dan memiliki *rating* pemirsa paling tinggi. Program *talk show* yang menonjol di Negara kita antara lain Kick Andy (sejak 2006, Metro TV), “Indonesia Lawyers Club” (sejak 2008, TV One), Mata Najwa (sejak 2009, Metro TV), Basa Basi (Trans TV) dan Satu Indonesia (Net TV).

BAB IX. FEATURE

9.1. Pengertian Feature

Feature adalah salah satu jenis tulisan atau karya jurnalistik, selain opini dan berita. Feature (baca: ficer) merupakan tulisan yang awet, tidak akan basi, tetap actual, karena menggabungkan fakta, opini dan gaya bahasa sastra (berona, colorful words) yang menambahkan “unsur drama” dan mengkisahkan kejadian atau mengulas peristiwa. Secara bahasa, sebagai kata benda (noun), feature bermakna ciri, sifat, keistimewaan, segi, corak, artikel, karangan dan film utama. Sebagai kata kerja (verb), feature berarti mengutamakan, menonjolkan dan membayangkan.⁶³

Feature belum memiliki definisi yang tegas dalam khazanah bahasa Indonesia. Hal ini seperti yang disampaikan St, Sularto dalam kata pengantar untuk buku Pepih Nugraha yang berjudul *Menulis Sosok Secara Inspiratif. Menarik, unik* (2013). Sularto menyatakan bahwa dalam media cetak feature belum pernah didefinisikan secara pasti. Melainkan segala bentuk tulisan segala bentuk tulisan selain artikel (kolom) dalam media cetak khususnya Koran yang bukan berita (news). Digolongkan sebagai feature.

Kamus Besar Bahasa Indonesia terbitan Balai Pustaka mengartikan feature sebagai karangan yang melukiskan suatu pernyataan dengan lebih terperinci sehingga apa yang dilaporkan hidup dan tergambar dalam imajinasi pembaca. Dari pengertian ini sangat jelas, bahwa feature itu ditulis dengan rinci. Selain itu, feature juga lebih banyak menggunakan bahasa – bahasa deskriptif.

Sementara itu, Hikmat dan Purnama (2006:219) menyatakan, bahwa feature bisa berupa berita biasa dan juga bisa berupa karangan dengan syarat – syarat tertentu. Jika berupa berita, ia bukanlah dalam pengertian biasa, bukan sekedar berita factual, matter-of-fact news, melainkan berita yang dibuat menarik dengan dibubuhi unsur human-touch (sentuhan perasaan manusia), ditulis secara menarik, atau memang berita itu sendiri menarik.⁶⁴

Adapun menurut Sumadiria (2005:150) menyatakan, bahwa feature adalah cerita atau karangan khas yang berpijak pada fakta dan data yang diperoleh melalui proses jurnalistik. Feature suatu cerita atau karangan khas karena ia bukanlah penuturan atau laporan tentang fakta secara lurus atau lempang sebagaimana dijumpai pada berita langsung. Julian Haris (dalam

⁶³<https://www.komunikasipraktis.com/2015/10/pengertian-feature-tulisan-jurnalistik.html>

⁶⁴ Azwar, 4 Pilar Jurnalistik Pengetahuan Dasar Pengetahuan Jurnalistik, Jakarta: Prenadamedia Group, 2018, hal 81 - 83

Sumadiria 2005:152), menyatakan bahwa feature adalah suatu daftar panjang tentang berbagai bahan mulai dari komik hingga tulisan yang disebut kolom, yang tidak digolongkan dalam berita lempang, tulisan yang semata – mata berdasarkan saya pikat manusiawi yang tidak terlalu terkait pada tata penulisan buku yang kaku seperti berlaku dalam berita lempang.⁶⁵

9.1.1. Kerangka Feature

Sama halnya dengan format penulisan berita langsung, menulis feature juga harus mengikuti pola yang disyaratkan. Jika pola yang diambil piramida terbalik, maka akan ada judul, lead (teras berita), perangkat, tubuh dan penutup. Teras (Lead): Berbeda dengan lead berita langsung yang berisi intisari, lead pada feature boleh tidak berhubungan dengan judul asalkan fungsinya tetap yakni:

- a) Menarik pembaca untuk mengikuti cerita
- b) Membuat jalan agar alur cerita lancar

Ada 8 jenis yang selama ini sering dipergunakan oleh para penulis berita feature yakni:

- a) Lead Ringkasan

Biasanya untuk menulis berita keras.

- b) Lead yang Bercerita

Jenis ini disukai oleh wartawan yang biasa menulis cerpen atau novel.

- c) Lead Deskriptif

Lead jenis ini kekuatannya terletak pada kemampuan penulisan untuk melukiskan atau menggambarkan sesuatu. Tujuan lead ini untuk memberikan kesan lebih mendalam terhadap seorang tokoh yang akan diangkat oleh penulis.⁶⁶

- d) Lead Kutipan

Bertujuan untuk memunculkan intro yang menarik.

- e) Lead Pertanyaan

Lead ini jika dipergunakan dengan tepat akan bisa menambah keingintahuan pembaca.

Biasanya jika sang wartawan sulit untuk menentukan lead deskriptif.

- f) Lead Menuding Langsung

Ciri lead ini adalah kata anda dalam kalimat.

⁶⁵ Azwar, 4 Pilar Jurnalistik Pengetahuan Dasar Pengetahuan Jurnalistik, Jakarta: Prenadamedia Group, 2018, hal 81 - 83

⁶⁶ A.A. Ketut Jelantik. Aktivistik Sekolah. Yogyakarta:CV Budi Utama,2017, Hal 32-35

g) Lead Penggoda

Lead ini secara umum bertujuan untuk menggoda pembaca dengan harapan tertarik dengan tulisan atau berita yang disajikan.

h) Lead Gabungan

Lead ini merupakan gabungan antara lead deskriptif dengan kutipan.

i) Tubuh

Isi feature terletak di bagian tubuh berita ini. Di sinilah dikembangkan materi yang diperoleh. Pengembangannya sepenuhnya tergantung dari kemampuan penulis dalam menyampaikan kreativitasnya. Namun demikian perlu diketahui bahwa penentuan panjang masing – masing alinea atau paragraf hendaknya mendapat perhatian. Alinea atau paragraf yang terlalu panjang bisa menggriing pembaca pada kondisi bosan.

j) Penutup

Menutup feature harus mempertimbangkan ketepatan. Sebab disinilah sesungguhnya kekuatan berita feature. Ada beberapa jenis penutup seperti yang disampaikan sejumlah praktisi jurnalis yakni:⁶⁷

- 1) Penutupan Ringkasan
- 2) Penutupan Penyengat
- 3) Penutup Klimak
- 4) Tak Ada Penyelesaian

9.1.2. Jenis – Jenis Feature

Berdasarkan sifat isinya, feature dapat digolongkan menjadi beberapa jenis, sebagai berikut:

1. Bright

Bright adalah tulisan pendek yang kaya akan muatan human interest, biasanya ia bercerita tentang sesuatu kejadian.

2. Profil Sketsa Pribadi

Profile atau sketsa pribadi adalah cerita tentang seseorang sebagaimana halnya sketsa, ia bukanlah gambar yang lengkap. Mungkin feature itu hanya bercerita tentang karier orang yang bersangkutan, percintaan dan segi lain dari tokoh tersebut.

3. Pengalaman Pribadi

Feature pengalaman pribadi adalah cerita yang isinya pengalaman yang dirasakan sendiri oleh penulis. Pengalaman yang layak untuk dijadikan feature seperti hendaknya

⁶⁷ A.A.Ketut Jelantik, Aktivistik Jurnalistik Sekolah, Yogyakarta: CV Budi Utama,2017, Hal 32-35

pengalaman yang tidak bersifat “biasa – biasa”. Walaupun tidak perlu merupakan pengalaman yang sungguh luar biasa.

4. Feature Mengajarkan

Feature mengajarkan sesuatu adalah tulisan yang memaparkan hal – hal berupa persiapan, peralatan, dan tindakan yang harus dilakukan untuk mengerjakan dan bahkan membuat sesuatu.

5. Artikel Ilmiah Populer

Feature jenis ini adalah tulisan yang menceritakan suatu masalah dengan menggunakan sumber – sumber ilmiah buku, hasil penelitian, atau paper seminar sebagai referensi. Tema – tema dari ilmu pengetahuan alam, teknologi, dan bahkan dari bidang pengetahuan sosial dapat dipilih untuk tulisan ilmiah populer.⁶⁸

6. Feature Sejarah

Feature jenis ini adalah kisah pendek yang mengungkapkan kembali peristiwa bersejarah yang “jauh” dari ingatan pembaca pada suatu saat, tapi tanpa disertai analisis. Ia betul – betul hanya berupa pengungkapam kembali catatan sejarah, tanpa interpretasi dan pendapatan penulisanya.

7. News Feature

News feature mencoba untuk membuka background masalahnya agar pembaca mendapatkan pemahaman yang lebih jelas dengan memaparkan jawaban how dan why lebih dari yang dipaparkan hard news. Dengan kaa lain, news feature menyodorkan fakta yang membuat orang mengerti duduk perkara suau berita.⁶⁹

8. Opinion News

Berita mengenai pendapat seseorang, biasanya pendapat para cendekiawan sarjana, ahli atau pejabat, mengenai suatu hal peristiwa, dan sebagainya.

9. Investigation News

Berita yang dikembangkan berdasarkan penelitian atau penyelidikan dari berbagai sumber.⁷⁰

⁶⁸ Erwan dan A. Rasyid, *Jurnalistik Praktik Kontemporer*, Cimanggis: Prenadamedia Group, 2017, hal 81 – 84

⁶⁹ Erwan dan A. Rasyid. *Jurnalistik Praktik Kontemporer*, Cimanggis: Prenadamedia Group, 2017, hal 81 – 84

⁷⁰ Juwito, *Jurnal Menulis Berita Dan Feature*, Uneas University Press, 2008

9.1.3. Karakteristik Feature

Feature merupakan berita yang berfungsi sama dengan berita umumnya, tetapi dengan gaya bahasanya yang terkesan seperti seni itu adalah ciri khas dari feature. Target yang ingin dicapainya adalah perasaan pembaca bukan rasio, seperti sasaran berita umumnya.

- Kreativitas (creative).

Berbeda dari berita (hardnews), feature memungkinkan jurnalis menciptakan sebuah cerita. Cerita feature dicitrakan sebagai cerminan karya kreatif individual seorang penulis.

- Information.

Feature bisa memberikan informasi kepada masyarakat mengenai situasi atau aspek kehidupan yang mungkin diabaikan dalam kemasan informasi si berita hardnews. Misalnya tentang sebuah museum atau kebun binatang yang terancam tutup.

- Menghibur.

Dalam persaingan program televisi yang sangat ketat saat ini, feature menjadi alternatif untuk meng-counter program sinetron, reality show, dan lain sebagainya, karena memiliki segmentasi audiensi yang berbeda. Bagi namun menghadirkan sentuhan perasaan manusia.

- Awet (timeless).

Berita (hardnews) mudah sekali “pernah” dimakan waktu, tetapi feature bisa ditayangkan kapan saja bahkan berkali – kali disiarkan pun masih tetap menarik perhatian pemirsa. Karena departemen programming televisi tahu bahwa nilai cerita feature tidak akan musnah dimakan waktu.⁷¹

9.1.4. Teknik Penulisan Feature

Menurut Yurnalsi dalam buku Menjadi Wartawan Hebat (2004), dalam menulis feature ada sejumlah unsur penting yang menunjang penulisan feature yang baik. Unsur itu adalah deskriptif, fantasi dan imajinasi, anekdot atau humor singkat dan kutipan.

1. Deskriptif

Objek digambarkan secara perinci, yang diamati melalui pancaindra. Penulisan deskriptif merupakan gabungan beberapa kecakapan penulisannya dalam mengumpulkan bahan reportase, kemampuan observasi yang tinggi, pengetahuan tentang manusia sesuai dengan pengalaman reportase dan kemampuan yang baik untuk meramu kata – kata secara singkat dan kutipan.⁷²

⁷¹ Andi Fachruddin, Dasar–dasar Produksi Televisi, Jakarta: Prenadamedia Group, 2017, hal 227 -228

⁷² Azwar, 4 Pilar Jurnalistik Pengetahuan Dasar Pengetahuan Jurnalistik, Jakarta: Prenadamedia Group, 2018, hal 83 - 84

2. Fantasi atau Imajinasi

Penulisan feature membutuhkan imajinasi yang baik untuk menjahit kata – kata dan rangkaian kata menjadi cerita yang menarik. Dalam hal ini dibutuhkan kemampuan bercerita yang baik. Fantasi atau imajinasi dalam menulis fiksi. Fantasi atau imajinasi dalam menulis feature tetap berangkat dari realitas, karena feature bukan karya fiksi.

Anekdote atau Humor Singkat

Agar tulisan tidak menjadi kering, perlu disisipkan anekdot atau humor sehingga feature menjadi segar dan tidak terkesan berat bagi pembaca. Menyisipkan humor dalam feature tentu saja tidak bisa lepas dari konteks pembahasan feature itu sendiri. Anekdote yang disisipkan harus memiliki relevansi dengan tulisan itu sendiri.

3. Kutipan

Untuk penyegaran dibutuhkan kutipan, bisa dari hasil wawancara yang menarik dan autentik, bisa kutipan puisi atau mungkin kutipan syair lagu. Kutipan ini adalah hal – hal yang terkait dengan materi, agar apa yang dikutip itu tidak sendiri, terlepas dari tulisan.⁷³

9.1.5. Perbedaan Berita dengan Feature

Berita merupakan tulisan yang bertolak dari keyabtaan peristiwa yang baru terjadi, dekat, dan menarik perhatian pembaca, serta ditulis dengan memperhatikan unsur 5W dan 1H dengan gaya yang lugas dan formal. dengan gaya yang lugas dan formal. Bila rumusan ini yang digunakan maka dalam tulisan terdapat unsur sebagai berikut.

1. Unsur peristiwa nyata yang terjadi di dalam masyarakat.
2. Dekat dengan pembaca, artinya peristiwa itu berada dalam wilayah perhatian atau kepentingan pembaca walaupun peristiwa itu terjadi di Somalia atau di Bosnia.
3. Menarik perhatian pembaca, artinya peristiwa itu mempengaruhi perasaan dan pikiran pembaca karena lucu, aneh, menyedihkan, menyinggung perasaan, masalah moral, seksual, terkait dengan kepentingan pribadi, golongan atau bangsa.
4. Ditulis dengan menerapkan unsur 5W dan 1H, yaitu apa, siapa, mana, bilamana, mengapa dan bagaimana.
5. Disiapkan dengan gaya yang lugas dan dengan menggubakan bahasa baku.

Kelima unsur itu tidak semuanya dimiliki oleh tulisan feature. Unsur yang sama dengan berita adalah.

⁷³ Azwar, 4 Pilar Jurnalistik Pengetahuan Dasar Pengetahuan Jurnalistik, Jakarta: Prenadamedia Group, 2018, hal 83 - 84

1. Unsur peristiwa nyata.
2. Dekat dengan pembaca,
3. Menarik perhatian pembaca.
4. Feature ditulis tidak terkait dengan 5W dan 1H, tetapi mungkin hanya memperhatikan beberapa unsur apa yang dipilih penulis.⁷⁴

9.1.6. Teknik Liputan (Wawancara)

Liputan atau Reportase pada dasarnya adalah usaha mengumpulkan data-data untuk membuat suatu tulisan, baik tulisan ilmiah maupun karya-karya populer. aktivitas meliputi akhirnya menjadi sangat lekat dengan penulisan berita. karena beritalah yang paling dominan harus menggunakan liputan dalam penulisaannya. mustahil membuat berita tanpa melalukan penelitian. Proses liputan dalam menulis berita pad dasarnya proses pembuatan berita secara terperinci tentang suatu masalah atau peristiwa. liputan atau reportase sudah lumrah dilakukan seorang wartawan. liputan adalah dunianya seorang wartawan. setiap hari kegiatannya mengadakan liputan untuk membuat tulisan. oleh sebab itu, karena liputan adalah suatu aktivitas rutin seorang wartawan, maka ia harus paham bagaimana proses liputan ini.

Mengadakan liputan pada dasarnya melakukan tiga hal untuk mendapatkan bahan baku berita. ketiga hal itu yaitu: 1) melakukan kajian pustaka, yang lazimnya dilakukan sebelum turun kelapangan; 2) melakukan Observasi; 3) dilengkapi dengan Wawamcara. Jadi sangat jelas bahwa liputan itu tidak hanya wawancara, sebagaimana lumrahnya dikenal oleh masyarakat akhir-akhir ini. tetapi ada dua hal penting yang juga menjadi bagian dari liputan, yaitu melakukan kajian terhadap persoalan yang akan diangkat dan melakukan pengamatan mendalam atas persoalan.

Liputan akan dilengkapi degan wawancara. tahap ini tentunya dilakukan untuk menggali lebih dalam persoalan-persoalan dalam pandangan objek. orang-orang yang terlibat dalam satu persoalan barangkali kan berbeda pendapat terhadap suatu persoalan. artinya wawancara tidak dilakukan hanya kepada salah satu objek dilapangan, tetapi lazimnya kepada banyak pihak yang berbeda posisi mereka dalam suatu kasus. Wawancara menurut KBBI edisi ketiga tahun 2005, tanya jawab dengan seseorang yang diperlakukan untuk dimintai keterangan atau pendapatnya mengenai suatu hal untuk dimuat dalam surat kabar, disiarkan melalui radio, ataiu ditayangkan pada layar televisi.⁷⁵

⁷⁴ M. Atar, Teknik Penulisan Berita, Features, dan Artikel, Bandung: Nuansa, 2010, hal 156

⁷⁵ Azwar, *4 Pilar Junalistik Pengetahuan Dasar Belajar Jurnalistik*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), hlm. 60.

Merancang wawancara yang baik dengan media juga adalah sarana PR (Public Relations) yang cukup penting. Anda misalnya merancang wawancara atasan atau klien anda dengan media dalam event khusus. Atau, kalau anda sebagai praktisi PR anda juga akan sering menjadi juru bicara klien atau lembaga anda. anda ingin menyampaikan informasi-informasi strategis menyangkut klien anda. anda juga harus memikirkan tempat dan waktu yang tepat untuk wawancara. apakah wawancara itu akan dilakukan secara tatap muka atau cukup via telpon atau email.

Selain wawancara, Talkshow juga bisa menjadi sarana PR yang baik untuk menjelaskan secara langsung hal-hal penting yang terkait dengan klien atau lembaga. anda tidak hanya harus selektif dalam menghadiri talkshow tetapi bila anda diperlukan, anda juga harus siap menjadi narasumber atau paling tidak memberikan pendapat atau pertanyaan dalam talkshow yang terkait dengan klien atau lembaga anda.⁷⁶ Wawancara adalah percakapan antara periset—seseorang yang berharap mendapatkan informasi—dan informan—seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu objek. wawancara yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya.⁷⁷ Michael Quinn Patton dalam Bukunya *Metode Evaluasi Kualitatif* menyampaikan bahwa setidaknya ada tiga hal jenis wawancara, yaitu:

1. Wawancara Percakapan Informal

Wawancara jenis ini memunculkan pertanyaan secara spontan ketika berinteraksi dengan narasumber.

2. Wawancara dengan menggunakan pedoman wawancara

Wawancara dengan menggunakan panduan atau pedoman wawancara artinya pewawancara sudah menyiapkan daftar pertanyaan terlebih dahulu sebelum wawancara. wawancara jenis ini tentunya sudah direncanakan terlebih dahulu, sehingga seorang wartawan bisa menyusun daftar pertanyaan yang sesuai dengan topik yang akan dibahas.

3. Wawancara terbuka yang di bakukan

Wawancara terbuka dengan seperangkat pertanyaan yang telah disusun, tetapi pewawancara tidak terpaku pada daftar pertanyaan. wawancara jenis ini adalah jalan tengah dari dua hal diatas. wawancara jenis ini telah dipersiapkan dengan matang, dengan sederet daftar pertanyaan yang sudah dipikirkan dan sesuai dengan kebutuhan jurnalis.

⁷⁶Idi Subandy Ibrahim, *Kecerdasan Komunikasi Seni Berkomunikasi Kepada Publik*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2009), hlm. 72-73

⁷⁷Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 100.

9.2. Tujuan Wawancara

Wawancara tentulah memiliki tujuan. dalam dunia jurnalistik tujuan melakukan wawancara itu selin mendapatkan informasi dari informan juga berfungsi sebagai cara mengukur kebenaran informasi yang sudah didapat. pada bagain lain wawancara juga mempunyai tujuan hanya untuk membujuk narasumber agar lebih dekat dengan jurnalis.

Bahkan dalam bentuk yang lebih luas — tidak hanya dalam dunia jurnalistik — wawancara itu justru sangat banyak ragamnya. Adapun tujuan wawancara terdiri dari sepuluh macam, yaitu:

- 1) Mendapatkan Informasi
- 2) Memberikan Informasi
- 3) Membujuk
- 4) Memecahkan
- 5) Konsultasi
- 6) Mencari Kerja
- 7) Menerima Keluhan
- 8) Meninjau Kinerja
- 9) Memperbaiki atau Memperingatkan
- 10) Mengukur Stress⁷⁸

Dalam wawancara hubungan sosial juga kerap dibutuhkan dalam teknik liputan, para jurnalis adalah warga masyarakat dimana dia berada. mereka hidup ditengah masyarakat luas, sekaligus menjadi bagian dari masyarakat itu sendiri. kegiatan jurnalisme berlangsung bukan disuatu ruang yang vacuum, tetapi ditenga publik yang nyata. jadi media dan jurnalisme sekaligus sebagai pewawancara tidak dapat hidup dan berkembang sendiri tanpa dukungan dari masyarakat dimana berada. karena itu saling keterkaitan dan saling membutuhkan.⁷⁹

⁷⁸ Azwar, *4 Pilar Jurnalistik Pengetahuan Dasar Belajar Jurnalistik*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), hlm. 60.

⁷⁹ Zulkarimein Nasution, *Etika Jurnalisme Prinsip-Prinsip Dasar*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), hlm. 41.

DAFTAR PUSTAKA

- Aghna R. S Adzka. __ . Praktik Multimedia dalam jurnalisme online di Indonesia. Jurnal Komunikasi.
- Aprilani. 2017. Problem Etis Jurnalisme Online Di Indonesia : dalam jurnal *Nomosleca*, volume 03, Nomor 01. Kediri: STAIN Kediri.
- Aryusmar. 2011. Karakteristik Bahasa Jurnalistik dan Penerapannya pada Media Cetak. Vol.2 No.2¹
- Azwar. 2018. *4 Pilar Jurnalistik Pengetahuan Dasar Belajar Jurnalistik*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Assegaf. 1982. *Jurnalistik Masa Kini Pengantar ke Praktek Kewartaan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Atar, M. 2010. Teknik Penulisan Berita, Features, dan Artikel, Bandung: Nuansa.
- Atar, M. Teknik Penulisan Berita, Features, dan Artikel, Bandung: Nuansa, 2010, hal 156
- Azwar. 2018. *4 Pilar Jurnalistik Pengetahuan Dasar Belajar Jurnalistik*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Azwar. 2018. *4 Pilar Jurnalistik Pengetahuan Dasar Pengetahuan Jurnalistik*, Jakarta: Prenadamedia Group
- Badjuri, A. 2010. *Jurnalistik Televisi*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Barus, S.W. 2010. *Jurnalistik Petunjuk Teknis Menulis Berita*. Penerbit Erlangga.
- Bland, M., Alison Theaker., dkk. __ . *Hubungan Media Yang Efektif*. Jakarta, Erlangga
- Efendi, E., dkk. 2017. *Jurnalistik Praktis Kontemporer*. Depok: Prenadamedia Group.
- Effendi, O.U. 2011. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, Jakarta: Kencana.
- Ermanto. 2005. *Wawasan Jurnalistik Praktis*. Yogyakarta: Cinta Pena.
- Erwan dan A. Rasyid. 2017. *Jurnalistik Praktik Kontemporer*, Cimanggis: Prenadamedia Group.
- Erwan dan Rasyid, A. 2017. *Jurnalistik Praktik Kontemporer*. Cimanggis: Prenadamedia Group.
- Fachruddin, A. 2017. *Dasar–dasar Produksi Televisi*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2017.
- Fachruddin, A. 2017. *Dasar–dasar Produksi Televisi*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Gawi, G dan Aminulloh, A. 2017. *Penerapan kode etik jurnalistik.*, vol .6. No. 1.
- Hadi, I.P. 2009. *Perkembangan Teknologi Komunikasi Dalam Era Jurnalistik Moder*”. Vol. 3 No. 1.

- Hadi, N.M. __. Tingkat Kepatutan Berbahasa Jurnalistik pada Jurnalisme Online. *Jurnal Ilmiah Komunikasi*. Vol. 4 No. 2.
- Hadiono, A.F. 2017. *Jurnalistik Dan Minat Mahasiswa*. Vol. 9.No. 1.
- Hamna, D.M. 2017. Eksistensi Jurnalisme Di Era Media Sosial: dalam jurnal *Ilmu Komunikasi*. Volume 03, nomor 01. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Harahap, A.S. 2006. *Jurnalistik Televisi*. Jakarta, PT Macanan Jaya Cemerlang.
<https://www.komunikasipraktis.com/2015/10/pengertian-feature-tulisan-jurnalistik.html>
- Husain, I. 2016. 4 Langkah Mudah Menulis Berita Straight News. Kompasiana
- Ibrahim, I.S. 2009. Kecerdasan Komunikasi Seni Berkomunikasi Kepada Publik. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ibrahim, I.S. 2009. *Kecerdasan Komunikasi Seni Berkomunikasi Kepada Publik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- James, C.F. 2005. *Online Journalism. Principles and Practices of News for The Web*. Holcomb Hathaway Publisher.
- Jelantik, A.A.K. 2017. Aktivis Jurnalistik Sekolah. Yogyakarta:CV Budi Utama.
- Jelantik, A.A.K. 2017. Aktivis Jurnalistik Sekolah. Yogyakarta:CV Budi Utama
- Judith, C. 2013. *Akurasi Berita dalam Jurnalisme Online*. Jurnal Pekomnas. Vol. 6 No.3.
- Juwito. 2008. Jurnal Menulis Berita Dan Feature, Uneas University Press.
- Juwito. 2008. Jurnal Menulis Berita Dan Feature. Uneas University Press.
- Kriyantono, R. 2006. Teknik Praktis Riset Komunikasi, Jakarta: Kencana.
- Kriyantono, R. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kusumaningrat, H dan Kusumaningrat, P. 2006. *Jurnalistik teori dan praktik* PT. Remaja Rosdakarya
- Loisa, R., Susanto, E.H., Junaidi, A S. __. Jurnalisme Media Siber.
- Luwi, I. 2005. *Catatan-Catatan Jurnalisme Dasar*, Jakarta: Penerbit Buku Kompas.
- Luwi, I. 2011. *Jurnalisme Dasar*. Jakarta: Kompas.
- Morissan. 2010. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Jakarta: Kencana.
- Murniah. Kesalahan Bahasa Jurnalistik Seputar Indonesia (Dad 20017) hal 9
- Nasution, Z. 2015. Etika Jurnalisme Prinsip-Prinsip Dasar. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Nasution, Z. 2015. *Etika Jurnalisme Prinsip-Prinsip Dasar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Nuruddin. __ . Jurnalisme Masa kini.
- Nurudin. 2009. *Jurnalisme Masa Kini*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Oli, H. 2007. *Berita Dan Informasi*. PT Macanan Jaya Cemerlang.

- Olivia, P. L. 2014. *Jurnal Kode Etik Dikalangan Jurnalis*, Volume 11 Nomor 1, Yogyakarta: UGM.
- Oramahi, H.A. 2012. *Jurnalistik Radio Kiat Menulis Berita Radio*. Penerbit Erlangga.
- Pramesti, O.L. 2014. *Kode Etik Dikalangan Jurnalis*, Volume 11 Nomor 1. Yogyakarta: UGM.
- Rahardi, K. 2011. *Bahasa Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Rivers, W.L. 2008. *Media massa dan Masyarakat Modern*. Jakarta, PT Kencana.
- Saragih, Y. M. 2005. *Diktat Jurnalistik*. Medan: IAIN Sumatera Utara
- Saragih, Y. M. 2009. *Diktat Jurnalistik*, Medan: IAIN Sumatera Utara
- Sastro, Y dan Sudrajat, E. *Modul 1: Teknik Mencari dan Menulis Berita*. SKOM4330
- Setiani, E. 2005. *Ragam Jurnalistik Baru dalam Pemberitaan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sumandiria, A.S. H. 2005. *Bahasa Jurnalistik*. Simbiosis Rekatama Media.
- Sumandiria, A.S. H. 2005. *Jurnalistik Indonesia*. Simbiosis Rekatama Media.
- Suryawati, I. 2011. *Jurnalistik Suatu Pengantar*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Syamsul, M.R.A. 2012. *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung. Nuansa Cendikia.
- Syarifudin, Y. 2010. *Jurnalistik Terapan*, Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan.
- Yadi, S. *Modul 1: Teknik Mencari dan Menulis Berita*. SKOM4330
- Yunus, S. 2010. *Jurnalistik Terapan*. Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan.