



Buku **JURNALISTIK KONTEMPORER** ini merupakan kumpulan materi yang berisi; Pengantar, Pengertian, Sejarah Perkembangan Jurnalistik dan Pers; Hubungan Pers dan Jurnalistik; Fungsi dan Ciri Pers; Masalah Pokok Pers dan Jurnalistik; Jenis-jenis Tulisan Jurnalistik; Media Komunikasi Sebagai Media Kegiatan Jurnalistik; Perbedaan Karakteristik Tulisan Media Masa (Cetak dan Elektronik), Pengertian Berita, Unsur dan Macam-macam Berita; Teknik Penulisan Berita; Pengenalan Lapangan Kerja Jurnalistik dan sekilas tentang jurnalistik sastra dan jurnalistik daerah atau sinda, serta jurnalistik kontemporer. khusus untuk mahasiswa bidang (peminatan) Hubungan Masyarakat diarahkan juga supaya bisa menyusun dan membuat press release.

Perbedaan dengan buku lain, terdapat tentang jurnalistik kampus (mahasiswa), dan jurnalistik islam, sebagai pengembangan ilmu kejournalistikan yang secara spesifik memuat persepektif islam tentang jurnalistik ini. Buku ini tepat dibaca oleh para pembaca khususnya mahasiswa dan pelajar yang menekuni ilmu jurnalistik dapat memahami dasar-dasar teoritis tentang pers dan jurnalistik serta perkembangannya dari mulai konsep jurnalistik sebagai sebuah keterampilan sehingga menjadi ilmu yang dipelajari di perguruan tinggi.



Diterbitkan Dan didistribusikan oleh:
MIMBAR PUSTAKA
Jl. Podang No.1B Griya Bukit Manglayang
Cileunyi Bandung
Telp. +62 8522014 0076



DADAN SUHERDIANA | JURNALISTIK KONTEMPORER



DADAN SUHERDIANA

JURNALISTIK KONTEMPORER



JURNALISTIK KONTEMPORER

Penulis:
Dadan Suherdiana

Penyunting : Abdul Aziz Maarif
Setting & Lay Out : Tim Mimbar Pustaka
Desain Sampul : Tim Mimbar Pustaka
Cetakan Pertama : November 2020

Dimensi 14,8 x 21 cm
Vi + 154 hlm

Copyright 2020

ISBN: 978-623-93889-5-9

Perpustakaan Nasional - Katalog Dalam Terbitan (KDT)

Diterbitkan dan didistribusikan oleh:

CV. Mimbar Pustaka

Redaksi Jl. Podang No. 1 B. Griya Bukit Manglayang Cileunyi-Bandung

Mobile: 0852 2014 0076

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kehadirat Illahi Rabi, Dzat sebagai sumber segala kebaikan dan kesempurnaan. Atas kasih sayang, petunjuk, dan pertolonganNya, sehingga dapat terselesaikan penulisan buku yang berjudul “Pengantar Ilmu Jurnalistik”. Kasih sayang dan keselamatan semoga dicurahkan kepada panutan alam Rasulullah Muhammad saw, keluarganya, para sahabatnya, dan seluruh umatnya.

Penulisan buku ini merupakan salah satu upaya memenuhi kebutuhan proses belajar mengajar bagi mahasiswa dan dosen pada mata kuliah kejournalistikan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN, IAIN, STAIN khususnya dan perguruan tinggi lain baik negeri maupun swasta yang membuka program studi Komunikasi Penyiaran Islam dan Ilmu Komunikasi Umumnya. Buku ini ditulis berdasarkan pengalaman penulis sebagai pengajar dan pengampu mata kuliah ilmu jurnalistik, dan dengan mengacu pada topik inti mata kuliah Pengantar Ilmu Jurnalistik pada kurikulum Perguruan Tinggi yang membuka program Studi KPI dan Ilmu Komunikasi.

Secara garis besar, kurikulum di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam (PTKI) khususnya Fakultas Dawah dan Komunikasi terbagi pada dua bidang, yaitu kurikulum bidang kajian ilmu dakwah dan kurikulum bidang kajian ilmu komunikasi. Dalam bidang kajian Ilmu Komunikasi maupun Kajian Ilmu Dakwah (terutama KPI), Pengantar Ilmu Jurnalistik yang dalam panduan termasuk dalam komponen mata kuliah kompetensi utama. Disajikan di dua jurusan yaitu Jurusan/prodi Ilmu Komunikasi (bidang Ilmu Jurnalistik dan Hubungan Masyarakat), dan Jurusan /prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) yang ada di fakultas Dakwah dan Komunikasi.

Bobot sks mata kuliah Pengantar Ilmu Jurnalistik adalah 3 (2-1) sks, yang berarti disamping berbobot teoritis juga ada praktiknya. Dalam buku ini diketengahkan pembahasan tentang hakikat jurnalistik, perkembangan jurnalistik, media jurnalistik, fungsi utama pers dan jurnalistik, serta enam teori pers dan jurnalistik yang berkembang di masyarakat. Pembahasannya lebih menekankan pada aspek teoritis. Bagian lainnya adalah sejarah perkembangan jurnalistik baru, jurnalistik praktis wartawan sebagai subjek jurnalistik dan bahasa jurnalistik. Buku ini ditutup dengan pembahasan bagian jurnalistik yang meliputi sastra, radio, televisi, dan foto. Pembahasan lainnya menyangkut jurnalistik kampus, dan citizen jurnalistik. Secara khusus buku ini juga memuat pembahasan jurnalistik Islami/Dakwah, sehingga agak berbeda dengan buku lain yang sejenis. Buku ini bertujuan memberikan pemahaman teoritis tentang dasar-dasar ilmu jurnalistik dan

dapat memahami penerapan teori-teori ilmu jurnalistik dalam berbagai bidang kajian termasuk agama dan berbagai bidang pekerjaan.

Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari kesempurnaan, disana sini masih banyak mengandung kekurangan dan kekeliruan dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis. Oleh karena itu tegur sapa para pembaca dalam melengkapi dan memperbaiki kekurangan tulisan ini merupakan hal yang sangat dinanti.

Kepada semua pihak yang telah berperan dalam mewujudkan buku ini, penulis haturkan banyak terima kasih yang setinggi-tingginya. Semoga Allah melimpahkan rahmat, hidayah dan taufiq-Nya kepada kita semua. Amin.

Bandung, 2020
Penulis.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR-i

DAFTAR ISI-iii

BAB I PENDAHULUAN- 1

BAB II. HAKIKAT JURNALISTIK-2

- A. Hakikat Jurnalistik-2
- B. Bagaimana Cara Memulai Menulis-2
 - 1. Kiat Agar Memiliki Banyak Ide dan Produktif menulis-3
 - 2. Menulis, Cara Cerdas beramal-5
 - 3. Tips Menulis Yang Baik-6
- C. Jurnalistik Secara Ontologi -7

BAB III. PERKEMBANGAN JURNALISTIK-9

- A. Kelahiran Wartawan Pertama-9
- B. Jurnalistik Masa kolonial-10
- C. Jurnalistik Nasional Masa Kolonial-11
- D. Jurnalistik Masa penjajahan Jepang-13
- E. Jurnalistik Orde Lama-13
- F. Jurnalistik Orde Baru-14
- G. Jurnalistik Orde reformasi-14

BAB IV. MEDIA JURNALISTIK-17

- A. Teknologi Dalam Jurnalistik-17
- B. Munculnya Jenis-jenis Media baru-18
- C. Media Yang Bersifat Interaktif-19
- D. Munculnya Jenis “Jurnalisme Baru”-20

BAB V. FUNGSI UTAMA PERS-22

- A. Menyampaikan Informasi-23
- B. Mendidik/Edukasi-23
- C. Mengontrol/Koreksi-23
- D. Menghibur /Rekreasi-24
- E. Mediasi-24

BAB VI. SISTEM /TEORI PERS- 26

- A. Liberal Democration Press/Pers Liberal-26
- B. Communist Press/Pers Komunis-26
- C. Authoritarian Press/Pers Otoriter-27
- D. Freedom and Responsibility Press/Pers Bebas dan Bertanggung Jawab-28
- E. Development Press/Pers Pembangunan-29
- F. Five Foundation Press/Pers Pancasila-29

BAB VII. PRODUK JURNALISTIK -30

- A. Berita-30
 - 4. Definisi Berita-31

5. Klasifikasi Berita-31

6. Jenis-jenis Berita-32

7. Konsep Berita-34

- B. Tajuk rencana-43
- C. Artikel-45
 - 1. Artikel Praktis-45
 - 2. Artikel Ringan-45
 - 3. Artikel Halaman Opini-45
 - 4. Artikel Analisis Ahli-46
- D. Kolom-46
- E. Pojok-46
- F. Lead pada Media cetak dan Elektronik-47
 - 1. Fungsi Lead (Teras berita)-48
 - 2. Jenis-Jenis Lead-48
 - 3. Lead Pada Media Elektronik-50
- G. Karikatural-51

BAB VIII. WARTAWAN-53

- A. Istilah Jurnalis dan wartawan di Indonesia-53
- B. Wartawan Hidup di Dua Dunia-53
- C. Dualisme Wartawan-54
- D. Kompetensi wartawan-57
- E. Reporter-57
- F. Fotografer-58

BAB IX. JURNALISME BARU-59

- A. Sejarah Perkembangan Jurnalisme Baru-59
- B. Delapan Teknik Jurnalisme Baru-60
 - 1. Jurnalisme Empati-60
 - 2. Jurnalisme Kekerasan-61
 - 3. Jurnalisme Damai-62
 - 4. Jurnalisme Omongan-65
 - 5. Jurnalisme Advokasi-66
 - 6. Jurnalisme Alternatif-67
 - 7. Jurnalisme Presisi-67
 - 8. Jurnalisme Sastra-67

BAB X. BAHASA JURNALISTIK/PERS-65

- A. Karakteristik Bahasa Jurnalistik-66
 - 1. Sederhana-66
 - 2. Singkat-66
 - 3. Padat-66
 - 4. Lugas-66

- 5. Jelas-67
- 6. Jernih-67
- 7. Menarik-67
- 8. Demokrasi-68
- 9. Mengutamakan Kalimat Aktif-68
- 10. Menghindari Kata Atau Istilah Teknis-68
- 11. Tunduk pada Kaidah dan Etika Bahasa Baku-68

- B. Pemakaian Bahasa Jurnalistik-69
- C. Prinsip dasar bahasa Jurnalistik-72
 - 1. Prinsip Prosesibilitas-72
 - 2. Prinsip Kejelasan-73
 - 3. Prinsip Ekonomi-73
 - 4. Prinsip Ekspresivitas-75
- D. Pemakaian Kata, kalimat, dan Alinea-75

BAB XI. JURNALISTIK KAMPUS-77

- A. Pers Mahasiswa-77
- B. Tidak populernya Pers Mahasiswa-78
- C. Kapitalisme Media-78
- D. Jaringan Media Jurnalistik kampus-79

BAB XII. JURNALISME RADIO-81

- A. Sejarah lahirnya Radio-81
- B. Peran Sosial Jurnalisme radio Dalam sejarah-83
- C. Radio Sebagai The Fifth Estate-83
- D. Teknik Dasar Jurnalisme radio-86
- E. Perkembangan Teknologi radio (Visual Radio)-89

BAB XIII JURNALISTIK TELEVISI-91

- A. Berita Pada Media Televisi -92
- B. Program Siaran Televisi-93
- C. Menulis Naskah Berita Televisi-94
 - 1. Akurasi- 94
 - 2. Brevity- 95
 - 3. Clarity-96
 - 4. Simplicity-96
 - 5. Sincerity-97

BAB XIV JURNALISTIK FOTO-98

- A. Definisi dan Karakteristik Foto Jurnalistik-98
- B. Foto Berita dan Feature-98
- C. Foto Tunggal dan Seri-99
- D. Teks Foto-99
- E. Jenis-jenis Foto Jurnalistik-100

BAB XV CITIZEN JURNALISM-103

- A. Perkembangan Teknologi dan Peluang Citizen Journalism-105
- B. Etika Citizen Journalism-106

BAB XVI JURNALISME ISLAM -118

- A. Pengertian Jurnalisme Islam -119
- B. Karakteristik Jurnalis Muslim -120
- C. Etika Jurnalis Muslim - 121

PENUTUP-123

DAFTAR PUSTAKA-124

LAMPIRAN-LAMPIRAN- 128

Lampiran 1 : Kode Etik Jurnalistik (PWI) -128

Lampiran 2 : Undang-undang Pers -131

BAB 1 PENDAHULUAN

Buku Jurnalistik Kontemporer ini awalnya merupakan kumpulan materi tentang mata kuliah pembuka cakrawala kejournalistikan bagi mahasiswa khususnya di jurusan ilmu komunikasi., dan komunikasi dan penyiaran islam. Mata kuliah ini berisi dasar-dasar teoritis tentang jurnalistik. Mata kuliah disusun berdasarkan pertemuan/perkuliahan di kelas, yang meliputi ceramah, diskusi dan penugasan-penugasan yang relevan dengan topik perkuliahan.

Apabila diurutkan dari semua pertemuan tersebut maka terdapat topik inti yang berisi : Pengantar, Pengertian; Sejarah Perkembangan Jurnalistik dan Pers; Hubungan Pers dan Jurnalistik; Fungsi dan Ciri Pers; Masalah Pokok Pers dan Jurnalistik; Jenis-jenis Tulisan Jurnalistik; Media Komunikasi Sebagai Media Kegiatan Jurnalistik; Perbedaan Karakteristik Tulisan Media Massa (Cetak dan Elektronik); Pengertian berita , Unsur, dan Macam-macam Berita; Teknik Penulisan Berita; Pengenalan Lapangan Kerja Jurnalistik dan sekilas tentang jurnalistik sastra dan jurnalistik daerah atau sunda, serta jurnalistik kontemporer. (Khusus untuk mahasiswa bidang (peminatan) Hubungan Masyarakat diarahkan juga supaya bisa menyusun dan membuat *press release*.

Perbedaannya dengan buku lain, terdapat kajian tentang jurnalistik kampus (mahasiswa), dan jurnalistik Islam, sebagai pengembangan ilmu kejournalistikan yang secara spesifik memuat persepektif Islam tentang jurnalistik ini.

Dengan buku ini diharapkan para pembaca khususnya para mahasiswa dan pelajar yang menekuni ilmu jurnalistik dapat memahami dasar-dasar teoritis tentang pers dan jurnalistik serta perkembangannya, dari mulai konsep jurnalistik sebagai sebuah keterampilan sehingga menjadi ilmu yang dipelajari di perguruan tinggi. Buku ini memang belum sempurna, menyajikan jurnalistik secara skolastik, sehingga membutuhkan kajian lain sebagai kelanjutannya.

BAB 2 HAKIKAT JURNALISTIK BERAWAL DARI MENULIS

A. Hakikat Jurnalistik

Untuk mengetahui hakikat jurnalistik, alangkah baiknya terlebih dahulu menjelaskan tentang kegiatan menulis dan hubungannya dengan jurnalistik yang tidak bisa dipisahkan dari kegiatan tulis menulis ini.

Pekerjaan menulis sesungguhnya tidak sulit dan masih dibutuhkan di mana-mana. Dewasa ini, keterampilan menulis mendapat tempat yang luas, baik instansi pemerintah maupun swasta, apalagi di media cetak, meskipun media elektronik tetap saja ruh dari media itu ada dalam kegiatan menulis. Namun demikian, pekerjaan ini memakan waktu yang lama dan memerlukan ketekunan, serta keuletan, latihan yang terus-menerus senantiasa diperlukan.

B. Bagaimana Cara Memulai Menulis

Banyak yang ingin menulis ke media (menjadi jurnalis), tetapi bingung bagaimana memulainya. Ada dua cara yang lazim dilakukan orang, yakni:

1. Mempelajari teori menulis, baru mempraktikannya,
2. *Learn the hard way* atau menulis dulu, teori belakangan.

Cara pertama bisa ditempuh dengan banyak membaca. Membaca buku dapat membimbing dan memperkenalkan kepada para pembacanya tentang ide, gagasan dan pemikiran dari penulis. Disamping itu banyak membaca berarti banyak tahu, ketika kita banyak membaca maka akan banyak mendapat informasi, apalagi dari buku yang bahasan materi didalamnya bermaksud kita tulis. Tulisan orang yang banyak membaca, maka tulisannya pun akan jauh lebih berbobot dan banyak informasi didalamnya daripada membaca tulisan dari orang yang miskin membaca. Dengan membaca kita tidak saja mendapatkan pengetahuan dan referensi tentang berbagai masalah, akan tetapi juga dapat mempelajari bagaimana orang lain mengemukakan pandangannya lewat bahasa tulisan.

Alternatif yang banyak dipilih, yaitu cara yang kedua karena dinilai lebih cepat, langsung kelihatan hasilnya berupa tulisan. Untuk mendeskripsikannya maka diawali dengan pertanyaan sulitkah menulis? Iya dan tidak. Sulit karena kita menganggapnya sulit. Mudah kalau kita menganggapnya dengan “santai”. Eep Saifullah Fatah, penulis dan kolumnis beken Indonesia, mengatakan bahwa menulis akan terasa mudah kalau kita tidak terlalu terikat pada aturan orang lain. Artinya, apa yang ingin kita tulis, tulis saja. Sama dengan gaya kita menulis *diary*. Setidaknya, itulah langkah awal kita menulis: menulis menurut gaya dan cara kita sendiri. Setelah

beberapa kali kita mengirim tulisan ke media, dimuat atau tidak itu tidak penting, barulah kita dapat melirik buku teori menulis, untuk mengasah kemampuan menulis kita.

Selanjutnya, John Tebel yang memulai karier jurnalistiknya (menjadi editor Surat Kabar) di Shepherd, Michigan sejak umur 14 tahun, mengungkapkan bahwa merencanakan suatu karier di bidang jurnalistik terutama surat kabar, keputusan utama yang harus dibuat adalah memilih jenis pendidikan yang harus ditempuh. Akan tetapi, ini bukan segala-galanya. Bagaimanapun juga, pendidikan jurnalistik secara formal tidak menjamin seseorang mendapatkan pekerjaan atau sukses di dalam kariernya. Banyak penulis dan redaktur yang tidak mendapatkan *training* formal, tetapi karena memiliki kesempatan “belajar di lapangan tempatnya bekerja”, bisa sukses. Cukup banyak yang memiliki bakat alam, yang kelihatannya secara instinktif tahu apa yang harus dikerjakannya dan bagaimana cara mengerjakannya.

Selain bersekolah di sekolah tinggi jurnalistik yang dipilih, pesan John Tebbel bahwa tidak boleh lupa melatih kemampuan diri untuk menulis, menulis apa saja. Untuk menulis mengenai masalah medis misalnya, tidak perlu dilakukan oleh seorang dokter, hal ini bisa dilakukan oleh seorang wartawan dengan mengikutsertakan mereka menyaksikan proses operasi. Kelemahan pendidikan tinggi di Indonesia katanya, tidak mendidik penulis/wartawan yang mampu menulis, tetapi mencetak sarjana yang mampu memecahkan masalah-masalah komunikasi (John Tebel, 2000 : 115-117).

1. Kiat Agar Memiliki Banyak Ide dan Produktif Menulis

Sastrawan Maman S. Mahayana, pernah berujar, “Rajin-rajinlah menulis. Lama-kelamaan di otak kamu akan terbentuk sebuah ‘sistem menulis’”. Kalau kita amati, setiap manusia memang memiliki kecenderungan yang berbeda-beda. Cobalah amati perilaku seorang pebisnis MLM. Setiap kali ketemu orang, bawaannya selalu mengajak, merayu setiap orang agar mau jadi *downline*-nya, atau minimal membeli produk-produknya. Sepertinya, ia selalu melihat semua orang sebagai mesin uang yang siap untuk dikeruk.

Kenapa bisa seperti itu? Sebab, pada otak si pebisnis telah terbentuk sebuah “sistem MLM”. Sistem ini menyebabkan ia selalu melakukan hal-hal yang berhubungan dengan MLM: mencari *downline*, merayu orang, memuji-muji produk yang ia jual, dan sebagainya. Hal seperti ini pun berlaku pada dunia penulisan.

Kenapa kita tidak bisa produktif menulis? Kenapa kita sulit menemukan ide tulisan? Bisa jadi karena di dalam otak kita belum terbentuk “sistem menulis”. Otak kita belum “*writing oriented*”. Karena itulah, kita harus melatih otak kita agar menjadi “*writing oriented*”, agar di dalamnya terbentuk sebuah “sistem menulis”.

Caranya:

- a. Jadikan kegiatan menulis sebagai pilihan hidup, bukan hobi semata yang dikerjakan hanya ketika ada mood, atau ada sisa waktu. Dengan kata lain, jadikanlah kegiatan menulis menjadi bagian dari gaya hidup Anda (Inilah sebabnya, penulis sekarang memakai motto “*Writing is not my hobby. It’s a part of my life*”).
- b. Rajin-rajinlah menulis. Tulislah apa saja yang bisa ditulis. Hari ini kamu telat bangun? *Tulis!* Kemarin kamu menyenggol kucing tetangga? *Tulis!* Kamu ingat pada seorang teman di masa lalu yang sangat lucu? *Tulis!* Kamu ingin mendebat ucapan seseorang? *Tulis!* Kamu bosan melihat perilaku para politisi? *Tulis!* Pokoknya tulislah apa saja.

Intinya, kita harus membiasakan diri untuk menulis. Semakin sering menulis, insya Allah keahlian kita makin baik, dan otak kita akan semakin sering mengeluarkan ide-ide cemerlang. Apakah ini hanya teori semata? Tidak. Sudah banyak bukti tentang hal ini.

Dalam bukunya *On Writing*, penulis terkenal **Stephen** pun menceritakan hal yang mirip. Ia pernah kecelakaan sehingga harus istirahat selama tiga bulan. Selama itu, ia tidak menulis sama sekali. Ketika sudah membaik dan mulai menulis lagi, ia merasa amat sulit menulis. “Aku seperti seorang penulis pemula yang belum tahu bagaimana cara menulis,” ujarnya. Lalu ketika memaksakan diri dan terus berlatih menulis, ia pun merasakan hal yang luar biasa: kemampuan menulisnya kembali seperti sediakala.

Saat ini, para penulis era teknologi informasi diuntungkan oleh kehadiran blog. Media yang satu ini memungkinkan kita menulis tentang apa saja dan dengan cara apa saja yang kita inginkan, tanpa harus melalui prosedur “seleksi naskah” dan sebagainya. Kita adalah raja pada *blog* buatan kita. Karena itu, kita bebas mengisinya dengan apa saja yang kita mau.

Jika ingin menjadi penulis yang produktif dan banyak ide, cobalah terapkan kiat di atas, dan segeralah membuat blog (jika belum punya). Ketahuilah, blog sangat bermanfaat bagi para penulis.

Alasan umumnya orang ketika ditanya mengapa belum menulis buku biasanya klasik, “Saya sibuk tak ada waktu.” hati-hati jangan terperangkap dalam apologi orang kalah seperti itu. Alasan semacam ini hanya akan membunuh spirit calon penulis. Dalam pengantar *The Encyclopaedia of Modern Muslim World* (4 Volume, diterbitkan Oxford University Press), John Esposito, editor ensiklopedi tersebut mengatakan, “*The busiest is the most productive one.*” Orang paling sibuk adalah orang yang paling produktif.

Cobalah kepada teman Anda, ajukan pertanyaan: “Apakah kamu bisa menulis?” Ajukan pula pertanyaan ini pada guru, dosen, orang tua,

tetangga, atau bahkan pada diri Anda sendiri. Bagaimana kira-kira jawaban atas pertanyaan ini? Kalau hanya sekadar menulis huruf, bilangan, kata, ataupun kalimat saja, penulis yakin banyak yang bisa. Akan tetapi, bila untuk menulis buku ataupun karya tulis yang lain, penulis yakin banyak yang tidak bisa. Bahkan, sekelas ahli bahasa/sastra pun, yang bergelut di dunia “kebahasaan”, banyak yang tidak punya karya tulis. Aneh bin ajaib! Mengapa bisa terjadi seperti ini? Apa penyebabnya?

2. Menulis, Cara Cerdas untuk Beramal

Melalui tulisan, cara berpikir atau penalaran seseorang dapat terlihat dan terdokumentasi. Ada juga yang berpendapat bahwa kualitas dan kuantitas tulisan menggambarkan kecerdasan seseorang. Melalui tulisan pula, seseorang dapat mengubah pandangan orang lain, dapat memengaruhi pendapat masyarakat, mengomunikasikan ide dan gagasannya, mewariskan ilmu dan pengalamannya, serta dapat mengubah peradaban dunia. Mengapa bisa seperti ini?

Ilmu pengetahuan yang kita pelajari saat ini tampaknya mustahil dapat dipelajari bila tidak terdokumentasikan melalui tulisan. Patut kita ucapkan terimakasih kepada para pendahulu kita yang telah mewariskan pengetahuannya. Tidak dapat dibayangkan, bagaimana jadinya bila para ilmuwan dahulu tidak menuliskan pengetahuannya?

Dahulu, penulis sempat kagum dan terpesona dengan orang-orang hebat dan pintar di bidangnya. Mereka sering menyarankan untuk banyak membaca dan menimba pengetahuan. Merekapun sering pula menyarankan untuk terus belajar dan belajar. Namun, kebanyakan di antara mereka tidak punya karya tulis. Sehingga sekarang, kekaguman penulis menjadi pudar. Mengapa?

Benar bahwa membaca itu dapat menambah pengetahuan. Benar juga bahwa perintah agama (Islam) yang pertama diturunkan adalah membaca. Namun, hasil dari proses membaca itu perlu dipahami yang kemudian diimplementasikan dalam bentuk hasil pemikiran -berupa tulisan sehingga orang akan mengetahui pemikiran kita. Sudah menjadi kesepakatan bahwa salah satu bentuk implementasi dari membaca adalah menulis. Bukankah kita dapat membaca buku matematika, fisika atau bahasa misalnya, karena ditulis?

Seseorang, nama dan kehebatannya akan dikenang, akan hidup dan lebih terabadikan sepanjang zaman, salah satunya karena tulisannya. Bandingkan dengan orang hebat atau pintar tapi tak punya karya tulis, namanya akan tenggelam seiring berjalannya waktu, hanya sebatas masa hidupnya. Menulis pada hakikatnya adalah bentuk rasa syukur kita kepada sang pencipta, yakni sebagai salah satu bentuk pengabdian (ibadah) dan

bentuk amaliah kita di dunia. Menulis adalah bentuk kontribusi kita bagi peradaban manusia, yang akan menjadi bekal untuk anak cucu kita kelak. Mereka yang berilmu dan ahli di bidangnya, tetapi tidak mau menuliskannya; ibarat orang yang berpikir, tetapi tidak mau beramal. Kalau boleh penulis katakan, mereka itu pelit akan ilmu dan pengetahuan.

Gambaran tersebut mengisyaratkan bahwa jurnalistik intinya berawal dari menulis. Secara teoretis berarti proses mencari, menyusun, menulis, mengedit, mencetak dan menyebarluaskan tulisan tersebut kepada khalayak. Proses jurnalistik ini oleh Jafar Assegaf dibagi menjadi dua jenis, yaitu secara sempit yang bermakna mencari informasi sampai menyebarkannya; dan secara luas yang bermakna jurnalistik secara sempit ditambah pers yang merupakan kelembagaan jurnalistik.

3. Tip Menulis Yang Baik

Ada beberapa teknik untuk menulis, khususnya artikel yang baik. Beberapa kuncinya adalah nada atau suara tulisan Anda, bentuk waktu (*tense*) yang dipakai. Selanjutnya, lengkapi dengan kata hubung yang baik dan *ending* yang kuat.

- Gunakan kalimat aktif. Salah satu cara untuk membawa pembaca merasakan landainya lereng gunung atau situasi apa saja adalah menulis dengan kalimat aktif (*active voice*). Bentuk aktif akan membawa pembaca ke dalam berita, sedangkan *passive voice* cenderung akan membuat pembaca mengantuk.
- Menulis dengan bentuk waktu sekarang (*present tense*). Ini penting untuk membuat seolah-olah pembaca merasa berdiri sebelah Anda, juga untuk memudahkan menciptakan *mood* -menarik pembaca masuk ke dalam cerita.
- Warnai berita dengan deskripsi yang hidup. Biasanya dengan mengakrabi dulu kultur objek berita Anda (dengan tinggal beberapa saat di suatu tempat untuk menyelami kultur objek tulisan kita).
- Menyusun bagian dan menggunakan transisi. Jagalah irama tulisan, yakni aliran yang menyebabkan pembaca tetap asyik membaca tulisan Anda. *Mood* perlu konsisten, maka dengan transisi (kata penghubung) yang membantu pembaca beralih secara halus dari satu bagian ke bagian lain. Kata penghubung yang baik, akan melancarkan perpindahan dari satu bagian atau paragraf ke bagian selanjutnya membuat rasa ingin tahu pembaca tetap terjaga sampai akhir artikel.
- Akhiri dengan *ending* yang elok. Pastikan akhir cerita Anda tidak akan terlupakan oleh pembaca. Misalnya, tulisan feature olah raga yang mendeskripsikan kembalinya pemain bintang sepak bola yang telah lama cedera.

C. Jurnalistik Secara Ontologi

Dari segi bahasa, kata jurnalistik (jurnalisme) dapat ditelusur sampai pada asal mula surat kabar yang disebut *acta diurna*. Namun, yang lebih banyak dipakai adalah berasal dari bahasa Prancis, yaitu *journal* atau *du jour* yang berarti hari, atau berasal dari bahasa Latin *diurnal* atau *diary*. Ini dikarenakan segala berita atau warta sehari itu termuat dalam lembaran yang tercetak. Karena kemajuan teknologi dan ditemukannya percetakan surat kabar dengan sistem silinder (rotasi), istilah jurnalistik berkembang sehingga memunculkan kata baru "pers". Lalu, orang mensenadakan istilah jurnalistik dengan pers.

Berdasarkan pemahaman tersebut, secara garis besar terdapat dua pengertian jurnalistik atau pers: *Pertama*, pengertian secara sempit yang berarti kegiatan untuk mengumpulkan, menulis, mengedit, dan menyajikan berita atau artikel, sampai menyampaikannya kepada khalayak (massa), dengan menggunakan media tertentu. Pengertian ini bisa dikatakan sebagai hakikat dari jurnalistik. *Kedua*, pengertian secara luas merupakan pengembangan dari pengertian sempit dengan melembagakan kegiatan tersebut dalam sebuah perusahaan media sehingga yang terlibat tidak hanya wartawan, tetapi mulai dari pemilik modal sampai karyawan terbawah di lembaga itu. Inilah yang dikenal sekarang sebagai pers atau lembaga pers.

Di bawah ini ada beberapa definisi jurnalistik (jurnalisme).

1. Berdasarkan kamus *Oxford Advanced Learners Dictionary of current English* (1987), jurnalistik adalah: *the work of profession of producing (writing for journal and newspaper)* (profesi yang berkaitan dengan memproduksi tulisan untuk jurnal dan surat kabar).
2. Dalam kamus *Longman Dictionary of Contemporary English* (1982), jurnalistik adalah: *work of writing for, editing, or publishing* (Pekerjaan yang berkaitan dengan menulis, mengedit atau menerbitkan).
3. *The Free Dictionary* mendefinisikan jurnalistik sebagai: (a). Kegiatan yang berkaitan dengan mengumpulkan, menulis, mengedit, dan menyajikan berita atau artikel berita dalam surat kabar dan majalah, siaran radio, dan televisi; (b). Materi yang ditulis untuk publikasi; (c). Gaya khas tulisan; (d). Majalah atau surat kabar.
4. Menurut kamus *online*, dikatakan sebagai kegiatan jurnalistik apabila: a. Kegiatan mengumpulkan, mengedit berita melalui media. Pelajaran yang berkaitan dengan kegiatan tersebut; b. Disiplin yang berhubungan dengan mengumpulkan, memverifikasi, melaporkan, dan menganalisis informasi yang dikumpulkan berkenaan dengan peristiwa aktual, termasuk kecenderungan, isu, dan orang-orang yang melakukan peliputan. Orang yang melakukan kegiatan ini dikenal sebagai jurnalis.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa jurnalistik adalah "kegiatan yang berhubungan dengan proses mencari, mengolah, mengumpulkan, dan menyiarkan atau menyebarluaskan informasi kepada khalayak dan penyebarannya menggunakan media massa baik cetak atau elektronik". Dalam perkembangannya, jurnalistik menjadi profesi yang dilakukan seseorang yang bekerja di media massa yang dikenal sebagai jurnalis atau wartawan.

BAB 3

PERKEMBANGAN JURNALISTIK DARI ROMAWI KE BANGKU KULIAH

Sejarah jurnalistik dimulai pada zaman pemerintahan Cayus Julius Caesar (100-44 SM) di negara Romawi. Pada masa itu, dipancarkan beberapa papan tulisan putih di lapangan terbuka ditempat rakyat berkumpul. Papan tulis yang disebut *Forum Romanum* itu berisi pengumuman-pengumuman resmi. Menurut isinya, papan pengumuman ini dapat dibedakan atas dua macam. Pertama, *Acta Senatus*, papan pengumuman yang memuat laporan-laporan singkat tentang sidang-sidang senat dan keputusan-keputusannya. Kedua, *Acta Diurna Populi Romawi*, papan pengumuman yang memuat keputusan-keputusan dari rapat-rapat rakyat dan berita-berita lainnya. *Acta Diurna* ini merupakan alat propaganda pemerintah Romawi yang memuat berita-berita mengenai peristiwa-peristiwa yang perlu diketahui oleh rakyat (Hamzah dkk, 1987: 29-30).

Bahkan, para ahli sejarah mengemukakan fakta lebih kuno bahwa kegiatan jurnalistik dimulai sejak zaman Nabi Nuh. Nabi Nuh adalah seorang pencari dan penyiar kabar (wartawan) pertama di dunia. Bahkan, sejalan dengan teknik dan caranya mencari serta menyiarkan kabar (warta berita di zaman sekarang dengan lembaga kantor beritanya), sesungguhnya kantor berita yang pertama di dunia adalah kapal Nabi Nuh (Suhandang, 2004: 26).

A. Kelahiran Wartawan Pertama

Menurut Hamzah dkk (1987: 29-30), konon pada zaman Romawi ini, lahir wartawan-wartawan pertama. Wartawan-wartawan ini terdiri atas budak-budak belian yang oleh pemiliknya diberi tugas untuk mengumpulkan informasi, berita, bahkan menghadiri sidang senat dan melaporkan semua hasilnya, baik secara lisan maupun tulisan. Kalau pemilik budak ini sedang bertugas di daerah, budak-budak ini selalu mengusahakan dan mengirimkan berita yang terjadi di kota Roma agar tuannya selalu mengikuti kejadian-kejadian di kota tersebut.

Demikian pula halnya bagi pemilik budak yang sedang bertugas di kota Roma. Mereka memunyai petugas di daerah-daerah yang bertugas mengirimkan berita dan peristiwa yang terjadi di daerah. Banyak di antara budak atau orang yang diberi tugas sebagai pengumpul berita itu, melakukan kerja sama dalam memperoleh berita dan melaporkan kepada orang yang menugaskannya.

Dari sebutan *acta diurna* itu pula para budak belian pencari berita (dengan mengutip isi *acta diurna*) dijuluki *diurnarius* (tunggal) atau *diurnarii* (jamak) sehingga boleh jadi istilah itu pula yang menjadi sumber penamaan

istilah *jurnalis* untuk para wartawan saat ini.

Pada tahun 911, surat kabar pertama, *King Pau*, terbit di Cina. Surat kabar milik pemerintah yang diterbitkan dengan suatu peraturan khusus dari Kaisar Quang Soo ini, mula-mula terbit tidak tetap, tetapi mulai tahun 1351 terbit seminggu sekali. Isinya adalah keputusan-keputusan rapat permusyawaratan dan berita dari istana. Surat kabar ini terbit tengah hari dengan harga dua *cash*. Pada tahun 1885, *King Pau* sudah terbit tiga hari dengan tiga edisi.

Inilah yang merupakan cikal bakal lahirnya wartawan pertama dalam jurnalistik, yaitu orang yang memunyai tugas menyebarkan informasi (*to inform*), dan melembaganya media informasi. Dunia persuratkabaran terus berkembang. Hingga tahun 1970-an, di Amerika Serikat, misalnya tercatat kurang lebih 63 juta eksemplar terbit pada setiap harinya. Termasuk di Indonesia tirasnya terus bertambah dan media massa cetak terus mengalami perkembangan.

Selanjutnya uraian lebih difokuskan kepada perkembangan jurnalistik di tanah air. Apabila merunut pada sejarah, akan ditemukan masa-masa (orde) dalam kegiatan jurnalistik sejak zaman penjajahan sampai zaman reformasi.

B. Jurnalistik Masa Kolonial

Bukti yang mengawali terbitnya surat kabar di Indonesia adalah surat kabar tulisan tangan yang bernama *Memoria der Nouvelles* (Nurudin, 2009: 29). Seperti di negara lain, surat kabar di Indonesia juga ditulis tangan belum dicetak. Koran *Memoria der Nouvelles* ini ternyata tidak hanya dibaca oleh orang Betawi dan Belanda saja, tetapi juga dibaca oleh orang yang berada di pulau lain. Sampai pada tahun 1644, koran ini merupakan pembawa berita-berita dari Netherland serta kepulauan lainnya. Salah seorang pejabat VOC bernama Jan Pieterzoon Coen juga pembaca koran ini. Bahkan, ia akhirnya mendorong pembesar VOC untuk menerbitkan koran sendiri. Maka itu, terbitlah koran dengan nama *MdN* yang kemudian dijadikan corong VOC untuk mencapai tujuannya di Indonesia. Karena surat kabar ini diterbitkan atas dasar perintah pembesar VOC, isinya dimonopoli dan disensor untuk kepentingan VOC semata. Selanjutnya, seorang petugas sekretaris negara yang juga seorang pedagang yang bernama Jan Ermand Jordens, menerbitkan koran yang bernama *Bataviasche Nouvelles en Politiqua Rainnomenenten* atau yang disingkat *Bataviasche Nouvelles*, yang mulai terbit sejak 7 Agustus 1744.

Dalam bukunya *Jurnalistik Indonesia*, Haris Sumadiria (2005: 19) mengatakan bahwa aktivitas jurnalistik di Indonesia berlangsung sejak zaman penjajahan kolonialisme Belanda, dengan terbitnya *Bataviasche Nouvelles*

yang dikelola langsung oleh para *colonial* sekitar tahun 1744. Sejak itu, berdirilah beberapa surat kabar berbahasa Belanda dengan berbagai tujuan dan bidang yang diberitakan, mulai dari masalah ekonomi, perdagangan, dan lain-lain. Media yang beredar sangat terbatas dan hanya bisa dibaca oleh orang Belanda dan kaum pribumi yang mengerti bahasa Belanda. Media tersebut membawa kepentingan kolonialisme. Tercatat misalnya pada tahun 1776, terbit mingguan pengumuman penawaran barang dan lelang bernama *Vendunnieews* (berita lelang). Kemudian pada tahun 1810 terbit koran baru resmi *Bataviasche Koloniale Courant* ketika Gubernur Jenderalnya Deandles. Keunikan koran ini adalah memublikasikan segala kegiatan pemerintah sesuai dengan keinginan masyarakat. Koran ini berhenti terbit pada tahun 1812 ketika Indonesia (Hindia Belanda) jatuh ke tangan Inggris, dan mereka menerbitkan koran mingguan berbahasa Inggris, *Java Government Gazette* (29 Februari 1812) dengan pemimpin redaksinya A.H. Habard. Pada tahun 1816 setelah kekuasaan kembali ke Belanda, terbit koran mingguan bernama *De Bataviasche Courant* sampai tahun 1828.

Surat kabar swasta pertama terbit di Surabaya bernama *Soerabajaasch Advertentieblad* (1835) yang dikelola seorang pedagang bernama F.C. Smith. Sejak itu, bermunculan surat kabar yang terbit di daerah lain, seperti Semarang, Bandung, dan Jakarta.

Kaum pribumi mulai memiliki surat kabar tercatat pada tahun 1854 dengan terbitnya majalah *Bianglala*, kemudian disusul majalah mingguan berbahasa Jawa di Surakarta yang bernama *Bromartani* pada tahun 1855, pelanggannya berjumlah 350 orang, namun hanya bertahan satu tahun. Sementara yang bercorak melayu terbit pada tahun 1856 dengan nama *Soerat Kabar Bahasa Melajoe* di Surabaya. *Soerat Chabar Betawie* yang berbahasa Arab dan Melayu, serta *Bintang Timur* (keduanya terbit pada 1865 di Jakarta dan Padang). Pada tahun 1866, terbit *Tjahaya Sijang* di Sulawesi Utara.

C. Jurnalistik Nasional Masa Kolonial

Sejak lahirnya Boedi Utomo tanggal 20 Mei 1908, sedikit demi sedikit majalah dan surat kabar mulai memasuki wilayah politik, dan inilah yang menandai juga surat kabar dikelola kalangan bumiputra. Di kota Solo ada majalah bernama *Darmo Kondo*. Majalah ini semula dimiliki orang Cina, tetapi kemudian diambil alih oleh Boedi Oetomo cabang Solo yang dipimpin oleh R. Toemangoeng Hardjodipoero. Salah seorang tokoh terkemuka dari *Indonesische Studie Club*, yaitu Haji Bakri menjadi pemilik saham terbesar (lebih dari separuhnya). Di tangannya, majalah ini diubah menjadi koran harian. Dalam perkembangannya, menjelang Perang Pasifik, surat kabar ini menjadi surat kabar berbahasa Indonesia dengan nama *Pewarta Oemoem* dan pembawa suara Partai Indonesia Raya (Parindra). Untuk penerbitan Surabaya

bernama *Soeara Oemoem*, sedangkan untuk penerbitan Bandung bernama *Berita Oemoem*.

Dari peristiwa inilah perkembangan pers menjadi pers nasional/kebangsaan yang, baik pengelola, wartawan, maupun perusahaannya, dimiliki oleh kaum pribumi. Sejak tahun 1910, pers Indonesia menjadi pers perjuangan yang digunakan untuk membentuk opini bangsa dalam mencapai kemerdekaan. Tentu saja disesuaikan dengan keyakinan dan aliran politik pimpinan ataupun organisasinya masing-masing. Pada saat itu, surat kabar di Indonesia mengalami pasang surut. Ketika pers dilarang pemerintah Belanda di suatu wilayah, seketika muncul di daerah lain.

Sejarah pers di Indonesia tidak lepas dari keadaan masyarakat keseluruhan. Artinya, satu sama lain saling memengaruhi. Kemajuan besar pemimpin gerakan kebangsaan dan keagamaan di Indonesia sekaligus merangkap menjadi pemimpin redaksi atau pembantu dari majalah atau surat kabar dari organisasi yang dipimpinnya. Beberapa pimpinan partai atau perhimpunan turut berkecimpung aktif dalam pers.

Berikut ini, surat kabar yang didirikan oleh partai atau perhimpunannya.

1. *Harian Siptatahoenan* diterbitkan oleh paguyuban Pasundan, pimpinan Oto Iskandarinata, Bakrie Soeratmadja, dan Mohammad Kurdi.
2. *Pikiran Rakyat* di Bandung dipimpin oleh Ir. Soekarno sebagai suara Partai Nasional Indonesia (PNI)
3. *Daulat Rakyat* dan *Kedaulatan Rakyat*, media pendidikan nasional dipimpin oleh Moh. Hatta dan Sutan Sjahrir.
4. *Persatoean Indonesia*, media Partai Indonesia (Partindo) dipimpin oleh Mr. Amir Sjarifudin, mr. Sartono, dan Mr. Muhammad Yamin. Disamping itu terdapat surat kabar atau perhimpunan yang memiliki surat kabar nonpartai, diantaranya :
1. *Bintang Timoer*, dipimpin oleh Parada Harahap di Jakarta.
2. *Pewarta Deli*, dipimpin Abdullah Lubis dan Jamiluddin Adinegoro di Medan.
3. *Persamaan* di Padang dipimpin oleh Sutan Palindih dan Muh Yunus Is.
4. *Pertja Selatan* di Palembang, dipimpin oleh Bratanata dan Tjuk Ning.
5. *Berita Baroe* di Makasar, dipimpin oleh Sasanone.
6. *Soeara Kalimantan* di Kalimantan, dipimpin oleh AA Hamidhan.

Di samping itu, pada permulaan PD II, di Indonesia terdapat 350 sampai 400 surat kabar harian dan majalah (mingguan dan bulanan). Surat kabar dan majalah berbahasa Indonesia atau Tionghoa-Melayu lebih kurang

berjumlah lima buah.

D. Jurnalistik Pada Masa Penjajahan Jepang

Setelah Jepang menjajah Indonesia pada 9 Maret 1942, surat kabar Belanda dan Cina ditutup. Segala penerbitan kemudian diurus oleh Jepang. Pada zaman Jepang, Jawa dan Madura berada di bawah kekuasaan Balatentara ke XXV, dan wilayah lainnya (Kalimantan, Sulawesi, Maluku, serta Nusa Tenggara) berada dalam wewenang angkatan laut Jepang. Penguasa Jawa-Madura mengatur sarana publikasi dan komunikasi dengan Undang-undang No. 16. Tahun 1942 Dua segi yang menonjol dari UU itu ialah berlakunya sistem izin terbit dan sensor preventif. Pasal 1 menyatakan bahwa semua jenis barang cetakan harus memiliki izin publikasi atau izin terbit. Pasal 2 melarang semua penerbitan yang sebelumnya memusuhi Jepang untuk meneruskan penerbitannya. Dalam staf redaksi setiap surat kabar ditempatkan penasihat yang disebut *Shidooin*, yang bertugas melakukan kontrol langsung. Di samping itu, pemerintah Jepang hanya memperbolehkan 5 harian berbahasa Indonesia saja yang terbit di pulau Jawa, yaitu: *Asia Raya* (Jakarta), *Tjahaya* (Bandung), *Sinar Baroe* (Semarang), *Sinar Matahari* (Yogya), dan *Soeara Asia* (Surabaya). Di Sumatera diterbitkan *Soematra Shinbun*, dan bagi masyarakat Tionghoa diterbitkan Harian *Kun Yung Po* dalam bahasa Tionghoa dan Melayu. Sedangkan dalam bahasa Jepang sendiri diterbitkan *Djawa Shinbun* dan *Djawa Baroe* yang diselenggarakan dan diatur oleh badan resmi pemerintah yang bernama *Djawa Shinbunkai*. Para wartawan yang bersedia bekerja sama dengan Jepang dijadikan/dipekerjakan pada Jawatan Penerangan Jepang (*Soomuka*) dan beberapa orang bekerja pada *Hookookai* (barisan propaganda). Dilihat dari aturan yang dibuat pemerintah, pada masa Jepang, koran atau majalah dijadikan sebagai corong pemerintah. Kalaupun independen, mereka diawasi oleh orang pemerintah (para *shidooin*).

E. Jurnalistik Orde Lama

Pascakemerdekaan proklamasi 17 Agustus 1945, terjadi euphoria kebebasan pers. Pada saat itu, bermunculan surat kabar dan majalah di Jakarta dan di berbagai kota lainnya di Indonesia. Pesan yang terkandung dalam berita adalah mengusung kebebasan dan nasionalisme. Pada saat itu menjadi tugas mulia para insan pers untuk menjunjung tinggi merah putih di seluruh Nusantara. Oleh karena itu, pers pada saat itu menunjukkan jatidiri sebagai pers perjuangan. Perjuangan dengan tinta ke seluruh wilayah Indonesia dan seluruh dunia, memberitakan kemerdekaan Indonesia, dan mengobarkan api semangat nasionalisme, melawan penjajahan.

Pada tahun 1950, pers pun merambah ke dalam dunia politik praktis sehingga berpihak dan menjadi corong partai politik. Pers menjadi partisan dan menjadi pendukung partai yang dianutnya, dan disebrang sana berdiri

insan pers lain yang mendukung partai lain. Kejadian ini berlangsung sampai dikeluarkannya Dekrit Presiden, 1 Juli 1959, di mana ada aturan bahwa setiap perusahaan penerbitan diwajibkan memiliki surat izin terbit (SIT). Orang jurnalistik mengenang masa ini sebagai masa dunia pers dipasung dan terjadi kematian, masa yang gelap gulita untuk pers dan jurnalistik (Sumadiria, 2005: 20).

F. Jurnalistik Orde Baru

Setelah era kemandegan pers dan jurnalistik pada masa Orde Lama, pada masa Orde Baru angin perubahan terjadi seiring semakin profesionalnya kerja para insan pers. Hal ini dipandang juga sebagai imbas dari peristiwa G30 S/PKI, di mana pers menjadi leluasa seiring meningkatnya iklim sosial-budaya dan ekonomi politik. Selama 20 tahun masa Orde Baru yang dikomandani oleh Soeharto, pers dan jurnalistik lebih banyak bersinggungan dengan dimensi, unsur, nilai, dan roh ekonomi. Pada saat Orde Baru, pers tidak banyak berbicara politik, kontrol sosial dan penyalur pendapat umum seakan dipasung oleh penguasa. Apabila melanggar, sanksinya berat. Pers yang menyentuh wilayah kekuasaan akan dibredel. Berbeda dengan lima tahun pertama Orde Baru yang seakan terjadi bulan madu untuk pers dan jurnalistik di Indonesia.

G. Jurnalistik Orde Reformasi

Setiap kali suatu rezim tumbang, pers menikmati masa bulan madu. Seperti yang ditulis oleh Haris Sumadiria (2005: 21), kelahiran Orde Reformasi setelah Soeharto menyerahkan jabatan presiden kepada wakilnya BJ Habibie, disambut dengan penuh suka cita oleh seluruh rakyat Indonesia. Terjadi euphoria di mana-mana, kebebasan pers/jurnalistik berubah menjadi kemerdekaan pers/jurnalistik. Departemen Penerangan sebagai malaikat pencabut nyawa pers, dengan serta merta dibubarkan.

Secara yuridis, UU Pokok Pers No. 21/1982 akhirnya diganti dengan UU Pokok Pers No. 40/1999. Dengan undang-undang dan pemerintahan yang baru, siapa pun bisa menerbitkan dan mengelola pers. Siapa pun bisa menjadi wartawan dan masuk dalam organisasi pers mana pun. Tidak ada lagi kewajiban hanya menginduk kepada satu organisasi pers. Seperti ditegaskan pasal 9 ayat (1) UU Pokok Pers No.40/1999, setiap warga negara Indonesia dan negara berhak mendirikan perusahaan pers. Pada pasal yang sama ayat berikutnya (2) ditegaskan lagi, setiap perusahaan pers harus berbentuk badan hukum Indonesia.

Kewenangan yang dimiliki pers nasional itu sendiri sangat besar. Menurut Pasal 6 UU Pokok Pers No. 40/1999, pers nasional melaksanakan peranan: (1) memenuhi hak masyarakat untuk mengetahui; (2) menegakkan nilai-nilai dasar demokrasi, mendorong terwujudnya supremasi hukum dan

hak asasi manusia serta menghormati kebhinekaan; (3) mengembangkan pendapat umum berdasarkan informasi yang tepat, akurat, dan benar; (4) melakukan pengawasan, kritik, koreksi, dan saran terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan umum; dan (5) memperjuangkan keadilan dan kebenaran.

Apa artinya? Dalam era reformasi, kemerdekaan pers benar-benar dijamin dan senantiasa diperjuangkan untuk diwujudkan. Semua komponen bangsa memiliki komitmen yang sama: pers harus hidup dan merdeka. Hidup, menurut kaidah manajemen dan perusahaan sebagai lembaga ekonomi. Merdeka, menurut kaidah demokrasi, hak asasi manusia, dan supremasi hukum. Bukan sebatas hiasan peraturan seperti pada zaman Orde Baru. Ini sejalan dengan amanat pasal (2) UU Pokok Pers 40/1999 yang menyatakan, kemerdekaan pers adalah salah satu wujud kedaulatan rakyat yang berasaskan prinsip-prinsip demokrasi, keadilan, dan supremasi hukum.

Secara kuantitatif, dalam lima tahun pertama era reformasi, 1998-2003, jumlah perusahaan penerbitan pers di Indonesia mengalami pertumbuhan sangat pesat. Dalam kurun ini, setidaknya tercatat 600 perusahaan penerbitan pers baru, 50 di antaranya terdapat di Jawa Barat. Jumlah ini sama dengan jumlah perusahaan penerbitan pers lama dalam Orde Baru. Harus diakui, hasrat dan minat masyarakat menerbitkan pers dalam lima tahun pertama masa reformasi bagai jamur di musim hujan. Bahkan, pada tahun pertama-kedua masa reformasi, setiap kota di Pulau Jawa setidaknya terdapat 10 perusahaan penerbitan pers baru dengan komposisi 70% terbit mingguan dan 30% terbit harian.

Kecenderungan maraknya penerbitan pers sebagai dampak langsung reformasi itu, ternyata tidak berlangsung lama. Dari seluruh perusahaan penerbitan pers baru, 70% gulung tikar paling lama pada tahun ketiga, 20% berikutnya tutup layar pada tahun keempat, dan hanya 10% yang mencoba bertahan melewati tahun kelima. Sebagai contoh, di Bandung kini terdapat dua surat kabar harian lokal yang lahir dalam era reformasi. Keduanya berjuang sangat keras untuk bisa tetap eksis secara bisnis, sosiologis, dan politis.

Kenyataan tersebut menunjukkan, kemerdekaan pers yang diraih secara ideologis dan politis dalam era reformasi, tidak serta merta mengantarkan pers nasional pada zaman keemasan. Secara historis, pers Indonesia yang dulu dikenal sebagai pers perjuangan, dilahirkan untuk hidup. Sekali layar berkembang, pantang surut ke belakang.

Atas dasar itulah, pers nasional yang sekarang tetap terbit dan terus bertahan di seluruh pelosok Indonesia, berusaha untuk senantiasa merujuk pada pedoman filosofi itu. Namun, tidak demikian halnya bagi sebagian pers yang lahir dalam era reformasi. Mereka begitu mudah untuk lahir, tetapi lebih

mudah untuk mati. Bila dianalisis, mereka ternyata belum memiliki tiang peyangga utama yang kokoh sebagai syarat mutlak pendirian bangunan pers: idealisme, komersialisme, dan profesionalisme.

Pada tataran akademik, perkembangan jurnalistik yang semula dipandang sebagai sebuah keterampilan, berubah secara drastis menjadi komoditi pengkajian dan penelitian ilmu pengetahuan. Pada saat jurnalistik dipandang sebagai keterampilan maka yang menjadi seorang jurnalis adalah orang yang betul-betul berbakat menulis. Orang yang secara alamiah memiliki *trah* dan idealisme yang tinggi untuk menuliskan apa saja yang dipandang harus dituliskannya. Pada periode ini muncul para penulis lepas, *freelance* yang memang gemar menulis sehingga media menghargai dengan imbalan alakadarnya. Mereka tidak menolaknya karena menulis merupakan hobi yang tidak terukur secara materi kenikmatannya.

Dalam dunia pendidikan khususnya perguruan tinggi, pendidikan jurnalistik untuk pertama kalinya secara akademis muncul di Universitas Basel, Swiss pada tahun 1884 dengan nama *Zeitungskunde*, yang dikembangkan oleh Karl Bucher (1847-1930) berkebangsaan Jerman. Ketika kembali ke negaranya, ia memberikan kuliah *Zeitungskunde* di Universitas Leipzig. Salah satu jasa Bucher dalam kajian jurnalistik adalah: (1). Melakukan penyelidikan historis untuk pertama kalinya dalam bidang persuratkabaran; (2). Mengajarkan pengetahuan persuratkabaran untuk pertama kalinya di kalangan masyarakat akademik; (3). Salah seorang pendiri lembaga persuratkabaran yang pertama di Eropa Kontinental, yaitu di Leipzig; (4). Memperjuangkan diselenggarakannya pendidikan kewartawanan di tingkat perguruan tinggi (Kertopati, dalam Muhtadi, 1999: 15).

Di Amerika, jurnalistik berkembang dan mengalami puncaknya sejak tahun 1930-an. Konon, nama Pulitzer dihubungkan sebagai penggagas masuknya kajian jurnalistik ini ke *college-college* di Amerika Serikat. Begitu pula berkembang di Eropa mata kuliah publisistik yang dikaji di universitas-universitas ternama.

BAB 4 MEDIA JURNALISTIK: DARI MEDIA CETAK SAMPAI MULTI MEDIA

A. Teknologi dalam Jurnalisme

Kegiatan jurnalisme berkaitan erat dengan perkembangan teknologi publikasi dan informasi. Berdasarkan sejarah perkembangan media jurnalistik, pada masa antara tahun 1880-1900, terdapat berbagai kemajuan dalam publikasi jurnalistik. Yang paling menonjol adalah mulai digunakannya mesin cetak cepat sehingga *deadline* penulisan berita bisa ditunda hingga malam hari dan mulai munculnya foto di surat kabar.

Pada tahun 1893, untuk pertama kalinya surat kabar dan beberapa bagian di koran edisi Minggu di Amerika Serikat menggunakan tinta berwarna untuk komik. Pada tahun 1899, mulai digunakan teknologi merekam ke dalam pita walaupun pada saat itu belum banyak digunakan oleh kalangan jurnalis.

Pada tahun 1920-an, dengan maraknya radio siaran, surat kabar dan majalah mendapatkan pesaing baru dalam pemberitaan. Namun demikian, media cetak tidak sampai kehilangan pembacanya karena berita yang disiarkan radio lebih singkat dan sifatnya sekilas. Baru pada tahun 1950-an perhatian masyarakat sedikit teralihkan dengan munculnya televisi.

Perkembangan teknologi komputer yang sangat pesat pada era 1970-1980 juga ikut mengubah cara dan proses produksi berita. Selain *deadline* bisa diundur sepanjang mungkin; proses cetak, *copy* cetak yang bisa dilakukan secara masif, perwajahan, hingga iklan, dan *marketing* mengalami perubahan sangat besar dengan penggunaan komputer di industri media massa.

Memasuki era 1990-an, penggunaan teknologi komputer tidak terbatas di ruang redaksi saja. Semakin canggihnya teknologi komputer *notebook* yang sudah dilengkapi modem dan teknologi *wireless*, serta akses pengiriman berita teks, foto, dan video melalui internet atau via satelit, telah memudahkan wartawan yang meliput di medan paling sulit sekalipun.

Selain itu, pada era ini juga muncul media jurnalistik multimedia. Perusahaan-perusahaan media raksasa sudah merambah berbagai segmen pasar dan pembaca berita. Tidak hanya bisnis media cetak, radio, dan televisi yang mereka jalankan, tetapi juga dunia internet, dengan *space* iklan yang tak kalah luasnya.

Setiap pengusaha media dan kantor berita dituntut untuk memiliki media internet agar tidak kalah bersaing dan demi menyebarluaskan beritanya ke berbagai kalangan. Setiap media cetak atau elektronik ternama pasti

memiliki situs berita di internet, yang *updating* datanya bisa dalam hitungan menit. Ada juga yang masih menyajikan edisi internetnya sama persis dengan edisi cetak.

Pada tahun 2000-an, muncul situs-situs pribadi yang juga memuat laporan jurnalistik pemilikinya. Istilah untuk situs pribadi ini adalah *weblog* dan sering disingkat menjadi *blog*. Memang tidak semua *blog* berisikan laporan jurnalistik, tetapi banyak yang berisi laporan jurnalistik bermutu. *Senior Editor Online Journalism Review*, J.D Lasica, pernah menulis bahwa *blog* merupakan salah satu bentuk jurnalisme dan bisa dijadikan sumber untuk berita.

Dalam penggunaan teknologi, Indonesia agak terlambat dibanding dengan media massa dari negara maju seperti AS, Prancis, dan Inggris. Akan tetapi, untuk saat ini, penggunaan teknologi di Indonesia –terutama untuk media televisi– sudah sangat maju. Lihat saja bagaimana *Metro TV* melakukan laporan *live* dari Banda Aceh, selang sehari setelah tsunami melanda wilayah itu. Padahal, saat itu aliran listrik dan telefon belum tersambung (Zaky/”PR”).

Dalam sebuah pertemuan ASPIKOM (Asosiasi Penyelenggara Ilmu Komunikasi), M Ridlo’Eisy, salah seorang pemimpin perusahaan media di Bandung, mengaitkan keeratatan antara idealisme dan bisnis dalam jurnalistik. Menurutnya media yang tidak layak bisnis akan sulit mempertahankan idealismenya, pada akhirnya tidak akan *survive* dalam bisnis, dan akan bangkrut.

Dalam bisnis, media itu mirip restoran. Informasi itu seperti makanan, dan wartawan seperti juru masak. Lanjutnya, saat ini siapa pun bisa jadi wartawan dan bisa membuat media, siapa pun bisa jadi juru masak, dan bisa membuat restoran. Apakah restoran itu laris atau tidak, sangat bergantung pada juru masaknya. Apakah media itu layak bisnis atau tidak, sangat bergantung pada wartawannya. Walaupun didukung dengan modal dan promosi yang hebat sekalipun, suatu restoran yang menyajikan makanan yang tidak enak, dapat dipastikan akan bangkrut. Demikian pula gambaran untuk bisnis media jurnalistik. Oleh karena itu, sebuah perusahaan media yang kompeten tentu akan mencari wartawan yang kompeten sehingga media itu menjadi layak bisnis.

Sebagai gambaran tentang kompetensi media ini, pada tahun 2000 terdapat 2005 media, dan pada tahun 2002 tinggal 700 media. Berarti, tidak kurang dalam kurun waktu dua tahun 1300 media bangkrut. Memang tidaklah mudah mengelola media, apalagi dengan wartawan yang kurang kompeten.

B. Munculnya Jenis-jenis Media Baru

Perkembangan yang pesat dalam teknologi informasi dan komunikasi, serta terjadinya konvergensi teknologi, menyebabkan lahirnya

berbagai jenis media baru, yang tidak secara sederhana dapat kita pilah dengan kategori media cetak atau elektronik.

Sebagai contoh, telepon seluler atau HP (*handphone*). Pada awalnya, HP hanyalah alat komunikasi pengganti telepon, yang memiliki keunggulan dari segi mobilitas (praktis dan mudah dibawa ke mana-mana). Namun, HP jenis terbaru kini tidak cuma sekadar alat untuk mengobrol atau saling berkiriman SMS (*short message services*). HP jenis terbaru memiliki fungsi yang beraneka ragam. Mulai dari kalkulator, *notepad* (untuk membuat tulisan), membuat presentasi, melakukan transaksi perbankan, menggantikan peran komputer biasa untuk menjelajah internet, mengirim dan menerima *e-mail*, menerima dan mengirim berita, bahkan menerima siaran televisi.

Sampai kuartal ketiga tahun 2006, di seluruh dunia sudah terdapat 100 juta pengguna HP (3G), dan 264 juta sambungan saluran pita lebar (*fixed broadband line*). Dalam beberapa tahun, saluran tetap ini diperkirakan akan mencapai 500 juta. Tercatat lebih dari 90% dari 120 operator ponsel di seluruh dunia yang meluncurkan tayangan TV bergerak, mempergunakan jaringan seluler dua arah. Dari jaringan seluler ini, ada lebih dari 2,5 miliar pengguna dengan teknologi *unicast* dan *broadcast* MBMS (*multimedia broadcast multicast service*).

Artinya, dalam waktu yang tidak lama lagi, ketika kita bicara soal audiens media televisi, audiens itu tidak lagi terbatas pada pemilik pesawat televisi konvensional (yang rating-nya secara rutin dicatat oleh lembaga *AGB Nielsen Media Research*), tetapi juga mencakup pemilik HP yang mampu menampilkan 3 dimensi (3G) dan pengguna komputer (yang juga bisa di-set untuk menerima siaran televisi).

C. Media yang Semakin Bersifat Interaktif

Berkat perkembangan teknologi internet, sifat atau karakter media lama seperti televisi juga bisa berubah. Jika sebelumnya penonton televisi hanya dapat bersikap pasif, dalam arti hanya bisa “pasrah” memilih dari sekian *channel* yang tersedia, kini mereka bisa bersikap jauh lebih aktif.

Secara teknologi, kini sudah dimungkinkan munculnya IPTV (*Internet Protocol Televisions*) atau televisi internet, yang teknologinya sudah dipamerkan di International Telecom Union World di Hong Kong, akhir tahun 2006. IPTV bisa berwujud siaran televisi biasa atau bank acara dan film yang dapat diakses penonton, mirip *payTV* di hotel berbintang.

IPTV memiliki banyak keunggulan dibandingkan televisi siaran konvensional karena penonton bisa sesuka hati memutar ulang siaran yang terlewatkan. Selain itu, IPTV juga bisa membuat siaran menjadi interaktif. Sebagaimana teknologi lain yang berbasis internet, kendali IPTV pun ada di tangan penonton.

Komentar terhadap sebuah siaran bisa langsung dikirim ke stasiun televisi bersangkutan. Bahkan, si penonton bisa berbagi komentar dengan para penonton lain karena setiap IPTV memiliki nama (*account*) tersendiri. Sambil menonton siaran, mereka bisa saling berkomentar melalui pesan pendek yang muncul di layar televisi.

IPTV bisa lebih personal, interaktif, HDTV (*high definition television*, atau memiliki ketajaman gambar yang sangat tinggi), dan mengintegrasikan layanan komunikasi dan video. Selain membuka peluang distribusi dua arah dan *multiple-stream*, IPTV menjadi awal layanan *triple play* atau satu saluran untuk tiga macam layanan (telepon suara, hiburan/TV, dan internet).

Teknologi IPTV ini sudah berkembang di Eropa dan Amerika Utara, yang sudah memiliki infrastruktur komunikasi pita lebar. Di dua kawasan itu sudah empat juta rumah tangga tersambung dengan IPTV, dan diperkirakan pada tahun 2009, jumlah pelanggan akan meningkat cepat menjadi 36,8 juta. Di Indonesia sendiri, hambatan bagi penyelenggaraan IPTV adalah belum tersedianya saluran komunikasi pita lebar yang memadai. Perlu investasi yang sangat besar karena harus mengganti perangkat yang sekarang masih dipakai serta (harus tetap) mengganti jaringan yang lama.

D. Munculnya Jenis “Jurnalisme Baru”

Jurnalisme baru (*new journalism*) adalah teknik liputan dan penulisan yang kemudian menjadi genre (aliran atau gaya) baru dalam dunia kewartawanan. Istilah jurnalisme baru ini diperkenalkan oleh Tom Wolfe, seorang wartawan dari *New York Herald Tribune*. Wolf lahir di Richmond, Virginia pada tanggal 2 Maret 1930, seorang wartawan dalam sejumlah koran seperti *Springfield Union* dan *The Washington Post*.

Tom wolf mengidentifikasi jurnalisme baru ini ke dalam beberapa poin penting, diantaranya: (1). *Scene by scene construction*, artinya tulisan harus merupakan konstruksi adegan per adegan, menggunakan gaya bertutur seperti dalam skenario film; (2). *Dialogue*, artinya jurnalis harus merekam dialog sekomplit mungkin. Jurnalis dituntut tidak hanya melaporkan kata saja, tetapi mendefinisikan dan menyusun karakter seperti melibatkan pembaca; (3). *The third person*, artinya meskipun secara sederhana seorang jurnalis melaporkan fakta, ia harus mampu memberikan perasaan nyata dari peristiwa pada pembaca; (4). *Status details*, artinya jurnalis harus mencatat dengan perinci semua detail status kehidupan dan karakter-karakter yang ada dalam laporan.

Selain terdapat perubahan dari sisi penulisan, dari sisi media sendiri terdapat pergeseran yang mengarah ke media internet, media *online*. Media internet sendiri, sebagai suatu media baru (*new media*), juga telah

menghadirkan sekian macam bentuk jurnalisme yang sebelumnya tidak kita kenal. Salah satunya adalah “jurnalisme warga” yang lebih dikenal dengan istilah *citizen journalism*.

Dengan biaya relatif murah, kini setiap pengguna internet pada dasarnya bisa menciptakan media sendiri. Mereka dapat melakukan semua fungsi jurnalistik sendiri, mulai dari merencanakan liputan, meliput, menuliskan hasil liputan, mengedit tulisan, memuatnya dan menyebarkannya di berbagai situs internet atau di *weblog* yang tersedia gratis.

Dengan demikian, semua orang yang memiliki akses terhadap internet bisa menjadi “jurnalis dadakan” meski kualitas jurnalistik mereka masih bisa kita perdebatkan. Yang jelas, orang tidak dituntut harus lulusan Fakultas Ilmu Komunikasi atau sekolah jurnalistik untuk menjadi “jurnalis dadakan” di dunia maya.

Suka atau tidak, tren munculnya “jurnalisme warga” dan “jurnalis dadakan” semacam ini tampaknya semakin kuat. Sebagai catatan, berita pertama soal bencana Tsunami di Aceh, pada Desember 2005 lalu, justru muncul dan diketahui publik lewat blog pribadi di internet, bukan melalui media konvensional. Dengan demikian, kehadiran “jurnalisme warga” ini juga telah menjadi tantangan bagi jenis “jurnalisme mapan,” yang diterapkan di media konvensional, seperti surat kabar, majalah, radio, dan televisi.

BAB 5 FUNGSI UTAMA PERS MENDIDIK SAMPAI MENGHIBUR

Dari pengertian pers menurut UU No. 40 Tahun 1999, pers memiliki dua arti, arti luas dan sempit. Dalam arti luas, pers menunjuk pada lembaga sosial atau pranata sosial yang melaksanakan kegiatan jurnalistik untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi. Sedangkan dalam arti sempit, pers merujuk pada wahana/media komunikasi massa baik yang elektronik dan cetak.

Wahana komunikasi massa ada dua jenis, yaitu media cetak dan media elektronik. Media massa elektronik, adalah media massa yang menyajikan informasi dengan cara mengirimkan informasi melalui peralatan elektronik, seperti radio, televisi, internet, film. Sedangkan media massa cetak, adalah segala bentuk media massa yang menyajikan informasi dengan cara mencetak informasi itu di atas kertas. Contoh : Koran, majalah, tabloid, bulletin. Pers sebagai “*watchdog*” yaitu mata dan telinga, pemberi isyarat, pemberi tanda-tanda dini, pembentuk opini atau pendapat, dan mengarah agenda masa depan.

Pada pasal 3 UU No.40 Tahun 1999 tentang pers, disebutkan bahwa fungsi pers adalah sebagai berikut:

1. Fungsi Informasi : menyajikan informasi karena masyarakat memerlukan informasi tentang berbagai hal yang terjadi di masyarakat, dan Negara.
2. Fungsi Pendidikan : sebagai sarana pendidikan massa (*mass education*), maka pers situ memuat tulisan-tulisan yang mengandung pengetahuan sehingga masyarakat bertambah pengetahuan dan wawasannya.
3. Fungsi Hiburan : hal-hal yang bersifat hiburan sering dimuat pers untuk mengimbangi berita-berita berat (*hard news*) dan artikel-artikel yang berbobot. Hiburan dapat berupa cerpen, cerita bergambar, cerita bersambung, teka-teki silang, pojok, karikatur.
4. Fungsi Kontrol Sosial : adalah sikap pers dalam melaksanakan fungsinya yang ditujukan terhadap perorangan atau kelompok dengan maksud memperbaiki keadaan melalui tulisan. Tulisan yang dimaksud memuat kritik baik langsung atau tidak langsung terhadap aparatur Negara, lembaga masyarakat.
5. Fungsi sebagai Lembaga Ekonomi : Pers adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang penerbitan. Pers memiliki bahan baku yang diolah sehingga menghasilkan produk yang namanya “berita” yang diminatai masyarakat dengan nilai jual tinggi. Semakin berkualitas beritanya maka semakin tinggi nilai jualnya. Pers juga menyediakan kolom untuk iklan. Pers membutuhkan biaya untuk kelangsungan hidupnya.

Sedangkan Dalam berbagai literatur komunikasi dan jurnalistik

disebutkan, terdapat sekurang-kurangnya lima fungsi utama pers dan jurnalistik yang berlaku secara universal. Disebut universal karena kelima fungsi tersebut dapat ditemukan pada setiap negara di dunia yang menganut paham demokrasi, (Sumadiria, 2005:32) kelima fungsi itu yakni:

- a. Menyampaikan informasi (*to inform*).
- b. Mendidik (*to educate*).
- c. Mengontrol (*to control*).
- d. Memberikan hiburan (*to entertain*).
- e. Mediasi (*to mediate*).

Bukan Cuma 5 fungsi saja, dalam beberapa literatur juga menambahkan dengan fungsi mempengaruhi (*to influence*), dan menjembatani (*to bridge*).

A. Menyampaikan Informasi

Fungsi ini lebih pada menyampaikan informasi secepatnya kepada masyarakat luas. Setiap informasi yang disampaikan harus memenuhi kriteria dasar, yakni aktual, akurat, faktual, menarik atau penting, benar, lengkap-utuh, jelas-jernih, jujur-adil, berimbang, relevan, bermanfaat, dan etis. Informasi yang disajikan meliputi politik, ekonomi, sosial budaya, hankam, dan lain-lain.

B. Mendidik

Informasi apa pun yang disebarkan pers hendaknya dalam kerangka mendidik (*to educate*). Inilah antara lain yang membedakan pers sebagai lembaga kemasyarakatan dengan lembaga kemasyarakatan yang lain. Sebagai lembaga ekonomi, pers memang dituntut berorientasi komersial untuk memperoleh keuntungan finansial. Namun, orientasi dan misi komersial itu sama sekali tidak boleh mengurangi, apalagi meniadakan fungsi dan tanggung jawab sosial pers. Dalam istilah sekarang, pers harus mampu memerankan dirinya sebagai guru bangsa.

Seperti ditegaskan Wilbur Schramm dalam bukunya yang berjudul *Men, Messages, and Media* (1973), bagi masyarakat, pers adalah *watcher, teacher, and forum* (pengamat, guru dan forum). Pers setiap hari melaporkan berita, memberikan tinjauan atau analisis berbagai peristiwa dan kecenderungan yang terjadi, serta ikut berperan dalam mewariskan nilai-nilai luhur universal, nilai-nilai dasar nasional, dan kandungan budaya lokal dari satu generasi ke generasi berikutnya.

C. Mengontrol

Pers adalah pilar demokrasi keempat setelah legislatif, eksekutif, dan yudikatif. Dalam kerangka ini, kehadiran pers dimaksudkan untuk mengawasi atau mengontrol kekuasaan legislatif, eksekutif, dan yudikatif agar kekuasaan mereka tidak menjadi korup dan absolut. Seperti ditegaskan

Lord Acton, pujangga Inggris abad 18, kekuasaan cenderung disalahgunakan dan kekuasaan yang bersifat absolut cenderung disalahgunakan secara absolut pula (*power tends to corrupt and power absolute tend to corrupt absolutely too*).

Untuk itu, dalam negara penganut paham demokrasi, pers mengemban fungsi sebagai pengawas pemerintah dan masyarakat (*watchdog function*). Pers akan senantiasa menyalak ketika melihat berbagai penyimpangan dan ketidakadilan dalam masyarakat atau negara. Dengan fungsi kontrol sosial (*social control*) yang dimilikinya, pers bisa disebut sebagai institusi sosial yang tidak pernah tidur. Ia juga bersikap independen atau menjaga jarak yang sama terhadap semua kelompok dan organisasi yang ada.

Walaupun demikian, perlu ditegaskan, pers bukanlah hakim yang berhak memvonis atau jaksa yang berhak menuntut atau mendakwa. Juga, bukan aparat kepolisian yang berhak menangkap, menyidik, dan menyelidiki. Artinya, dalam mengemban fungsi kontrol sosialnya, pers pun tunduk pada ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Pers tidak steril dari norma-norma sosial, budaya, dan agama setempat. Pers tidak kebal hukum, pers tidak bisa dianggap sebagai hukum itu sendiri. Siapa pun yang dirugikan oleh pers, bisa mengajukan gugatan hukum apabila penyelesaian melalui koridor yang ada, seperti penggunaan hak koreksi, hak jawab, dan pengajuan nota keberatan terhadap Dewan Pers, dianggap tidak memuaskan. Dalam konteks ini fungsi jurnalistik sebagai kontrol sosial juga bermakna koreksi.

D. Menghibur/Memberikan hiburan

Pers harus mampu memerankan dirinya sebagai wahana hiburan yang menyenangkan sekaligus menyehatkan bagi semua lapisan masyarakat. Artinya, apa pun pesan rekreatif yang disajikan, mulai dari anekdot, cerita pendek, kartun, karikatur, sampai kuis, tidak boleh bersifat negatif apalagi destruktif. Pers harus menjadi sahabat setia pembaca dan penonton yang menyenangkan. Karena itu, berbagai sajian hiburan yang menyesatkan, harus dibuang jauh-jauh dari pola pikir dan pola perilaku pers sehari-hari. Dalam perkembangannya, fungsi *to intertain* sekarang lebih kepada menghibur masyarakat dengan menayangkan informasi di media (khususnya TV) tentang para pesohor atau selebritas. Malah telah diakui menjadi sebuah kegiatan untuk menghibur sekaligus menginformasikan berita selebritas dengan munculnya istilah *infotainment* (yang merupakan gabungan *to inform* dengan *to intertain*).

E. Mediasi

Mediasi artinya penghubung. Bisa disebut juga fasilitator yang dalam istilah lain sebagai *bridge* atau jembatan. Setiap hari pers melaporkan berbagai peristiwa yang terjadi di dunia dalam lembaran-lembaran kertas

BAB 6 SISTEM / TEORI PERS LIBERAL SAMPAI SOSIAL

yang tertata rapi dan menarik. Dengan kemampuan yang dimilikinya, pers telah menghubungkan berbagai peristiwa yang terjadi di berbagai belahan bumi dengan kita yang berada di sini. Karena perslah kita mengetahui aneka peristiwa lokal, nasional, regional dan mondial (berkaitan dengan seluruh dunia) dalam waktu singkat dan bersamaan.

Dengan fungsi mediasi, pers mampu menghubungkan tempat yang satu dengan tempat yang lain, peristiwa yang satu dengan peristiwa yang lain, orang yang satu dengan orang yang lain pada saat yang sama. Sebagai contoh, melalui sajian iklan baris otomotif, pers telah menghubungkan ratusan ribu calon penjual mobil dengan ratusan ribu calon pembeli mobil secara serempak tanpa kehadiran fisik mereka. Komunikasi cukup dilakukan melalui pesawat telepon atau HP, bahkan cukup via SMS. Saat verifikasi atau transaksi, barulah dituntut kehadiran bersama secara fisik. Penjelasan seperti inilah yang telah mengantarkan McLuhan dalam karyanya *Understanding Media* (1966) sampai pada kesimpulan bahwa pers adalah perpanjangan dan perluasan manusia (*the extend of man*).

Sebenarnya terdapat fungsi lain dari jurnalistik ini yaitu mempengaruhi (to influent). Pengaruh pers oleh para ahli dianggap termasuk sosiologi pers, yang mempelajari hubungan timbale balik antara pers dan masyarakat. Umumnya baik pers maupun masyarakat saling pengaruh mempengaruhi. Ahli-ahli periklanan yang mahir dalam penggunaan media untuk mempengaruhi masyarakat, akan menyatakan betapa ampuhnya media massa mempengaruhi kebiasaan masyarakat. Kebiasaan di dalam membeli dan mempergunakan hal-hal baru merupakan studi khusus bagi ahli periklanan, dan tujuan para ahli periklanan ini adalah untuk membentuk pola konsumsi baru, sehingga produk yang dipasarkan mereka akan laku.

Walaupun orang tidak menyangsikan kemampuan media massa untuk mempengaruhi masyarakat, namun dari studi-studi tentang pengaruh (effect study) ternyata bahwa pers tidak mempunyai daya untuk mempengaruhi secara langsung. Berdasarkan hipotesa yang dikembang oleh Elihu Katz (dalam Assegap, 1985:15) seorang ahli komunikasi Amerika, maka pengaruh pers bertingkat ganda, yakni dengan melalui apa yang disebut pemimpin opini (opinion leader). Pers mempengaruhi pemimpin opini dan mereka inilah yang kemudian mempengaruhi masyarakat secara luas. Selain dari pers mempengaruhi masyarakat, terjadi juga sebaliknyanya masyarakat mempengaruhi pers. Diantaranya dapat dilihat dari jenis-jenis pemberitaan dan sajian pers yang didasarkan oleh pengaruh masyarakat, artinya pers sangat bergantung pada masyarakat yang dilayaninya. Misalnya apabila masyarakat tidak suka maka bisa terjadi pemboikotan berlangganan maupun keinginan terhadap rubrik-rubrik tertentu.

Literatur tentang perkembangan jurnalistik mencatat beberapa teori mengenai jurnalistik yang dalam referensi yang lain disebut sistem. Secara garis besar terdapat 5 teori jurnalistik/pers yaitu :

1. *Liberal Democraton Press (Pers Liberal)*

Sistem Libertarian pers ini dipraktikan di Inggris setelah tahun 1668, kemudian menyeberang ke Amerika Serikat, bahkan ke seluruh dunia. Teori ini merupakan kebalikan dari teori otoriter.

Asumsi dasar teori ini adalah bahwa manusia pada hakikatnya dilahirkan sebagai makhluk bebas yang dikendalikan oleh rasio atau akalnyanya. Manusia mempunyai hak secara alamiah untuk mengejar kebenaran dan mengembangkan potensinya apabila diberikan iklim kebebasan menyatakan pendapat.

Tujuan dan fungsi media massa menurut paham liberalism adalah memberi penerangan, menghibur, menjual, namun yang terutama adalah menemukan kebenaran dan mengawasi pemerintah serta untuk mengecek (to check) atau mengontrol pemerintah.

Media dilarang menyiarkan pencemaran nama baik atau penghinaan, menampilkan pornografi, tidak sopan, dan melawan pemerintah. Bila dilanggar, maka akan diproses melalui pengadilan (Siebert, Peterson, dan Schramm dalam Severin & Tankard, 1992: 286-287).

Pers yang bersifat liberal cocok untuk negara yang menganut falsafah demokrasi liberal, yaitu kebebasan yang sebebas-bebasnya. Negara-negara di benua Eropa, Amerika, bahkan Australia merupakan negara yang sistem pemerintahannya demokrasi liberal. Jelasnya, kepentingan individu sangat diutamakan. Dalam demokrasi liberal, kebebasan pers dipersepsikan sebagai kebebasan tanpa batas. Artinya, kritik dan komentar pers dapat dilakukan kepada siapa saja, termasuk kepada kepala negara. Presiden AS, Richard Nixon misalnya, akhirnya tumbang setelah dihajar habis-habisan oleh pers karena skandal *Watergate*. Meskipun tidak se-liberal Amerika, di Indonesia tumbangnyanya pemerintahan Presiden K.H. Abdurrahman Wahid (Gus Dur) sedikit banyak juga karena kuatnya terpaan publik dan Dewan Perwakilan Rakyat, serta Majelis permusyawaratan Rakyat yang diberitakan berbagai media. Proses lengsernya beliau pun mendapat sorotan kamera secara langsung dari berbagai media.

2. *Communist Press (Pers Komunis)*

Pers komunis, (teori sovyet komunis) umumnya berada di negara-

negara sosialis yang menganut paham komunis atau marxis, seperti Cina, Rusia, Hongaria, dan Kroasia. Pers komunis terbentuk karena latar belakang pemerintahan negaranya yang menitikberatkan kekuasaan tunggal, yaitu partai komunis. Dengan demikian, suara pers harus sama dengan suara komunis, sedangkan wartawannya adalah orang yang setia terhadap patrai tersebut.

Dalam teori Soviet, kekuasaan itu bersifat sosial, berada di orang-orang, sembunyi di lembaga-lembaga sosial dan dipancarkan dalam tindakan-tindakan masyarakat. Kekuasaan itu mencapai puncaknya (a) jika digabungkan dengan sumber daya alam dan kemudahan produksi dan distribusi, dan (b) jika ia diorganisir dan diarahkan.

Partai Komunis memiliki kekuatan organisasi. Partai tidak hanya menyelipkan dirinya sendiri ke posisi pemimpin massa; dalam pengertian yang sesungguhnya. Partai menciptakan massa dengan mengorganisirnya dengan membentuk organ-organ akses dan kontrol yang merubah sebuah populasi tersebar menjadi sebuah sumber kekuatan yang termobilisir.

Partai menganggap dirinya sebagai suatu staf umum bagi masa pekerja. Menjadi doktrin dasar, mata dan telinga bagi massa. Negara Soviet bergerak dengan program-program paksaan dan bujukan yang simultan dan terkoordinir. Pembujukan adalah tanggungjawabnya para agitator, propagandis dan media.

Komunikasi massa digunakan secara instrumental, yaitu sebagai instrumen negara dan partai. Komunikasi massa secara erat terintegrasi dengan instrumen-instrumen lainnya dari kekuasaan negara dan pengaruh partai.

Komunikasi massa digunakan untuk instrumen persatuan di dalam negara dan di dalam partai. Komunikasi massa hampir secara eksklusif digunakan sebagai instrumen propaganda dan agitasi. Komunikasi massa ini punya ciri adanya tanggungjawab yang dipaksakan.

3. *Authoritarian Press (Pers Otoriter)*

Teori ini merupakan teori yang paling tua sejalan dengan terbentuknya pemerintahan negara yang bersifat otoriter yang lahir pada abad 16 dan 17 di Inggris. Kemudian meluas dan diterapkan ke seluruh dunia.

Menurut teori ini, media massa mempunyai tujuan utama mendukung dan mengembangkan kebijaksanaan pemerintah yang sedang berkuasa, dan untuk mengabdikan kepada negara. Tidak semua orang dapat menggunakan media komunikasi kecuali mereka yang mendapat izin dari kerajaan atau pemerintah. Dengan demikian, media massa dikontrol oleh pemerintah, karena hanya dapat terbit dengan izin dan bimbingan serta arahan pemerintah, bahkan kadang-kadang dengan sensor pemerintah.

Teori otoritarian mempunyai empat asumsi dasar, di antaranya :

- a. Manusia tidak dapat berdiri sendiri dan harus hidup dalam masyarakat. Manusia juga akan menjadi berarti kalau dia hidup dalam kelompok;
- b. Kelompok lebih penting dari pada individu. Masyarakat tercermin dalam organisasi-organisasi, dan yang terpenting adalah negara. Negara merupakan tujuan akhir dari proses organisasi;
- c. Negara adalah pusat segala kegiatan, individu tidak penting;
- d. Pengetahuan dan kebenaran dicapai melalui interaksi individu. Interaksi itu harus terkontrol dan terarah sehingga kepentingan akhir tidak dirugikan (Rachmandi, 1990: 31-32).

Atas dasar keempat asumsi tersebut, maka teori ini cenderung membentuk suatu system control yang efektif dan menggunakan media massa sebagai sarana yang efektif bagi kebijaksanaan pemerintah meskipun tidak harus dimiliki oleh pemerintah.

Pers otoriter lahir dari negara penganut politik fasis yang menentukan pemerintah berkuasa secara mutlak. Intensitas pers otoriter ini hanya untuk kepentingan penguasa. Untuk itu, segala cara dilakukan oleh pemerintah agar pers tidak melakukan kritik atau kontrol kepada pemerintahannya. Pers otoriter ini lahir pada saat pemerintahan Nazi Jerman pimpinan Fuehrer Adolf Hitler (1936-1945).

4. *Freedom and Responsibility Press (Pers Bebas dan Bertanggung Jawab)*

Istilah *freedom and responsibility press* semula merupakan slogan dari negara Barat yang menginginkan suatu kebebasan pers yang harus dipertanggungjawabkan kepada masyarakat dan dalam kehidupan bermasyarakat. Akan tetapi, karena setiap negara mempunyai pandangan yang berbeda terhadap pengertian bebas, kebebasan pers di setiap negara pun menjadi berbeda pula, bergantung pada bobot yang dianut oleh setiap negara.

Teori Tanggung Jawab Sosial (Social Responsibility Theory) diberlakukan sedemikian rupa oleh beberapa sebagian pers. Teori Tanggungjawab sosial punya asumsi utama : bahwa kebebasan, mengandung didalamnya suatu tanggung jawab yang sepadan; dan pers yang telah menikmati kedudukan terhormat dalam pemerintahan Amerika Serikat, harus bertanggungjawab kepada masyarakat dalam menjalankan fungsi-fungsi penting komunikasi massa dalam masyarakat modern. Asal saja pers tahu tanggungjawabnya dan menjadikan itu landasan kebijaksanaan operasional mereka, maka sistem libertarian akan dapat memuaskan kebutuhan masyarakat. Jika pers tidak mau menerima tanggungjawabnya, maka harus ada badan lain dalam masyarakat yang menjalankan fungsi komunikasi massa. Pada dasarnya fungsi pers dibawah teori tanggungjawab sosial sama dengan fungsi pers dalam teori Libertarian. Digambarkan ada enam tugas pers :

- a. Melayani sistem politik dengan menyediakan informasi, diskusi dan

BAB 7 PRODUK JURNALISTIK PRAKTIS NEWS DAN VIEWS

- perdebatan tentang masalah-masalah yang dihadapi masyarakat.
- b. Memberi penerangan kepada masyarakat, sedemikian rupa sehingga masyarakat dapat mengatur dirinya sendiri.
 - c. Menjadi penjaga hak-hak perorangan dengan bertindak sebagai anjing penjaga yang mengawasi pemerintah.
 - d. Melayani system ekonomi dengan mempertemukan pembeli dan penjual barang atau jasa melalui medium periklanan,
 - e. Menyediakan hiburan
 - f. Mengusahakan sendiri biaya financial, demikian rupa sehingga bebas dari tekanan-tekanan orang yang punya kepentingan.

5. *Development Press* (Pers Pembangunan)

Istilah pers pembangunan dimunculkan oleh para jurnalis di negara berkembang. Alasannya, negara berkembang sedang giat-giatnya melakukan pembangunan (*development*). Namun, apakah perkembangan atau pembangunan yang dilakukan oleh negara berkembang satu dengan yang lainnya itu sama, tentu tidak. Setiap negara mempunyai arah dan tujuan pembangunan yang berbeda.

Untuk menyamakan pandangan terhadap pers pembangunan, Wilbur Schramm memberikan batasan tentang model pers pembangunan ini sebagai berikut

Pers harus dapat menciptakan iklim pembangunan di negaranya.

- a. Pers harus mampu memperluas pandangan (cakrawala) bagi masyarakatnya.
- b. Pers harus mampu mengarahkan perhatian masyarakat dari kebiasaan lama menjadi perilaku yang lebih maju lagi.
- c. Pers harus dapat meningkatkan aspirasi dan mendorong masyarakat berpola pikir ke arah kehidupan yang lebih baik.
- d. Pers harus bisa memperlebar tukar pikiran (dialog) dan kebijakan.
- e. Pers harus mampu menetapkan norma sosial.
- f. Pers harus mampu membantu secara substansial dari semua jenis kehidupan dalam bermasyarakat, berbangsa dan bernegara.

6. *Five Foundation Press* (Pers Pancasila)

Falsafah Negara adalah Pancasila. Sampai sekarang belum ditemukan definisi yang tepat dari Pers Pancasila ini. Akan tetapi, pendapat dari beberapa tokoh pers memberi ancar-ancar sifat dari Pers Pancasila itu adalah “pers yang melihat segala sesuatunya secara proporsional”.

Pers Pancasila hendaknya mencari keseimbangan dalam berita atau tulisannya demi kepentingan semua pihak, sesuai dengan konsensus demokrasi Pancasila.

Istilah jurnalistik dan jurnalisme dari sisi kata merujuk kepada pengertian yang sama. Secara prinsip kedua istilah tersebut tidak banyak perbedaan, jurnalistik merupakan kata baku yang dipakai dalam bahasa Indonesia untuk menjelaskan tentang “sesuatu yang berkenaan dengan kewartawanan dan surat kabar” sedangkan jurnalisme bisa diartikan (karena ada isme), menunjuk pada aliran atau paham yang dimaksud adalah paham yang berkaitan dengan jurnalistik, oleh karena itu kedua kata tersebut dalam beberapa literatur diartikan sama.

Analisis lain tentang kedua istilah ini adalah bahwa jurnalisme lebih sering dipakai oleh para ahli dari barat (Amerika), sedangkan istilah jurnalistik sering disama artikan dengan istilah publisistik dan banyak terdapat dalam literatur Eropa pada umumnya.

Istilah jurnalistik praktis sebenarnya untuk membedakan dengan pendekatan ilmiah terhadap jurnalistik. Pada tataran ilmiah jurnalistik dijelaskan dan dipahami dengan menggunakan metode-metode tertentu, dan metode itu disebut metode ilmiah. Dalam kajian ilmiah istilah jurnalistik, jurnalisme dan publisistik tidak dibedakan artinya yaitu “pernyataan umum tentang isi kesadaran yang aktual” (Hageman, Walter, dalam Nurudin,2009:19) Sehingga ada tiga unsur jurnalistik secara ilmiah yaitu: sebagai sebuah ajaran, sebagai sebuah pernyataan, dan sebagai sebuah isi kesadaran aktual. Dengan demikian untuk menguji metode tersebut bisa memakai prinsip, fakta, hukum, hipotesis dan generalisasi. Oleh karena itu jurnalistik praktis berarti pendekatan jurnalistik secara praktis.

Secara praktis jurnalistik bermakna kegiatan mulai dari mencari, mengolah, menyusun, sampai menyebarkan informasi. Informasi yang disebarluaskan menggunakan media dikenal sebagai berita (news), dan bukan berita atau opini (views).

Secara luas mengenai bentuk-bentuk jurnalistik praktis akan dijelaskan sebagai berikut :

A. Berita

Untuk memberi batasan (definisi) berita amatlah sulit. Kesulitannya adalah karena tidak dapat merumuskan batasan tersebut yang dapat mencakup seluruh segi dari berita. Secara sosiologis, berita adalah semua hal yang terjadi di dunia. Dalam gambaran yang sederhana, seperti dilukiskan oleh pakar jurnalistik, berita adalah apa yang ditulis surat kabar, apa yang disiarkan radio, dan apa yang ditayangkan TV. Berita menampilkan fakta,

tetapi tidak setiap fakta merupakan berita. Berita biasanya menyangkut orang-orang, tetapi tidak setiap orang bisa dijadikan berita. Berita merupakan sejumlah peristiwa yang terjadi di dunia, tetapi hanya sebagian kecil saja yang dilaporkan. Sehingga tidak ada satupun pengertian khusus tentang berita yang diterima secara umum.

1. Definisi Berita

Menurut Earl English dan Clarence Hach, yang dikutip dari Assegap, 1985:21) kedua ahli itu mengatakan : "News is difficult to define, because it involves many variable factors". Definisi-definisi yang ada tidak bisa mencakup keseluruhan unsur dan variabel yang ada. Oleh karena itu berita menurut pendapat tersebut lebih mudah untuk dikenali atau diketahui, daripada diberikan batasannya. Beberapa definisi akan dikemukakan dibawah ini sebagai berikut :

Paul De Massenner dalam buku *Here's The News: Unesco Associate* menyatakan *news* atau berita adalah sebuah informasi penting dan menarik perhatian serta minat khalayak pendengar. Charnley dan James M. Neal menuturkan, berita adalah laporan tentang suatu peristiwa, opini, kecenderungan, situasi, kondisi, interpretasi yang penting dan menarik, masih baru dan harus secepatnya disampaikan kepada khalayak (Errol Jonathan dalam Mirza, 2000: 68-69).

Doug Newsom dan James A. Wollert dalam *Media Writing: News For The Mass Media* (1985: 11) mengemukakan, berita adalah apa saja yang ingin dan perlu diketahui orang atau masyarakat. Dengan melaporkan berita, media massa memberikan informasi kepada masyarakat mengenai apa yang mereka butuhkan. Michael V. Charnley dalam *Reporting* (1965) menegaskan, berita adalah laporan tercepat mengenai fakta dan opini yang menarik atau penting, atau kedua-duanya, bagi sejumlah besar penduduk. William S. Maulsby, dalam *Getting the News* menegaskan, berita bisa didefinisikan sebagai suatu penuturan secara benar dan tidak memihak fakta-fakta yang memunyai arti penting dan baru terjadi, yang dapat menarik perhatian pembaca surat kabar yang membaca berita tersebut.

2. Klasifikasi Berita

Berita dapat diklasifikasikan dalam dua kategori, yakni berita berat (*hard news*) dan berita ringan (*soft news*). Selain itu, berita juga dapat dibedakan berdasarkan sifatnya, menurut lokasi peristiwanya, dan berdasarkan isi materinya.

Berita berat, menunjuk pada peristiwa yang mengguncangkan dan menyita perhatian, seperti kebakaran, gempa bumi, dan kerusuhan. Sementara berita ringan, menunjuk pada peristiwa yang lebih bertumpu pada unsur-unsur ketertarikan manusiawi, seperti pesta pernikahan bintang film,

atau seminar sehari tentang perilaku seks bebas di kalangan remaja.

Berdasarkan sifatnya, berita terbagi atas berita diduga dan berita tak terduga. Berita diduga adalah peristiwa yang direncanakan atau sudah diketahui sebelumnya, seperti lokakarya, pemilu, peringatan hari-hari bersejarah. Proses penanganan berita yang sifatnya diduga disebut *making news*. Artinya, kita berupaya untuk menciptakan dan merekayasa berita (*news engineering*). Proses penciptaan atau perekayasa berita itu dilakukan melalui tahapan perencanaan di ruang rapat redaksi, diusulkan dalam rapat proyeksi, dikonsultasikan dengan pemimpin redaksi, dilanjutkan dengan observasi, serta ditegaskan dalam interaksi dan konfirmasi di lapangan. Semuanya melalui prosedur manajemen peliputan yang baku, jelas, terstruktur, dan terukur. Orang yang meliputnya disebut sebagai reporter.

Berita tak terduga adalah peristiwa yang sifatnya tiba-tiba, tidak direncanakan, tidak diketahui sebelumnya, seperti peristiwa kebakaran, tenggelamnya kapal, pesawat dibajak atau ledakan bom di pusat keramaian. Proses penanganan berita yang sifatnya tidak diketahui dan tidak direncanakan sebelumnya, atau yang sifatnya tiba-tiba itu disebut *hunting news*.

Berita juga bisa dibedakan menurut lokasi peristiwanya. Ada berita yang terjadi di tempat tertutup (*indoor news*), ada pula berita yang terjadi di lokasi terbuka (*outdoor news*). Berita tentang sidang kabinet, seminar, pengadilan, berlangsung di tempat tertutup. Umumnya, berita jenis ini masuk kategori berita ringan (*soft news*) karena berita tersebut tidak sampai mengguncangkan perhatian serta tidak menimbulkan dampak yang luas terhadap masyarakat. Berita tentang kerusuhan, bencana alam, peperangan, terjadi ditempat terbuka. Umumnya, berita jenis ini masuk kategori berita berat (*hard news*). Tentu saja, tidak setiap berita yang terjadi di tempat terbuka termasuk kategori berita *hard news*. Singkat kata, *hard news* atau *soft news* menunjuk pada kualitas berita, bukan pada lokasi peristiwa.

Berdasarkan materi isinya, berita dapat dikelompokkan ke dalam:

- (a). Berita pernyataan ide, pendapat atau gagasan (*talking news*);
- (b). Berita ekonomi (*economic news*);
- (c). Berita keuangan (*financial news*);
- (d). Berita politik (*political news*);
- (e). Berita sosial kemasyarakatan (*social news*);
- (f). Berita pendidikan (*education news*);
- (g). Berita hukum dan keadilan (*law and justice news*);
- (h). Berita olah raga (*sport news*);
- (i). Berita kriminal (*crime news*);
- (j). Berita bencana dan tragedi (*tragedy and disaster news*);
- (k). Berita perang (*war news*);
- (l). Berita ilmiah (*scientific news*);
- (m). Berita hiburan (*entertainment news*);
- (n). Berita minat insani (*human interest news*).

3. Jenis-jenis Berita

Dalam dunia jurnalistik, berita berdasarkan jenisnya dapat di bagi dalam

tiga kelompok: *elementary, intermediate, advance*.

Berita *elementary* mencakup pelaporan berita langsung (*straight news*), berita mendalam (*depth news report*), dan berita menyeluruh (*comprehensive news report*). Berita *intermediate* meliputi pelaporan berita interpretatif (*interpretative news report*), dan pelaporan karangan khas (*feature story report*). Sedangkan untuk kelompok *advance* menunjuk pada pelaporan mendalam (*depth reporting*), pelaporan penyelidikan (*investigative reporting*), dan penulisan tajuk rencana (*editorial writing*).

Berikut ini penjelasannya seperti ditulis Rivers (1994:6-7).

- a. *Straight news report* adalah laporan langsung mengenai suatu peristiwa. Misalnya, sebuah pidato merupakan berita langsung yang hanya menyajikan apa yang terjadi dalam waktu singkat. Berita memiliki nilai penyajian objektif tentang fakta-fakta yang dapat dibuktikan. Biasanya, berita jenis ini ditulis dengan unsur-unsur *what, who, when, where, why* dan *how* (5W+1H).
- b. *Depth news report*. Reporter menghimpun informasi dengan fakta-fakta mengenai peristiwa itu sendiri sebagai informasi tambahan untuk peristiwa tersebut. Dalam sebuah *depth report* tentang pidato pemilihan calon presiden, reporter akan memasukkan pidato itu sendiri daripada pernyataan-pernyataan yang telah dikeluarkan oleh calon presiden tersebut beberapa waktu lalu. Jenis laporan ini memerlukan pengalihan informasi, bukan opini reporter. Fakta-fakta yang nyata masih tetap besar.
- c. *Comprehensive news* merupakan laporan tentang fakta yang bersifat menyeluruh ditinjau dari berbagai aspek. Berita menyeluruh, sesungguhnya merupakan jawaban terhadap kritik sekaligus kelemahan yang terdapat dalam berita langsung (*straight news*). Sebagai gambaran, berita langsung bersifat terpotong-potong, tidak utuh, hanya merupakan serpihan fakta setiap hari. Berita langsung tidak peduli dengan hubungan atau keterkaitan antara berita yang satu dengan berita yang lain. Berita menyeluruh, berusaha menggabungkan berbagai serpihan fakta itu dalam satu bangunan cerita peristiwa sehingga benang merahnya terlihat dengan jelas.
- d. *Interpretative report* lebih dari sekadar *straight news* dan *depth news*. Berita interpretatif biasanya memfokuskan sebuah isu, masalah, atau peristiwa-peristiwa kontroversial. Namun demikian, fokus laporan beritanya masih mengenai fakta yang terbukti, bukan opini. Dalam jenis laporan ini, reporter menganalisis dan menjelaskan. Karena laporan interpretatif bergantung pada pertimbangan nilai dan fakta, sebagian pembaca menyebutnya sebagai “opini”. Biasanya, para reporter interpretatif menemui sedikit masalah dalam pencarian fakta. Mereka umumnya mencoba menerangkan berbagai peristiwa publik. Sumber informasi bisa diperoleh dari narasumber yang

mungkin hanya memberikan informasi yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka. Laporan interpretatif biasanya dipusatkan untuk menjawab pertanyaan *mengapa*, misalnya mengapa wali kota mengeluarkan pernyataan tersebut, menunjuk itu, mengadakan perjalanan itu. Pendeknya, berita interpretatif bersifat bertanya, apa makna sebenarnya dari peristiwa tersebut.

- e. *Feature story* dalam *feature*, penulis mencari fakta untuk menarik perhatian pembacanya. Penulis *feature* menyajikan suatu pengalaman pembaca (*reading experiences*) yang lebih bergantung pada gaya (*style*) penulisan dan humor daripada pentingnya informasi yang disajikan.
- f. *Depth reporting* adalah pelaporan jurnalistik yang bersifat mendalam, lengkap, dan utuh tentang suatu fenomena peristiwa atau aktual. Dengan membaca pelaporan mendalam, orang akan mengetahui dan memahami dengan baik duduk perkara suatu persoalan dilihat dari berbagai perspektif atau sudut pandang. Dalam tradisi pers kita, pelaporan mendalam, sering disajikan dalam rubrik khusus, seperti laporan utama, bahasan utama, fokus. Untuk menghindari kejenuhan pembaca, pelaporan mendalam disajikan dalam beberapa judul. Pelaporan mendalam ditulis oleh tim, disiapkan dengan matang. Proses peliputannya memerlukan waktu beberapa hari atau minggu, dan membutuhkan biaya peliputan yang cukup besar.
- g. *investigative reporting* berisikan hal-hal yang tidak jauh dengan laporan interpretatif. Berita jenis ini biasanya memusatkan pada sejumlah masalah dan kontroversi. Namun demikian, dalam laporan investigatif, para wartawan melakukan penyelidikan untuk memperoleh fakta yang tersembunyi demi tujuan. Pelaksanaannya sering ilegal atau tidak etis.
- h. *Editorial Writing* adalah pikiran sebuah institusi yang diuji di depan sidang pendapat umum. Editorial adalah penyajian fakta dan opini yang menafsirkan berita-berita yang penting dan memengaruhi pendapat umum.

4. Konsep Berita

George Fox Mott dalam *New Survey Of Journalism* (1958) mengingatkan, paling tidak terdapat delapan konsep berita yang harus diperhatikan oleh para praktisi dan pengamat media massa. Kedelapan konsep itu meliputi: (a) berita sebagai laporan tercepat (*news as timely report*), (b) berita sebagai rekaman (*news as record*), (c) berita sebagai fakta objektif (*news as objective facts*), (d) berita sebagai interpretasi (*news as interpretation*), (5) berita sebagai sensasi (*news as sensation*), (6) berita sebagai ramalan (*news as prediction*), (7) berita sebagai minat insani (*news as human interest*), (8) berita sebagai gambar (*news as picture*) (Effendy, 2003: 130-134).

a. Berita sebagai Laporan Tercepat

Kecepatan dalam mencari, menemukan, mengumpulkan, dan

mengolah berita, menjadi karakter dasar reporter dan editor. Lebih cepat suatu berita disiarkan, akan lebih baik. Karena faktor kecepatan itu pula, berita dibuat dalam pola piramida terbalik. Bagaimanapun, surat kabar tidak terbit sendiri, ia harus bersaing dengan surat kabar lain, di samping harus bersaing pula dengan radio dan televisi.

Prinsip kecepatan dalam melaporkan berita, mengharuskan para reporter dan editor mampu bekerja dengan cepat. Namun, prinsip ini tetap harus diimbangi pula dengan kelengkapan dan ketelitian, kecermatan, serta ketepatan sehingga berita apa pun yang dilaporkan tetap faktual, benar, dan akurat, serta tidak membingungkan khalayak pembaca.

b. Berita sebagai Rekaman

Rekaman peristiwa dalam pengertian “dokumentasi” dapat disajikan dalam berita dengan menyisipkan rekaman suara narasumber dan peristiwa, atau penyiaran proses peristiwa detik demi detik secara utuh melalui reportase dan siaran langsung sebagai rekaman gambaran peristiwa (Errol Jonathan dalam Mirza, 2000: 70).

Rekaman tidak hanya berlaku untuk radio. Untuk surat kabar, tabloid, dan majalah, atau sebut saja produk media cetak, berita juga mengandung arti rekaman peristiwa. Ia dinyatakan dalam berbagai bentuk tulisan dan laporan, foto, serta gambar dalam untaian kata dan kalimat yang tersusun rapi dan baik. Sifatnya terdokumentasikan. Menurut pakar linguistik, tulisan lebih menekankan struktur dan makna, sedangkan lisan lebih mengutamakan perhatian, pengertian, dan penerimaan (Tarigan, 1983:1-20).

Dalam perspektif teori jurnalistik, berita sebagai rekaman peristiwa yang terdokumentasikan itu, telah membuka luas ladang penelitian media massa, antara lain dengan berpijak pada paradigma Harold D. Lasswell. Dulu, dikenal dengan teori analisis teori media walaupun di fakultas dan jurusan komunikasi kurang diminati. Menurut Berelson (1952:18), analisis isi adalah teknik penelitian untuk melukiskan isi komunikasi yang nyata secara objektif, sistematis, dan kuantitatif (Rakhmat dan Sukatendel, 1983: 8).

c. Berita sebagai Fakta Objektif

Berita adalah laporan tentang fakta apa adanya (*das sein*), bukan laporan tentang fakta yang seharusnya (*das sollen*). Sebagai fakta, berita adalah rekonstruksi peristiwa melalui prosedur jurnalistik yang sangat ketat dan terukur. Dalam teori jurnalistik ditegaskan, fakta-fakta yang disajikan media kepada khalayak sesungguhnya merupakan relitas tangan kedua (*second hand reality*). Realitas tangan pertama adalah fakta atau peristiwa itu sendiri (*first reality*).

Karena merupakan realitas tangan kedua, berita sebagai fakta sangat rentan terhadap kemungkinan adanya intervensi dan manipulasi meski pada

tingkatan fiksi atau simbolis sekalipun. Konsep makna di balik fakta itu pun digugat secara kritis melalui analisis teks media. Analisis bingkai misalnya. Dalam pengamatan Sobur (2001: 162), konsep bingkai atau *framing*, akhir-akhir ini telah digunakan secara luas dalam literatur ilmu komunikasi untuk menggambarkan proses penyeleksian dan penyorotan aspek-aspek khusus sebuah berita oleh media. Hasil pengamatan Sobur itu, paling tidak berpijak pada temuan tiga pengamat media yang lain: Nugroho, Eriyanto, dan Surdiasis (1999: 21).

Menurut ketiga pengamat itu, dalam perspektif komunikasi, analisis *framing* dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengonstruksi fakta-fakta. Analisis ini mencermati strategi seleksi, penjonjolan, dan pertautan fakta ke dalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti, atau lebih diingat, untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai perspektifnya.

Dengan kata lain, *framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, serta hendak dibawa ke mana berita tersebut (Nugroho, Eriyanto, dan Surdiasis, 1999:21 dalam Sobur, 2001:162)

d. Berita sebagai Interpretasi

Teori jurnalistik mengingatkan, tidak semua berita dapat berbicara sendiri. Sering terjadi, berita yang diliput dan dilaporkan media, hanya serpihan-serpihan fakta yang belum berbicara. Tugas media adalah membuat fakta yang seolah mebisu itu menjadi dapat berbicara sendiri kepada khalayak dalam bahasa yang enak dibaca dan mudah dicerna. Untuk itu, redaksi menyajikan analisis berita, menyelenggarakan wawancara dengan para ahli, menggelar diskusi, dan memberikan interpretasi terhadap berbagai fenomena dan fakta yang muncul, antara lain melalui artikel dan tajuk rencana.

Seperti ditegaskan William Pinkerton dalam *Nieman Reports*, untuk memperlihatkan kelanjutan peristiwa yang penting, editorial atau tajuk rencana dapat menggambarkan kejadian tersebut dengan latar belakang sejarah (*Filling in Background*), yaitu menghubungkannya dengan sesuatu yang telah terjadi sebelumnya. Dengan menganalisis sejarah sekarang, editorial dapat memperlihatkan keterkaitannya dengan masalah umum sekarang. Editorial dapat menunjukkan hubungan antara berbagai peristiwa yang terpisah: politik, ekonomi, atau sosial. Kadang-kadang editorial memuat suatu pandangan dan menunjukkan kesamaan dengan sejarah, yaitu kesamaan yang bertujuan untuk mendidik masyarakat (Rivers, 1994: 23).

e. Berita sebagai Sensasi

Tahap paling awal dalam penerimaan informasi adalah sensasi. Sensasi berasal dari kata *sense*, artinya alat penginderaan, yang menghubungkan organisme dengan lingkungannya (Rakhmat, 1998: 49). Sensasi adalah pengalaman elementer yang segera, yang tidak memerlukan penguraian verbal, simbolis, atau konseptual, dan terutama sekali berhubungan dengan kegiatan alat indra (Wolman, 1973:343 dalam Rakhmat, 1998: 49).

Sensasi itu sendiri merupakan bagian dari persepsi. Menurut Desiderato (1976:129), persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimulus indrawi. Dalam psikologi komunikasi massa, khususnya psikologi pesan, berita media massa bisa dipahami sebagai sensasi, bisa dimaknai sebagai persepsi, tetapi bisa juga benar-benar diartikan sebagai informasi. Selama ini, media massa kerap dituding lebih banyak menciptakan sensasi, sesuatu yang aneh dan menggemparkan. Tulisan dan laporan media massa yang bersifat sensasional kerap menuai kritik tajam dari masyarakat karena sensasional dianggap lebih mendekati alam mistikal dan irrasional, daripada mengikuti alur logika serta mengembangkan pendekatan rasional. Dalam bahasa lain, sensasional adalah salah satu bentuk takhayul pers yang harus di jauhi.

f. Berita sebagai Minat Insani

Berbagai peristiwa yang terjadi di dunia, dari dulu hingga kini, sering membuat hati dan perasaan kita luluh lantak. Kita sedih, menangis, bahkan histeris. Terlalu banyak berita yang disajikan media massa merobek-robek perasaan dan alam kejiwaan kita. Pemboman, pembunuhan, kekejaman, dan bencana alam. Semua itu amat memukul hati dan nurani kita.

Dengan laporan beritanya, media massa bermaksud menggalang dan membangkitkan atensi serta motivasi kita untuk tetap bersatu, tetap bersaudara, tetap saling berkomunikasi dan saling mencintai. Tidak ada tradegi yang paling dahsyat di dunia ini kecuali tradegi kemanusiaan. Dengan kemampuan yang dimilikinya, media massa merasa terpanggil untuk senantiasa menumbuhkan kepekaan individual dan kepekaan sosial masyarakat.

g. Berita sebagai Ramalan

Berita sesungguhnya tidak sekadar melaporkan perbuatan atau keadaan yang kasat mata. Berita sekaligus juga mengisyaratkan dampak dari perbuatan dan keadaan itu. Berita sanggup memberikan interpretasi, prediksi, dan konklusi. Pandangan semacam ini mewajibkan siapa pun yang kerap berhubungan dengan media masa, untuk tidak lari ke “dunia uji nyali” melalui “berbagai penampakan” yang mungkin menyesatkan. Schramm menekankan, informasi adalah semua hal yang bisa menghilangkan

ketidakpastiaan. Membaca, mendengar, dan melihat informasi selayaknya harus membuat mata hati kita kaya dan bercahaya.

Bagaimana caranya? Kita dapat mengembangkan tradisi jurnalistik presisi. Semua informasi yang disajikan media, idealnya terdiri atas rangkaian fakta yang benar dan akurat serta lengkap, dan tentu saja aktul melalui berbagai uji dan pendekatan akademik. Sebagai contoh, sejak era reformasi, media massa Indonesia sudah semakin terbiasa dengan penyelenggaraan jajak pendapat (*polling*). Pendapat dan keinginan msyarakat dibaca, diteliti, diukur, melalui pendekatan statistik. Hasilnya disajikan secara populer dan komunikatif sehingga semua lapisan masyarakat dapat mencerna dan memahaminya dengan baik.

h. Berita sebagai Gambar

Dalam dunia jurnalistik dikenal aksioma: satu gambar seribu kata (*one ficture one thousand word*). Jadi, betapa dahsyatnya efek sebuah gambar dibandingkan dengan kata-kata. Sekarang, tulis Muhtadi (1999:102), dalam dunia persuratkabaran, gambar karikatur merupakan salah satu alat yang digunakan untuk memengaruhi khalayak setelah editorial dan artikel. Sikap, bahkan perilaku publik dapat digerakkan dengan bantuan karikatur sebab gambar, foto karikatur merupakan pesan yang hidup sekaligus menghidupi deskripsi verbal lainnya. Karena itu, surat kabar dan majalah hanya akan menjadi lembaran-lembaran mati yang membosankan jika hadir tanpa foto dan gambar.

Menurut Edwin Emery dalam *Introduction to Mass Comuncations* (1971:248), seni menyampaikan sesuatu lewat foto dan gambar, jauh lebih tua dibandingkan cara penyampaian lewat kata-kata. Hasil penelitian menunjukkan, penyampaian pesan secara visual melalui media, seperti surat kabar, buku, atau poster, jauh lebih cepat menimbulkan atensi serta lebih mudah dipahami maksud dan isinya oleh khalayak dibandingkan melalui kata-kata secara verbal.

Riset membuktikan, hanya 11% informasi diterima indra pendengaran, sedangkan 75% diterima secara visual (Malouf: 81 dalam Macnamara, 1998: xii). Menurut Emery, dilihat dari fungsinya, seperti halnya kata-kata, foto jurnalistik juga berfungsi menginformasikan (*to inform*), menyakinkan (*to persuade*), dan menghibur (*to entertain*) audiens. Jadi, media itu sendiri merupakan pesan yang dapat menyakinkan dan menghibur. Sementara efektivitas penggunaan foto jurnalistik sangat bergantung pada bagaimana foto itu diambil oleh seorang fotografer, ditempatkan dan dikombinasikan secara tepat oleh para editor dalam media massa yang menjadi salurannya (Muhtadi 1999:102).

5. Kriteria Umum Nilai Berita

Kriteria umum nilai berita (*news value*) merupakan acuan yang dapat digunakan oleh jurnalis, yakni reporter dan editor, untuk memutuskan fakta yang pantas dijadikan berita dan memilih mana yang lebih baik. Kriteria mengenai nilai berita merupakan patokan berarti bagi reporter. Dengan kriteria tersebut, seorang reporter dapat dengan mudah mendeteksi mana peristiwa yang harus diliput dan dilupakan. Kriteria nilai berita, juga sangat penting bagi editor dalam mempertimbangkan dan memutuskan, mana berita terpenting dan terbaik untuk dimuat, disiarkan melalui medianya kepada masyarakat.

Menurut Brian S. Brooks, George Kennedy, Darly R. Moen dan Don Ranly dalam *News Reporting and Editing* (1980: 6-17), kriteria umum nilai berita menunjuk pada sembilan hal. Beberapa pakar yang lain menyebutkan, ketertarikan manusiawi (*humanity*) dan seks (*sex*) dalam segala dimensi dan manifestasinya, juga termasuk ke dalam nilai berita yang harus diperhatikan oleh reporter dan editor.

a. Keluarbiasaan (*Unusualness*)

News is unusualness, berita adalah sesuatu yang luar biasa. Dalam pandangan jurnalistik, berita bukanlah suatu peristiwa yang biasa. Berita adalah suatu peristiwa luar biasa (*news is unusual*). Untuk menunjukkan berita bukanlah suatu peristiwa biasa, Lord Northcliffe, pujangga dan editor di Inggris abad ke-18, menyatakannya dalam ungkapan, apabila orang digigit anjing, itu bukan berita; tetapi apabila orang menggigit anjing, itu berita (*if a dog bites a man, it is not news, but if a man bites dog, it is news*) (Mot, 1958: 63 dalam Effendy, 2003: 131). Kalangan praktisi jurnalistik sangat menyakini, semakin besar suatu peristiwa, semakin besar pula nilai berita yang dikandungnya. Nilai berita peristiwa luar biasa, paling tidak dapat dilihat dari lima aspek: lokasi peristiwa, waktu peristiwa, jumlah korban, daya kejut peristiwa, dan dampak yang ditimbulkan dari peristiwa tersebut.

b. Kebaruan (*Newness*)

News is new, berita adalah semua apa yang terbaru. Semua hal yang baru, apa pun namanya, pasti memiliki nilai berita. *Chistoire se repete*, sejarah tidak pernah berulang, kata orang Perancis. Contoh Kamis hari ini, bukanlah Kamis sebelumnya. Nama hari yang berulang, namun peristiwa atau perubahan yang terjadi pada setiap Kamis tidak pernah sama. Selalu muncul perubahan baru, peristiwa baru, dan kecenderungan baru.

c. Akibat (*Impact*)

News as impact, berita adalah segala sesuatu yang berdampak luas. Suatu peristiwa tidak jarang menimbulkan dampak besar dalam kehidupan masyarakat. Kenaikan BBM, listrik, telepon, bagaimanapun sangat berpengaruh terhadap anggaran keuangan semua lapisan masyarakat dan

keluarga. Apa saja yang menimbulkan akibat sangat berarti bagi masyarakat, itulah berita. Semakin besar dampak sosial budaya ekonomi atau politik yang ditimbulkannya, semakin besar nilai berita yang dikandungnya.

Dampak suatu pemberitaan bergantung pada beberapa hal, yakni seberapa banyak khalayak yang terpengaruh pemberitaan itu, langsung mengenai pada khalayak atau tidak berita tersebut, dan sejauh mana segera tidaknya efek berita itu menyentuh khalayak media surat kabar, radio, atau televisi yang melaporkannya.

d. Aktual (*Timeliness*)

News is timeliness, berita adalah peristiwa yang sedang atau baru terjadi. Aktualitas adalah salah satu ciri utama berita pada media massa. Berita adalah apa yang terjadi hari ini, apa yang masih belum diketahui tentang apa yang akan terjadi hari ini, atau adanya opini berupa pandangan dan penilaian yang berbeda dengan opini sebelumnya sehingga opini itu mengandung informasi yang penting dan berarti. Korupsi, manipulasi, penyelewengan, semuanya usang. Namun, tersangka pelakunya, lokasi peristiwanya, korban yang ditimbulkannya, orang yang membicarakannya, media yang memberitakannya, selalu atau setidaknya sering mengandung arti “baru”. Kebaruan atau aktualitas itu terbagi dalam tiga kategori: aktualitas kalender, aktualitas waktu, aktualitas masalah.

e. Kedekatan (*Proximity*)

News is nearby, berita adalah kedekatan. Kedekatan mengandung dua arti: kedekatan geografis dan kedekatan psikologis. Kedekatan geografis menunjuk pada suatu peristiwa atau berita yang terjadi di sekitar tempat tinggal kita. Semakin dekat suatu peristiwa yang terjadi pada wilayah tempat tinggal kita, semakin terusik dan semakin tertarik kita untuk menyimak dan mengikutinya. Peristiwa kerusuhan yang terjadi di Bandung misalnya, akan lebih dulu dan lebih banyak menarik perhatian warga Bandung daripada warga Surabaya, begitu pula sebaliknya.

Kedekatan psikologis lebih banyak ditentukan oleh tingkat keterikatan pikiran, perasaan atau kejiwaan seseorang dengan suatu objek peristiwa. Sebagai contoh, mahasiswa asal Ambon yang sedang kuliah di Bandung, akan lebih dulu tertarik dan lebih banyak membaca berita tentang kerusuhan Ambon daripada mahasiswa asal Surabaya yang juga sama-sama sedang kuliah di Bandung, atau mahasiswa asal Bandung sendiri.

Orang Ambon pasti sangat terikat dengan Ambon karena di sanalah orang tua, keluarga, dan saudara mereka tinggal. Di sanalah ia dilahirkan dan dibesarkan sampai kemudian melanjutkan pendidikan di Bandung. Kedekatan psikologis, dalam ungkapan sastra, disebut sebagai “jauh di mata dekat di hati”.

Sebagai pegangan, ada dua hal yang harus menjadi pertimbangan dalam menentukan berita bernilai kedekatan geografis dan kedekatan psikologis. *Pertama*, suatu peristiwa akan dianggap lebih penting sebagai berita bagi orang atau kelompok masyarakat yang berdekatan dengan tempat peristiwa itu terjadi. *Kedua*, suatu peristiwa akan tetap memiliki daya tarik dan dianggap penting oleh khalayak jika peristiwa itu berkaitan langsung atau mengandung arti dengan apa yang dipikirkan, dirasakan, diingat, atau dikenangnya, walaupun secara fisik, geografis tempat peristiwa itu terjadi berjauhan.

f. Informasi (Information)

News is information, berita adalah informasi. Menurut Wilbur Schramm, informasi adalah segala yang bisa menghilangkan ketidakpastian. Setiap hari, sebuah kota memproduksi ratusan ribu, bahkan jutaan informasi. Namun, dalam perspektif sosio-jurnalistik, dari sekian banyak informasi itu, hanya sebagian kecil saja yang dilaporkan media massa.

Apa arti dan maknanya? Tidak setiap informasi mengandung nilai berita. Menurut pandangan jurnalistik, setiap informasi yang tidak memiliki nilai berita, tidak untuk dimuat, disiarkan atau ditayangkan media massa. Hanya informasi yang memiliki nilai berita, atau yang memberi banyak manfaat bagi publik yang patut mendapat perhatian media. Walaupun demikian, untuk menampung sebagian berita atau informasi yang masuk kategori "berita dibuang penulis sayang". Pers Indonesia lazim menempatkannya dalam rubrik agenda, seputar kota, lintas daerah, lintas ekonomi atau malah kolom keluarga.

g. Konflik (Conflict)

News is conflict, berita adalah konflik, atau segala sesuatu yang mengandung unsur pertentangan. Konflik merupakan sumber berita yang tidak akan pernah kering dan tidak akan pernah habis. Selama orang menyukai dan menganggap penting olah raga, perbedaan pendapat dihalalkan, demokrasi dijadikan acuan, kebenaran masih diperdebatkan, peperangan masih terus berkecamuk di berbagai belahan bumi, dan perdamaian masih sebatas angan-angan; selama itu pula konflik masih akan tetap menghiasi halaman surat kabar.

Ketika terjadi perselisihan antara dua individu atau kelompok yang makin menajam dan tersebar luas, serta banyak orang menganggap perselisihan itu penting untuk diketahui; perselisihan yang semula urusan individual atau kelompok, berubah menjadi masalah sosial. Di sanalah letak nilai berita konflik. Secara naluriah, setiap orang menyukai konflik, sejauh konflik itu tidak menyangkut dirinya dan tidak mengganggu kepentingannya. Berita konflik, berita tentang pertentangan dua orang atau lebih, menimbulkan dua sisi reaksi dan akibat yang berlawanan. Ada pihak

yang pro dan ada pihak yang kontra.

Ada atau tidaknya keberpihakan, konflik akan cenderung berjalan terus sebab konflik senantiasa *imanen* (menyatu) dengan dinamika kehidupan. Dalam teori konflik dikatakan, konflik tidak mungkin bisa dihilangkan dalam masyarakat penganut paham demokrasi. Konflik hanya bisa diredam, dikendalikan, dan dikelola secara konstruktif. Karena itu, dalam literatur politik, dikenal adanya teori konflik dan manajemen konflik.

h. Orang Penting (Public figure, News Maker)

News is about people, berita adalah tentang orang-orang penting, orang ternama, selebritas, atau figur publik. Orang-orang penting di mana pun selalu membuat berita. Jangankan ucapan dan tingkah lakunya, namanya saja sudah membuat berita. Teori jurnalistik menegaskan, nama menciptakan berita (*names makes news*).

Kalangan *public figure*, di mana saja dan kapan saja selalu disorot. Keluarga kerajaan di Inggris, seperti tidak lagi memunyai privasi. Saat hadir di tempat-tempat umum, pada acara penting atau sama sekali tidak penting, dari gunting pita sampai bercanda dengan anak kecil. Ketika Putri Diana masih hidup, ia selalu dikerubuti pers. Ketika bersantai di pantai pun, dan bertelanjang dada, Putri Diana diganggu, diambil gambarnya, dan dipublikasikan besar-besaran.

Di Indonesia, apa saja yang dikatakan dan dilakukan bintang film, bintang sinetron, artis penyanyi, penari, pesinden, pejabat, bahkan koruptor sekalipun, selalu dikutip pers. Malah kini sejumlah tabloid mengkhususkan dan mengangkat kehidupan artis, dan selebritas. Ucapan dan tingkah laku mereka dibuat menjadi judul mencolok, dan kadang-kadang asosiatif, konotatif, imajinatif. Kehidupan para *public figure*, memang dijadikan ladang emas bagi pers dan media massa terutama televisi. Mereka menaburkan perkataan dan mengukuhkan perbuatan, sedangkan pers melaporkan dan menyebarkannya. Simbolis mutualistis. Semuanya dikemas lewat acara informasi dan hiburan, *infotainment*. Masyarakat kita sangat menggemari acara-acara semacam ini.

i. Kejutan (Surprising)

News is surprising. Kejutan adalah sesuatu yang datangnya tiba-tiba, di luar dugaan, tidak direncanakan, di luar perhitungan, tidak diketahui sebelumnya. Petenis Yayuk Basuki membuat kejutan ketika mengalahkan Gabriela Sabatini pada pertandingan eksibisi di Jakarta, September 1994.

Kejutan bisa menunjuk pada ucapan dan perbuatan manusia. Bisa juga menyangkut binatang dan perubahan yang terjadi pada lingkungan. Setiap orang menyukai kejutan asal bersifat menyenangkan. Orang akan menolak kejutan jika tidak menyenangkan atau bahkan dibencinya. Berita tentang artis yang membenci seorang pria pengusaha, lalu tiba-tiba menikah

dengan pria tersebut, merupakan berita yang mengejutkan yang bersifat menyenangkan. Kakek yang saleh tiba-tiba bunuh diri juga mengejutkan. Namun, tidak menyenangkan. Nilai berita kejutan, ditentukan oleh pelaku, situasi, peristiwa sebelumnya, bidang perhatian, pengetahuan, serta pengalaman masyarakat di sekitarnya.

j. Ketertarikan Manusiawi (*Human Interest*)

News is interesting. Kadang-kadang suatu peristiwa tidak menimbulkan efek berarti bagi seseorang, sekelompok orang, atau masyarakat, tetapi telah menimbulkan getaran pada suasana hati, kejiwaan dan alam perasaannya. Peristiwa tersebut tidak mengguncangkan, serta tidak menimbulkan perubahan pada agenda sosial ekonomi masyarakat. Namun, hanya karena naluri, nurani, dan suasana hati kita merasa terusik, peristiwa itu tetap mengandung nilai berita. Para praktisi jurnalistik mengelompokkan kisah-kisah *human interest* ke dalam berita ringan, berita lunak (*soft news*).

Cerita *human interest*, lebih banyak mengaduk-aduk perasaan daripada me ngundang pemikiran. Aspek kejiwaan, emosi, dan empati kita seperti dikuras habis-habisan. *Human interest*, hanya menimbulkan efek afektif, ia tidak melahirkan efek kognitif. Kisah seorang guru yang mengajar di pedalaman Irian Jaya tanpa mendapat gaji dari pemerintah senantiasa mengundang ketertarikan manusiawi.

k. Seks (*Sex*)

News is sex, berita adalah seks. Seks adalah berita. Sepanjang sejarah peradaban manusia, segala hal yang berkaitan dengan perempuan, pasti menarik dan menjadi sumber berita. Seks memang identik dengan perempuan. Perempuan identik dengan seks. Para pakar jurnalistik berteori, media massa tanpa seks dalam segala dimensi dan manifestasinya, sama saja dengan bulan tanpa bintang. Teori ini ternyata menimbulkan dampak yang luar biasa dengan menjamurnya penerbitan pers yang secara khusus mengangkat berbagai isu tentang seks, gender, kehidupan kaum perempuan dengan segala naluri, kebutuhan, keinginan, dan ambisinya terhadap lawan jenis, hal-hal psikologis, bisnis, bahkan politis.

B. Tajuk Rencana

Menurut Maman Suherman, tajuk rencana dulu dikenal dengan nama Induk Karangan, diambil dari bahasa Belanda, *Hoofd Artikel*. Dalam bahasa Inggris, tajuk rencana dikenal dengan nama *Leader*. Kini biasa disebut editorial, atau tajuk.

Suherman mengajukan beberapa unsur penting dalam tajuk rencana, yaitu:

1. Fakta. Berbagai opini tajuk rencana dibuat berdasarkan fakta. Gambaran permasalahan dideskripsikan, dan dicarikan atau diusulkan jalan keluarnya. Tanpa landasan fakta, pendapat (opini) sebuah media

akan dinilai sebagai fitnah. Yang rugi bukan hanya pihak yang difitnah oleh sebuah tajuk, melainkan juga media si pembuat tajuk itu. Ia akan kehilangan kredibilitas profesionalismenya.

2. Interpretasi. Dalam kamus komunikasi (Effendy, 1989:189), interpretasi adalah proses memadukan kegiatan memahami suatu fenomena dengan kegiatan mengungkapkan, menerangkan, dan menerjemahkannya menjadi suatu pesan yang siap untuk dikomunikasikan kepada orang lain.

3. Opini. Opini di sini merupakan suatu pernyataan media terhadap persoalan yang tengah dibahasnya. Melalui pernyataan-pernyataannya, sikap sebuah media terlihat, sehingga masyarakat menjadi lebih faham.

Dalam *Jurnalistik Indonesia* (2005:1-8), AS Haris Sumadiri memaparkan dengan gamblang pengertian tajuk rencana. Tajuk rencana atau editorial adalah opini yang berisi pendapat dan sikap resmi suatu media sebagai institusi penerbitan terhadap persoalan aktual, fenomenal dan atau kontroversial yang berkembang dalam masyarakat. Opini yang ditulis pihak redaksi diasumsikan mewakili sekaligus mencerminkan pendapat dan sikap resmi media pers bersangkutan secara keseluruhan sebagai suatu lembaga penerbitan. Suara tajuk rencana bukanlah suara perorangan atau pribadi-pribadi yang terdapat di jajaran redaksi, melainkan suara kolektif seluruh wartawan dan karyawan dari suatu lembaga penerbitan pers. Karena merupakan suara lembaga, nama penulisnya tidak dicantumkan.

Karakter dan kepribadian pers tercermin dalam tajuk rencana. Tajuk rencana pers papan atas atau pers berkualitas memiliki ciri, antara lain: senantiasa hati-hati, normatif, cenderung konservatif, dan menghindari pendekatan kritik bersifat telanjang atau tembak langsung dalam ulasan-ulasannya. Dalam pemuatan tajuk rencana, pers papan lebih mengutamakan pertimbangan aspek politis dibandingkan pertimbangan sosiologis.

Tajuk rencana pers papan tengah atau pers populer berlaku sebaliknya. Pers populer lebih berani, atraktif, lebih progresif, dan tidak canggung untuk memilih pendekatan kritik yang bersifat telanjang serta tembak langsung. Apabila pers papan atas lebih mengutamakan pertimbangan aspek politis, pers papan tengah atau bahkan pers papan bawah justru memilih pertimbangan aspek sosiologis dalam pemuatan tajuk rencana.

Pers papan atas memiliki kepentingan yang jauh lebih kompleks dibandingkan pers papan tengah dan bawah. Kepentingan yang sifatnya jauh lebih kompleks itulah yang mendorong pers papan atas untuk cenderung bersikap konservatif dan akomodatif dalam kebijakan pemberitaan serta dalam pernyataan pendapat dan sikap melalui saluran resmi tajuk rencana. Inilah konsekuensi pers modern sebagai industri jasa informasi yang bersifat

padat karya sekaligus padat modal (Sumadiria, 2004:81-82).

C. Artikel

Artikel adalah tulisan lepas berisi opini seseorang yang mengupas tuntas suatu masalah tertentu yang sifatnya aktual dan atau kontroversial dengan tujuan memberitahu (informatif), memengaruhi dan menyakinkan (persuasive argumentative), atau menghibur khalayak pembaca (rekreatif). Artikel disebut tulisan lepas karena siapa pun boleh menulis artikel dengan topik bebas sesuai dengan minat dan keahliannya masing-masing.

Secara umum, artikel dapat dibedakan menurut jenis serta tingkat kesulitan yang dihadapinya, antara lain artikel praktis, artikel ringan, artikel halaman opini, dan artikel analisis ahli.

1. Artikel Praktis

Artikel praktis lebih banyak bersifat petunjuk praktis cara melakukan sesuatu (*how to do it*), misalnya petunjuk cara membuka internet, cara merawat tanaman bonsai, sepuluh langkah membuat kue tart, kiat ramping dan cantik dalam 15 hari, atau cara cepat menguasai rumus matematika.

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

2. Artikel Ringan

Artikel ringan lazim ditemukan pada rubrik anak-anak, remaja, wanita, dan keluarga. Artikel jenis ini lebih banyak mengangkat topik bahasan yang ringan dengan cara penyajian yang ringan pula, dalam arti tidak menguras pikiran kita. Untuk menerima atau mencernanya, pembaca tidak memerlukan persiapan dan perhatian khusus.

Artikel ringan tak ubahnya seperti makanan mie siap saji atau permen karet yang bisa dikunyah kapan dan di mana saja. Topik bahasan seperti kiat sukses belajar di perguruan tinggi, atau benarkah Anda tipe orang yang ambisius, serta sepuluh ciri wanita setia, termasuk kategori artikel ringan.

3. 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. Artikel opini mengupas suatu masalah secara serius dan tuntas dengan merujuk pada pendekatan analitis akademis. Sifatnya relatif berat. Karena itu, artikel opini kerap ditulis oleh mereka yang memiliki latar belakang pendidikan, pengetahuan, keahlian, atau pengalaman memadai di bidangnya masing-masing.

4. Artikel Analisis Ahli

Artikel ini biasa kita temukan pada halaman muka, halaman berita, atau halaman dan rubrik khusus tertentu. Sesuai dengan namanya, artikel jenis ini ditulis oleh ahli atau pakar di bidangnya dalam bahasa yang populer dan komunikatif. Artikel analisis ahli mengupas secara tajam dan mendalam suatu persoalan yang sedang menjadi sorotan dan bahan pembicaraan masyarakat. Topik yang dibahas macam-macam, seperti ekonomi, politik, pendidikan, sosial, agama, budaya, industri, atau iptek.

Beberapa surat kabar besar di Indonesia, menyediakan ruangan khusus untuk artikel jenis ini dalam halaman berita atau halaman dan rubrik khusus tertentu mereka. Salah satu tujuannya antara lain, mendekatkan pokok masalah yang sedang disorot dalam berita sebagai suatu persoalan yang mengandung pertanyaan, dengan tinjauan pakar di bidang yang sama yang memberikan penjelasan dan jawaban kepada sidang pembaca. Jadi, kita sebagai pembaca tidak hanya membaca berita yang memberikan informasi dan pengetahuan, tetapi sekaligus juga mengikuti jalan pikiran dan temuan pakar yang memberikan panduan dan kesimpulan tentang apa yang seharusnya kita lakukan (Sumadiria, 2004:1-4).

D. Kolom

Kolom adalah opini singkat seseorang yang lebih banyak menekankan aspek pengamatan dan pemaknaan terhadap satu persoalan atau keadaan yang terdapat dalam masyarakat. Kolom lebih banyak mencerminkan cap pribadi penulis. Sifatnya memadat memakna. Bandingkan dengan sifat artikel yang lebih memapar melebar. Kolom ditulis secara inferensial. Artikel ditulis secara referensial. Biasanya dalam tulisan kolom terdapat foto penulis. Sangat dianjurkan, tulisan kolom disertai foto penulis. Anjuran yang sama, justru tidak berlaku pada artikel (Sumadiria, 2004: 3).

Kolom, berasal dari bahasa Inggris *column*. Orangnya disebut *columnist*. Dalam bahasa Inggris, istilah kolumnis diartikan sebagai penulis karangan khusus berupa komentar, saran, informasi, atau hiburan pada surat kabar atau majalah secara reguler (Stewart, 1970: 65). Demikian juga dalam bahasa Indonesia, Anton Moeliono (1989: 451) menjelaskan arti kolumnis sebagai penulis yang menyumbangkan artikel pada surat kabar atau majalah secara tetap. Kadang-kadang tulisan tersebut dikirimkan langsung untuk dimuat dalam surat kabar atau majalah. Namun, di Barat biasanya para kolumnis menulis karangannya khusus untuk didistribusikan oleh sebuah sindikat kepada sejumlah surat kabar atau majalah (Suhandang, 2004: 162-163).

E. 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-kalimat yang mengusik, menggelitik, dan adakalanya reflektif. Tujuannya untuk mengingatkan atau menggugat sesuai dengan fungsi kontrol sosial yang dimiliki pers. Kritis, tetapi tetap etis. Dalam setiap penerbitannya, pojok memuat tiga-lima butir kutipan pernyataan atau peristiwa menarik untuk dikomentari (Sumadiria, 2004: 3).

Dalam pandangan wartawan senior dan tokoh terkemuka, Jakob Oetama (1985: 214), pojok, yang pada mulanya sentilan ringan, kini telah berubah menjadi semacam tajuk rencana kecil-kecilan. Bahkan, menurut seorang pengamat, pojok memiliki kelebihan lain dibanding editorial. Pojok memuat pernyataan teramat pendek, ringan, namun sangat mengenai sasaran.

F. Lead: Pada Media Cetak dan Elektronik

Dalam anatomi berita, pada puncak piramida kita menemukan judul (*head line*), baris tanggal (*date line*), teras berita (*lead*), perangkai (*bridge*), tubuh (*body*), dan kaki berita (*leg*). Menurut teori jurnalistik, judul harus mencerminkan pokok berita sebagaimana tertuang dalam teras berita. Judul yang baik harus dimbil dari teras berita, tidak boleh dari tubuh apalagi sampai dari kaki berita; sedangkan teras berita yang baik harus mencerminkan keseluruhan uraian isi berita. Secara sederhana, teras berita adalah paragraf pertama yang memuat fakta atau informasi terpenting dari keseluruhan uraian berita.

1. Fungsi Teras berita

Teras berita memiliki empat fungsi, yakni atraktif, introduktif, korelatif, kredibilitas. Keempat fungsi ini sengaja ditampilkan agar setiap jurnalis, yakni reporter dan editor, senantiasa memerhatikan dan mengindahkannya. Ini penting untuk menghindari kemungkinan munculnya berita-berita sampah.

a. Atraktif

Artinya, teras berita yang kita tulis harus mampu membangkitkan perhatian dan minat khalayak pembaca terhadap topik persoalan atau pokok peristiwa yang dilaporkan. Dengan teras berita yang atraktif, khalayak pembaca yang sedang mengantuk sekalipun diharapkan segera terjaga dan membuka mata lebar-lebar. Mereka tidak ingin kehilangan kesempatan untuk memperoleh informasi, peristiwa, atau temuan terbaru dari berita yang kita tulis dan disajikan dalam media massa.

Fungsi pertama teras berita lebih banyak menyentuh wilayah psikologis pembaca. Mereka dibangunkan terlebih dahulu ingatan dan perhatiannya untuk tidak melewatkan deretan berita yang sudah dihidangkan. Seperti dikemukakan pakar komunikasi, proses komunikasi efektif akan

didahului dengan tiga tahapan, yakni perhatian, pengertian, dan penerimaan. Mereka tidak mungkin mengerti apalagi menerima pesan yang disampaikan apabila secara kejiwaan, mereka tidak memiliki perhatian atau tidak tertarik pada apa yang sedang dibicarakan.

b. Introduktif

Teras berita yang kita tulis harus dapat mengantarkan pokok persoalan yang dikupas dengan tegas dan jelas sehingga pembaca dapat mengenali dan merumuskannya dengan mudah. Dengan kata lain, teras berita yang baik harus mampu menjawab pertanyaan siapa melakukan apa, kapan, di mana, mengapa, dan bagaimana (*who, what, when, where, why, how*). Ini berarti teras berita harus memuat kalimat topik, yakni pernyataan tentang isi pokok berita yang sudah dibatasi ruang lingkungannya secara spesifik, sesuai dengan rumus 5W1H (1S), dan ditulis dengan menggunakan pola piramida terbalik (*inverted pyramid*).

c. Korelatif

Kalimat dan paragraf pertama yang kita tulis dalam teras berita, harus dapat membuka jalan bagi kemunculan kalimat dan paragraf kedua dan seterusnya. Teras berita sebagai bagian pembukaan, bertugas sebagai penghubung dengan dua bagian yang lain, yakni bagian perangkai (*bridge*), dan bagian tubuh (*body*). Tanpa keterikatan hubungan yang kuat, tiap kalimat atau paragraf hanya akan melahirkan pengertian masing-masing yang berdiri sendiri.

d. Kredibilitas

Fungsi teras berita tidak hanya menyangkut masalah teknis, seperti atraktif, introduktif, dan korelatif. Ada juga fungsi lain yang menyangkut masalah akademis. Fungsi yang bersinggungan dengan kategori dan bobot akademis pada teras berita, disebut fungsi penumbuhan kredibilitas jurnalis sekaligus kredibilitas media. Maksudnya, kredibilitas seorang jurnalis, yakni reporter atau wartawan, akan tampak pada teras berita yang ditulisnya. Teras berita akan menunjukkan kepada pembaca mengenai tingkat pengetahuan, keahlian, dan bidang pengalaman yang dimiliki seorang jurnalis. Juga kualitas dan kredibilitas media yang memuatnya.

2. Jenis-jenis Teras Berita

Berdasarkan jenisnya, teras berita sedikitnya terbagi dalam 12 jenis (Sumadiria, 2005:128) yaitu :

a. Who lead (teras berita siapa).

Teras berita siapa, yaitu teras berita yang mempertimbangkan siapa atau pelaku peristiwa. *Lead* pelaku ini diambil karena memiliki nilai berita (*news value*) yang lebih besar, kuat, atau lebih tinggi dibanding dengan unsur lainnya. Biasanya dalam berita nama orang yang diberitakan atau

pembuat berita (*news maker*) disebut lebih dahulu.

b. *What lead* (teras berita apa).

Dari namanya teras berita ini menekankan pada unsur apa (*what*) yang menjadi penekanan pertimbangan. Dalam teori jurnalistik, nilai berita tidak hanya menunjuk kepada siapa yang menjadi pelaku berita, tetapi juga bisa menunjuk pada apa peristiwa yang terjadi.

c. *When lead* (teras berita kapan).

Teras berita kapan dipilih dengan pertimbangan unsur waktu yang memiliki nilai lebih besar, kuat, atau lebih tinggi. Cara termudah mengenali *lead* ini adalah dengan menemukan pernyataan tentang waktu pada awal kalimat teras berita tersebut.

d. *Where lead* (teras berita di mana).

Teras berita di mana berarti menunjuk kepada tempat, dengan pertimbangan memiliki nilai berita yang jauh lebih besar, kuat, atau lebih tinggi dibanding dengan unsur lainnya.

e. *Why lead* (teras berita mengapa).

Adapun teras berita yang mengambil pertimbangan bahwa unsur nilai berita mengapa lebih tinggi, kuat dan besar disebut teras berita mengapa (*why lead*).

f. *How lead* (teras berita bagaimana).

Teras berita bagaimana umumnya lebih banyak terjadi pada peristiwa yang bersifat positif. Aktivitas yang berkaitan dengan program rehabilitasi, rekonstruksi, revitalisasi dan lain-lain biasanya menggunakan nilai berita *how* (bagaimana). Artinya, teras ini lebih mengedepankan pertimbangan bagaimana atau sesuatu yang menjadi petunjuk tentang bagaimana sesuatu peristiwa terjadi.

g. *Contrast lead* (teras berita kontras).

Berbeda dengan yang terdahulu, yang membuat *lead* berdasar 5W + 1H. *Contrast lead* dipilih dengan pertimbangan unsur kontras atau sesuatu yang berlawanan pada subjek pelaku peristiwa yang diyakini memiliki nilai berita (*news value*) yang lebih besar. Teras berita kontras banyak ditemukan pada berbagai berita/peristiwa kriminal dan hukum.

h. *Quotation lead* (teras berita kutipan).

Teras berita kutipan dipilih dengan pertimbangan unsur perkataan langsung yang dilontarkan oleh narasumber atau pelaku peristiwa yang diyakini memiliki nilai berita yang lebih besar, kuat, atau lebih tinggi, dibanding unsur lain.

i. *Question lead* (teras berita bertanya).

Pertanyaan yang dilontarkan oleh narasumber atau pelaku peristiwa, diyakini memiliki nilai berita yang lebih besar dipilih menjadi pertimbangan sebagai teras berita bertanya. Cara termudah untuk mengenali *question lead* adalah dengan menemukan kata atau pernyataan bernada bertanya pada kalimat pertama teras berita.

j. *Descriptive lead* (teras berita pemaparan).

Teras berita pemaparan dipilih dengan pertimbangan unsur suasana atau situasi yang melekat dalam suatu peristiwa yang terjadi, memiliki nilai berita jauh lebih besar, kuat, atau lebih tinggi dibanding unsur lain. Teras berita ini bisa menciptakan gambaran dalam pikiran pembaca tentang suatu tokoh atau tempat kejadian. Teras ini cocok untuk berbagai cerita *feature* dan digemari oleh reporter yang menulis berita profil.

k. *Narrative lead* (teras berita bercerita).

Teras yang mengedepankan unsur realitas cerita yang terdapat dalam suatu peristiwa yang terjadi disebut *narrative lead*. Nilai berita (*news value*) cerita dinilai lebih besar, tinggi dan kuat dalam *lead* ini. Teras ini digemari oleh para penulis fiksi (cerita pendek atau novel). Tekniknya adalah menciptakan suatu suasana dan membiarkan pembaca menjadi tokoh utama, dengan membuat kekosongan yang kemudian secara mental akan diisi oleh pembaca atau dengan membiarkan mengidentifikasi diri di tengah-tengah kejadian yang berlangsung.

l. *Exclamation lead* (teras berita menjerit).

Teras berita menjerit dipilih dengan dasar keyakinan bahwa unsur jeritan atau teriakan (dalam istilah jurnalistik, gukan arti sebenarnya) yang dilontarkan oleh narasumber atau pelaku peristiwa, memiliki nilai berita yang jauh lebih besar dari unsur yang lain. Teras ini umumnya lebih banyak ditemukan pada peristiwa kriminal dan peristiwa bencana alam, seperti banjir, gempa, dan tsunami.

3. Lead Pada Media Elektronik

Menulis *lead* berita harus didasarkan pada inti informasi yang sangat substansi. Jadi, ia harus memiliki daya *shocking* atau yang dapat mengejutkan, menarik, dan baru bagi pemirsanya. Pertimbangan itu didasarkan pada teras berita yang ditulis pada bagian awal berita sebagai pembuka. Alasan lainnya adalah agar pemirsa mau merelakan waktunya untuk menunggu sampai ulasan berita selengkapnyanya. Jadi, apabila *lead*-nya tidak menarik, pemirsa pun enggan untuk menunggu lebih lama.

Hal tersebut berbeda dengan media cetak. Pada media cetak, setiap berita memiliki judul. Judul memunyai daya tarik tersendiri. Jadi, hanya dengan membaca judulnya saja, orang akan tahu, apakah berita tersebut menarik untuk dibaca atau tidak. Di televisi tidak mengenal judul terkecuali hanya pokok-pokok berita yang disampaikan pada awal penyiaran berita, itu pun hanya beberapa item berita yang dianggap penting saja. Untuk menentukan *lead*, setiap reporter memiliki cara yang berbeda-beda, bergantung pada pengalaman yang bersangkutan. *Point of view* atau titik pandang setiap orang bisa berbeda.

Walaupun semua media memberitakannya, peristiwa terbakarnya sebuah pesawat, *angle*-nya bisa berbeda-beda antara satu dan yang lainnya.

Ada yang memulai *lead*-nya dengan kalimat, “Pesawat Lion Air, penerbangan dari Jakarta menuju Surabaya terbakar di bandara sesaat sebelum tinggal landas”. Ada mungkin yang menulisnya seperti ini, “Ledakan di kabin menyebabkan pesawat Lion Air jenis Boing 737 terbakar di bandara,.. dst”.

Penulisan *lead* di televisi, sedikitnya terdapat tiga jenis, yaitu *the name lead*, *the quotation lead*, dan *lead 5W+1H*. *The name lead* adalah *lead* yang dimulai dengan menyebutkan nama seseorang. Penyebutan nama tersebut dinilai menarik apabila orang tersebut orang penting, artis atau pejabat negara. Mereka lalu melakukan suatu tindakan yang berdampak kepada banyak orang, baik positif maupun negatif.

Walaupun nama yang dijadikan teras berita, dalam penulisan berita di televisi, jabatan harus dituliskan terlebih dahulu, lalu penyebutan nama. Hal ini dilakukan untuk mempermudah pemirsanya mendengar informasi tersebut.

Contoh, “Juru bicara kepresidenan, Andi Malarangeng menjelaskan bahwa datangnya Jaksa Agung Hendarman Supanji ke Rumah Sakit Pusat Pertamina untuk mnejenguk Mantan Presiden Soeharto, bukan atas inisiatif pemerintah”.

The Quotation Lead merupakan *lead* berita yang ditulis dengan cara mencuplik sebagian isi pernyataan presiden, pejabat, pemuka masyarakat, artis, orang ternama atau orang-orang tertentu. Isi pernyataan yang dicuplik haruslah sangat penting dan menarik untuk diketahui masyarakat luas. Dinilai penting karena dapat berpengaruh terhadap kehidupan individu, kelompok atau masyarakat.

Contoh: “Penungggak hutang dana Bantuan Likuiditas Bank Indonesia (BLBI), akan diproses secara hukum bila dalam jangka waktu 1 bulan tidak segera melunasi kewajibannya. Demikian dikatakan Mensesneg Moerdiono”.

Bentuk *lead* lainnya adalah yang mengandung unsur 5W+1H, yaitu *who*, *what*, *where*, *when*, *why*, dan *how*. Penulisan *lead* jenis ini biasanya dilakukan pada *straight news* yang sifatnya menginformasikan.

Contoh: “Menteri Kehutanan, M.S Kaban, hari ini meninjau kerusakan hutan yang terjadi di Kalimantan Timur,... dst.”

G. Karikatural

Karikatur berasal dari bahasa Italia, *caricare*, artinya melebih-lebihkan. Kata *caricare* itu sendiri dipengaruhi kata *carattere*, juga bahasa Italia, yang berarti karakter; dan kata *cara* dari bahasa Spanyol yang berarti wajah. Dengan demikian, secara etimologis karikatur adalah gambar wajah dan karakteristik seseorang yang diekspresikan secara berlebih-lebihan.

Dalam *Encyclopedia of The Art* dijelaskan, karikatur merupakan

representasi sikap atau karakter seseorang dengan cara melebih-lebihkan sehingga melahirkan kelucuan. Karikatur juga sering dipakai sebagai sarana kritik sosial dan politik.

Dalam perkembangan kemudian, sesuai dengan dinamika persoalan yang dihadapi dan diliput pers, karikatur tidak hanya menunjuk kepada wajah seseorang yang dilebih-lebihkan, tetapi juga mencakup semua peristiwa yang terjadi, diliput, dan menjadi sorotan pers. Bahkan, ia termasuk karya seni grafis. Seperti ditegaskan karikaturis terkemuka GM Sudarta dalam salah satu makalahnya, karikatur termasuk seni grafis, yaitu cabang dari seni lukis. Dalam penyajiannya, dituntut pula selera indah sebagai mana hasil seni. Ini penting karena ide yang bagaimanapun kuatnya, akan berkurang nilainya apabila tidak didukung oleh kualitas gambar yang baik, sebagaimana seni lukis. Dalam karikatur juga dituntut selera komposisi untuk membuat gambar yang enak dipandang (Sudarta, 1976: 52).

Menggambar karikatur termasuk proses kreatif seorang ahli grafis sekaligus jurnalis. Sebagai ahli grafis, ia harus dapat menyajikan gambar yang memenuhi kaidah komposisi, gradasi dan aksentuasi secara tajam dan serasi. Sebagai jurnalis, ia pandai memilih topik yang sedang aktual, menyangkut kepentingan masyarakat umum, dan mengemasnya dalam paduan gambar, serta kata-kata yang singkat, lugas, dan sederhana. Secara teknik jurnalistik, karikatur diartikan sebagai opini redaksi media dalam bentuk gambar yang sarat dengan muatan kritik sosial dengan memasukkan kelucuan, anekdot, atau humor agar siapa pun yang melihatnya bisa tersenyum, termasuk tokoh atau objek yang dikarikaturkan itu sendiri (Sumadiria, 2004: 3).

Sebuah karikatur dikatakan efektif apabila karikatur itu sendiri telah menjalankan fungsinya, yakni membuat senyum untuk semua. Senyum untuk yang dikritik agar tidak marah, senyum untuk masyarakat yang merasa terwakili aspirasinya, dan senyum untuk sang karikaturis karena tidak terjadi apa-apa (Sudarta, 1987: 52 dalam Lukman 1989: 38).

BAB 8 WARTAWAN KULI TINTA SAMPAI YUOTUBER

Wartawan atau *jurnalis* adalah seorang yang melakukan jurnalisme, yaitu orang yang secara teratur menuliskan berita (berupa laporan) dan tulisannya dikirimkan/ dimuat di media massa secara teratur. Laporan ini lalu dapat dipublikasi dalam media massa, seperti koran, televisi, radio, majalah, film dokumentasi, dan internet. Wartawan mencari sumber mereka untuk ditulis dalam laporannya; dan mereka diharapkan untuk menulis laporan yang paling objektif dan tidak memiliki pandangan dari sudut tertentu untuk melayani masyarakat. (sumber : Wikipedia)

Dalam pengertian yang lain wartawan atau jurnalis adalah : Orang yang bertugas mengatur cara penyampaian isi pernyataan manusia dengan menggunakan media massa periodik adalah wartawan. Di Indonesia istilah wartawan mulai digunakan sesudah Indonesia merdeka, sebelumnya disebut *djurnalis*, yang berasal dari bahasa Belanda. Wartawan adalah karyawan yang melakukan pekerjaan atau kegiatan usaha yang sah yang berhubungan dengan pengumpulan, pengolahan dan penyiaran dalam bentuk fakta, pendapat, ulasan, gambar-gambar dan sebagainya untuk perusahaan pers, radio, televisi dan on line. Jadi semua manusia yang bekerja dalam bidang redaksi adalah wartawan. Dalam UU No. 40 Tahun 1999 tentang pers dikatakan, wartawan adalah orang yang secara teratur melaksanakan kegiatan jurnalistik (Pasal 1 ayat 4). (Soehoet, : hal. 6)

Wartawan atau jurnalis adalah seseorang yang menciptakan laporan untuk disebarluaskan atau dipublikasikan melalui media massa, seperti koran, televisi, radio, majalah, film dokumentasi, dan internet. Wartawan mencari sumber berita untuk ditulis dalam laporannya. Mereka diharapkan menulis laporan secara objektif dan tidak memiliki pandangan dari sudut tertentu untuk melayani masyarakat.

A. Istilah jurnalis dan wartawan di Indonesia

Istilah jurnalis baru muncul di Indonesia setelah masuknya pengaruh ilmu komunikasi yang cenderung berkiblat ke Amerika Serikat. Istilah ini kemudian berimbas pada penamaan seputar posisi-posisi kewartawanan, misalnya redaktur menjadi editor.

Pada saat Aliansi Jurnalis Independen berdiri, terjadi kesadaran tentang istilah jurnalis ini. Menurut aliansi ini, jurnalis adalah profesi atau penamaan seseorang yang pekerjaannya berhubungan dengan isi media massa. Jurnalis meliputi juga kolumnis, penulis lepas, fotografer, dan desain grafis editorial. Akan tetapi, pada kenyataan referensi penggunaannya, istilah

jurnalis lebih mengacu pada definisi wartawan.

Sementara itu, wartawan dalam pendefinisian Persatuan Wartawan Indonesia, hubungannya dengan kegiatan tulis menulis yang di antaranya mencari data (riset, liputan, verifikasi) untuk melengkapi laporannya. Wartawan dituntut untuk objektif, hal ini berbeda dengan penulis kolom yang bisa mengemukakan subjektivitasnya. Pada awal abad ke-19, jurnalis berarti seseorang yang menulis untuk jurnal, seperti Charles Dickens pada awal kariernya. Pada abad terakhir ini, jurnalis telah menjadi seorang penulis untuk koran dan juga majalah.

Banyak orang mengira jurnalis sama dengan reporter, seseorang yang mengumpulkan informasi dan menciptakan laporan, atau cerita. Namun, hal ini tidak benar karena ia tidak meliputi tipe jurnalis lainnya, seperti kolumnis, penulis utama, fotografer, dan desain editorial. Tanpa memandang jenis media, istilah jurnalis membawa konotasi atau harapan profesional dalam membuat laporan, dengan pertimbangan kebenaran dan etika.

B. Wartawan Hidup di Dua Dunia

Dahulu, ada idiom bahwa di Indonesia, hanya ada tiga profesi yang diakui, yakni notaris, dokter, dan wartawan. Dua profesi yang disebut lebih dulu tidak tergolong profesi terbuka. Dalam artian, perlu pendidikan dan latar belakang yang khusus. Namun, tidak demikian dengan profesi wartawan. Profesi ini terbuka bagi semua latar belakang pendidikan. Bahkan, karena terlalu terbukanya, banyak pula oknum yang mengaku sebagai wartawan. Niatannya tidak sesuai dengan kode etik jurnalistik, misalnya mengatasnamakan profesi wartawan untuk kepentingan tertentu, seperti memeras. Oknum itu kerjanya “memburu amplop”.

Bagi wartawan *beneran*, aktivitas menulis bukanlah pekerjaan mudah. Alih-alih menuangkan seluruh gagasan yang didasari fakta, proses menulis itu sendiri menggunakan berbagai aturan. Singkatnya, sebut saja, “rumus” 5W+1H. Pakem ini menjadi rel yang dilalui kereta berpenumpang temuan di lapangan (baca: fakta) untuk menuju stasiun berjudul berita.

C. Dualisme Wartawan

Freedom of expression atau kebebasan berekspresi merupakan hak setiap manusia, termasuk media massa. Dalam Deklarasi Universal Hak-Hak Asasi Manusia (HAM), media ditetapkan sebagai pilar demokrasi yang dipercaya untuk melakukan investigasi, menulis, memberitakan apa pun. Otoritas mencari dan menyebarkan berita inilah yang membuat media berfungsi sebagai alat kontrol sosial dalam kehidupan kita. Peran kontrol media ini juga termasuk “mengungkap” kasus korupsi. Namun, pertanyaan yang kemudian muncul, mampukah media melakukan tugasnya? Apakah dalam tubuh media massa masih bersih dan belum tercemar penyakit

korupsi? Apakah HAM yang berjalan dalam *frame* media berjalan lurus atau juga terjadi pemasungan HAM itu sendiri?

Apakah dunia jurnalisme berpotensi besar terlibat dalam praktik korupsi? Jawabannya jelas ya karena awak jurnalisme selalu dihadapkan pada realitas harian yang terus berubah dalam beraneka ragam persoalan. Dari persoalan kecil hingga persoalan krusial yang menyangkut nasib orang banyak, bahkan masa depan bangsa. Pada sisi inilah media rentan terhadap praktik korupsi, khususnya bagi wartawan yang terjun di lapangan. Wartawan merupakan profesi yang memiliki nilai kemanusiaan jika dilakukan sejalan dengan etika profesi dan semangat investigatif. Peran wartawan yang konsisten terhadap etika jurnalistik memang sulit dan rumit serta membutuhkan energi yang lebih sehingga saat ini banyak wartawan telah “tergusur” ke dalam praktik jurnalisme pragmatis. Hasil dari alur pemikiran ini kemudian membawa wartawan secara tidak sadar telah berdiri jauh dari kepentingan publik hingga yang paling ekstrem menjadi seorang wartawan yang ikut larut dalam arus kekuasaan tertentu. Benarkah?

Wartawan yang sering dijuluki kuli tinta dan pendekar informasi. Wartawan sering dianggap profesi basah yang dapat menunjang kualitas hidup yang lebih dari cukup. Padahal, sebaliknya, profesi wartawan sama dengan profesi lainnya, bahkan bisa dikatakan profesi kering. Anggapan publik tersebut memaksa wartawan berhadapan dengan hasil yang tidak sebanding dengan kerja kerasnya. Maka itu, satu alasan pokok kenapa wartawan menerima amplop adalah karena profesi wartawan yang tidak cukup untuk menopang kebutuhan hidup. Alasan kedua, tidak ada peraturan atau kode etik yang secara tegas melarang para jurnalis menerima uang saku. Fenomena amplop dari narasumber merupakan fakta yang tidak dapat dipungkiri dalam dunia jurnalisme. Muncul istilah wartawan bodrek, muntaber (muncul tanpa berita), WTS (wartawan tanpa suratkabat), pencari tek-tek dan nama negatif lainnya menjadi bukti lain budaya korup wartawan. Walaupun jumlah nominal uang yang diterima bervariasi, tergantung besar-kecilnya persoalan yang muncul, hal ini semakin memperburuk citra wartawan. Parahnya, hal ini telah menjadi sistemik yang terjadi dalam instansi pemerintah maupun swasta. Walaupun tidak “meminta”, tradisi ini akhirnya menjadi candu bagi wartawan untuk mendapatkan “delapan enam”, kode lain untuk uang amplop.

Insan pers sendiri dalam melihat praktik uang saku justru bersikap moderat. Artinya, selama tidak memengaruhi wartawan dalam menulis berita dan tidak melanggar kode etik jurnalisme, uang saku merupakan bentuk ucapan terima kasih dari narasumber yang masih dapat ditoleransi. Sikap ini berangkat dari situasi “manusiawi” jurnalis yang memiliki kebutuhan keluarga.

Walaupun pada lain sisi insan pers memproteksi agar uang saku tidak menjadi faktor krusial dalam menghambat kebebasan berekspresi dan berpendapat.

Namun, toleransi ini memiliki titik lubang yang prinsipil memberi kelonggaran bagi jurnalis untuk korup. Budaya amplop menyediakan kesempatan kepada wartawan untuk meraup uang secara mudah tanpa *reserve* apa pun. Jika jumlahnya Rp 50.000 atau Rp 100.000 misalnya, boleh jadi itu memang sekadar uang transport. Akan tetapi, bagaimana jika amplop itu berisi uang Rp 1 juta atau kertas cek atau barang berharga lainnya? Selain itu, persoalan uang saku akan memunculkan persoalan dilematis jika wartawan berhadapan dengan narasumber yang berperilaku “*godfather*.” Wartawan yang telah mendapat uang saku dari “*godfather*” menjadi tidak berani mengungkap fakta lebih dalam dan yang negatif mengenai narasumber. Penyakit yang satu ini mencemari citra pers sebagai pilar demokrasi, juga menggerogoti komitmen serta independensi wartawan.

Salah satu contoh, kasus yang terjadi di Malang misalnya, adanya “*godfather*” yang banyak berperan dibalik layar terhadap perkembangan kota ini. Sekadar menyebut nama saja sebagai *suspect* (tersangka) berita, wartawan tidak pernah melakukannya. Jangankan “kejahatannya”, mengungkap eksistensinya saja, tidak semua wartawan berani. Bukankah ini menjadi tren dalam jurnalisme? Karena yang terjadi tidak hanya di Malang, tetapi di kota-kota lain juga.

Hal inilah yang mengkhawatirkan bagi kebebasan pers kita ke depan. Maka itu, harus ada upaya untuk menjembatani ketidakberdayaan wartawan. Dalam melihat suatu kausal antara kebebasan pers dan korupsi, sistem yang dijalankan menjadi penting arena praktik korupsi berkaitan dengan tidak adanya mekanisme yang tegas. Korupsi tidak semata-mata disebabkan oleh individu yang jahat, tetapi juga didukung oleh buruknya sistem yang dipakai. Untuk itu, sudah saatnya membangun sistem yang mampu memproteksi kebebasan pers, sekaligus melepaskan diri dari praktik korupsi. Salah satunya adalah dengan cara memenuhi standar hidup wartawan secara layak. Kebutuhan yang cukup ini akan menumbuhkan sikap tanggung jawab dan konsisten mengungkap fakta serta tidak tergiur dengan kepentingan sesaat. Model ini juga disebut *carrot and stick*, memenuhi kebutuhan, tetapi juga menyiapkan hukuman. Jika praktik uang saku masih terjadi meskipun kebutuhan hidup telah terpenuhi, hukuman tegas menjadi pilihan berikutnya. Hukuman tegas juga dimaksudkan sebagai *shock therapy* bagi insan pers lain yang memiliki potensi besar menerima uang saku. Maka, model *carrot and stick* menjadi kewajiban perusahaan media untuk mengembalikan jurnalistik kepada fungsi penegak nilai-nilai kemanusiaan.

Dalam menjalankan profesinya, wartawan dilindungi oleh Undang-

Undang Pers Nomor 40 Tahun 1999. Siapa pun yang menghalangi pekerjaan wartawan dapat diancam hukuman penjara dua tahun atau denda Rp. 500 juta.

D. Kompetensi Wartawan

Seperti apa kompetensi wartawan yang diperlukan oleh perusahaan media? Seperti yang diungkapkan Ridlo 'Eisy, dalam kacamata perusahaan, kompetensi seorang wartawan secara sederhana dapat digambarkan sebagai: *pertama*, seorang yang mampu memahami peristiwa yang sedang berlangsung dan menuturkan/menuliskan kembali peristiwa itu untuk khalayak. Bagi perusahaan media komunitas, kemampuan praktis yang diperlukan adalah mereka yang mampu memotret, mewawancarai, mengamati komunitasnya, kemudian menuliskannya dalam berita atau jenis laporan yang lain, serta dalam potret-potret yang menarik perhatian khalayak.

Bagi perusahaan media yang mengembangkan *investigative reporting*, kemampuan wartawan yang diperlukan lebih tinggi lagi. Wartawan yang diperlukan bukan sekadar wartawan, melainkan juga yang mempunyai kemampuan intelijen. Untuk menyelidiki dan mengumpulkan berbagai data dan fakta, wartawan investigasi harus benar-benar memahami permasalahan yang akan dituliskannya. Tanpa pengetahuan yang mendalam tentang permasalahan yang mau dituliskannya, maka berita yang ditulis akan kehilangan makna dan salah arah

Kedua, memahami etika dan hukum dalam mencari, mengumpulkan, menuliskan, dan menyiarkan berita. Tanpa memahami etika dan hukum, bukan hanya wartawan yang menghadapi risiko, melainkan juga perusahaan pers, berupa denda, bahkan bisa sampai penjara.

E. Reporter

Reporter adalah salah satu sebutan bagi salah satu profesi yang digunakan dalam media massa. Di Indonesia, sebutan ini lebih dispesifikasikan untuk radio dan televisi, sedangkan bagi media massa cetak cenderung menggunakan sebutan wartawan. Keduanya dapat saja dipakai karena secara umum ruang lingkup tugasnya sama. Kadang-kadang orang menyebutnya sebagai koresponden.

Sebenarnya sebutan koresponden memiliki sedikit perbedaan dengan reporter atau wartawan. Sebutan koresponden biasanya hanya diberikan kepada para reporter yang ditugaskan secara permanen di luar kota, baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Sementara sebutan reporter diberikan kepada mereka yang berada di kota tempat stasiun televisi yang bersangkutan beroperasi. Ia tetap saja disebut reporter walaupun suatu saat ditugaskan ke luar kota atau bahkan ke luar negeri.

Dalam bekerja, seorang reporter tidak seorang diri, paling tidak ia

disertai oleh seorang juru kamera. Jika tim itu lengkap, disertai juru suara (*soundman*) dan juru lampu (*lightingman*). Bahkan di beberapa negara, kini dikembangkan model *One man news team*, yaitu reporter merangkap juru kamera. Alasannya tentu saja dalam rangka efisiensi anggaran. Akan tetapi, banyak kalangan menilai model ini tidak menghasilkan suatu sajian yang maksimal dalam banyak penyajian peristiwa berita. Karena itu, model ini tidak begitu populer, namun masih tetap dilakukan untuk liputan peristiwa-peristiwa tertentu.

Seorang reporter televisi, juga berfungsi sebagai produser untuk liputan yang ia lakukan. Ia memimpin liputan tersebut sehingga ia harus mengarahkan juru kamera tentang gambar apa yang ia butuhkan untuk melengkapi laporan beritanya. Jadi, semuda apa pun usia seorang reporter, ia adalah pemimpin produksi saat menjalankan tugasnya. Juru kamera, juru suara, atau juru lampu yang ada dalam tim harus tunduk kepada reporter. Walaupun demikian, ia juga tetap harus menjaga *team work* dengan anggota yang lain. Siaran laporan berita yang ia buat, bisa dibacakan oleh penyiar pada saat siaran, atau ia sendiri yang mengisi suara laporan tersebut, sedangkan penyiarnya hanya menghantarkan kalimat pembuka (*lead/teras* berita.).

F. Fotografer

Fotografer, yaitu orang yang menghasilkan gambar atau foto dari suatu objek dengan merekam pantulan cahaya yang mengenai objek tersebut pada media yang peka cahaya. Alat paling populer untuk menangkap cahaya ini adalah kamera.

BAB 9 JURNALISTIK BARU BERAWAL DARI CONVERGENSI MEDIA

Jurnalistik atau jurnalisme baru merupakan Salah satu bentuk perkembangan jurnalistik, baik dari teorinya maupun teknik yang menjadi acuan dalam kegiatannya.

A. Sejarah Perkembangan Jurnalisme Baru

Di Amerika Serikat, jurnalisme baru lahir dan tumbuh sepanjang tahun 1960-an. Jurnalisme baru yang dirintis oleh para wartawan senior di Amerika ini muncul karena kebosanan mereka terhadap standar baku dalam melakukan tugas peliputan dan penulisan berita. Kebosanan itu juga melanda terkait tata kerja jurnalisme lama yang dianggap kaku dan membatasi ruang gerak wartawan, teknik penulisan, dan bentuk laporan berita.

Pada era jurnalisme lama, cara kerja wartawan hanya terfokus pada kegiatan reportase berupa pencatatan peristiwa berdasarkan fakta dan memuat pemberitaannya di media massa. Kebosanan pada ritme kerja yang monoton ini, membuat para perintis jurnalisme baru melakukan inovasi dalam penyajian berita sehingga tidak melulu *realtime* terhadap fakta peristiwa dalam gaya penulisan *straight news*.

Akhirnya, para perintis ini mulai mendobrak aturan dan kaidah jurnalisme lama. Mereka melakukan inovasi dalam bentuk penulisan, penyajian, serta teknik liputan yang lebih mendalam dan menyeluruh. Di sini, reporter tidak lagi hanya mencatat peristiwa sesuai fakta lalu memuatnya di media massa tetapi juga memberikan peluang kepada masyarakat pembaca untuk memberikan respon.

Kehadiran jurnalisme baru ini telah memberi keragaman bentuk penulisan bagi para jurnalis (wartawan). Mengikuti arus perkembangan kehidupan, wartawan kini mulai membuka diri terhadap wacana teknik jurnalisme baru yang tidak lagi membatasi ruang gerak mereka dalam batas *deadline* dan teknik penulisan berita *straight news*, yang dianggap kuno.

Kini, wartawan dapat mengembangkan berbagai bentuk teknik jurnalisme baru dalam peliputan dan pelaporan berita ke dalam gaya jurnalisme yang lebih bersemangat dan memberi pengetahuan tambahan bagi pembaca untuk ikut berperan aktif dalam menganalisis berita. Wartawan dapat membuat berbagai macam bentuk pencarian berita sesuai teknik jurnalistiknya, dengan gaya atau kreasi masing-masing sehingga berita menjadi luwes dan tidak kaku. Bagaimanapun, di era jurnalisme baru ini, wartawan dapat berfungsi menciptakan opini publik dan meredakan konflik yang tengah terjadi di masyarakat. Melalui tulisannya, wartawan menjadi

mediator (penengah) antara masyarakat dan pemerintah atau instansi tertentu yang bertikai.

Dalam bukunya, *An Introduction to the Mass Media*, Fredler merumuskan jurnalisme baru ke dalam empat fase, yaitu jurnalisme advokasi (*advocacy journalism*), jurnalisme alternatif (*alternative journalism*), jurnalisme presisi (*precision journalism*), dan jurnalisme sastra (*literary journalism*). Adapun Everette Dennis, dalam buku *Magic Writing Machine*, membagi jurnalisme baru ke dalam lima jenis, yaitu jurnalisme nonfiksi baru (berupa reportase para jurnalis), jurnalisme alternatif, jurnalisme advokasi, jurnalisme bawah tanah, dan jurnalisme presisi.

Bentuk jurnalisme baru lebih memusatkan perhatian wartawan pada penggunaan teknik penulisan karya fiksi (cerpen atau novel) yang menekankan pada fakta objektif. Jurnalisme alternatif, jurnalisme advokasi dan jurnalisme bawah tanah telah menambah khazanah ragam jurnalisme baru dan gaya peliputan serta pelaporan jurnalistik.

Kemudian, muncul lagi istilah jurnalisme empati, jurnalisme perang/kekerasan, dan jurnalisme damai yang diucapkan oleh beberapa wartawan senior seperti Jacob Oetama dan Atmakusumah. Penambahan jurnalisme baru ini, tidak saja memberi warna baru bagi para wartawan dalam teknik peliputan berita masa kini sehingga menjadi luwes, tetapi juga membuka ruang gerak yang lebih besar bagi masuknya istilah lain di dalam era jurnalisme baru.

B. Delapan Teknik Jurnalisme Baru

Delapan teknik jurnalisme baru yang dapat digunakan wartawan dalam melakukan tugas peliputan, antara lain:

1. Jurnalisme Empati (*Empathy Journalism*)

Istilah jurnalisme empati erat kaitannya dengan rasa empati dan iba yang tumbuh dalam diri wartawan ketika melakukan tugas jurnalistik (meliput berita). Untuk melakukan jurnalisme empati ini, wartawan harus bisa membangun empati dengan narasumbernya sehingga menghilangkan jarak antara wartawan dan narasumber.

Contoh:

Mengungkap kasus perkosaan anak di bawah umur yang dilakukan oleh ayah kandungnya, tidaklah mudah. Wartawan harus menggali informasi dari keluarga korban untuk mengetahui penyimpangan seksual yang dilakukan sang ayah, yang semestinya bertindak sebagai pelindung bagi anak-anaknya, namun malah berubah menjadi 'serigala di dalam keluarganya sendiri'. Kasus incest semacam ini akan menimbulkan kekacauan genetik terhadap bayi yang dilahirkan dari hasil hubungan pemerkosaan. Selain itu, trauma psikologis dan sosial pun dialami korban. Korban bisa saja bunuh diri atau mengucilkan diri karena malu.

Untuk menerapkan teknik jurnalisme ini, wartawan harus bisa mendekati diri kepada korban agar dapat memperoleh informasi tanpa menyudutkannya. Dengan demikian, korban bersedia mengungkapkan kasus tersebut tanpa perasaan takut terhadap wartawan. Sikap empati ini akan memudahkan wartawan dalam membuat tulisan sehingga pembaca merasa tertarik dan menaruh belas kasihan terhadap korban. Jurnalisme empati adalah keberpihakan wartawan pada naluri kemanusiaan. Dengan jurnalisme empati inilah, wartawan dapat lebih leluasa mengasah kepekaan nuraninya untuk meliput dan memberitakan suatu peristiwa penting yang terjadi dalam masyarakat.

2. Jurnalisme Kekerasan/Perang (*Violence/War Journalism*)

Jurnalisme kekerasan/perang mempunyai karakteristik hanya memberitakan pertikaian di tengah masyarakat, dan lebih berorientasi pada peristiwa kekerasannya. Pemberitaan jurnalisme ini terfokus pada arena atau tempat terjadinya konflik kekerasan, dengan menonjolkan informasi dampak fisik dari kasus tersebut, misalnya jumlah korban mati, cedera, atau materi yang hancur (rumah mobil, masjid, atau sekolah).

Jurnalisme kekerasan lebih mengeksploitasi kekerasan yang tampak, dibanding efek kekerasannya (*invisible effect of violence*). Dalam pemberitaannya, wartawan menggunakan teknik *violence journalism* yang memungkinkannya ikut larut dalam emosi untuk memihak kepada salah satu kelompok yang sedang berkonflik. Selain itu, di dalam pemberitaannya, wartawan memberi penilaian secara sepihak terhadap pihak yang menjadi pemenang atau pecundang.

Wartawan yang bekerja di daerah konflik, harus bisa menangkap peristiwa yang terjadi di tengah masyarakat berdasarkan hati nurani dan naluri jurnalistiknya yang tajam karena pembaca mulai kritis dalam menganalisis pemberitaan yang disajikan oleh media massa. Pers harus menjadi saksi mata dari kejadian yang terjadi di daerah konflik, melaporkan peristiwa dan melakukan kontrol sosial.

Apabila ditugaskan di daerah konflik bersenjata, wartawan harus bisa menjaga kerahasiaan identitas narasumber di dalam sebuah berita. Jika hal itu dilanggar, nyawa narasumber dapat terancam. Jika dipaksa untuk mengatakan nama narasumber, bersikaplah teguh untuk terus merahasiakannya. Meskipun saat itu Anda dihadapkan pada ancaman atau teror dari kelompok yang bertikai yang dirugikan oleh berita Anda tersebut. Siapkah Anda menjalani risiko tugas jurnalistik di daerah perang atau konflik seperti ini?

Jurnalisme kekerasan ini cenderung menyajikan elit yang bertikai sebagai narasumber. Biasanya kaum elit tersebut akan menggunakan

pernyataannya sebagai cara untuk menyerang atau melemahkan psikologis pihak lawan sehingga pemberitaan di dalam jurnalisme kekerasan ini bersifat *spekulatif* dan *provokatif*. Akibatnya, rakyat atau korban pertikaian kurang mendapat tempat untuk mengeluarkan pendapatnya.

Contoh:

Pada pertempuran antara TNI dan GAM yang terjadi di Aceh, media berusaha menampilkan adegan kekerasan tersebut (terutama media televisi) untuk memancing emosi penonton dengan menampilkan fakta kekerasan yang terjadi pada masyarakat Aceh. Mencari berita berimbang pada media massa yang melakukan jurnalisme kekerasan agak sulit. Wartawan mengalami kesulitan untuk melakukan cek dan ricek kepada narasumber di lokasi peperangan. Sebagian berita surat kabar mengenai Aceh, tidak melakukan cek dan ricek, terutama berita mengenai pertempuran antara TNI dan GAM. Sumber berita umumnya adalah juru bicara komando Operasi TNI. Surat kabar jarang mengecek ulang informasi yang disampaikan juru bicara militer, baik kepada keluarga korban maupun warga setempat. Tanpa cek dan ricek, pembaca tidak akan mengetahui apakah penyerangan benar-benar telah memenuhi sasaran. Apakah korbannya memang anggota GAM atau malah warga sipil.

3. Jurnalisme Damai (*Peace Journalism*)

Jurnalisme damai merupakan jurnalisme modern yang berpegang pada asas *imparialitas* (kebenaran) dan *faktualitas* (berdasarkan fakta) – kebalikan dari jurnalisme kekerasan. Jurnalisme damai, yang dirumuskan oleh wartawan senior John Galtung, Rune Ottosen, Wilhem Kempt, dan Maggie O’Kane ini bertujuan untuk menghindari atau mencegah terjadinya kekerasan di dalam masyarakat.

Jurnalisme ini mengajarkan wartawan untuk tidak turut menjadi bagian dari pertikaian, tetapi menjadi bagian pencari solusi. Dalam peliputannya, wartawan mencari sumber secara objektif agar gambaran realitas yang ada dibenak pembaca tidak bias. Jurnalisme damai adalah praktik jurnalistik yang bersandar pada pengungkapan aksi kekerasan dalam sebuah konflik dalam suatu peristiwa. Jurnalisme damai melihat pertikaian sebagai sebuah masalah dan berusaha mencari solusi melalui pemberitaan, menggarisbawahi bahwa akibat dari suatu pertikaian atau kekerasan akan mengakibatkan kerusakan dan kerugian psikologis, budaya dan struktur dari kelompok masyarakat yang menjadi korban konflik. Jurnalisme damai mengungkapkan ketidakbenaran di kedua belah pihak, misalnya dengan menyebutkan nama pelaku kejahatan (*evil-doers*) di kedua belah pihak.

Jurnalisme damai berusaha memetakan konflik prakekerasan dengan

mengidentifikasi berbagai penyebab untuk mencari jalan damai. Oleh karena itu, wartawan harus bisa menilai segala macam informasi yang diterima dari sumber berita, baik dari pemerintah, pejabat militer maupun pihak tertentu.

Jurnalisme damai melaporkan suatu kejadian dengan bingkai (*frame*) yang lebih luas, berimbang dan akurat, yang didasarkan pada informasi tentang konflik dan perubahan-perubahan yang terjadi. Selain itu, jurnalisme damai menjadi penghubung antara wartawan dan sumber informasi dalam upaya pengungkapan suatu peristiwa.

Jurnalisme damai hanya dapat terwujud melalui kesediaan dan kemampuan insan pers untuk “berempati” pada apa yang dialami pihak-pihak yang bertikai dalam suatu peristiwa tertentu. Jurnalisme damai hanya dapat terwujud melalui *comprehensive reporting* dan *balancing reporting* yang selalu memerhatikan sisi lain dari suatu peristiwa serta *interpretative reporting* yang mengajak pembacanya memahami latar belakang dan berkaitan antarperistiwa sehingga mereka dapat memahami logika suatu peristiwa.

Tugas jurnalisme damai adalah melawan simplifikasi jurnalisme kekerasan/perang yang cenderung mereduksi konflik dengan pihak yang bertikai. Dalam menjalankan tugas jurnalistiknya, wartawan harus tetap menegakkan kode etik jurnalistik dan tidak mengutamakan kepentingan bisnis, politis, kelompok dan golongan tertentu. Sebagai wartawan, mereka harus bisa menempatkan dirinya mentransformasi fakta dan realitas konflik menjadi realitas media serta memberi kesempatan kepada mereka untuk membuat berita tanpa memasukkan unsur kekerasan atau ditunggangi oleh pihak tertentu sehingga mereka bisa bebas berkreasikan membuat berita berdasarkan fakta dan realitas yang ada.

Jurnalisme damai merupakan salah satu alternatif di mana para praktisi dan media massa bisa menerapkan konsep seimbang, tidak bias dalam mengutip sumber berita, dan bertanggung jawab ketika meliput dan memberikan laporan tentang suatu konflik. Untuk mendapat informasi yang benar di dalam jurnalisme damai, wartawan harus bisa meliput, melacak, mengungkap dan mencatat data dari berbagai sumber dan menempatkan pihak yang tengah bertikai pada posisi yang sebenarnya. Dalam hal ini, wartawan harus bisa bersikap netral dalam melakukan pemberitaannya.

Tujuan dari jurnalisme damai adalah membentuk pemahaman di benak pembaca melalui informasi yang ditulis wartawan, yang nantinya akan menjadi dasar penentuan sikap, perilaku dan respons terhadap konflik atau kekerasan tersebut. Pada jurnalisme damai ini, wartawan memiliki tanggung jawab moral terhadap kebenaran informasi dan pengungkapan informasi konflik, bukan dari sudut konflik, melainkan akar permasalahan agar bisa

dicari solusinya. Untuk mendapatkan kebenaran informasi guna mengungkap suatu konflik kekerasan, wartawan mengandalkan kelengkapan data.

Sebagai wadah pengungkapannya, media mencari empati pembaca dengan memberitahukan bahwa kekerasan akan membuahkan kesengsaraan. Dalam penulisan laporan, media berusaha mencari solusi dan mencegah terjadinya kekerasan di dalam masyarakat. Penerapan teknik jurnalisme damai membutuhkan kecerdasan dan kreativitas wartawan. Pada satu sisi, mereka tetap mengungkap fakta sebagaimana adanya. Namun, pada lain sisi, wartawan dituntut arif memberikan bingkai pada fakta bahwa kekerasan hanya akan memunculkan penderitaan dan kehancuran. Melalui “pesan perdamaian” itu, diharapkan kekerasan (*violence*) dalam pemberitaan tidak ada lagi.

Jurnalisme damai adalah pilihan tepat bagi wartawan yang bertugas di daerah konflik, seperti pada peristiwa di Maluku dan Aceh. Jurnalisme damai merupakan cara bagi wartawan untuk menengahi konflik berbagai pihak dan membuka jalan dialog antara pihak yang bertikai. Jurnalisme damai hanya bisa dilakukan oleh wartawan yang gigih dalam menegakkan kode etik pers, memiliki wawasan yang luas menyangkut masalah yang diliput, dan tidak mengutamakan kepentingan kelompok serta golongan. Jurnalisme ini juga merupakan salah satu referensi tentang bagaimana seorang jurnalis mentransformasikan fakta dan realitas konflik menjadi realitas media, serta membuka peluang pada pemahaman nonkekerasan dan kreativitas bagi aplikasi kerja jurnalis dalam membuat liputan. Wartawan dan media memiliki kebebasan untuk berekspresi. Namun demikian, kebebasan yang dimiliki wartawan harus didedikasikan kepada kebenaran dan keadilan.

Pemberitaan yang disampaikan wartawan melalui media, diharapkan dapat mengungkap fakta dan memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk meredam prasangka dan kebencian. Wartawan pun tidak perlu membuat liputan dan pemberitaan yang justru dapat mengobarkan konflik.

Contoh:

Laporan berita dari Amerika Serikat tentang “Operasi Badai Gurun” yang dilakukan oleh CNN merupakan siaran langsung dari detik ke detik. Laporan tersebut menimbulkan opini publik bahwa Saddam Husein merupakan penyebab perang tersebut. Padahal, yang terjadi adalah ketidakseimbangan pemberitaan perang antara Irak dan pihak-pihak yang bersekutu melawannya. Dalam sebuah peristiwa, serangan udara pihak sekutu telah menjatuhkan sebuah bom dan membinasakan puluhan warga sipil Irak. Pihak sekutu melancarkan tuduhan bahwa pihaknya hanya menyerang sasaran militer dan tidak pernah menasar ke penduduk sipil. Sekutu menuduh Saddam sengaja menempatkan warga sipil Irak dalam

bunker militer sebagai tameng dalam menghadapi ancaman sekutu yang ingin melumpuhkan fasilitas persenjataan Irak. Namun, pihak Irak telah menolak tuduhan ini dan menyatakan bahwa yang dibom sekutu tak lain adalah tempat perlindungan yang dirancang pemerintah Irak bagi warga sipil. Mana yang benar?

Menanggapi pemberitaan tersebut, wartawan melihat konflik sebagai sesuatu yang memiliki nilai berita. Sebagai upaya menengahi, pers merumuskan pemberitaan konflik dalam bentuk jurnalisme damai dengan cara menurunkan pemberitaan yang menggambarkan penderitaan korban yang terjadi di kedua belah pihak. Taktik ini akan membuat setiap orang yang berniat meneruskan pertikaian dan perangnya berpikir dua kali.

4. Jurnalisme Omongan (*Talking Journalism*)

Wartawan Indonesia sudah puluhan tahun terbiasa melakukan liputan berita dengan menggunakan teknik jurnalisme omongan. Kebiasaan mengutip ucapan tokoh politik lebih sering digunakan wartawan kita. Akibatnya, muncul “komentator” di kalangan elit politik yang kerap malah saling bertikai karena merasa paling benar dalam memberikan asumsinya.

Era reformasi telah menjadikan kalangan pers mengejar sumber informasi berdasarkan omongan dari kalangan pejabat (sebab kalangan pejabat mulai enggan dikritik atau memberi pendapatnya kepada pers) sehingga menyulitkan wartawan untuk memperoleh informasi. Akibatnya, beberapa tahun setelah keruntuhan masa pemerintahan Soeharto, muncul fenomena jurnalisme omongan di kalangan pers. Wartawan terpaksa menggunakan laporan intelijen sebagai dasar pembuatan berita ketimbang kejadian dan fakta di lapangan.

Wartawan terbiasa menggunakan jurnalisme omongan berdasarkan kutipan pernyataan seorang pakar atau tokoh yang dianggap berkompeten sebagai sumber berita. Pendapat yang dikumpulkan wartawan dari mulut para pakar, bukan merupakan sumber berita yang bisa dipercaya kebenarannya. Jurnalisme omongan tidak bisa dipercaya kebenaran faktanya, terutama jika ucapan yang dilontarkan kerap menggunakan kata “mungkin”.

Jurnalisme omongan tidak dapat dijadikan sumber berita yang dapat dipercaya karena tidak bersumber dari realitas yang ada. Mestinya, wartawan menampilkan kebenaran fakta dengan liputan yang berimbang (*cover both side*). Beberapa kasus pemberitaan yang menggunakan teknik jurnalisme omongan ini dilakukan wartawan ketika meminta pendapat dari para pakar/pemerintah untuk menekankan opini ke dalam tulisannya.

Contoh:

Peristiwa 27 Juli 1996. Saat itu peristiwa yang sesungguhnya merupakan eksekusi dari penyerbuan aparat keamanan ke kantor PDI Pro Mega

yang mengakibatkan kemarahan rakyat, hingga melakukan perusakan dan pembakaran gedung di sejumlah tempat di Jakarta. Peristiwa ini dituduhkan kepada Partai Rakyat Demokratik (PRD). Saat itu, kalangan pers mengutip semua ucapan pejabat tinggi militer dan intelijen sebagai kebenaran. Tuduhan bahwa PRD adalah kelompok komunis yang militan, gerombolan setan gundul, dan kelompok pengacau keamanan, dilansir di berbagai media tanpa memberikan kesempatan kepada anggota, para pendukung, dan keluarga aktivis PRD untuk membela diri.

Dalam situasi ini, beberapa media mengutip ucapan Kasospol ABRI, Letjen TNI Syarwan Hamid, yang mengatakan, “Penulis bisa tahu bahwa mereka itu komunis hanya dari cara mereka bernyanyi atau bersiul.”

Media dan wartawan saat itu seperti bungkam ketika menerima ”pengarahan” dan kebohongan versi militer meskipun di antara wartawan banyak yang menjadi saksi bahwa pelaku penyerbuan kantor DPP PDI adalah pasukan militer. Lebih keterlaluan lagi adalah sebuah majalah yang bukan hanya sekadar menurunkan wawancara, melainkan juga menggunakan akses dan kedekatan dengan kelompok militer untuk membuka semua *file* pemeriksaan dan interogasi militer yang memersepsikan PRD sebagai kelompok komunis yang berbahaya. Baru sekarang media mengungkap bahwa penyerbuan kantor PDI pada 27 Juli 1996 tersebut tak lain adalah operasi intelijen.

5. Jurnalistik Advokasi (*Advocacy Journalism*)

Merupakan kegiatan jurnalistik yang dilakukan oleh wartawan dengan cara menyuntikkan opini ke dalam berita. Berdasarkan hasil reportase, wartawan mengarahkan fakta untuk membentuk opini publik. Penulisan jurnalisme advokasi lebih “memercayai” objektivitas fakta daripada berita yang dicampur dengan pikiran dan opini wartawan. Dalam jurnalisme advokasi, wartawan menyajikan keterampilannya menyajikan fakta (korelasi hasil liputan dengan pengamatan wartawan) sehingga memunculkan liputan investigasi. Pemberitaan jurnalisme advokasi, lebih banyak ditujukan untuk suatu kepentingan tertentu yang disajikan dalam bentuk pemberitaan fakta dan peristiwa.

Contoh:

Dolar Amerika menembus angka Rp 12.500,00. ekonomi terpuruk total. IMF dan Bank Dunia menyatakan niat mereka untuk menunda pencairan dana. Menurut Menteri Perekonomian Rakyat, Indonesia akan mengalami krisis moneter pada tanggal 29 dan 30 April. Dikhawatirkan para pedagang menderita kerugian ratusan miliar. Para peserta Konvensi Nasional Agenda Penyelamatan Bangsa di Jakarta, menyerukan agar segera dilakukan penyelamatan bangsa.

6. Jurnalisme Alternatif (*Alternative Journalism*)

Kegiatan jurnalistik ini biasanya dilakukan untuk penulisan berita yang menyangkut publikasi internal, misalnya memunculkan tulisan yang lebih khusus dengan menampilkan hasil liputan untuk mengkritik pemberitaan tertentu yang lebih personal. Pemuatan jurnalisme alternatif membentuk sekelompok pembaca tertentu yang dijadikan target sasaran konsumen dengan tujuan “memukul” penguasa di suatu daerah tertentu (lokal).

Pers alternatif adalah cerminan suara rakyat dan lebih merupakan sebuah media perjuangan. Seperti halnya pers bawah tanah yang pernah berkembang di Prancis saat Perang Dunia II. Isi pemberitaan pada jurnalisme alternatif, biasanya kritis terhadap kemapanan (*status quo*). Isinya tidak memuat pernyataan pejabat, tetapi menyuarakan dan memberikan empati kepada rakyat. Peranan dan kualitas pers alternatif di Indonesia terbukti ampuh dalam menjatuhkan pemerintahan Soeharto. Pada era jurnalisme alternatif, banyak wartawan dimejahijaukan lantaran dianggap menyimpang dalam mengungkap suatu peristiwa.

Pers alternatif di Indonesia menggabungkan antara unsur kebebasan dan kontrol diri pada tanggung jawab sosial. Istilah pers alternatif lebih cocok dikatakan sebagai cara penyajian berita yang bisa dipercaya dengan cara memunculkan pengungkapan fakta berita secara investigasi. Saat ini, pers alternatif sudah memudar. Media massa sekarang sudah tidak lagi menggunakan teknik jurnalisme alternatif. Contohnya, liputan daerah yang menyuarakan kepentingan masyarakat.

7. Jurnalisme Presisi (*Precision Journalism*)

Merupakan kegiatan jurnalistik yang menekankan pada ketepatan (presisi) informasi dengan menggunakan pelaporan ilmiah agar hasil laporan lebih representatif. Liputan jurnalisme presisi menggunakan metode ilmiah yang terencana dan sistematis.

Contoh:

Laporan jurnalistik berupa jurnal penelitian di kalangan akademisi yang misalnya menyangkut berita tentang laporan hasil pertanian, atau berita tentang kecelakaan yang dilaporkan berdasarkan identifikasi, perhitungan matematis kelalaian pengemudi, pengumpulan dan pengolahan laporannya disusun secara teratur berdasarkan data yang reliabel dan valid.

8. Jurnalisme Sastra (*Literary Journalism*)

Teknik jurnalisme sastra ini berkembang pertama kali di Amerika Serikat, yang dipelopori oleh Tom Wolfe pada tahun 1970-an. Dulu, jurnalisme sastra sangat sempit. Bentuk tulisannya terbatas pada adegan, sudut pandang orang ketiga dan subjek pendukung. Namun, kini wartawan menggunakan

teknik jurnalisme sastra dengan memasukkan “unsur reportase” secara inovatif. Gaya penulisan bahasa jurnalistik sastra tidak hanya bermodalkan “*mood*” atau “*feeling*”, tetapi juga ditunjang riset sehingga wartawan tidak hanya mengandalkan liputan berdasarkan hasil *interview*.

Jurnalisme sastra telah membantu media cetak bersaing dengan media televisi. Kini wartawan dapat menggunakan jurnalisme sastra dengan menggunakan gaya penulisan bertutur untuk reportase *human interest*. Gaya liputan dengan bahasa bertutur ini telah memperkaya ragam teknik jurnalistik. Pers banyak menggunakan liputan ketegangan situasi dengan menerapkan konsep penulisan liputan bergaya sastra. Dalam teknologi komunikasi modern, berita-berita saling berpacu berebut “memperoleh kesempatan pertama” dengan penyajian bahasa yang singkat, berisi dan lugas. Teknik jurnalisme sastra merupakan fase jurnalisme baru.

BAB 10 BAHASA JURNALISTIK BAKU DAN POPULER

Bahasa jurnalistik atau biasa disebut dengan bahasa pers, merupakan salah satu ragam bahasa kreatif bahasa Indonesia di samping terdapat juga ragam bahasa akademik (ilmiah), ragam bahasa usaha (bisnis), ragam bahasa filosofik, dan ragam bahasa literer (sastra) (Sudaryanto, 1995). Dengan demikian, bahasa jurnalistik memiliki kaidah-kaidah tersendiri yang membedakannya dengan ragam bahasa yang lain.

Bahasa jurnalistik merupakan bahasa yang digunakan oleh wartawan (jurnalis) dalam menulis karya-karya jurnalistik di media massa (Anwar, 1991). Dengan demikian, bahasa Indonesia pada karya-karya jurnalistiklah yang bisa dikategorikan sebagai bahasa jurnalistik atau bahasa pers.

Bahasa yang lazim dipakai media cetak berkala, yakni surat kabar, tabloid, dan majalah, disebut bahasa jurnalistik pers. Selain itu, kita juga mengenal bahasa jurnalistik radio, bahasa jurnalistik televisi, bahasa jurnalistik film, dan bahasa jurnalistik media *online* internet. Sebagai salah satu ragam bahasa, bahasa jurnalistik tunduk pada kaidah dan etika bahasa baku.

Bahasa jurnalistik juga memiliki karakter yang berbeda-beda berdasarkan jenis tulisan apa yang akan terberitakan. Bahasa jurnalistik yang digunakan untuk menuliskan reportase investigasi tentu lebih cermat bila dibandingkan dengan bahasa yang digunakan dalam penulisan *feature*. Bahkan, bahasa jurnalistik pun sekarang sudah memiliki kaidah-kaidah khas seperti dalam penulisan jurnalisme perdamaian (McGoldrick dan Lynch, 2000).

Bahasa jurnalistik yang digunakan untuk menulis berita utama—ada yang menyebut laporan utama, forum utama—akan berbeda dengan bahasa jurnalistik yang digunakan untuk menulis tajuk dan *feature*. Dalam menulis laporan berita, banyak faktor yang dapat memengaruhi karakteristik bahasa jurnalistik karena penentuan masalah, *angle* tulisan, pembagian tulisan, dan sumber (bahan tulisan). Namun demikian, sesungguhnya bahasa jurnalistik tidak meninggalkan kaidah yang dimiliki oleh ragam bahasa Indonesia baku dalam hal pemakaian kosakata, struktur sintaksis dan wacana (Reah, 2000). Karena berbagai keterbatasan yang dimiliki surat kabar (ruang, waktu), bahasa jurnalistik memiliki sifat yang khas, yaitu singkat, padat, sederhana, lancar, jelas, lugas dan menarik. Kosakata yang digunakan dalam bahasa jurnalistik mengikuti perkembangan bahasa dalam masyarakat.

Sifat-sifat tersebut merupakan hal yang harus dipenuhi oleh ragam bahasa jurnalistik mengingat surat kabar dibaca oleh semua lapisan masyarakat yang tidak sama tingkat pengetahuannya. Dengan kata lain bahasa jurnalistik dapat dipahami dalam ukuran intelektual minimal. Hal ini dikarenakan tidak setiap orang memiliki cukup waktu untuk membaca surat kabar. Oleh karena itu bahasa jurnalistik sangat mengutamakan kemampuan untuk menyampaikan semua informasi yang dibawa kepada pembaca secepatnya dengan mengutamakan daya komunikasinya.

Dengan perkembangan jumlah pers yang begitu pesat pasca pemerintahan Soeharto—lebih kurang ada 800 pelaku pers baru—bahasa pers juga menyesuaikan pasar. Artinya, pers sudah menjual wacana tertentu, pada golongan tertentu, dengan isu-isu yang khas.

A. Ciri Utama Bahasa Jurnalistik

Ciri utama bahasa jurnalistik diantaranya sederhana, singkat, padat, lugas, jelas, jernih, menarik, demokratis, mengutamakan kalimat aktif, sejauh mungkin menghindari penggunaan kata atau istilah-istilah teknis, dan tunduk kepada kaidah serta etika bahasa baku.

1. Sederhana

Sederhana berarti selalu mengutamakan dan memilih kata atau kalimat yang paling banyak diketahui maknanya oleh khalayak pembaca. Khalayak pembaca sangat heterogen, dilihat dari tingkat intelektualitas, karakteristik demografis, dan aspek psikografisnya, seperti status sosial ekonomi, pekerjaan, atau profesi, suku bangsa, dan budaya, serta agama yang dianut. Kata-kata dan kalimat yang rumit, hanya dipahami maknanya oleh segelintir orang yang tabu digunakan dalam bahasa jurnalistik.

2. Singkat

Singkat berarti langsung kepada pokok permasalahan (*to the point*), tidak memboroskan waktu pembaca. Ruangan atau kapling yang tersedia pada kolom-kolom halaman surat kabar sangat terbatas, sementara isinya banyak dan beraneka ragam. Konsekuensinya, apa pun pesan yang akan disampaikan tidak boleh bertentangan dengan filosofi, fungsi, dan karakteristik pers.

3. Padat

Menurut Patmono SK, redaktur senior *Sinar Harapan*, dalam buku *Teknik Jurnalistik* (1996: 45), padat dalam bahasa jurnalistik berarti sarat informasi. Setiap kalimat yang ditulis memuat banyak informasi penting dan menarik untuk khalayak. Ini berarti terdapat perbedaan yang tegas antara kalimat singkat dan kalimat padat. Kalimat yang singkat tidak berarti memuat banyak informasi, tetapi kalimat yang padat kecuali singkat juga mengandung banyak informasi.

4. Lugas

Lugas berarti tegas, tidak ambigu, sekaligus menghindari eufemisme atau penghalusan kata dan kalimat yang membingungkan khalayak sehingga terjadi perbedaan persepsi dan kesalahan konklusi. Kata yang lugas selalu menekankan pada satu arti serta menghindari kemungkinan adanya penafsiran lain terhadap arti dan makna kata tersebut.

5. Jelas

Jelas berarti mudah ditangkap maksudnya, tidak baur dan tidak kabur. Sebagai contoh, hitam adalah warna yang jelas, putih adalah warna yang jelas. Ketika warna itu disandingkan, terdapat perbedaan yang tegas, mana yang disebut hitam dan putih. Pada kedua warna itu sama sekali tidak ditemukan warna abu-abu. Perbedaan warna hitam dan putih melahirkan kesan kontras. Jelas di sini mengandung tiga arti: jelas makna, jelas susunan kata atau kalimatnya sesuai dengan kaidah SPOK, dan jelas sasaran atau maksudnya.

6. Jernih

Jernih berarti transparan, jujur, tulus, tidak menyembunyikan sesuatu yang bersifat negatif, seperti prasangka atau fitnah. Sebagai bahan perbandingan, kita hanya dapat menikmati keindahan ikan Arwana atau Oscar pada akuarium dengan air yang jernih. Ikan Oscar dan Arwana tidak akan melahirkan pesona yang luar biasa apabila dimasukkan ke dalam kolam di persawahan yang berair keruh.

Dalam pendekatan analisis wacana, kata dan kalimat yang jernih berarti kata dan kalimat yang tidak memiliki agenda tersembunyi di balik pemuatan suatu berita kecuali, fakta, kebenaran, dan kepentingan publik.

Dalam bahasa kiai, jernih berarti berprasangka baik (*husnudzan*), dan sejauh mungkin menghindari prasangka buruk (*suudzan*). Hanya dengan pola pikir positif, kita akan dapat melihat semua fenomena dan persoalan yang terdapat dalam masyarakat dan pemerintah dengan kepala dingin, hati jernih, dan lapang dada.

Pers di mana pun tidak diarahkan untuk membenci siapa pun. Pers ditakdirkan untuk menunjukkan sekaligus mengingatkan tentang kejujuran, keadilan, kebenaran, kepentingan rakyat. Tidak pernah ada dan tidak boleh ada, misalnya hasrat pers untuk meraih kedudukan atau kekuasaan politik sebagaimana partai politik.

7. Menarik

Bahasa jurnalistik harus menarik. Menarik artinya mampu membangkitkan minat dan perhatian khalayak, memicu selera baca. Bahasa jurnalistik berpijak pada prinsip menarik, benar, baku. Bahasa ilmiah merujuk pada pedoman benar dan baku. Inilah yang menyebabkan karya ilmiah lebih cepat melahirkan rasa kantuk ketika dibaca daripada memunculkan semangat

dan rasa penasaran untuk disimak lebih lama. Bahasa jurnalistik hasil karya wartawan, sementara karya ilmiah hasil karya ilmuwan. Wartawan disebut juga seniman. Ilmuwan dinamakan cendekiawan.

Bahasa jurnalistik menyapa khalayak dengan senyuman, bahkan cubitan penulis, bukan dengan mimik tegang atau kepalan tangan. Karena itulah, sekeras apa pun bahasa jurnalistik, ia tidak boleh membangkitkan permusuhan dan kebencian dari pihak mana pun.

8. Demokratis

Bahasa jurnalistik tidak mengenal tingkatan, kasta atau perbedaan dari pihak yang menyapa dan pihak yang disapa. Bahasa jurnalistik menekankan aspek fungsional dan komunal sehingga tidak dikenal pendekatan feodal. Bahasa jurnalistik memperlakukan siapa pun, baik itu presiden, guru, karyawan, tukang becak, pengemis, maupun pemulung secara sama. Kalau dalam berita disebutkan presiden *mengatakan*, kata *mengatakan* tidak bisa diganti dengan kata *bersabda*. Presiden dan pengemis, keduanya tetap harus ditulis *mengatakan*. Bahasa jurnalistik menolak pendekatan diskriminatif dalam penulisan berita, laporan, gambar, karikatur, atau bahkan teks foto sekalipun.

Secara ideologis, bahasa jurnalistik melihat setiap individu memiliki kedudukan yang sama di depan hukum sehingga orang itu tidak boleh diberi pandangan serta perlakuan yang berbeda. Semuanya sejajar dan sederajat. Hanya perspektif nilai berita (*news value*) yang membedakan di antara keduanya.

9. Mengutamakan Kalimat Aktif

Kalimat aktif lebih mudah dipahami dan disukai oleh khalayak daripada kalimat pasif. Sebagai contoh, *presiden mengatakan*, bukan *dikatakan oleh presiden*. Bahasa jurnalistik harus jelas susunan katanya, dan kuat maknanya (*clear and strong*). Kalimat aktif lebih memudahkan pengertian dan memperjelas tingkat pemahaman, sedangkan kalimat pasif sering menyesatkan pengertian dan membingungkan tingkat pemahaman.

10. Menghindari Kata atau Istilah Teknis

Karena ditujukan untuk umum, bahasa jurnalistik harus sederhana, mudah dipahami, ringan dibaca, tidak membuat kening berkerut. Bagaimanapun, kata atau istilah teknis hanya berlaku untuk kelompok atau komunitas tertentu yang relatif homogen. Menurut perspektif filsafat bahasa, realitas yang homogen tidak boleh dibawa ke dalam realitas yang heterogen.

Sebagai contoh, berbagai istilah teknis dalam dunia kedokteran dan mikrobiologi, sulit dipahami maksudnya oleh khalayak apabila dipaksakan untuk dimuat dalam berita. Supaya mudah dicerna dan dipahami maksudnya, kata dan istilah teknis tersebut harus diganti dengan istilah yang bisa dipahami

oleh masyarakat umum. Kalaupun tak terhindarkan, istilah teknis tersebut harus disertai penjelasan dan ditempatkan dalam tanda kurung.

Surat kabar yang lebih banyak memuat kata atau istilah teknis, mencerminkan surat kabar itu: (a) kurang melakukan pembinaan dan pelatihan terhadap wartawan, (b) tidak memiliki editor bahasa, (c) tidak memiliki buku panduan peliputan dan penulisan berita serta pelaporan, (d) tidak memiliki sikap profesional dalam mengelola penerbitan pers yang berkualitas.

11. Tunduk pada Kaidah dan Etika Bahasa Baku

Salah satu fungsi utama pers adalah mendidik (*to educate*). Fungsi ini bukan saja harus tercermin pada materi isi berita, laporan, dan artikel lainnya, melainkan juga harus tampak pada bahasanya. Pada bahasa tersimpul etika. Bahasa tidak saja mencerminkan pikiran seseorang, tetapi juga sekaligus menunjukkan etika orang tersebut. Bahasa pers merujuk pada bahasa baku. Bahasa baku artinya bahasa resmi sesuai dengan ketentuan tata bahasa serta pedoman ejaan yang disempurnakan.

Sebagai guru bangsa dengan fungsinya sebagai pendidik, pers wajib menggunakan kaidah dan etika bahasa baku. Bahasa pers harus baku, benar, dan baik. Dalam etika berbahasa, pers tidak boleh menuliskan kata-kata yang tidak sopan, vulgar, berisi sumpah serapah, hujatan, dan makian yang sangat jauh dari norma sosial, budaya, agama, atau dengan sengaja menggunakan pilihan kata pornografi yang berselera rendah lainnya untuk membangkitkan asosiasi serta fantasi seksual khalayak pembaca. Kata-kata vulgar, kata-kata yang menjurus pornografi biasanya lebih banyak ditemukan pada pers populer lapis bawah dan pers kuning.

B. Pemakaian Bahasa Jurnalistik

Terdapat berbagai penelitian yang terkait dengan bahasa, pikiran, ideologi, dan media massa cetak di Indonesia. Anderson (1966, 1984) meneliti pengaruh bahasa dan budaya Belanda serta Jawa dalam perkembangan bahasa politik Indonesia modern, ketegangan bahasa Indonesia yang populis dan bahasa Indonesia yang feodalis. Naina (1982) meneliti tentang perilaku pers Indonesia terhadap kebijakan pemerintah seperti yang termanifestasikan dalam Tajuk Rencana. Hooker (1990) meneliti model wacana zaman orde lama dan orde baru. Tabor Eryanto (2001) meneliti tentang analisis teks di media massa. Dari puluhan penelitian yang *breakout* dengan pers, belum terdapat penelitian yang secara khusus memformulasikan karakteristik (ideal) bahasa jurnalistik berdasarkan **induksi** karakteristik bahasa pers yang termanifestasikan dalam kata, kalimat, dan wacana.

Pada awal tahun 1980-an, tersiar berita bahwa bahasa Indonesia di media massa menyimpang dari kaidah bahasa Indonesia baku. Roni Wahyono (1995) menemukan kemubaziran bahasa wartawan di Semarang

dan Yogyakarta pada aspek gramatikal (tata bahasa), leksikal (pemilihan kosakata) dan ortografis (ejaan). Berdasarkan aspek kebahasaan, kesalahan tertinggi yang dilakukan wartawan terdapat pada aspek gramatikal dan kesalahan terendah pada aspek ortografi. Berdasarkan jenis berita, berita olahraga memiliki frekuensi kesalahan tertinggi, dan berita kriminal memiliki frekuensi kesalahan terendah.

Kesalahan wartawan dalam penggunaan bahasa disebabkan oleh dua faktor, yakni faktor dari dalam diri wartawan dan faktor dari luar diri wartawan. Faktor dari dalam diri wartawan, yaitu minimnya penguasaan kosakata, terbatasnya pengetahuan kebahasaan, kurang bertanggung jawab terhadap pemakaian bahasa karena kebiasaan lupa dan pendidikan yang belum baik. Sementara faktor di luar diri wartawan, yaitu keterbatasan waktu menulis, lama kerja, banyaknya naskah yang dikoreksi, dan tidak tersedianya redaktur bahasa dalam lembaga surat kabar.

Walaupun di dunia penerbitan telah ada buku-buku jurnalistik praktis karya Rosihan Anwar (1991), Asegaf (1982), Jacob Oetama (1987), Ashadi Siregar, dll; namun masih perlu dimunculkan petunjuk akademik ataupun teknis pemakaian bahasa jurnalistik. Dengan mengetahui karakteristik bahasa pers Indonesia—termasuk sejauh mana mengetahui penyimpangan yang terjadi, kesalahan dan kelemahannya,— akan dapat diformat pemakaian bahasa jurnalistik yang komunikatif.

Terdapat beberapa penyimpangan bahasa jurnalistik dari kaidah bahasa Indonesia baku:

1. Penyimpangan morfologis. Penyimpangan ini sering dijumpai pada judul berita surat kabar yang memakai kalimat aktif, yaitu pemakaian kata kerja tidak baku dengan penghilangan afiks. Afiks pada kata kerja yang berupa prefiks atau awalan dihilangkan. Kita sering menemukan judul berita, misalnya *Polisi Tembak Mati Lima Perampok Nasabah Bank. Israil Tembak Pesawat Mata-mata. Amerika Bom Lagi Kota Bagdad*.
2. Kesalahan sintaksis. Kesalahan berupa pemakaian tata bahasa atau struktur kalimat yang kurang benar sehingga sering mengacaukan pengertian. Hal ini disebabkan oleh logika yang kurang bagus. Contoh: *Kerajinan Kasongan Banyak Diekspor Hasilnya Ke Amerika Serikat*. Seharusnya Judul tersebut diubah *Hasil Kerajinan Desa Kasongan Banyak Diekspor Ke Amerika*. Kasus serupa sering dijumpai, baik di koran lokal maupun koran nasional.
3. Kesalahan kosakata. Kesalahan ini sering dilakukan dengan alasan kesopanan (eufemisme) atau meminimalkan dampak buruk pemberitaan. Contoh: *Penculikan Mahasiswa Oleh Oknum Kopasus itu Merupakan Pil Pahit bagi ABRI*. Seharusnya kata *Pil Pahit* diganti *kejahatan*. Dalam

konflik Dayak-Madura, jelas bahwa yang bertikai adalah Dayak dan Madura, tetapi wartawan tidak menunjuk kedua etnis secara eksplisit. Pada era rezim Soeharto banyak sekali kosakata yang diekspos merupakan kosakata yang menekan, seperti GPK, subversif, aktor intelektual, ekstrem kiri, ekstrem kanan, golongan frustrasi, dan golongan antipembangunan. Bahkan, pada era kebebasan pers seperti sekarang ini, kecenderungan pemakaian kosakata yang bias makna semakin banyak.

4. Kesalahan ejaan. Kesalahan ini hampir setiap kali dijumpai dalam surat kabar. Koran *Tempo* yang terbit 2 April 2001 yang lalu tidak luput dari berbagai kesalahan ejaan. Kesalahan ejaan juga terjadi dalam penulisan kata, seperti *Jumat* ditulis *Jum'at*, *khawatir* ditulis *hawatir*, *jadwal* ditulis *jadual*, *sinkron* ditulis *singkron*.
5. Kesalahan pemenggalan. Terkesan setiap ganti garis pada setiap kolom kelihatan asal penggal saja. Kesalahan ini disebabkan oleh pemenggalan bahasa Indonesia masih menggunakan program komputer berbahasa Inggris. Hal ini sudah bisa diantisipasi dengan program pemenggalan bahasa Indonesia.

Untuk menghindari beberapa kesalahan tersebut, seorang wartawan dalam tugas sebagai redaktur melakukan kegiatan penyuntingan, baik menyangkut pemakaian kalimat, pilihan kata, maupun ejaan. Seorang pemakai bahasa jurnalistik yang baik tercermin dari kesanggupannya menulis paragraf yang baik. Syarat untuk menulis paragraf yang baik memerlukan persyaratan menulis kalimat yang baik pula. Paragraf yang baik tidak hanya lengkap pengembangannya, tetapi juga menunjukkan kesatuan dalam isinya. Paragraf menjadi rusak karena penyisipan-penyisipan dan pemasukan kalimat yang tidak bertema juga topik kedua atau gagasan pokok lain ke dalamnya.

Oleh karena itu, seorang penulis seyogianya memerhatikan pertautan dengan (1) memerhatikan kata ganti; (2) gagasan yang sejajar dituangkan dalam kalimat sejajar; manakala sudut pandang terhadap isi kalimat tetap sama, maka penempatan fokus dapat dicapai dengan pengubahan urutan kata yang lazim dalam kalimat, pemakaian bentuk aktif atau pasif, atau mengulang fungsi khusus. Sedangkan variasi dapat diperoleh dengan (1) pemakaian kalimat yang berbeda menurut struktur gramatikalnya; (2) memakai kalimat yang panjangnya berbeda-beda; dan (3) pemakaian urutan unsur kalimat seperti subjek, predikat, objek, dan keterangan dengan selang-seling. Jurnalistik “gaya *Tempo*” menggunakan kalimat-kalimat yang pendek dan pemakaian kata imajinatif. Gaya ini banyak dipakai oleh berbagai wartawan yang pernah bersentuhan dengan majalah *Tempo*.

Agar penulis mampu memilih kosakata yang tepat, mereka dapat memperkaya kosakata dengan latihan penambahan kosakata dengan teknik

sinonimi, dan **antonimi**. Dalam teknik sinonimi, penulis dapat mensejajarkan kelas kata yang sama yang nuansa maknanya sama atau berbeda. Dalam teknik antonimi, penulis bisa mendaftar kata-kata dan lawan katanya. Dengan cara ini, penulis bisa memilih kosakata yang memiliki rasa dan bermakna bagi pembaca. Jika dianalogikan dengan makanan, semua makanan memiliki fungsi yang sama, tetapi setiap orang memiliki selera makan yang berbeda. Tugas jurnalis adalah melayani selera pembaca dengan jurnalistik yang *enak dibaca dan perlu* (Slogan *Tempo*).

Goenawan Mohamad pada 1974 telah melakukan “revolusi putih” (Istilah Daniel Dhakidae), yaitu melakukan kegiatan pemangkasan sekaligus pemadatan makna dan substansi suatu berita. Berita-berita yang sebelumnya cenderung bombastis, bernada heroik—karena pengaruh revolusi—dipangkas habis menjadi jurnalisme sastra yang enak dibaca. Jurnalisme semacam ini setidaknya menjadi acuan atau model koran atau majalah yang redaktornya pernah mempraktikkan model jurnalisme ini. Banyak orang fanatik membaca koran atau majalah karena gaya jurnalistiknya, spesialisasinya, dan spesifikasinya. Ada koran yang secara khusus menjual rubrik opini, ada pula koran yang mengkhususkan diri dalam peliputan berita. Ada pula koran yang secara khusus mengkhususkan pada bisnis dan iklan. Jika dicermati, sesungguhnya, tidak ada koran yang betul-betul berbeda karena biasanya mereka berburu berita pada sumber yang sama. Jurnalis yang bagus tentu akan menyiasati selera dan pasar pembacanya.

Dalam hubungannya dengan prinsip penyuntingan bahasa jurnalistik terdapat beberapa prinsip yang dilakukan: (1) *balancing*, menyangkut lengkap-tidaknya batang tubuh dan data tulisan; (2) visi tulisan seorang penulis yang **mereferensi** pada penguasaan atas data-data aktual; (3) logika cerita yang **mereferensi** pada kecocokan; (4) akurasi data; (5) kelengkapan data, setidaknya prinsip 5W+1H; dan (6) panjang pendeknya tulisan karena keterbatasan halaman.

C. Prinsip Dasar Bahasa Jurnalistik

Bahasa jurnalistik merupakan bahasa komunikasi massa sebagai tampak dalam harian-harian surat kabar dan majalah. Dengan demikian, bahasa jurnalistik itu harus jelas dan mudah dibaca dengan tingkat ukuran intelektual minimal. Menurut JS Badudu (1988), bahasa jurnalistik memiliki sifat-sifat khas, yaitu singkat, padat, sederhana, lugas, menarik, lancar dan jelas. Sifat-sifat itu harus dimiliki oleh bahasa pers, bahasa jurnalistik, mengingat surat kabar dibaca oleh semua lapisan masyarakat yang tidak sama tingkat pengetahuannya. Oleh karena itu, beberapa ciri yang harus dimiliki bahasa jurnalistik di antaranya:

Dipandang dari fungsinya, bahasa jurnalistik merupakan perwujudan

dari dua jenis fungsi bahasa, yaitu seperti yang disebut Halliday (1972) sebagai fungsi ideasional dan fungsi tekstual atau fungsi referensial, yaitu wacana yang menyajikan fakta-fakta. Namun, persoalan muncul bagaimana cara mengonstruksi bahasa jurnalistik itu agar dapat menggambarkan fakta yang sebenarnya. Persoalan ini oleh Leech (1993) disebut retorika tekstual, yaitu kekhasan pemakai bahasa sebagai alat untuk mengonstruksi teks. Dengan kata lain, prinsip ini juga berlaku pada bahasa jurnalistik.

Terdapat empat prinsip retorika tekstual yang dikemukakan oleh Leech, yaitu prinsip prosesibilitas, prinsip kejelasan, prinsip ekonomi, dan prinsip ekspresivitas.

1. Prinsip prosesibilitas

Prinsip ini menganjurkan agar teks disajikan sedemikian rupa sehingga memudahkan pembaca untuk memahami pesan pada waktunya. Dalam proses memahami pesan, penulis harus menentukan (a) bagaimana membagi pesan-pesan menjadi satuan; (b) bagaimana tingkat subordinasi dan seberapa pentingnya satuan-satuan pesan itu; serta (c) bagaimana mengurutkan satuan-satuan pesan itu. Ketiganya itu harus saling berkaitan satu sama lain.

Penyusunan bahasa jurnalistik dalam surat kabar berbahasa Indonesia harus cepat dan mudah dipahami oleh pembaca dalam kondisi apa pun agar tidak melanggar prinsip prosesibilitas ini. Bahasa jurnalistik Indonesia disusun dengan struktur sintaksis yang penting mendahului struktur sintaksis yang tidak penting.

Perhatikan contoh berikut:

- Pangdam VIII/Trikora Mayjen TNI Amir Sembiring mengeluarkan perintah tembak di tempat, bila masyarakat yang membawa senjata tajam, melawan serta tidak menuruti permintaan untuk menyerahkannya. Jadi petugas akan meminta dengan baik. Namun, jika bersikeras dan melawan, terpaksa akan ditembak di tempat sesuai dengan prosedur (*Kompas*, 24/1/99).
- Ketua Umum PB NU KH Abdurahman Wahid (Gus Dur) mengadakan kunjungan kemanusiaan kepada Ketua Gerakan Perlawanan Timor (CNRT) Xanana Gusmao di LP Cipinang, Selasa (2/2) pukul 09.00 WIB. Gus Dur didampingi pengurus PBNU Rosi Munir dan staf Gus Dur, Sasstro. Turut juga Aristides Kattopo dan Maria Pakpahan (*Suara Pembaruan*, 2/2/99).

Contoh (1) terdiri dari dua kalimat, yaitu kalimat pertama menyatakan pesan penting dan kalimat kedua menerangkan pesan kalimat pertama.

Contoh (2) terdiri dari tiga kalimat, yaitu kalimat pertama menyatakan pesan penting dan kalimat kedua serta kalimat ketiga menyatakan pesan

yang menerangkan pesan kalimat pertama.

2. Prinsip kejelasan

Prinsip ini menganjurkan agar teks itu mudah dipahami. Prinsip ini menganjurkan agar bahasa teks menghindari ketaksaan (*ambiguity*). Teks yang tidak mengandung ketaksaan akan dengan mudah dan cepat dipahami.

Perhatikan Contoh:

- Ketika mengendarai mobil dari rumah menuju kantornya di kawasan Sudirman, seorang pegawai bank, Deysi Dasuki, sempat tertegun mendengar berita radio. Radio swasta itu mengumumkan bahwa kawasan Semanggi sudah penuh dengan mahasiswa dan suasananya sangat mencekam (*Republika*, 24/11/98).
- Wahyudi menjelaskan, negara rugi karena pembajak buku tidak membayar pajak penjualan (PPN) dan pajak penghasilan (PPH). Juga pengarang, karena mereka tidak menerima royalti atas karya ciptaannya (*Media Indonesia*, 20/4/1997).

Contoh (3) dan (4) tidak mengandung ketaksaan. Setiap pembaca akan menangkap pesan yang sama atas teks tersebut karena teks tersebut dikonstruksi oleh kata-kata harfiah, bukan kata-kata metaforis.

3. Prinsip ekonomi

Prinsip ekonomi menganjurkan agar teks itu singkat tanpa harus merusak dan mereduksi pesan. Teks yang singkat dengan mengandung pesan yang utuh akan menghemat waktu dan tenaga dalam memahaminya. Untuk mengonstruksi teks yang singkat, dalam wacana jurnalistik dikenal adanya cara-cara mereduksi konstituen sintaksis, yaitu (a) singkatan; (b) elipsis, dan (c) pronominalisasi. Sebagai cara mereduksi konstituen, singkatan, baik abreviasi maupun akronim, banyak dijumpai dalam wacana jurnalistik.

Perhatikan contoh berikut :

- Setelah dipecat oleh DPR AS karena memberikan sumpah palsu dan menghalang-halangi peradilan, Presiden Bill Clinton telah menjadi presiden kedua sejak berdirinya Amerika untuk diperintahkan diadili di dalam senat (*Suara Pembaruan*, 21/12/98).
 - Ketua DPP PPP Drs. Zarkasih Noer menyatakan, segala bentuk dan usaha untuk menghindari disintegrasi bangsa dari mana pun atau siapa pun perlu disambut baik (*Suara Pembaruan*, 21/12/98).
- Pada contoh (5) terdapat abreviasi DPR AS. Pada contoh (6) terdapat abreviasi DPP PPP. Selain itu, ada abreviasi lain, seperti SARA, GPK, OTB, OT, AMD, SDM. AAK, dan GPK. Walaupun seringkali tidak berkaidah, terdapat pula berbagai bentuk akronim dengan variasi pembentukannya,

misalnya Curanmor, Curas, dan Ciras.

Elipsis merupakan salah satu cara mereduksi konstituen sintaktik dengan melepaskan konstituen tertentu.

Contoh:

- AG XII Momentum gairahkan olahraga Indonesia (*Suara Pembaruan*, 21/12/98).
- Jauh sebelum Ratih diributkan, Letjen (Pur) Mashudi, mantan Gubernur Jawa Barat dan mantan Ketua Umum Kwartir Gerakan Pramuka telah menerapkan ide mobilisasi massa. Konsepnya memang berbeda dengan Ratih (*Republika*, 223/12/98).

Pada contoh (7) terdapat pelepasan afiks *me(N)-* pada verba *gairahkan*. Pelepasan afiks seperti contoh (7) di atas sering terdapat pada judul wacana jurnalistik. Pada contoh (8) terdapat pelepasan kata mobilisasi masa pada kalimat kedua.

Pronominalisasi merupakan cara mereduksi teks dengan menggantikan konstituen yang telah disebut dengan pronomina. Pronomina pengganti biasanya lebih pendek daripada konstituen terganti.

Contoh:

- Ketua Umum Dewan Pimpinan Pusat Partai Demokrasi Indonesia (DPP PDI) hasil kongres Medan Soerjadi dan Sekjen Buttu Hutapea pada hari Minggu (23/8) sekitar pukul 18.30 Wita tiba di bandara Mutiara, Palu Sulawesi Tengah, dengan diangkut pesawat khusus. Keduanya datang untuk mengikuti Kongres V PDI, dengan pengawalan ketat langsung menunggu Asrama Haji dan menginap di sana (*Kompas*, 24/8/98).
- Hendro Subroto bukan militer. Sebagai seorang warga sipil, jejak pengalamannya dalam beragam mandala pertempuran merupakan rentetan panjang sarat pengalaman mendebarkan. Ia hadir ketika Kahar Muzakar tewas disergap pasukan Siliwangi di perbukitan Sulsel (*Kompas*, 24/8/98).

Pada contoh (9) tampak bahwa *keduanya* pada kalimat kedua merupakan pronominalisasi kalimat pertama. Pada contoh (10) kata *ia* memronominalisasikan *Hendro Subroto, sebagai warga sipil* pada kalimat pertama dan kedua.

4. Prinsip ekspresivitas

Prinsip ini dapat pula disebut prinsip ikonisitas. Prinsip ini menganjurkan agar teks dikonstruksi selaras dengan aspek-aspek pesan. Dalam wacana jurnalistik, pesan bersifat kausalitas dipaparkan menurut struktur pesannya, yaitu sebab dikemukakan terlebih dahulu baru dikemukakan akibatnya. Demikian pula bila ada peristiwa yang terjadi berturut-turut, peristiwa yang terjadi lebih dulu akan dipaparkan lebih dulu dan peristiwa yang terjadi kemudian dipaparkan kemudian.

Perhatikan contoh berikut:

- Dalam situasi bangsa yang sedang kritis dan berada di persimpangan jalan, karena adanya benturan ide maupun paham politik, diperlukan adanya dialog nasional. “Dialog diperlukan untuk mengubur masa lalu, dan untuk start ke masa depan”, tutur Prof. Dr. Nurcholih Madjid kepada *Kompas* di kediamannya di Jakarta Rabu (23/12) (*Kompas*, 24/12/98).

Pada contoh tersebut tampak bahwa kalimat pertama menyatakan sebab dan kalimat kedua menandatangani akibat.

C. Pemakaian Kata, Kalimat dan Alinea

Bahasa jurnalistik juga mengikuti kaidah bahasa Indonesia baku. Namun, bahasa jurnalistik lebih menekankan pada daya komunikatifnya.

Berikut ini berbagai cara penggunaan bahasa Indonesia ragam jurnalistik

1. Pemakaian kata-kata yang bernas. Kata merupakan modal dasar dalam menulis. Semakin banyak kosakata yang dikuasai seseorang, semakin banyak pula gagasan yang dikuasainya dan sanggup diungkapkannya. Dalam penggunaan kata, penulis yang menggunakan ragam bahasa jurnalistik dihadapkan pada dua persoalan, yaitu ketepatan dan kesesuaian pilihan kata. Ketepatan mempersoalkan apakah pilihan kata yang dipakai sudah tepat sehingga tidak menimbulkan interpretasi yang berlainan antara penulis dan pembaca, sedangkan kesesuaian mempersoalkan pemakaian kata yang tidak merusak wacana.
2. Penggunaan kalimat efektif. Kalimat dikatakan efektif bila mampu membuat proses penyampaian dan penerimaan itu berlangsung sempurna. Kalimat efektif mampu membuat isi atau maksud yang disampaikan itu tergambar lengkap dalam pikiran si pembaca, persis apa yang ditulis. Keefektifan kalimat ditunjang antara lain oleh keteraturan struktur atau pola kalimat. Selain polanya harus benar, kalimat itu harus pula memunyai tenaga yang menarik.
3. Penggunaan alinea/paragraf yang kompak. Alinea merupakan suatu kesatuan pikiran, suatu kesatuan yang lebih tinggi atau lebih luas dari kalimat. Setidaknya dalam satu alinea terdapat satu gagasan pokok dan beberapa gagasan penjelas. Pembuatan alinea bertujuan memudahkan pengertian dan pemahaman dengan memisahkan suatu tema dari tema yang lain.

BAB 11 JURNALISTIK KAMPUS AMATIR SAMPAI PROFESIONAL

A. Pers Mahasiswa

Dulu, hampir semua mahasiswa memiliki kebanggaan terhadap penerbitan di kampus masing-masing. Namun, kebanggaan itu mulai terkikis seiring dengan kondisi pers mahasiswa yang makin kolaps di beberapa kampus. Bahkan, tidak sedikit yang mati, entah mati suri atau mati untuk selamanya. Benarkah pers mahasiswa telah mati?

Sekilas ketika berbicara tentang jurnalisme kampus, pikiran kita akan tertuju pada pers mahasiswa. Ini merupakan salah satu Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM), baik di tingkat fakultas maupun universitas, yang dikelola oleh para mahasiswa. Keberadaan UKM Jurnalistik di kampus menjadi sarana penyaluran minat dan bakat mahasiswa di bidang jurnalistik dan tulis-menulis.

Meski demikian, jangan sampai nilai-nilai sosial politik pers mahasiswa terlupakan. Di antara visi pers mahasiswa yang cukup penting ialah sebagai media komunikasi antara mahasiswa dan birokrat; sebagai ruang publik antara kampus dan pemerintah maupun masyarakat; serta sebagai media komunikasi antara mahasiswa dan masyarakat.

Melalui pers mahasiswa inilah ide-ide brilian mahasiswa dan masyarakat dituangkan, baik berupa kritik, argumentasi, maupun solusi terhadap persoalan internal dan eksternal kampus. Mulai dari persoalan agama, politik, ekonomi, hukum, hingga pendidikan, dan sebagainya. Dengan begitu, segala macam dinamika kampus dan masyarakat akan selalu terpublikasikan.

Selain itu, pers mahasiswa juga merupakan alat ampuh untuk memperkuat eksistensi mahasiswa. Pers mahasiswa menjadi aset besar bagi kampus dalam mengembangkan wacana-wacana kritis mahasiswa. Dalam dekade pascareformasi sampai sekarang, agaknya mahasiswa sudah tidak lagi memunyai kekuatan yang bisa menjadi *agent of change*. Pada saat ini gerakan mahasiswa sebagai mobil dari gerakan reformasi tampaknya bergerak dengan dasar pemahaman masing-masing, sehingga cenderung mengedepankan ego, serta merasa ingin menjadi pahlawan yang ingin dihormati tanda jasanya.

Dalam hal ini, pers mahasiswa merupakan alat paling efektif untuk memunculkan pemikiran-pemikiran baru dalam konteks kebersamaan, demi tujuan bersama. Akan tetapi, kini nasib jurnalisme kampus sungguh memprihatinkan. Di tengah maraknya media massa baru yang tumbuh subur belakangan ini, produk jurnalisme kampus nyaris tidak terdengar. Padahal,

produk jurnalisme kampus di Indonesia pernah mengalami masa kejayaan. Pada awal tahun 1970-an, muncul harian *KAMI*, *Mimbar Demokrasi*, *Mahasiswa Indonesia*, dan sebagainya. Pembacanya bukan hanya kalangan mahasiswa, melainkan juga masyarakat umum dengan oplah mencapai 30.000 hingga 70.000 eksemplar.

B. Tidak Populernya Pers Mahasiswa

Yang lebih tragis, kini pers mahasiswa justru tidak populer di kalangan mahasiswa sendiri. Bahkan, tidak banyak mahasiswa yang tahu tentang keberadaan pers mahasiswa kecuali segelintir saja, yakni para pengelola dan aktivis mahasiswa. Padahal, jumlah lembaga pers mahasiswa di negeri ini ratusan. Tidak banyak pula yang menyadari kalau pers mahasiswa merupakan wadah yang sangat baik untuk menempa intelektualitas pengelolanya. Juga, pers mahasiswa dapat dijadikan pembelajaran bagi yang ingin menekuni dunia jurnalisme profesional.

Sebenarnya banyak faktor yang mendukung pers mahasiswa sebagai wadah pembelajaran bagi calon jurnalis sejati. Salah satunya adalah tempat untuk menanamkan idealisme moral -hal penting dan harus dimiliki jurnalis profesional dalam menjalankan tugasnya. Dalam kultur pers mahasiswa, kita dibiasakan untuk memiliki independensi. Satu-satunya keberpihakan adalah pada realitas itu sendiri.

Rendahnya minat baca dan menulis di kalangan mahasiswa atau dosen termasuk faktor-faktor penyebab kemerosotan jurnalisme kampus. Kegiatan menulis di kalangan mahasiswa biasanya dikaitkan dengan kewajiban menulis laporan perkuliahan dan menulis skripsi. Akibatnya, karena tidak terbiasa menulis, tidak sedikit dari mahasiswa yang melakukan praktik yang tidak terpuji dalam menulis karangan ilmiahnya.

Di sini, sebenarnya para mahasiswa bisa menarik manfaat dari keberadaan jurnalisme kampus. Sejak awal ia akan mempelajari bagaimana teknik penulisan sehingga tidak perlu harus melakukan penjiplakan, misalnya.

Kurangnya apresiasi dari pengelola kampus terhadap budaya menulis menyebabkan jurnalisme kampus dianggap sebagai kegiatan kurang bermanfaat. Ketatnya jam perkuliahan memang membutuhkan siasat tersendiri bagi yang ingin masuk dalam kegiatan ini. Mereka pun harus mampu mengatur kesibukan mengelola media dan mengatur jadwal masuk kelas.

C. Kapitalisme Media

Di luar itu, iklim kapitalisme media yang menjadikan acara *infotainment* di televisi lebih menggugah kesenangan masyarakat juga membuat jurnalisme kampus makin tergeser.

Peredaran surat kabar yang berbau politis sampai pornografi tidak

jarang membuat media yang dikelola mahasiswa kesulitan menentukan *positioning* segmen pasar. Seringkali materi berita atau gagasannya sudah basi sehingga kurang menarik bagi pembaca. Lebih memprihatinkan lagi, kemerosotan nilai dan mutu itu cenderung mematikan pers kampus, cepat atau lambat.

Sebagai konsekuensi adanya kapitalisme media, dewasa ini kita betul-betul merasakan kebutuhan untuk menerima informasi secara netral, jujur dan objektif. Tinggal bergantung pada pengelola pers mahasiswa, mampukah mereka mengembangkan kreativitas dan peka dengan kebutuhan pasar.

Sudah saatnya pers mahasiswa, baik sebagai media civitas akademika maupun masyarakat umum, lebih inklusif dan aktif lagi dalam melibatkan pihak-pihak lain yang membutuhkan sehingga mahasiswa dan masyarakat umum ikut merasa memilikinya. Dari sinilah pers mahasiswa sebagai media publik dan penyalur aspirasi akan mendekati kenyataan sehingga kelak benar-benar menjadi ajang intelektualitas antara mahasiswa dan masyarakat.

Pers mahasiswa harus melakukan reposisi dan reorientasi, seiring perubahan kondisi sosial-politik di Tanah Air. Mahasiswa harus jeli dan berpandangan cerdas, pers mahasiswa bukan semata-mata milik pengurus organisasi pers mahasiswa yang ada, melainkan milik bersama dan harus dijaga serta terus dikembangkan karena matinya pers mahasiswa berarti matinya demokrasi di kampus. Mampukah pers mahasiswa kembali menunjukkan tajinya?

D. Jaringan Media Jurnalistik Kampus

Sejak awal berdirinya negara kesatuan Indonesia, sejarah menunjukkan kontribusi kampus terhadap banyak perubahan mendasar di negeri ini. Kaum terpelajar muda menampakkan dirinya sebagai tenaga pendorong pembaruan bangsa. Sejarah mengukir pengorbanan yang luar biasa dari kaum muda ini dalam mengarahkan bangsa Indonesia ke zaman reformasi yang kita nikmati hari ini.

Kaum terpelajar muda tampaknya terus menjadi penyeimbang dalam kancuh kehidupan bernegara di Indonesia, bahkan meenjadi kekuatan yang tidak mungkin diabaikan begitu saja. Terbukti Pak Amin Rais (ketika itu) rela meninggalkan kepemimpinan sidang MPR-nya untuk menemui kaum muda yang berada di luar gedung pada saat SU MPR lalu.

Pertanyaannya, apakah kaum terpelajar muda ini harus terus menerus menggunakan pola aksi demonstrasi fisik dan berhadapan dengan aparat keamanan dalam menyampaikan aspirasinya? Berapa banyak tumbal kaum terpelajar muda lagi yang harus berkorban untuk ibu pertiwi? Mungkinkah jumlah pengorbanan jiwa dan raga kaum intelektual muda dikurangi tanpa

mengurangi tujuan mulia yang ingin dicapai? Alternatif apa yang mungkin digunakan?

Sun Tzu, kesatria Cina tahun 500 S.M. dalam bukunya *The Art of War* kurang lebih mengatakan “ bagaimana mencapai tujuan dan musuh kalah tanpa bertempur dan berkorban secara fisik! Yaitu Teknik *information warfare & psychological warfare* melalui jaringan media massa barangkali menjadi kuncinya”.

Media massa menjadi alternatif yang paling sederhana yang memungkinkan fungsi penyeimbang bangsa. Bagaimana jika kaum intelektual muda ini membangun jaringan media jurnalistik kampus yang tersebar di nusantara, mengaitkan semua kampus yang ada. Keberadaan jaringan media cetak, radio, TV, bahkan internet di kampus secara mandiri & swadana akan bernilai strategis sangat tinggi sebagai penyeimbang bangsa – bahkan mungkin menjadi lembaga tandingan jika di dukung dengan informasi yang lebih lengkap dan akurat dibandingkan lembaga legislatif.

Koran dan radio kampus bukan barang baru bagi sebagian kampus di Indonesia. Dasar kemampuan jurnalistik mahasiswa telah ada dan tinggal dipoles supaya menjadi lebih profesional yang secara simultan harus di barengi strategi regenerasi. Yang perlu kita lakukan selanjutnya adalah membuat koran-koran ini menjadi sebuah kesatuan aksi dalam jaringan informasi memanfaatkan infrastruktur yang ada. Teknologi warung internet yang memungkinkan akses internet dengan murah dan terjangkau akan memicu kemudahan ini semua.

Bayangkan dampak yang akan dihasilkan jika koran dan radio kampus di Perguruan Tinggi seluruh Indonesia dapat dikaitkan menjadi satu kesatuan. Bayangkan jika jutaan mahasiswa dapat memfungsikan dirinya sebagai reporter dan pemberi fakta yang aktual dan akurat. Bayangkan jika hasil analisis mendalam dari ribuan kaum intelektual muda dalam bentuk laporan, tugas akhir, *paper* dll dapat terdistribusi dalam *platform knowledge* infrastruktur yang dibangun secara mandiri dan swadana.

Efek jaringan media jurnalistik kampus dengan kekuatan ribuan reporter, jelas akan menjadi penyeimbang yang tidak bisa di sepelekan. Sekarang saja koran virtual, *detik.com*, di internet yang dengan kekuatan redaksi beberapa orang dan reporter puluhan saja dapat secara perlahan menjadi saingan berat kantor berita Antara ataupun koran-koran di Indonesia.

BAB 12 JURNALISME RADIO ANALOG DAN STREAMING

Jurnalisme radio (*radio journalism, broadcast journalism*) adalah proses produksi berita dan penyebarluasannya melalui media radio siaran. Pengertian “Radio” menurut ensiklopedi Indonesia yaitu penyampaian informasi dengan pemanfaatan gelombang elektromagnetik bebas yang memiliki frekwensi kurang dari 300 GHz (panjang gelombang lebih besar dari 1 mm). Sedangkan istilah “radio siaran” atau “siaran radio” berasal dari kata “*radio broadcast*” (Inggris) atau “*radio omroep*” (Belanda) artinya yaitu penyampaian informasi kepada khalayak dengan media suara yang berjalan satu arah dengan memanfaatkan gelombang radio sebagai media. Reginald Fessenden, ilmuwan asal Pittsburg, Amerika Serikat, diakui sebagai yang pertama melakukan sejenis siaran radio, walau terbatas. Dan untuk khalayaknya dilakukan seorang teknisi Eestinghouse pada tahun 1920 di Pittsburg. Barulah pada tahun 1930 sistem radio FM ditemukan.

Saat ini tidak dapat dipungkiri siaran radio identik dengan siaran musik, meskipun radio juga sudah banyak yang merambah ranah informasi (*jurnalisme*) dengan meningkatnya siaran. Dengan keterbatasan hanya sebagai media audio (dengar), kreativitas dalam mempertahankan dan menguatkan eksistensi siaran radio tidak ada jalan lain, kecuali mengangkat musik dan jurnalisme sebagai dasar inovasi dan daya tarik radio.

Radio merupakan salah satu media yang telah mengakar di benak masyarakat sebagai media yang memiliki fungsi majemuk. Sebagai media yang paling merakyat di Indonesia radio terus menjadi arena pertarungan kekuasaan sejak revolusi kemerdekaan sampai zaman reformasi seperti sekarang. Sebelum tahun 1998, radio tidak pernah dianggap sebagai agen perubahan sosial yang signifikan. Media radio hanya dianggap sebagai media kasta rendah, media hiburan, sehingga luput dari perhatian akademis yang mendalam. Radio di Indonesia seperti berada di zaman kegelapan karena tidak punya pilihan lain selain menjadi medium propaganda penguasa.

A. Sejarah lahirnya Radio

Sejarah Radio bermula dari Guglielmo Marconi, pria kelahiran tahun 1874 di Bologna, Itali. Pada usia 20 tahun, ia mulai melakukan sejumlah eksperimen, termasuk meneruskan percobaan yang pernah dilakukan Heinrich Hertz beberapa tahun sebelumnya. Dalam hitungan satu tahun, ia berhasil memproduksi sebuah peralatan yang memungkinkan orang bisa mengirim berita tanpa menggunakan kawat, bahkan menyeberangi selat Inggris.

Berbekal temuannya, Marconi mendirikan perusahaan dan “Marconi” pertama dikirim tahun 1898. Tak berhenti menyempurnakan temuannya, ia kembali membuat kejutan dengan membuat alat yang bisa mengirim berita radio melintasi Samudera Atlantik, dari Inggris ke Newfoundland, pada bulan Desember 1901. Sebuah catatan dramatis menyebut, pada tahun 1909, ketika kapal SS Republic rusak akibat tabrakan dan tenggelam ke dasar laut, berita radio ternyata sangat membantu karena semua penumpang bisa diselamatkan kecuali 6 orang. Peristiwa dan semangat itulah yang kemudian membawa Marconi berhasil meraih Hadiah Nobel. Namun, Marconi tidak gampang puas. Ia lalu mulai mengembangkan temuannya sehingga bisa mengirim berita radio dari Irlandia ke Argentina, dua kawasan yang jaraknya mencapai lebih dari 6000 mil.

Saat teknologi radio bergerak makin sempurna, beberapa orang berinisiatif mengembangkan sisi *content* radio. Kelak, beberapa nama besar seperti Edward R Murrow, HV Kaltenborn, William L Shiver, Eric Sevareid, Raymond Swing, Gabriel Heater, Eliner Davis, Sigrid Schultz, Boake Carter, Doroty Thompson, Fulton Lewis Jr, Floyd Gibbons, dan Max Jordan dicatat sebagai para pionir jurnalisme radio.

Mereka dianggap memiliki andil besar dalam menggali dan mengembangkan potensi radio sebagai media berita. Beberapa peristiwa penting yang melibatkan tokoh-tokoh itu dianggap jadi momen emas jurnalisme radio. Seperti, *The March of Time*, sebuah drama radio yang disiarkan CBS pada tanggal 6 Maret 1931. Program yang diproduksi Roy Larsen ini, walau berangkat dari drama fiksi, ternyata mampu menggerakkan pendengarnya dalam batas yang di luar dugaan semua orang. Drama radio itu, bercerita tentang invasi atau serangan makhluk Mars yang mengancam bumi. Wargapun panik, berebut untuk mengungsi ke tempat yang aman. Esoknya, ketika orang mulai tahu kalau apa yang disajikan CBS hanya fiksi belaka, *New York Times* menulis di *headline*-nya, “*Radio Listeners in Panic, Taking War Drama as Fact*”. Kejadian ini kemudian melahirkan pemikiran baru di kalangan orang radio bahwa apa yang tersaji di radio, sesungguhnya bisa memberi dampak cukup signifikan kepada masyarakat, tidak berbeda dengan media cetak yang lebih dulu menjelajah di wilayah berita.

Momen penting lainnya adalah Hindenburg Disaster, 6 Mei 1937, sebuah tragedi meledaknya pesawat zeppelin yang dilaporkan Herb Morrison dari Lake Hurst, New Jersey. Dilanjutkan pada 24 Agustus 1940, pada saat Perang Dunia ke II. Saat itu, Edward R Murrows melaporkan kesaksiannya dari atas atap bangunan di London, memaparkan kondisi London yang tenggelam dalam ketegangan. Gara-gara reportase ini, Amerika Serikat akhirnya mau turun ke gelanggang pertempuran Perang Dunia ke-2.

Momen penyerbuan Pearl Harbour oleh Jepang pada tanggal 7 Desember 1941 juga dinilai jadi sangat penting. Laporan Robert Eisenbach, di *NBC*, pada pukul 2:29:50 sore, dan John Daly di *CBS*, pada pukul 2:30 sore, membangun kesan bahwa radio membuka peluang hebat dalam pemberitaan sebuah peristiwa penting, dalam selisih waktu yang sangat rapat dari peristiwanya sendiri. Selain peristiwa-peristiwa ini, sebenarnya ada beberapa momen penting lain, yang makin mengukuhkan potensi radio sebagai media jurnalisme alternatif.

B. Peran Sosial Jurnalisme Radio Dalam Sejarah

Perkembangan yang terjadi setelah tahun 1998, radio bangkit sebagai media yang mulai dengan “benar” memainkan peran sosial yang sempat dibelenggu oleh kekuasaan pemerintah pada waktu itu. Perlahan radio mulai menunjukkan eksistensinya sebagai medium informasi yang lebih handal dibandingkan dengan media cetak. Pada saat itu radio dan televisi mulai berlomba untuk menyajikan informasi yang tercepat, objektif, dan langsung dari lokasi kejadian. Reformasi 1998 ternyata tidak sekedar memaksa penghapusan regulasi penyiaran berita tetapi telah melahirkan kebangkitan jurnalisme elektronik termasuk radio.

Sampai saat ini program jurnalisme radio masih akan menjadi acara yang idealis bagi bangsa Indonesia. Hal itu disebabkan karena radio sebagai medium penyiaran milik publik harus mengelola perbedaan, aspirasi, dan dialog secara interaktif dan setara. Radio menggunakan frekuensi sebagai medium siar, jurnalisme elektronik tidak dapat dipisahkan dari wacana ruang publik. Siaran jurnalisme radio harus mewujudkan akuntabilitas publik dan merumuskan standar normatif yang memungkinkan publik dapat bersuara kritis melawan berbagai macam penindasan. Ciri khas dari media radio yang membedakannya dengan media cetak adalah sifat radio yang interaktif dan imajinatif, metodologi reportase berbentuk laporan langsung dari tempat kejadian dan kemasan penyajiannya berbentuk berita sela.

Selain itu radio, dalam penyusunan berita yang akan disiarkan harus dilakukan sedemikian rupa sehingga dapat diterima oleh khalayak dalam selintas dengar. Namun seperti halnya jurnalisme surat kabar, jurnalisme radio juga mengalami perkembangan untuk memenuhi kebutuhan khalayak. Khalayak tidak hanya memerlukan informasi tetapi juga opini dengan berbagai informasi.

C. Radio sebagai The Fifth Estate (Kekuatan Kelima)

Seperti yang kita ketahui, radio siaran mengalami perkembangan yang pesat setelah tahun 1998. Banyak bermunculan stasiun-stasiun radio baru yang dikelola oleh individu ataupun secara kelompok yang tersebar hampir di setiap daerah di Indonesia. Hal itu disebabkan karena kebebasan

penyiaran telah mulai didapatkan setelah lama terpasung oleh kekuasaan yang hanya memanfaatkan radio sebagai alat untuk kepentingan propaganda.

Industri siaran radio tidak dapat dipisahkan dari kekuasaan negara dimana kekuasaan tersebut merupakan faktor penentu fungsi keberadaan industri penyiaran di masyarakat. Radio adalah media komunikasi yang paling tua di Indonesia, yakni kemunculan awalnya pada tahun 1911. Dalam sejarahnya, radio pernah berperan serta untuk mentransmisikan informasi kekuasaan, konflik, dan integrasi di Indonesia. Di setiap pemerintahan yang berkuasa, radio selalu digunakan sebagai alat untuk kepentingan legitimasi kekuasaan.

Berbagai peristiwa yang berkaitan dengan dunia radio tidak lepas dari konteks politik dan ekonomi yang selalu mewarnai bumi Indonesia ini, mulai dari konflik hingga penyelesaiannya. Secara singkat, perjalanan panjang radio siaran dan pergulatannya dengan misi sosial, ekonomi dan politik di Indonesia telah mengalami berbagai kemelut yang tidak gampang untuk dilalui.

Sejak Orde Baru sampai Orde Reformasi, tarik menarik antara media radio sebagai alat komunikasi pembangunan dan radio sebagai media penunjang perekonomian modern sangat terasa. Namun, di balik semua itu siaran radio berusaha memberikan informasi melalui siarannya agar publik tetap dapat menikmati setiap siaran berita radio yang disajikan dengan desain yang beragam bentuknya, mulai dari informasi politik, sosial, ekonomi, musik dan hiburan serta berbagai informasi tentang pendidikan.

Pada akhirnya media radio diakui eksistensinya dengan dipercaya sebagai “kekuasaan kelima” dalam siklus demokrasi di Indonesia. Radio siaran dianggap sebagai “kekuasaan kelima” atau *the fifth estate*, setelah pers mendapat julukan sebagai “kekuasaan keempat” demokrasi. Sedangkan ketiga lainnya adalah yang menjalankan fungsi pemerintahan yang terdiri dari lembaga-lembaga yang tergabung dalam lembaga eksekutif, legislatif dan yudikatif dimana masing-masing berperan sebagai kekuasaan pertama, kedua dan ketiga dalam pilar demokrasi Indonesia.

Tiga alasan mengapa jurnalisme radio makin dilirik, karena sifat ketersegeraannya (*actuality*), format kemasan (*bodystyle*), dan lokalitasnya. Prinsip berita hari ini baca hari ini, mungkin masih bisa dikejar oleh media cetak, tetapi jika berita detik ini juga, hanya radio yang bisa melakukannya. Media online seperti Detik.com sekalipun harus membutuhkan jeda waktu sejumlah detik untuk menayangkan berita dari repeater lapangannya. Sementara itu, reporter radio bisa melaporkan secara langsung peristiwa serupa, bahkan mengajak pendengar untuk berinteraksi memberikan tanggapan terhadap peristiwa aktual yang

sedang dilaporkannya. Berita radio yang tersaji secara langsung menjadi primadona karena aktualitas dan objektivitasnya menjamin tanpa rekayasa ulang dari redaktur atau reporter lapangan.

Bahkan sampai sekarangpun, jika terjadi perebutan di sebuah Negara, diantara banyaknya media massa yang ada, yang pertama diincar adalah stasiun radio siaran. Oleh karena itu radio dijuluki sebagai “kekuasaan kelima”. Ada tiga buah alasan yang menjadi faktor-faktor yang mendukung siaran radio, antara lain adalah:

1. Radio siaran bersifat langsung. Makna langsung sebagai sifat radio siaran adalah bahwa suatu pesan yang akan disiarkan dapat dilakukan tanpa proses yang rumit. Jika dibandingkan dengan penyiaran pesan melalui surat kabar, brosur, pamflet atau media cetak lainnya yang selain lama prosesnya juga tidak mudah menyebarkan. Para ahli komunikasi membandingkannya ketika dalam Perang Dunia II, Sekutu menyebarkan pamflet ke negara-negara di Eropa yang diduduki Jerman. Selain memerlukan waktu yang lama dalam pembuatannya juga mengandung resiko bahaya tertembaknya pesawat udara yang menyebarkannya. Penyampaian pesan propaganda lebih efektif dan efisien melalui radio karena langsung tertuju ke rumah-rumah, dan langsung pula dapat disampaikan melalui mikrofon. Bahkan sekarangpun telah dilengkapi dengan live report dimana reporter di lapangan bisa sewaktu-waktu menyampaikan berita yang sangat penting sekali dan langsung berhubungan dengan penyiar yang berada dalam ruang siaran, selanjutnya live report tersebut langsung dapat diketahui oleh pendengar.
2. Radio siaran tidak mengenal jarak dan rintangan. Bagi radio tidak ada jarak waktu, begitu suatu pesan diucapkan seorang penyiar atau orator, pada saat itu juga dapat diterima oleh khalayak. Bagi radio tiada pula jarak ruang, seberapapun jauhnya sasaran yang dituju radio dapat mencapainya. Daerah-daerah yang terbatas oleh gunung, lembah, padang pasir, ataupun samudra sekalipun tidak menjadi suatu halangan bagi siaran radio. Suatu pesan yang disiarkan dari suatu tempat di suatu negara dapat disampaikan secara seketika di tempat lain, Negara lain dan benua lain. Faktor itulah yang menyebabkan, Chaerul Saleh di zaman pendudukan Jepang kepada pihak Sekutu sehingga ia bersama-sama para pemuda lainnya mempersiapkan kemerdekaan Indonesia. Disebabkan faktor itulah pula dunia mengetahui diproklamasikannya Republik Indonesia yang disampaikan oleh penyiar Sakti Alamsyah melalui Bandung Hosokyo, stasiun radio siaran yang kemudian diambil alih dan menggunakan station call “Radio Bandung”.
3. Radio siaran memiliki daya tarik. Sebelum pesawat televisi muncul sebagai pelengkap rumah tangga, sekitar tahun limapuluh-an, pada

waktu itu hanya terdapat dua jenis media massa yaitu surat kabar atau majalah dan radio. Radio mempunyai unsur daya tarik tersendiri karena ada tiga hal yang menyebabkannya demikian, antara lain: (a) Kata-kata lisan (*spoken words*); (b) *music* (musik) dan (c) efek suara (*sound efek*)

Itulah ketiga faktor yang menyebabkan media radio dijuluki sebagai *the fifth estate*: bersifat langsung, tidak mengenal jarak dan rintangan, serta memiliki daya tarik tersendiri bagi peminat radio. Keefektifan radio siaran semakin didukung pula oleh produk teknologi mutakhir seperti pemancar *system frequency modulation* (FM), transistor, dan lain-lain.

Terlepas dari semua itu selain beberapa faktor di atas dapat ditambahkan pula bahwa radio sebagai merupakan media sebagai sumber informasi tercepat. *Radio is the now medium*. Now mengandung makna kesegaran, up to date berarti radio siaran selalu *up to date* dalam menyampaikan informasi apapun, serta dapat diterima di masyarakat manapun.

Radio yang senantiasa menjaga mobilitas pendengar untuk tetap tinggi juga merupakan karakter radio sehingga memungkinkan munculnya daya tarik tersendiri bagi para pendengar karena radio dapat didengarkan tanpa harus menghentikan aktivitas yang penting sekalipun. Hal ini disebabkan, radio merupakan media yang menghibur dan ditambah lagi dengan pilihan frekuensi yang dapat dipindah channelnya sehingga pendengar dapat dengan bebas memilih beragam informasi yang ditawarkan oleh radio siaran tersebut.

Radio sebagai *the fifth estate* atau kekuatan kelima, memiliki kelebihan dibanding jenis media massa lainnya. Radio dengan bentuknya yang sederhana mampu menyajikan beragam informasi serta hiburan. Media dengan modal suara saja bisa menjangkau ruan-ruang pribadi manusia. Melalui kepekaan indera manusia, suara ternyata mampu merubah pemikiran bahkan perilaku pendengarnya.

Pada kenyataannya rekor media publik dirasa belum ada yang mengalahkan dan belum ada yang mampu menyamai jumlah kuantitas radio swasta dan ekspansi geografisnya yang mencapai pelosok pedesaan. Daerah jangkauan media cetak yang muncul setelah reformasi bergulir, baru sebatas di kota propinsi dan kota kabupaten yang tergolong besar, sementara radio sudah berada kokoh di pedesaan dan jumlahnya diprediksi akan terus bertambah.

Julukan radio sebagai kekuasaan kelima terkesan tepat karena selama ini radio telah membantu manusia dalam memberikan informasi tercepat. Radio menjadi bagian yang sangat penting dalam kehidupan pers dan kehidupan masyarakat yang sadar akan informasi.

(Sebagian besar diambil dari Redi Panuju, Nalar Jurnalisme: Dasarnya Dasar Jurnalisme, Bayumedia Publisng, 2005).

D. Teknik Dasar Jurnalisme Radio

Sejatinya, Jurnalisme radio adalah “bercerita” (*storytelling*), yakni menceritakan atau menuturkan sebuah peristiwa atau masalah, dengan gaya percakapan (*conversational*). Jurnalisme radio ini memiliki karakteristik sebagai berikut: (1) *Auditif*, untuk didengarkan, untuk telinga, untuk dibacakan atau disuarakan. (2) *Spoken Language*, menggunakan bahasa tutur atau kata-kata yang biasa diucapkan dalam obrolan sehari-hari (*spoken words*). Kata-kata yang dipilih mesti sama dengan kosakata pendengar biar langsung dimengerti. (3) Sekilas, tidak bisa diulang, karenanya harus jelas, sederhana, dan sekali ucap langsung dimengerti. (4) *Global*, atau tidak detail, tidak rumit. Angka-angka dibulatkan, fakta-fakta diringkaskan.

Dalam jurnalisme radio dikenal elemen-elemen pemberitaan sebagai berikut: (1) *News Gathering* – pengumpulan bahan berita atau peliputan. Teknik reportase: wawancara, studi literatur, pengamatan langsung. (2) *News Production* – penyusunan naskah, penentuan “kutipan wawancara” (*sound bite*), backsound, efek suara dan lain-lain. (3) *News Presentation* – penyajian berita. Dan (4) *News Order* – urutan berita. Adapun produk-produk jurnalisme radio adalah sebagai berikut:

1. Copy – Berita pendek, durasi 15-20 detik. Biasanya berita penting, harus cepat diberitakan, disampaikan di sela-sela siaran (*breaking news*) atau program reguler insert berita (*news insert*) tiap menit 00 tiap jam misalnya. Berupa *Straight News*.
2. Voicer – Laporan Reporter. Terdiri dari pengantar (*cue*) penyiar di studio dan laporan reporter di tempat kejadian, termasuk *sound bite* dan/atau *live interview*.
3. Paket. Panjangnya 2-8 menit. Isinya paduan naskah berita, petikan wawancara (*soundbite*).
4. Feature - Durasi 10-30 menit. Paduan antara berita, wawancara, ulasan redaksi, musik pendukung, dan rekaman suasana (*wildtracking*). Membahas tema tertentu yang mengandung unsur *human interest*. Bisa pula berupa dokumenter (*documentary*).
5. Vox Pop - Singkatan dari *vox populi* (suara rakyat). Berisi rekaman suara opini masyarakat awam tentang suatu masalah atau peristiwa.

Selain itu dalam jurnalisme radio juga dikenal dengan produknya yang berupa news program, yang biasanya berupa:

1. Buletin (Paket berita) – Berisi rangkaian berita-berita terkini (*copy, straight news*) –bidang ekonomi, politik, sosial, olahraga, dan sebagainya; lokal, regional, nasional, ataupun internasional. Durasi 30 menit atau lebih. Durasi bisa lebih lama jika diselingi lagu dan “basa-basi” siaran seperti biasa.

2. News Insert – insert berita. Berisi info aktual berupa *Straight News* atau *Voicer*. Durasi 2-5 menit bergantung panjang-pendek dan banyak-tidaknya berita yang disajikan. Biasanya disajikan setiap jam tertentu. Bisa berupa breaking news, disampaikan penyiar secara khusus di sela-sela siaran non-berita.
3. Majalah Udara — Berisi *straight news*, wawancara, dialog interaktif, feature pendek, dokumenter, dan sebagainya.
4. Talkshow – Dialog interaktif atau wawancara langsung (*live interview*) di studio dengan narasumber, atau melalui telepon

Di dalam jurnalisme radio juga diperlukan ketrampilan khusus untuk menuliskan naskah siaran. Bukan hanya itu ketrampilan menulis di radio juga diperlukan untuk menuliskan naskah iklan, berita dan lainnya. Menulis untuk radio memiliki aturan yang berbeda dengan menulis untuk media cetak. Menulis untuk radio adalah menulis apa yang ingin kita sampaikan dan untuk didengarkan. Menulis untuk radio, adalah menulis untuk telinga. Paling tidak terdapat 5 prinsip kunci yang perlu kita perhatikan untuk menulis naskah program radio.

1. Diucapkan. Naskah radio bukan merupakan bahan bacaan tapi merupakan bahan ucapan yang akan disampaikan melalui suara penyiar. Jadi, isi tulisan sebaiknya menggunakan bahasa tutur yang biasa diucapkan sehari-hari. Dengan menggunakan kosa kata bahasa lisan, pendengar akan dengan mudah memahami artinya. Jangan takut untuk menggunakan kata-kata yang sama (pengulangan kata) asal penempatannya pas dan enak didengar. Gaya penyampaian harus alamiah, bukan dibuat-buat.
2. Bersifat ‘sekarang’. Keistimewaan radio adalah kesegeraannya. Untuk itu penulisan naskah radio pun disarankan menggambarkan sesuatu yang sedang terjadi. Informasi yang disampaikan melalui radio sebagian besar bersifat langsung, begitu terjadi sesuatu bisa langsung disampaikan, meski tidak menutup kemungkinan penyiar menceritakan apa yang dialaminya di waktu yang lalu.
3. Pribadi. Sifat radio adalah personal. Meskipun pada waktu yang bersamaan yang mendengarkan radio jumlahnya bisa ribuan orang, mereka masing-masing mendengarkan sendiri-sendiri atau paling tidak dalam kelompok-kelompok kecil. Untuk itu, sebaiknya dalam naskah radio digunakan sapaan yang pribadi. Apa yang kita sampaikan bukan untuk masa dalam jumlah besar seperti saat berpidato, tapi lebih ke perseorangan. Radio adalah teman bagi pendengarnya, sehingga pada saat penyiar berbicara harus disampaikan seolah-olah berbicara dengan seorang teman.
4. Didengar sekali. Sekali disiarkan, siaran radio tidak bisa diulang. Kecuali untuk program acara yang direkam, itupun baru bisa diulang jika memang

ada jadwal siaran ulang. Dengan demikian, harus disadari bahwa jika pendengar tidak paham dengan apa yang kita sampaikan, mereka akan mengalami kesulitan untuk mendengarkan ulang. Ingat, kita hanya memiliki sekali kesempatan untuk menyampaikan pesan kita ke pendengar.

5. Hanya suara. Suara adalah media kita untuk menyampaikan informasi kepada pendengar. Untuk itu jangan gunakan kata-kata yang kabur maknanya. Hindari kata-kata yang bunyinya berulang agar pendengar tidak bingung. Misalnya: “Bangunan itu dibangun oleh kontraktor swasta” menjadi “Gedung itu dibangun oleh kontraktor swasta”.

Dalam jurnalisme radio juga terdapat cara-cara melakukan pilihan terhadap kata-kata (diksi) diantaranya :

1. *Spoken Words*. Pilih kata-kata yang biasa diucapkan sehari-hari (*spoken words*), contoh : pukul empat sore (16.00 WIB), 15-ribu rupiah (Rp 15.000), dan lain-lain.
2. *Sign-Posting*. Sebutkan jabatan, gelar, atau keterangan sebelum nama orang. Atribusi/predikat selalu mendahului nama, contoh : Ketua DPR –Agung Laksono— mengatakan...
3. *Stay away from quotes*. Jangan gunakan kutipan langsung. Ubah kalimat langsung menjadi kalimat tidak langsung, contoh : Ia mengatakan siap memimpin demo (“Penulis siap memimpin demo,” katanya).
4. *Avoid abbreviation*. Hindari singkatan atau akronim, tanpa menjelaskan kepanjangannya lebih dulu, contoh : Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Islam Negeri –BEM UIN—Bandung menggelar... (Ketua BEM UIN Bandung –Fulan—mengatakan...).
5. *Subtitle repetition*. Ulangi secara halus fakta-fakta penting seperti pelaku atau nama untuk memudahkan pendengar memahami dan mengikuti alur cerita, contoh : Presiden Soesilo Bambang Yudhoyono mengatakan... Menurut Presiden... Kepala Negara juga menegaskan....
6. *Present tense*. Gunakan perspektif hari ini. Untuk unsur waktu gunakan kata-kata “kemarin”, “hari ini”, “besok”, “lusa”, bukan nama-nama hari (Senin s.d. Minggu). Mahasiswa UIN Bandung melakukan aksi demo hari ini... Besok mereka akan melanjutkan aksi protesnya...
7. Angka. Satu angka (1-9) ditulis pengucapannya. Angka 1 ditulis “satu” dan seterusnya. Lebih dari satu angka, ditulis angkanya. Angka 25 atau 345 jangan ditulis: duapuluh lima, tigaratus empatpuluh lima. Angka ratusan, ribuan, jutaan, dan milyaran, sebaiknya jangan gunakan nol, tapi ditulis: lima ratus, depalan ribu, 15 juta, 145 miliar.
8. Mata uang. Ditulis pengucapannya di belakang angka, contoh : 600 ribu rupiah (Rp 600.000), 500 ribu dolar Amerika Serikat (US\$ 50.000) Disamping itu terdapat pula tanda baca khusus yang dipergunakan dalam

jurnalisme radio dibawah ini :

1. *Dash*. tanda garis pisah (–) untuk sebelum nama atau kata penting atau butuh penekanan.
2. *Punctuation*. Tanda Senggang, yaitu tanda-tanda pemenggalan (-) untuk memudahkan pengucapan singkatan kata yang dieja. M-U-I, B-A-P, W-H-O, P-U-I, dsb
3. Garis miring. Jika perlu, gunakan garis miring satu (/) sebagai pengganti koma atau sebagai tanda jeda untuk ambil nafas, garis miring dua (//) untuk ganti titik, dan garis miring tiga (///) untuk akhir naskah.

Contoh:

Menjelang Pemilu 2009/ sedikitnya sudah 54 partai politik/ mendaftarkan diri ke Departemen Hukum dan HAM// Mereka akan diverifikasi untuk ikut Pemilu. Menurut pengamat politik –Arby Sanit/ banyaknya parpol itu menunjukkan animo elite untuk berkuasa masih tinggi///

E. Perkembangan Teknologi Radio (Visual radio)

Di beberapa negara, radio mulai disajikan dalam format visual sehingga sifatnya tidak lagi auditif. Pengembangan jurnalisme radio kemudian mengarah pada konsep radio visual, yang meredefinisikan experience radio FM yang tak lagi terbatas pada konsep listener, tapi juga radio station, advertiser dan operator. Redefinisi radio dalam perspektif visual radio juga membuka peluang bagi masyarakat untuk tahu, siapa yang ada di radio itu. Errol juga mencatat, dengan visual radio, gambar dan teks nantinya bisa disinkronkan dengan radio broadcast untuk membawa informasi dan interaktivitas langsung dari *mobile phone*. Tak berbeda dengan interaktivitas televisi digital, visual radio nanti juga menawarkan pintu akses yang lebih besar menuju *content* faktual, partisipasi audiens dalam jajak pendapat, dan meski fasilitas ini disertai model yang tidak gratis (harus bayar), semua terasa mudah karena dilakukan dengan *mobile phone*.

Dengan kondisi ini, nantinya, jurnalisme radio tak lagi mengandalkan kekuatan suara atau olah vokal, tetapi juga kharisma fisik reporter atau *news announcer*. Mereka akan muncul di media, layaknya konsep pembacaan berita di televisi. “Sebenarnya secara umum, meski teknologi media massa terus berubah, kompetensi dasar jurnalis radio tidak berubah,” kata Errol. Jurnalis radio masih dituntut untuk terampil bersuara dan berbicara, menulis, wawancara, liputan dan *talkshow*, reportase, memproduksi *feature* radio, memiliki daya endus jurnalis, memiliki wawasan dan pengetahuan umum, memiliki pengetahuan jurnalisme, termasuk sejarah dan sisi kontemporernya, dan memiliki penguasaan etika dan regulasi yang berlaku di dunia jurnalistik. Hal yang membedakan saat era visual radio itu tiba, seorang jurnalis harus memiliki keterampilan teknologi baru, khususnya yang berhubungan dengan

produksi dan penyiaran; juga, harus mengerti perkembangan teknologi media alternatif. Sehingga nantinya, jurnalis yang ada di kelompok media dengan basis multimedia, harus berperilaku layaknya jurnalis multimedia. Cakap menulis, bisa reportase lewat radio, di televisi, internet, memotret, dan seterusnya.

BAB 13 JURNALISTIK TELEVISI MENUJU TELEVISI DIGITAL

Televisi merupakan hasil produk teknologi tinggi (hi-tech) yang menyampaikan pesan dalam bentuk audiovisual gerak. Isi pesan audiovisual gerak memiliki kekuatan sangat tinggi untuk mempengaruhi mental, pola pikir, dan tindak individu. Saat ini berkat dukungan teknologi satelit komunikasi dan serat optik, siaran televisi yang dibawa oleh gelombang elektromagnetik, tidak mungkin dihambat oleh ruang dan waktu. Bahkan khalayak sasarannya tidak bersifat lokal, nasional, dan regional, tetapi sudah bersifat internasional dan global.

Siaran televisi di Indonesia dimulai pada tahun 1962, saat *TVRI* berdiri. Setelah hampir 30 tahun *TVRI* menjadi pemain tunggal dalam dunia televisi, kehadiran *RCTI* sebagai televisi swasta pertama membawa angin perubahan dalam dunia pertelevisian Indonesia secara keseluruhan. Meskipun hanya siaran televisi hitam putih, tapi siaran pertama televisi di Indonesia itu menjadi momentum yang sangat bersejarah untuk perkembangan siaran televisi selanjutnya.

Sejak saat itu, *booming* televisi dimulai di Indonesia. Tahun 1992 mengudara siaran televisi *RCTI* kemudian diikuti TV swasta lain, *SCTV*, *MNCTV*, *Antv*, *Indosiar*, *TV7*, *Metro TV*, *Trans TV*, *Global TV* dan berbagai stasiun TV lokal. Sejak awal keberadaan *TVRI*, siaran berita menjadi salah satu andalan. *Dunia dalam Berita* dan *Berita Nasional* ditayangkan pada jam utama. Bahkan, *Metro TV* menjadi stasiun TV pertama di Indonesia yang fokus pada pemberitaan, layaknya *CNN* atau *Al-Jazeera*.

Dalam perkembangannya, TV swasta melahirkan siaran berita yang lebih bervariasi. Siaran berita yang bersifat *straight news*, seperti *Liputan 6 (SCTV)*, *Metro Malam (Metro TV)*, dan *Seputar Indonesia (RCTI)* tidak menjadi satu-satunya pakem berita televisi. Perkembangan itu diikuti juga dengan munculnya televisi yang lebih fokus hanya pada berita, dan mengusung tema sebagai *televise news and sport (TVOne)*.

Kurang dalamnya *straight news* disiasati stasiun TV dengan tayang *depth reporting*, yang mengulas suatu berita secara lebih mendalam. Tayangan itu antara lain *Metro Realitas (Metro TV)*, *Derap Hukum dan Sigi (SCTV)* dan *Kupas Tuntas (Trans TV)*. Sementara itu, berita kriminal mendapat tempat tersendiri dalam dunia pemberitaan televisi, sebutlah *Buser (SCTV)*, *Sergap (RCTI)*, *Patroli (Indosiar)*, dan lain-lain.

Semua pemberitaan tersebut merupakan hasil dari para jurnalis televisi. Perbedaan sifat fisik media melahirkan ciri khas jurnalistik cetak,

televisi, dan radio. Khusus untuk televisi dan radio, pendapat narasumber yang relevan harus dapat tersaji secara langsung dan orisinal sehingga tidak berbentuk uraian pendapat.

Dengan demikian, dalam menyusun berita, reporter dituntut memiliki keterampilan dalam mengombinasikan uraian fakta, pendapat secara dinamis dan variatif sesuai dengan arah uraian. Dari beberapa perbedaan antara karya jurnalistik televisi dan cetak, terdapat unsur-unsur dominan yang menjadi ciri khas, yakni penampilan penyaji berita, narasumber, dan bahasa yang digunakan.

Khusus bahasa jurnalistik elektronik (radio dan TV), tetap menggunakan standar Ejaan Yang Disempurnakan (EYD), tetapi harus mempunyai sifat kedekatan. Bila dibandingkan, terdapat perbedaan mencolok antara bahasa jurnalistik elektronik dan bahasa jurnalistik cetak. Bahasa jurnalistik elektronik lebih menekankan pada aspek informal, sedangkan bahasa jurnalistik cetak lebih formal. Sama halnya seperti berita di media cetak, dalam jurnalistik televisi juga terdapat beberapa jenis berita, yakni warta berita (*straight news*), siaran pandangan mata, wawancara udara, dan komentar.

A. Berita Media Elektronik

Kita sering mendengar berita yang disiarkan melalui radio maupun televisi. Juga, kita sering membaca berita yang terdapat pada surat kabar, majalah, maupun media cetak lainnya. Di manakah letak perbedaan yang sesungguhnya? Perbedaannya terletak pada segi penyajian dan penulisannya. Dalam penyajiannya, karena ditujukan untuk khalayak yang melihat dan mendengar, berita yang disajikan melalui televisi menggunakan bahasa tutur, bahasa percakapan, bahasa yang ringan agar mudah dicerna oleh pemirsa. Ingat bahwa dalam penyiaran televisi itu siaran berita tidak bisa diulang. Berbeda dengan media cetak, kalau pembaca kurang memahami apa yang dibacanya, ia bisa membacanya berulang kali sampai mengerti. Untuk media cetak, pembacanya dituntut untuk memiliki kemampuan membaca. Pada media elektronik, pendengar dan penonton tidak dituntut untuk dapat membaca, asalkan mereka dapat melihat serta mengerti bahasa yang dibawakan, maka informasi yang disampaikan akan dapat dimengerti.

Kepada mereka yang memiliki kekurangan fisik misalnya bisu dan tuli, sebagian stasiun televisi melengkapinya dengan bahasa isyarat, yang biasanya disebut dengan *total communications system*. Jadi, penyandang cacat bisu tuli, masih memungkinkan untuk dapat memahami isi informasi yang tengah disampaikan televisi tersebut. Radio tidak bisa melakukan hal tersebut karena radio sifatnya auditif, yaitu hanya dapat didengar saja.

Khusus untuk televisi, berdasarkan pengamatan beberapa orang

ahli bidang pertelevisian, informasi yang diperoleh melalui siaran televisi dapat mengendap lebih lama dalam ingatan manusia jika dibandingkan dengan informasi yang sama yang diperoleh melalui membaca. Hal tersebut disebabkan oleh gambar/visualisasi bergerak yang berfungsi sebagai tambahan dan dukungan informasi penulisan narasi penyiar atau reporter, memiliki kemampuan untuk memperkuat daya ingat manusia.

Alasan tersebut juga diperkuat karena informasi yang disampaikan melalui media televisi, diterima oleh dua indera sekaligus secara simultan. Kedua indera tersebut, yakni indera pendengaran (audio) dan indera penglihatan (visual). Jadi, ketika menonton tv, dalam waktu yang bersamaan, pemirsa televisi dirangsang kedua inderanya. Karena itulah, informasi yang mengendap di dalam ingatannya akan dapat bertahan lebih lama dibandingkan dengan membaca atau mendengar saja.

Selain itu, gambar yang disajikan melalui siaran televisi merupakan pemindahan bentuk, warna, ornamen, dan karakter yang sesungguhnya dari objek yang divisualkan. Bahkan, suara, cara berjalan, atau gerakan-gerakan yang biasa dilakukan dapat dipindahkan secara akurat melalui rekaman gambar sehingga apa yang disajikan di dalam gambar televisi benar-benar merupakan pemindahan dari bentuk aslinya.

Gambaran serupa jika disampaikan melalui media cetak dapat menimbulkan interpretasi yang berbeda di antara pembaca. Dengan kata lain, gambar mati (*still picture*) tidak memiliki dimensi serta gerakan sehingga akan mengurangi pemahaman seseorang dalam mengidentifikasi objek. Misalnya, sebuah berita surat kabar tentang identitas korban kecelakaan lalu lintas, dengan menyebutkan tinggi, berat, bentuk wajah, pakaian, dll agak sulit dibayangkan oleh pembacanya. Foto juga demikian, masih memiliki beberapa kelemahan dibandingkan dengan gambar bergerak (*motion picture*). Sebaliknya, melalui siaran televisi, walaupun tanpa diperinci sekalipun, gambar korban serta peristiwa kecelakaan akan jauh lebih jelas dibandingkan melalui media cetak.

Dengan diluncurkannya satelit siaran di Amerika pada tahun 1962 oleh NASA dan AT & T untuk satelit Star, kecepatan informasi semakin tinggi dan hanya berbeda dalam beberapa detik saja. Kini, sebuah tim liputan berita cukup membawa sebuah antena parabola lipat sehingga ke mana pun mereka pergi beritanya dapat segera disiarkan dalam waktu yang bersamaan, seperti yang dilakukan oleh kru *CNN*. Ini berarti transportasi pengiriman materi siaran tidak lagi dilakukan secara konvensional, tetapi cukup dengan siaran satelit. Bahkan, kamera TV juga sudah dilengkapi dengan remote maupun pemancar sehingga gambar yang ditangkap dapat langsung dikirim ke studio. Jika diperlukan, editing gambar dapat dilakukan di studio, tetapi seringkali

dilakukan secara langsung (edit kamera).

B. Program Siaran TV

Pada umumnya, program siaran televisi di Indonesia diproduksi oleh stasiun televisi yang bersangkutan. Di Amerika, sebuah stasiun televisi tidak memproduksi sendiri semua program siarannya. Mereka hanya membeli atau memesan dari *production company* atau di Indonesia lebih dikenal dengan sebutan *production house*. Cara seperti ini akan dapat lebih menguntungkan kedua belah pihak.

Stasiun televisi dapat memilih program yang menarik dan memiliki nilai jual kepada pemasang iklan, sementara perusahaan produksi acara televisi dapat memperoleh keuntungan dari produksinya. Namun sekarang, kecenderungan pertelevisian di Indonesia sudah mulai mengarah pada sistem di Amerika. Ini dimulai dari garapan-garapan sinetron, kuis, dan beberapa acara hiburan lainnya. Cara seperti ini memang sangat menguntungkan bagi stasiun televisi karena semuanya dapat dilakukan berdasarkan pertimbangan bisnis, yaitu untung dan rugi.

Berbeda dengan *TVRI*. Stasiun milik pemerintah tersebut memang memiliki latar belakang sejarah yang spesifik. Peraturan pemerintah yang saat itu masih belum mengizinkan lahirnya televisi swasta menyebabkan *TVRI* harus memproduksi acara televisinya sendiri sekaligus menayangkannya. Padahal, memang sebaiknya ada perbedaan fungsi, yaitu sebagai *broadcasting company* dan ada pula yang berfungsi sebagai *production company* sehingga kualitas isi siarannya dapat memenuhi keinginan pengelola siaran televisi tersebut.

Apabila kedua fungsi itu dirangkap, dampak negatifnya adalah kesulitan dalam melakukan kontrol. Ini disebabkan oleh seringkali seseorang, memiliki rangkap jabatan, katakanlah seorang pengarah acara, yang tadinya berada di lapangan untuk memproduksi sebuah acara tertentu, lalu pada hari siaran acara tersebut kebetulan ia pula yang bertanggung jawab. Jadi secara psikologis, ia tentu harus puas terhadap hasil yang ia capai, bahkan ada kecenderungan tidak menghendaki kritik sebab ia yang memproduksi juga yang menyiarkannya. Tentu saja akan berbeda jika paket siaran tersebut diproduksi oleh lembaga yang independen.

C. Menulis Naskah Berita di Televisi

Siaran berita melalui media elektronik sifatnya hanya sekilas, atau disebut juga dengan istilah *transitori*. Artinya, informasi tersebut hanya dapat didengar atau dilihat secara sepintas saja, tidak dapat diulang lagi. Kecuali, pendengar atau penonton televisi memang telah menyediakan alat bantu perekam. Untuk itu, teknik penulisan berita di media elektronik berbeda dengan cara penulisan berita untuk media cetak. Alasannya, karakter

media elektronik spesifik, yaitu audio visual sehingga perlu mendesain cara penulisan agar mudah dimengerti dan dipahami oleh pendengar dan penontonnya, yang *nota bene* terdiri dari berbagai macam lapisan masyarakat dengan latar belakang yang berbeda.

Pada media cetak, kita mengenal rumus 5W+1H. Rumusan tersebut juga digunakan untuk penulisan media elektronik, namun ditambah dengan formula lain agar memudahkan pengertian pemirsa televisi atau radio. Pendekatan tersebut dikenal dengan istilah *easy listening formula*.

Formula untuk menuju *easy listening* tersebut bermacam-macam, namun salah satu yang mudah diingat dan diaplikasikan adalah formula dari Soren H. Munhoff dalam *Five Star Approach To News Writing* dengan akronim ABC-SS, yaitu singkatan dari *accuracy* (tepat), *brevity* (singkat), *clarity* (jelas), *simplicity* (sederhana), dan *sincerity* (jujur).

1. Accuracy

Penulisan berita harus tepat. Maksudnya, penulisan berita harus sesuai dengan konteks permasalahan, pemilihan atau penempatan sumber berita harus sesuai dengan alur berita yang akan disajikan. Orang-orang yang tidak memiliki keterkaitan yang jelas harus dihindarkan. Jangan sekali-kali memasukkan mereka dalam penulisan berita karena akan menambah rancu atau kebingungan penonton.

Transkrip hasil wawancara atau pemilihan materi yang akan diungkap harus tepat sesuai dengan pokok bahasan. Hindarkan hal-hal yang dapat menimbulkan kekeliruan dalam menulis nama orang, usia, jabatan, atau angka-angka. Jadi, semua data yang dihimpun sebagai bahan penulisan berita ketika masih di lapangan, haruslah tepat. Jika tidak, ia akan mengalami kesulitan pada saat menyusun berita tersebut. Jika ini terjadi, isi berita akan terasa kurang lengkap.

2. Brevity

Pengertian *brevity* di sini adalah singkat. Tujuannya agar penulisan berita di media elektronik singkat saja. Satu item berita di media televisi biasanya paling panjang mencapai 3 menit, tetapi pada umumnya tidak lebih dari 1,5 menit hingga 2 menit. Durasi sependek itu sudah termasuk *sound bite* atau cuplikan inti wawancara jika ada dan apabila dianggap menarik untuk ditampilkan.

Karena diperlukan penulisan berita yang pendek, tetapi mengakumulasikan inti permasalahan; seorang reporter harus memiliki kemampuan menyaring semua data dari kelengkapan data yang mereka kumpulkan di lapangan. Saringannya tentu saja diarahkan pada hal yang betul-betul penting untuk diketahui masyarakat banyak. Pertimbangan lainnya adalah kemampuan daya rekam manusia sangat terbatas sehingga

perlu dihindari penjejalan informasi di dalam satu penyajian berita, baik pada radio maupun televisi.

Singkat tetapi tidak menghilangkan esensi peristiwa dalam setiap penyajian liputan berita tersebut. Jadi, jangan karena alasan singkat, lalu seorang reporter dengan seenaknya mengabaikan faktor-faktor yang dinilai sangat penting. Jangan juga asal jadi. Walaupun dari sisi durasi penyiaran sudah sesuai dengan apa yang dikehendaki redaktur, tetap harus memerhatikan faktor isi. Penulisan yang panjang dan bertele-tele akan sangat membosankan, tentunya juga akan memboroskan waktu pendengar.

Menulis berita yang pendek tetapi menarik memang tidak mudah, diperlukan pengalaman untuk melakukannya. Salah satu hal penting untuk mewujudkannya, dengan menggunakan kata-kata yang memiliki jumlah suku kata yang sedikit, tapi memiliki makna yang sama. Demikian pula halnya terhadap susunan kalimat. Hindarkan pembuatan anak kalimat yang panjang, namun dengan tidak menyalahi kaidah-kaidah tata bahasa.

Misalnya, 20 pemuda Amerika yang tergabung dalam program pertukaran pemuda Indonesia-Amerika 2008, selain belajar tentang cara membatik, kini juga sedang melakukan karya bakti pembuatan desain jembatan di desa Mekar Jati Kabupaten Lamongan, dst...

Sebaiknya, 20 pemuda Amerika program pertukaran Indonesia-Amerika 2008 kini sedang mendesain jembatan desa di kabupaten Lamongan. Selain itu juga belajar cara membatik, dst...

Dari contoh tersebut sangat jelas, keduanya memiliki pengertian yang sama, namun pada kalimat kedua terasa lebih lugas dan efisiensi kata dapat dicapai. Ini berarti sisa ruang yang ada masih dapat dipergunakan untuk memasukkan informasi penting lainnya.

3. *Clarity*

Menulis berita pada media elektronik harus jelas. Artinya, informasi tersebut jangan membingungkan pendengar atau pemirsanya. Kejelasan harus ditulis dalam penyebutan nama, istilah asing, ataupun lafalnya. Tulisan yang membingungkan dapat mengurangi minat baca atau minat mendengar berita. Jangan menyajikan ulasan yang mentah dan tidak tuntas.

Bangunan kalimat juga harus jelas antara satu paragraf dan paragraf yang lainnya, atau antarkalimat harus memiliki keterkaitan yang mendukung. Hindarkan penulisan yang isinya meloncat-loncat dari satu permasalahan ke permasalahan lain. Tuntaskan sekaligus dalam mengulas suatu permasalahan. Apabila akan memasuki masalah baru, sebaiknya dirangkai dengan kata penghubung *sementara itu*. Dengan demikian, kontinuitas penulisan antara masalah satu dan masalah lain akan menjadi runtut dan mudah dipahami.

Angka-angka juga harus mendapat kejelasan. Khusus penulisan

angka, ada sedikit perbedaan jika dibandingkan dengan teknik penulisan pada media cetak. Pada media elektronik, penulisan angka cenderung dibulatkan apabila jumlah desimalnya terlalu banyak. Ada beberapa alasan mengapa langkah itu harus diambil. *Pertama*, berita pada media elektronik adalah berita yang disampaikan penyiar (*read copy*) sehingga pemirsa hanya dapat mendengar saja. Karena itu, penyebutan angka yang terlalu panjang akan menyulitkan pemahaman sehingga dipakai kata alternatif “sekitar”, atau “lebih”, atau “hampir”, yang diletakkan di depan atau di akhir angka. Contoh, 1.497.594 buah vcd musik bajakan, pagi tadi dimusnahkan oleh pihak berwajib di Jakarta...dst. Sebaiknya, sekitar satu juta 500 ribu buah vcd musik bajakan, pagi tadi dimusnahkan oleh pihak berwajib di Jakarta... dst.

Bagi media cetak, angka yang banyak desimalnya tidak akan menjadi masalah sama sekali karena pembaca dapat mengulangnya sampai beberapa kali jika merasa masih belum jelas. Namun, bagi media elektronik hal, tersebut tidak bisa dilakukan karena sifatnya auditif. Sekali saja penonton terlambat mendengarnya, informasi itu tidak dapat diulang kembali.

4. *Simplicity*

Penonton televisi memiliki latar belakang yang berbeda-beda, baik latar belakang pendidikan, sosial, ekonomi, maupun budayanya. Sekalipun demikian, mereka mendapat informasi yang sama tanpa dibedakan menurut latar belakang tersebut. Untuk mengatasi masalah tersebut, pendekatan penulisan sederhana adalah yang paling baik. Maksudnya, tidak perlu penulisan yang terlalu ilmiah, berbagai istilah asing yang belum memasyarakat atau istilah-istilah tertentu yang belum dikenal oleh masyarakat awam, harus dihindarkan.

Gunakan bahasa tutur, atau gaya bahasa yang biasa diucapkan sehari-hari. Hal tersebut akan sangat membantu memudahkan pemahaman para pemirsa yang memiliki latar belakang berbeda.

5. *Sincerity*

Berita harus ditulis apa adanya sesuai dengan fakta yang terjadi di lapangan. Reporter tidak boleh memasukkan opini pribadinya sendiri. Opini masih boleh dituliskan sejauh yang menyampaikannya adalah orang lain, bukan reporter atau wartawan yang bersangkutan dan opini tersebut harus berkaitan dengan peristiwa. Opini pribadi bisa saja ditulis, tetapi harus pada kolom khusus atau acara khusus yang memang untuk mewedahi opini.

Ketelitian dalam mencari sumber berita yang tepat, mutlak diperlukan. Carilah orang yang tepat dan pantas untuk dimintai keterangan. Pengertian jujur, juga termasuk dalam hal tidak memalsukan ide atau gagasan, namun mengandung kebenaran yang dapat dipertanggungjawabkan.

BAB 14 JURNALISTIK FOTO TETAP JADI PRIMADONA

Bertitik tolak dari alasan inilah, seorang reporter sangat dituntut kecermatannya dalam mengumpulkan data (*data gathering*) sebagai bahan penulisan berita. Dengan kata lain, kejujuran di sini mengandung pengertian untuk tidak memanipulasikan informasi akibat faktor-faktor tertentu, misalnya atas permintaan sumber berita dengan imbalan uang, barang, atau hal-hal lain yang menjurus untuk mengebiri informasi. Apabila hal tersebut terjadi, selain akan merugikan kredibilitas reporter, pembaca juga akan merasa dibohongi. Hal ini tentu saja berdampak pada hilangnya kepercayaan pada media yang bersangkutan.

Tujuh formula yang telah diketengahkan merupakan saran terbaik untuk memudahkan reporter dalam menulis berita. Unsur-unsur 5W+1H (*who, what, when, where, why dan how*) masih tetap harus melekat dalam setiap penulisan berita. Tujuannya agar penyajian suatu informasi menjadi lengkap, dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pembaca, atau pendengar, dan pemirsa televisi.

Di negara-negara dunia ketiga termasuk Indonesia, tujuh formula yang telah dibahas tersebut masih harus ditambah lagi dengan unsur *security* (keamanan). Jadi, betapa pun pentingnya atau menariknya suatu berita, apabila dilihat dari sisi keamanan dapat membahayakan stabilitas negara, menimbulkan dampak pecahnya persatuan dan kesatuan bangsa serta merusak kerukunan umat beragama atau SARA (Suku, Agama, Ras, dan Antargolongan), berita tersebut tidak layak untuk disiarkan.

A. Definisi dan Karakter Foto Jurnalistik

Menurut Guru Besar Universitas Missouri, AS, Cliff Edom, foto jurnalistik adalah panduan kata *words* dan *pictures*. Sementara menurut editor foto majalah *Life* dari 1937-1950, Wilson Hicks, foto jurnalistik adalah kombinasi dari kata dan gambar yang menghasilkan satu kesatuan komunikasi saat ada kesamaan antara latar belakang pendidikan dan sosial pembacanya.

Menurut Frank P. Hoy dari Sekolah Jurnalistik dan Telekomunikasi Walter Cronkite, Universitas Arizona dalam bukunya yang berjudul *Photojournalism The Visual Approach*, ada delapan karakter foto jurnalistik:

1. Foto jurnalistik adalah komunikasi melalui foto (*communication photography*). Komunikasi yang dilakukan akan mengekspresikan pandangan wartawan foto terhadap suatu subjek, tetapi pesan yang disampaikan bukan merupakan ekspresi pribadi.
2. Medium foto jurnalistik adalah media cetak koran atau majalah, dan media kabel atau satelit juga internet seperti kantor berita (*wire services*).
3. Kegiatan foto jurnalistik adalah kegiatan melaporkan berita.
4. Foto jurnalistik adalah paduan dari foto dan teks foto.
5. Foto jurnalistik mengacu pada manusia. Manusia adalah subjek, sekaligus pembaca foto jurnalistik.
6. Foto jurnalistik adalah komunikasi dengan orang banyak (*mass audiences*). Ini berarti pesan yang disampaikan harus singkat dan harus segera diterima oleh orang banyak.
7. Foto jurnalistik juga merupakan kerja editor foto.
8. Tujuan foto jurnalistik adalah memenuhi kebutuhan mutlak penyampaian informasi kepada masyarakat, sesuai amandemen kebebasan berbicara dan kebebasan pers (*freedom of speech and freedom of press*).

B. Foto Berita dan Foto *Features*

Agak sulit menjelaskan apa itu foto berita dan foto *features*. Akan tetapi, keduanya bisa dibedakan antara lain dari segi bobot dan waktu penyiarannya. Foto berita umumnya segera disiarkan, sementara foto *features* bisa ditunda kapan saja. Selain itu, tema foto berita pada umumnya adalah politik, kriminal, olahraga, dan ekonomi, yang selalu ingin diketahui perkembangannya dari waktu ke waktu oleh pembaca. Contohnya, foto Presiden Megawati bertemu mantan Presiden Abdurrahman Wahid, atau foto ledakan bom di Mal Atrium Senen. Sementara itu, foto *features* temanya lebih

pada masalah ringan yang menghibur dan tidak membutuhkan pemikiran yang mendalam bagi pembacanya serta mudah dicerna. Contohnya, foto konser musik Dewa, petugas kereta Api, dan sebagainya.

Baik foto berita maupun foto *features*, bisa disiarkan dalam bentuk satu foto tunggal disertai teks yang disebut foto tunggal (*single picture*), dan foto seri/foto esai (*photo story/photo essay*).

C. Foto Tunggal dan Foto Seri

Editor majalah *Life*, Wilson Hicks mengatakan bahwa unit dasar dari foto jurnalistik adalah foto tunggal yang disertai teks yang disebut *single picture*. Foto tunggal bisa berdiri sendiri, bisa pula menyertai foto berita atau *features*.

Foto tunggal yang berdiri sendiri banyak disiarkan di kantor-kantor berita, kecuali kalau ada permintaan dari redaksi teks kantor berita yang menghendaki tulisan atau tulisannya disertai foto. Sementara foto tunggal yang melengkapi berita atau *features* banyak disiarkan di koran atau majalah.

Namun, foto tunggal yang disiarkan koran atau majalah juga bisa berdiri sendiri, misalnya karena ia mengutip foto dari kantor berita atau redaksinya menghendaki foto yang disiarkan tidak dilengkapi berita atau tulisan.

Di samping foto tunggal, juga ada foto seri atau foto esai. Foto seri atau foto esai adalah foto-foto yang terdiri atas lebih dari satu foto, tetapi tema-nya satu. Foto-foto ini biasanya ada di koran-koran minggu atau majalah.

Baik foto seri maupun foto esai, pembuatannya memakan waktu cukup lama. Namun, keduanya memudahkan fotografer menjelaskan suatu peristiwa dalam beberapa foto, tidak dalam satu foto tunggal.

Gerald D. Hurley dan Angus McDougall dalam bukunya berjudul *Visual Impact in Print*, menyebutkan bahwa foto esai lebih mengutamakan penyampaian argumentasi daripada narasi. Menurutnya, foto esai lebih mengandung unsur pendidikan dan menganalisis suatu peristiwa secara seimbang. Penggambaran foto esai juga berbeda dengan foto seri. Foto esai tidak bergantung satu sama lain serta dapat berdiri sendiri

Akan tetapi, menurut dia, dalam praktiknya, agak sulit membedakan mana foto esai dan foto seri. Ada foto seri yang dibuat seperti foto esai. Begitu pula ada foto esai yang dibuat seperti foto seri.

D. Teks Foto

Teks foto adalah kata-kata yang menjelaskan foto. Teks foto diperlukan untuk melengkapi suatu foto. Jika tanpa teks foto, sebuah foto hanyalah gambar-gambar bisu.

Syarat-syarat teks foto seperti yang diungkapkan oleh Lembaga

Kantor Berita *Antara*, adalah sebagai berikut:

1. Teks foto harus dibuat minimal dua kalimat.
2. Kalimat pertama menjelaskan gambar. Kalimat kedua dan seterusnya menjelaskan data yang dimiliki.
3. Teks foto harus mengandung minimal unsur 5W+1H, yaitu *who, what, where, when, what, how*.
4. Teks foto dibuat dalam kalimat aktif sederhana.
5. Teks foto diawali dengan keterangan tempat foto disiarkan, lalu tanggal penyiaran dan judul, serta diakhiri dengan tahun foto disiarkan serta nama pembuat dan editor foto.

Contoh:

JAKARTA, 25/7 – PRESIDEN FILIPINA. Presiden Megawati Soekarnoputri berjabat tangan dengan Presiden Filipina, Gloria Macapagal Arroyo, setiba tamunya itu di Istana Merdeka, Jakarta, Kamis (20/3). Arroyo berada di Indonesia untuk kunjungan resmi selama tiga hari. Selain bertemu Kepala Negara, Arroyo juga akan bertemu dengan sejumlah pejabat tinggi negara. FOTO ANTARA/Str-Abienes/pf03/2003.

Penjelasan:

- JAKARTA/25/7 – PRESIDEN FILIPINA = keterangan tempat dan tanggal foto disiarkan serta judul foto.
- Presiden Megawati Soekarno Putri = *who*.
- Berjabat tangan dengan Presiden Filipina = *what*.
- Di Istana Merdeka, Jakarta = *where*.
- Kamis = *when*.
- Kunjungan tiga hari, bertemu pejabat tinggi negara = data.
- FOTO ANTARA/Str-Abienes/pf03/2003 = keterangan foto yang disiarkan *Antara*, yang dibuat oleh *stringer* dan sudah diedit dan dilepas oleh editor serta tahun penyiarannya.

E. Jenis-jenis foto Jurnalistik

Jenis-jenis foto jurnalistik dapat diketahui melalui kategori yang dibuat Badan Foto jurnalistik Dunia (*World Press Photo Foundation*) pada lomba foto tahunan yang diselenggarakan bagi wartawan seluruh dunia. Kategori itu adalah sebagai berikut:

1. Spot Photo

Foto yang dibuat dari peristiwa yang tidak terjadwal atau tidak terduga yang diambil oleh fotografer langsung di lokasi kejadian, misalnya foto peristiwa kecelakaan, kebakaran, perkelahian, dan perang. Karena dibuat dari peristiwa yang jarang terjadi dan menampilkan konflik serta ketegangan, foto spot harus segera disiarkan. Dibutuhkan keberuntungan pada fotografer dalam hal posisi dan keberadaannya, serta keberanian saat membuat foto.

Foto tersebut harus memperlihatkan emosi subjek yang difotonya sehingga dapat memancing emosi pembaca.

2. *General News Photo*

Foto yang diabadikan dari peristiwa yang terjadwal, rutin, dan biasa. Temanya bisa bermacam-macam, yaitu politik, ekonomi, dan humor. Contoh, foto presiden menganugerahkan bintang Mahaputra, menteri membuka pameran, dan lain-lain.

3. *People in The News Photo*

Foto tentang orang atau masyarakat dalam suatu berita. Yang ditampilkan adalah pribadi atau sosok orang yang menjadi berita itu. Bisa kelucuannya, nasib, dan sebagainya. Contoh, foto Ali Abbas, anak korban bom Irak, atau foto mantan Presiden AS Ronald Reagan yang kepalanya botak setelah menjalani operasi di kepalanya, dan sebagainya. Tokoh-tokoh pada foto *people in the news* bisa tokoh populer atau biasa, tetapi kemudian menjadi populer setelah foto ini dipublikasikan.

4. *Daily Life Photo*

Foto tentang kehidupan sehari-hari manusia dipandang dari segi kemanusiaannya (*human interest*), misalnya foto seorang anak yang lumpuh kakinya, tetapi ia tetap gigih untuk bersekolah walaupun menggunakan kursi roda.

5. *Portrait*

Foto yang menampilkan wajah seseorang secara *close up* dan “mejang”. Ditampilkan karena adanya kekhasan pada wajahnya atau kekhasan lainnya.

6. *Sport Photo*

Foto yang dibuat dari peristiwa olahraga. Karena olahraga berlangsung pada jarak tertentu antara atlet, penonton dan fotografer, dalam pembuatan foto dibutuhkan perlengkapan yang memadai, misalnya lensa yang panjang serta kamera yang menggunakan *motor drive*. *Sport photo* menampilkan gerakan dan ekspresi atlet dan hal lain yang menyangkut olahraga. Contoh, foto Venus Williams mengembalikan bola kepada adiknya, Serena Williams.

7. *Science and Technology Photo*

Foto yang diambil dari peristiwa yang ada kaitannya dengan ilmu pengetahuan dan teknologi, misalnya foto penemuan *micro chip* komputer baru, dan foto proses pengkloningan domba. Pada pemotretan tertentu, seperti pemotretan organ di dalam tubuh, membutuhkan perlengkapan khusus, misalnya lensa mikro atau film *x-ray*.

8. *Art and Culture Photo*

Foto yang dibuat dari peristiwa seni dan budaya, misalnya foto

pertunjukan Iwan Fals di panggung, dan pertunjukan tari kecak di Bali.

9. *Social and Environment*

Foto tentang kehidupan sosial masyarakat serta lingkungan hidupnya, misalnya foto tentang kehidupan masyarakat di sepanjang sungai Ciliwung, dan foto asap kendaraan di jalan.

BAB 15 CITIZEN JURNALISM DARI WARGA UNTUK WARGA

Suatu hari dalam perjalanan ke luar kota, penulis bersama keluarga dihadapkan pada kemacetan yang disebabkan banjirnya jalan yang dilalui. Pada saat yang sama memang selama perjalanan berganti-ganti kami putar dari gelombang satu ke lainnya. Dalam pencarian gelombang FM itu tidak disengaja kami tertarik pada penyiar yang memberitakan tentang keadaan jalan dan bagaimana situasinya. Disampaikan juga oleh penyiar “kalau ada pendengar yang mau memberikan informasi maka disuruh mengirim SMS ke alamat nomor telepon tertentu. Iseng-iseng istri penulis mengirim tentang situasi di perjalanan saat itu, dan dengan tetap berada pada gelombang yang sama, ternyata Beberapa waktu belakangan, kita sering mendengarkan istilah *citizen journalism* (*Jurnalisme Warga*). Bahkan, salah satu TV swasta nasional dengan bangganya menyatakan bahwa mereka telah menerapkan sistem jurnalisme warga. Namun, apakah kita tahu apa itu *citizen journalism*? Mungkin tulisan ini dapat sedikit membantu Anda mengetahui apa yang dimaksud dengan *citizen journalism* yang kalau diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia menjadi jurnalisme warga yang disingkat JW.

Dunia jurnalistik kini mengalami perubahan yang sangat cepat. Dulu, aktivitas jurnalistik hanya dimiliki orang mereka yang sudah terlatih dengan jenjang pendidikan kewartawanan yang ketat, aturan yang baku, dan pekerjaan yang jelas ideologi jurnalistiknya. Namun sekarang, setiap orang bisa dengan mudah melakukan reportase, yang pada era sebelumnya tugas ini khusus dibebankan kepada wartawan atau reporter media massa.

Sekarang dunia jurnalistik menjadi lebih interaktif, di mana setiap warga bisa melaporkan peristiwa kepada media, bahkan tidak sedikit di antara warga yang bisa membuat media sendiri. Fenomena inilah yang kemudian disebut sebagai *citizen journalism*, *participatory journalism*, atau ada juga yang menyebutnya dengan *open source journalism*.

Citizen journalism atau terjemahan mudahnya disebut dengan jurnalisme warga merupakan kegiatan di mana peran wartawan atau kegiatan jurnalistik bisa dilakukan oleh masyarakat yang tidak terikat dengan jam kerja, aturan perusahaan pers, atau kode etik jurnalistik dan kode etik penyiaran. Namun demikian, hal itu tidak mengurangi aktivitas atau bentuk kegiatan selayaknya seorang jurnalis. Mulai terjun kelapangan, wawancara sampai membuat tulisan atau hasil liputannya sama dengan wartawan pada umumnya.

Jurnalisme warga (bahasa Inggris: *citizen journalism*) adalah

kegiatan partisipasi aktif yang dilakukan oleh masyarakat dalam kegiatan pengumpulan, pelaporan, analisis serta penyampaian informasi dan berita. Tipe jurnalisme seperti ini akan menjadi paradigma dan tren baru tentang bagaimana pembaca atau pemirsa membentuk informasi dan berita pada masa mendatang. Perkembangannya di Indonesia dipicu ketika pada tahun 2004 terjadi tragedi Tsunami di Aceh yang diliput sendiri oleh korban tsunami. Terbukti berita langsung dari korban dapat mengalahkan berita yang dibuat oleh jurnalis profesional. Pada tahun 2008 muncul situs berita yang berbasis jurnalisme masyarakat yang pertama di Indonesia, yaitu Swaberita. Berbeda dengan situs berita lainnya seperti detikCom, okezone.com dan Kompas.com yang menggunakan jurnalis profesi.

Citizen journalism atau terjemahan mudahnya disebut dengan jurnalisme warga merupakan kegiatan di mana peran wartawan atau kegiatan jurnalistik bisa dilakukan oleh masyarakat yang tidak terikat dengan jam kerja, aturan perusahaan pers, atau kode etik jurnalistik dan kode etik penyiaran. Namun demikian, hal itu tidak mengurangi aktivitas atau bentuk kegiatan selayaknya seorang jurnalis. Mulai terjun kelapangan, wawancara sampai membuat tulisan atau hasil liputannya sama dengan wartawan pada umumnya.

Meskipun warga boleh dan bisa melakukannya sendirian tidak melibatkan atau memberi tulisannya pada media massa formal, mereka (warga) juga bisa menyiarkan informasinya, *citizen journalism* dengan mengirim tulisannya kepada media massa seperti koran atau media online. Di sinilah akan kelihatan kekuasaan atau kekuatan media, terutama dalam memutuskan apakah tulisan tersebut layak atau tidak untuk dipublikasikan melalui media massanya. Cara lain yang bisa dilakukan menggunakan blog, di sini *citizen journalism* bisa juga disebut sebagai blogger. Tapi tidak semua blogger merupakan *citizen journalism*.

Secara bebas wikipedia menggambarkan kegiatan jurnalistik ini sebagai penyaluran hobi : ”*Citizen Journalisme* adalah sebuah kegiatan kejournalistikan yang dilakukan oleh seseorang atau orang biasa bukanlah seorang yang memang bidang yang ia kerjakan. *Citizen Journalisme* mendekatkan diri bagi seseorang maupun masyarakat untuk bisa menjadikan setiap individu seolah-olah menjadi wartawan. Dimana mereka mampu memberitakan maupun menginformasikan kejadian-kejadian yang berada di lingkungan mereka kepada publik. *Citizen Journalisme* dimasa kini atau dimasa modern yang dengan begitu cepat dalam segala hal serta bebas menjadikan suatu informasi maupun berita yang kini tidak lagi hanya di rekomendasikan bagi kalangan wartawan. Namun kini, warga maupun masyarakat umum bisa memberitakan suatu kejadian di sekeliling

mereka kepada khalayak dengan media *Citizen Journalisme*. kini media ini kian populer dikalangan masyarakat umum khususnya pencinta dunia kewartawanan atau kejournalistikan. *Citizen Journalisme* kini merupakan salahsatu alat untuk masyarakat menggali kemampuan untuk menyampaikan suatu informasi kepada khalayak banyak melalui media ini. *Citizen Journalisme* seolah menjadi sebuah media baru yang mampu menjadi jembatan atau alat masyarakat umum untuk mengekspresikan kecintaan atau hobi mereka kepada dunia kejournalistikan dengan kini mereka seolah diberi fasilitas untuk mengeksplorasi hobi mereka”.

Yenti dan kawan-kawan, dalam blogdetik (2008) menyebutkan untuk peran dan fungsi *citizen journalism*. Menurutnya peran dan fungsi *citizen journalism* sama seperti peran dan fungsi jurnalistik pada umumnya, yaitu sebagai sumber informasi, hiburan, kontrol sosial, hingga agen perubahan. Justru dengan adanya *citizen journalism*, jaringan informasi dan sumber informasi akan lebih luas. Bahkan *citizen journalism* sering menjadi sumber informasi penting untuk media *mainstream*.

Tidak hanya itu, dengan adanya *citizen journalism* informasi betul-betul menjadi berimbang, sisi *cover both side* terwujud. Karena laporan langsung dari warga, tidak ada niatan atau agenda setting yang terselubung. Sebagaimana banyak media yang sering kali melakukan praktik-praktik agenda seting yang tujuan utamanya adalah kepentingan sepihak, atau kepentingan kalangan elit politik tertentu.

Bahkan semakin semaraknya tren *citizen journalism*, banyak media dan lembaga-lembaga bisnis yang memanfaatkan eksistensinya, untuk membantu dalam pengembangan lembaga. Tidak sedikit media massa membuat dengan sengaja *citizen journalism* ini untuk membantu para jurnalisnya dalam pencarian atau pelaporan berita yang tidak tersentuh oleh mereka. Ketika wartawan tidak selalu tahu semua informasi maka dengan adanya *citizen journalism*, informasi tersebut dapat sampai kepada masyarakat melalui media massa. *Citizen journalism* juga sering dimanfaatkan perusahaan media massa sebagai salah satu sumber berita di samping wartawan yang bekerja pada perusahaan tersebut.

A. Perkembangan Teknologi dan Peluang *Citizen Journalism*

Harus diakui, perkembangan *citizen journalism* yang pesat tidak terlepas dari peranan atau kemajuan di bidang teknologi komunikasi yang pesat dan sangat memanjakan manusia dalam melakukan aktivitasnya. Di antara teknologi komunikasi yang memiliki kontribusi besar dalam membantu mengembangkan *citizen journalism* adalah internet dengan berbagai fiturnya.

Di samping itu, yang ikut andil besar dalam pengembangan *citizen journalism* adalah ketertarikan warga dalam menulis. Beberapa tahun

terakhir ini, banyak sekali komunitas dan pelatihan penulisan di berbagai level masyarakat. Inilah yang membuat semangat dan spirit menulis semakin meningkat. Dengan teknologi komunikasi (internet) dengan menyediakan fasilitas yang bisa dimanfaatkan untuk berbagi tulisan, maka semakin intensiflah warga untuk mempraktikkannya. Adanya kemudahan ini maka setiap orang kini bisa menulis dan menyampaikan tulisannya kepada khalayak dengan mudah.

Aurelia dkk. di Blogdetik (2008) mencatat, saat ini di Indonesia *citizen journalism* berkembang dengan cukup baik. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya blog yang ada di Indonesia dan dibuat oleh masyarakat Indonesia. Keberadaan blog tersebut telah menandakan *citizen journalism* merupakan satu fenomena yang diminati dan akan terus berkembang dalam masyarakat. Keterbukaan dalam hal pengaksesan ataupun penyampaian informasi yang dimiliki oleh *citizen journalism* yang seiring dengan perkembangan jurnalisme online yang terus meningkat, menyebabkan keberadaan *citizen journalism* akan terus eksis.

Berkembangnya jurnalisme online di Indonesia saat ini, dapat semakin menguatkan perkembangan *citizen journalism*. Dalam *citizen journalism*, masyarakat dapat membahas hal-hal yang tengah ‘hangat’ dalam masyarakat dalam segala aspek, dan dapat diekspose dengan cepat. Karena itulah inti dari jurnalisme on line.

Fungsi dari jurnalisme online tidak jauh berbeda dengan *citizen journalism*, yaitu tidak hanya sebagai alat untuk mendapat informasi, tetapi juga dapat sebagai pertukaran informasi para penggunanya, dimana para penggunanya bersifat heterogen. Hal ini dapat menjadi kekuatan dari *citizen journalism* dan jurnalisme on line.

Selain kekuatan yang dimiliki *citizen journalism*, dimana *citizen journalism* memungkinkan masyarakat dapat bertukar informasi mengenai suatu hal yang dapat membuat masyarakat semakin terbuka wawasannya, *citizen journalism* juga memiliki efek negatif yang sulit dihindari.

Citizen journalism yang memungkinkan semua pengakses internet dapat memasukkan informasi yang ia miliki, dapat menyebabkan keadaan semacam ‘penyalahgunaan wewenang’ oleh pengakses. Tidak adanya batasan yang jelas mengenai apa yang boleh dan tidak boleh dimasukkan dalam internet, telah membuat situs dan blog memuat informasi yang tidak seharusnya. Contoh: Blog yang menjelek-jelekkan pihak atau lembaga tertentu. Tidak hanya itu, blog juga bisa menjadi media dalam melakukan *black campaign*.

Selain tidak adanya batas yang jelas, hal lain yang dapat menjadi tantangan dalam *citizen journalism* adalah masyarakat atau orang-orang

yang memasukkan informasi melalui internet tidak harus melalui pendidikan jurnalisme terlebih dahulu. Oleh sebab itu, terkadang berita yang dimuat terkadang tidak sesuai dengan aturan penulisan berita atau etika jurnalisme yang ada.

Namun dari dampak negatif dari *citizen journalism* juga bisa menjadi efek positif sekaligus memperkaya atau memperlihatkan kekuatan yang dimiliki *citizen journalism* ke depannya, misalnya dengan membuat peraturan atau semacam kode etik dalam *citizen journalism*, atau membuat pelatihan jurnalistik yang lebih luas kepada masyarakat, atau siapa pun yang ingin menguasai jurnalistik, minimal dalam meliput, membuat dan melaporkan informasinya.

B. Etika Citizen Journalism

Salah seorang blogger senior dan praktisi komunikasi, Wimar Witoelar, pernah mengungkapkan bahwa blog boleh dibidang bersifat komunal. Di dunia blog, transparansi dan akuntabilitas menjadi kata kunci. Seorang penulis blog tidak lagi dianggap yang paling tahu. Pendapat-pendapatnya bisa dikritisi oleh siapa pun lantaran sifat blog yang transparan. Inilah paradigma baru dari blog.

Di awal sudah disinggung bahwa salah satu penunjang dalam kelahiran *citizen journalism* adalah adanya blog, yang sekarang memiliki aturan main yang terikat dan mengikat di antara para pengelola blognya. Karena itu, menjadi *citizen journalist* juga ada etikanya. Etika *citizen journalism* kurang lebih sama dengan etika menulis di media online. Yang dalam perkembangannya akan mengalami metamorfosis mengikuti perkembangan dan sesuai dengan kebutuhan di lapangan.

Di antara etika *citizen journalism* yang umum adalah sebagai berikut:

- Tidak menyebarkan berita bohong
- Tidak mencemarkan nama baik
- Tidak memicu konflik SARA
- Tidak memuat konten pornografi
- Dan lain-lain.

C. Perkembangan Citizen Journalistik

Berkat kemajuan teknologi informasi dewasa ini, perkembangan jurnalisme pun semakin dinamis. Kini dimulai era baru dalam dunia jurnalisme, *open source reporting*. Dalam *open source reporting*, siapa saja bisa melaporkan apa saja yang dilihatnya, atau yang ingin disampaikannya kepada publik. Berita, opini, reportase, sampai *curhat* yang sangat pribadi, semua bisa dipublikasikan kepada orang lain dan dinikmati secara luas (Santi Indra Astuti, 2007). Tidak perlu menunggu wartawan mewawancarai atau mewartakan seperti yang terjadi pada media *mainstream* yang ada.

Perkembangan jurnalisme itu adalah *participatory journalism* atau *grassroot journalism* atau yang biasa disebut *citizen journalism* (CJ). Jika diartikan menurut bahasanya, *citizen journalism* berarti jurnalisme warga, aksi dari warga kota/negara yang memainkan peran aktif dalam proses pengumpulan, pelaporan, analisis, serta diseminasi berita dan informasi. CJ melibatkan warga dalam memberitakan sesuatu peristiwa. Dengan begitu, setiap orang adalah wartawan dan kerja wartawan bisa dilakukan oleh setiap orang, baik itu rumah tangga, pelajar/mahasiswa, bahkan pekerja kantor. Karena tidak terikat dengan salah satu profesi tertentu, CJ dikategorikan sebagai jurnalisme publik. Maksud dari partisipasi publik ini untuk menghadirkan independensi, reliabilitas, akurasi, *wide-ranging* dan relevansi informasi yang ada dalam demokratisasi (*wikipedia.com*)

Di sini, setiap orang dapat menjadi subjek sekaligus objek dari media massa, bukan lagi hanya menjadi subjek seperti dalam media konvensional. Dalam media konvensional, biasanya hanya mereka yang terdaftar sebagai wartawan dalam media tersebut saja yang dapat memberikan berita, sedangkan masyarakat pada posisi pasif sebagai penonton, pemirsa ataupun pembaca saja. Masyarakat tidak dilibatkan terlalu jauh untuk dapat menentukan topik, tema ataupun bahasan dalam setiap pemberitaannya. Karena sejauh ini, ternyata media utama yang ada, tidak bisa memenuhi kebutuhan dengan alasan *space*, industri, bisnis serta alasan lainnya.

Perkembangan Citizen Journalistik di dunia sebenarnya telah berlangsung lama, sekitar dua dekade belakangan. Nicholas Lemann, profesor di Columbia University Graduate School of Journalism, New York City, Amerika Serikat, mencatat, kelahiran jurnalisme publik dimulai melalui gerakan pada Pemilu 1988. Saat itu, publik mengalami erosi kepercayaan terhadap media *mainstream* seputar pemilihan Presiden AS. CJ yang paling fenomenal di dunia saat ini adalah situs *Oh My News (OMN)*. Berkantor pusat di Seoul, Korea Selatan, situs ini pertama terbit 22 Februari 2000 dengan motto “Setiap Warga adalah Seorang Reporter”. Pemunculan *OMN* juga dilatar belakangi pemilihan Presiden Korea Selatan. Hingga kini, *OMN* telah memiliki 60 ribu reporter di seluruh dunia. 80% berasal dari *citizen journalism* dan hanya 40 orang berasal dari “wartawan tradisional”.

Perkembangan teknologi dan informasi seperti perkembangan internet telah menjadikan model jurnalisme ini berkembang sedemikian pesat. Hampir setiap orang memiliki *website* minimal *blogs* yang didalamnya dapat memuat laporan, berita, dan aktivitas serta pembahasan akan isu tertentu. Alasannya sangat sederhana kenapa media ini (*blogs*) lebih disenangi karena selain gratis, *blog* dapat dengan mudah mendekatkan antara berita yang ditampilkan dengan pembacanya sehingga mempermudah dalam

memberikan tanggapan, koreksian maupun tambahan informasi melalui boks komentar yang biasa terdapat di bawah *posting*-an. Memberikan ruang yang lebih kepada pembaca untuk mengambil bagian menjadi Citizen Journalistik pada media tersebut.

Sulit memang menghindari perkembangan *citizen journalism* ini dan menjadikan hal tersebut ancaman baru bagi media konvensional. Namun, disinilah menariknya karena media *mainstream* ditantang untuk semakin meningkatkan kualitas, minimal mencari cara baru mendekati diri pada khalayak dengan mengangkat isu-isu publik dan meninggalkan narasi panjang dengan jargon-jargon abstrak yang tidak jelas.

Citizen journalism bukan sekadar “jurnalistik beralih ke tangan orang biasa”, melainkan mulai mendekati apa yang dibutuhkan dan diinginkan publik. Selama ini, produk jurnalistik yang dimanifestasikan dalam media *mainstream* lebih merupakan suara industri dan pemodal besar dengan segala kepentingan di dalamnya. Suara publik hanya bergaung sunyi di tengah kepentingan itu. Wajar jika CJ ini menjadi andalan publik untuk dapat berpartisipasi aktif dalam menyuarakan kepentingan masyarakat banyak sehingga pemberitaan dan informasi yang diterima masyarakat semakin dinamis (*dari berbagai sumber*).

Dalam jurnalisme *citizen* “Mereka (warga) tidak terikat rumus 5W+1H seperti wartawan, tetapi cukup dengan 3W--*what, where, when!* Siapa saja menulis apa saja jelas menarik karena varian informasi jadi sangat banyak, tidak dibatasi oleh ‘syarat-syarat berita’ yang berlaku dalam jurnalisme standar!”

“Siapa saja bisa jadi wartawan, itulah yang membuat *citizen journalism* cepat populer!”. “Apalagi dalam suatu *community* di *website* menunya banyak, seperti kolom, potret, makan-pelesiran, *love talk*, jalan sutra, *greetings, urban life*, kalender, dan *d’blog!* Dengan semua itu, wahana komunikasi baru ini cepat merebak sebagai gaya hidup!”

“Masalahnya keberadaan *citizen journalism* ini terletak pada perangkat pendukungnya yaitu komputer, harga komputernya belum terjangkau warga secara luas, tarif telepon kabel atau seluler untuk internet juga mahal! Sebab itu, mayoritas pemakai internet memanfaatkan fasilitas di kantor!”. “Beda di negara maju, mayoritas warganya mampu membeli komputer, tarif telepon juga relatif murah! Kendala-kendala itu yang harus diatasi agar kita tidak terus tertinggal dari negeri tetangga!”

“Memang, meski secara kuantitatif pengguna internet di Indonesia berada di urutan ke-15 dunia, dengan 16 juta *user*, secara kualitatif cuma di bawah delapan persen dari 234 juta penduduk--bulan Juli 2007!”. “Vietnam 17,5%, apalagi Singapura 1,7 juta pengguna internet dari 4,5 juta

penduduknya, hampir 40 %, dan apabila dibandingkan dengan negara maju maka negara-negara maju pengguna internet di atas 60%!”

“Kenapa secara kualitatif kemajuan kita tidak mencapai separuh Vietnam yang komunis, itu yang harus kita pikirkan,” . “Ada pertanyaan menggelitik, apakah realitas hidup di negeri kita masih lebih buruk dari di negara komunis sekalipun? Kalau faktanya begitu, lantas apa yang salah?” “Dua sisi prisma mata tombak keterpurukan yang menghunjam bangsa kita, yakni korupsi dan komersialisme di segala bidang!”. “Korupsi jelas, akibat penyunatan dana publik, kualitas fasilitas dan layanan publik jadi rendah! Sedang komersialisme, dari fasilitas publik--termasuk pendidikan--sampai jabatan, membuat mayoritas warga tidak mampu mengakses sarana publik, hingga kapasitas pribadi dan ekonominya tidak berkembang efektif! Di negeri lain, kedua sisi itu tidak setajam di sini, maka bisa lebih maju!”

“Apakah dengan *citizen journalism*, siapa saja menulis apa saja dan dibaca di mana saja bisa mengubah keadaan?” Dengan *citizen journalism*, kontrol kian kuat, hingga memungkinkan mengubah pandangan menjadi negatif terhadap koruptor dan komersialisasi--terutama jabatan--hingga tidak dapat tempat lagi dalam masyarakat!”

Kehadiran *weblog (blog)* menjadi sebuah fenomena baru dalam *citizen journalism* atau jurnalisme orang biasa. Kehadiran *blog* memberikan ruang yang besar untuk mereka berkarya. *Blog* telah menjadi tempat bagi jurnalisme warga untuk memublikasikan apa yang dilihat, didengar, dirasa, dan diraba.

Apalagi tidak ada sensor dalam tulisan, video atau gambar di *blog*. Apakah ini demokrasi sesungguhnya dalam dunia kepenulisan? Kehadiran *blog* menjadi semacam angin segar bagi *citizen journalism*. Ada informasi-informasi yang tidak dapat atau belum kita dapatkan di media resmi, baik cetak maupun elektronik, dapat kita peroleh di *blog*. Informasi yang tidak ‘layak’ muat di media massa bisa ditemukan di *blog*, misalnya kisah-kisah orang biasa yang enak dibaca, namun kemungkinan ditolak karena tidak sesuai dengan pangsa pasar.

Blog telah berkembang begitu pesat. Mulai dari catatan harian, hingga tulisan serius sesuai dengan profesi masing-masing pun ada. Banyak jurnalis, dokter, dosen, pengusaha, praktisi IT dan sebagainya yang memiliki *blog*. Mereka berbagi ilmu lewat media yang kini sedang tren.

Kapan *citizen journalism* bangkit? Banyak kalangan menilai peristiwa bom yang mengguncang London, Inggris, 7 Juli 2005 lah sebagai tonggakunya. Tragedi yang menewaskan lebih dari 50 orang itu, menginspirasi Tim Porter untuk menuangkan unek-unek di situs pribadinya, *First Draft*. Ia berselancar di dunia maya sesaat setelah kejadian

mencari informasi lebih lanjut setelah menjemput istrinya yang berada tidak jauh dari lokasi kejadian. Porter dengan cepat menemukan informasi terkini tentang ledakan tersebut dari sebuah situs pribadi. Pada lain sisi, media konvensional seperti radio, TV atau situs *dot.com*, bahkan belum menyiarkan berita tersebut. Apalagi koran, butuh satu hari baru dapat dibaca oleh banyak orang. Jeff Jarvis dan Steve Yelvington, dua warga yang berada paling dekat dengan pusat ledakan, keduanya mengirimkan hasil rekaman video kepanikan orang di dalam stasiun kereta api bawah tanah ke situs pribadi. Gambar tersebut hasil *shooting*-an Adam Stacey, seorang penumpang dengan kamera HP-nya. Beberapa menit kemudian, gambar tersebut telah disiarkan *BBC*. Kejadian ini membuktikan bahwa semua orang bisa menjadi wartawan. Setiap orang bisa menyiarkan berita dengan cepat dan akurat yang terukur. *Blog* adalah tempat paling gampang untuk menyiarkan hasil karya *citizen journalism*.

Pepih Nugraha di harian *Kompas* menulis, tahun 1991 saat George Holliday, warga perumahan Lake View Terrace tengah mencoba handycam barunya, matanya tertumbuk pada satu adegan. Empat polisi kulit putih Los Angeles tertangkap kamera menyiksa seorang pengendara sepeda motor kulit hitam. Polisi menganggap korban, yang kemudian diketahui bernama Rodney G King itu, memacu kendaraannya di luar ketentuan.

Di Aceh, seorang penduduk merekam terjangan tsunami dan *Metro TV* menayangkannya berulang kali. Saat pesawat Lion Air tergelincir di Bandara Juanda, Surabaya, 4 Maret 2006, *Kompas* memuat foto utama yang dibuat seorang penumpangnya, Sidik Nurbudi. “Ia memotret penumpang lainnya yang berhamburan panik ke luar pesawat.” Bandara yang dijaga ketat aparat keamanan mustahil dapat diakses warga sipil termasuk wartawan.

Terbongkarnya penyiksaan di STPDN yang ditayangkan eksklusif oleh *SCTV* pada Minggu 21 September 2003 juga karena hasil rekaman video yang diambil warga biasa (bukan wartawan). Kejadian ini dipicu dengan tewasnya salah seorang praja STPDN, Wahyu Hidayat. Terjangan, tendangan para senior kepada para junior bisa ‘dinikmati’ karena rekaman tersebut. *SCTV* kemudian menayangkannya berkali-kali. Akibatnya, pemerintah mengambil kebijakan dengan mengubah pola pendidikan dan status STPDN Jatimajore menjadi IPDN. Meskipun kita tahu, kejadian tersebut berulang kembali pada 3 April 2007 dengan tewasnya Clif Muntu.

Citizen Journalism yang lebih ‘terencana’ mungkin apa yang dilakukan Radio *Elshinta* Jakarta. Radio yang siaran di frekuensi 90,00 FM ini memberikan kesempatan kepada warga sekitar kejadian untuk melaporkan apa yang dilihat. Kehadiran *blog* sebagai penyedia situs dan beberapa diantaranya gratis bisa akan menjadi ancaman bagi pengelola media massa.

Sebuah buku berjudul *We the Media: Grassroots Journalism by the People for the People* (2006) yang ditulis Gillmor mengingatkan, kehadiran teknologi internet memungkinkan orang membuat situs pribadi atau *mailing list* untuk menyiarkan berita dengan cepat.

Dalam *citizen journalism*, siapa pun dapat membuat, menyebarkan, bahkan menjadi narasumber, sekaligus mengonsumsi berita, baik dalam bentuk foto, suara, tulisan, maupun gambar bergerak. *San Jose Mercury News* adalah salah satu yang mempromosikan jurnalisme warga ini dalam *blog* pribadinya, *Bayosphere*.

Kapan *blog* pertama kali diperkenalkan? Enda Nasution dalam situsnya *GoblogMedia* menulis, *blog* pertama kemungkinan besar adalah halaman *What's New* pada browser Mosaic yang dibuat oleh Marc Andersen pada tahun 1993. Mosaic adalah browser pertama sebelum adanya Internet Explorer, bahkan sebelum Netscape. Kemudian pada Januari 1994 Justin Hall memulai memanfaatkan *blog* untuk urusan pribadinya yaitu *Justin's Home Page* yang kemudian berubah menjadi *Links from the Underground* yang mungkin dapat disebut sebagai *blog* pertama seperti yang kita kenal sekarang. Agustus 1999 sebuah perusahaan *Silicon Valley*, Pyra Lab meluncurkan layanan *Blogger.com* yang memungkinkan siapa pun dapat menciptakan *blog*-nya sendiri secara *online* dan gratis.

Mewabahnya *blog* menjadi kebangkitan demokrasi paling liberal di dunia maya. Bahkan, ia membuat para pengambil kebijakan tidak nyenyak tidur dan enak makan, seperti dialami Menteri Pariwisata Malaysia, Datuk Seri Tengku Adnan Tengku Mansor. Ia mencak-mencak karena artikel Nila Tanzil, wartawati *SCTV*.

Artikel berjudul *Malaysia Tourism Board, Disappointing* yang dipublikasikan di *maverickid.blogspot.com* tersebut mengungkapkan kinerja Dewan Pariwisata Malaysia yang menghambat kerja profesionalnya sebagai jurnalis. Tulisan itu menceritakan bagaimana Dewan Pariwisata Malaysia mengundang 190 wartawan dari seluruh dunia untuk menyaksikan pembukaan Festival Floral 2007. Festival ini bagian program kampanye “Kunjungi Malaysia 2007.” “Kami sama sekali tidak boleh mengambil gambar apa pun. Sebagai jurnalis TV, apa artinya keberadaan kami di sana jika tidak boleh merekam gambar apa pun?” tulisannya.

Artikel itu kemudian dikutip *The Star*, harian berbahasa Inggris terkemuka di Malaysia. Hal ini lah yang membuat kuping Menteri Pariwisata Malaysia merah dan ia mencak-mencak. Ia mencela para *blogger* sebagai ‘pembongkar’ sebagai bentuk pembelaan diri. Namun, akhirnya ia meralat pernyataannya karena muncul protes dari sejumlah aktivis di negaranya sendiri.

Kehadiran *blog* menjadi surga bagi para penulis, cerpenis, novelis, fotografer dan profesi apa saja, bahkan warga biasa. Orang tidak perlu lagi sibuk memikirkan karyanya akan dipublikasikan di mana sebab sudah ada media gratis yang sangat memudahkan dan bisa menampung apa saja.

Bahkan, media cetak dan elektronik nasional pun sekarang telah menerapkan sistem Citizen Journalism, sebut saja *Republika* yang telah menerapkan Citizen Journalism sejak 7 Januari 2007 atau radio *Elshinta* yang sejak tahun 2000 telah menerapkan Citizen Journalism dan memiliki kurang lebih 100 ribu *citizen reporter*.

D. Jurnalistik Warga di Indonesia

Citizen Journalism atau JW (untuk selanjutnya akan disebut sebagai JW) dalam beberapa tahun terakhir semakin sering terdengar. Khususnya di Indonesia, banyak media-media yang menyediakan program khusus untuk JW. Beberapa diantaranya seperti rubrik pembaca di mediacetak, laporan melalui telepon atau pesan di radio, bahkan di media massa konvensional saat inibanyak dijumpai program khusus untuk JW_ seperti Kompas, Metro TV, dan yang terbaru adalah Net.TV_ Menurut Kusumaningati (2012) dalam Wahyuni (2014: 1), Jurnalisme warga atau biasa disebut *citizen journalism* merupakan perkembangan jurnalisme dalam dunia modern.

Kehadiran *citizen journalism* menandai fase baru di era reformasi. Fase tersebut ditandai dengan keterlibatanwarga, bukan hanya sebagai konsumen informasi dan sumber informasi, tetapi sekaligus penyaji informasi. Berdasarkan pengamatan awal peneliti, JW saat ini sangat diminati oleh masyarakat yangmemiliki ketertarikan di bidang jurnalis meskipun mereka mungkin tidak memiliki latar belakangpendidikan jurnalistik. Masyarakat menggunakan sosial media sebagai wadah untuk menyalurkanminat mereka dalam berbagi informasi. Informasi yang dibagikan bisa dalam bentuk tulisan, fotodan tulisan, serta dalam bentuk video. Hal tersebut dibuktikan dengan munculnya berbagai blogyang berisi informasi seputar kehidupan masyarakat, seperti wisata kuliner, pariwisata, dan budaya yang diliput oleh masyarakat biasa kemudian mereka sebarakan melalui jaringan internet.

Citizen journalism atau JW ini diidentifikasi sebagai warga biasa yang tidak terlatih sebagai wartawan profesional, namun dengan peralatan teknologi informasi yang dimilikinya bisa menjadi saksi mata sebuah peristiwa yang terjadi disekitarnya, kemudian meliput, mencatat, mengumpulkan, menulis, dan menyiarkannya di media massa online karena memiliki semangat berbagi dengan pembaca lainnya (Nugraha, 2012:18-19). Pada dasarnya JW merupakan bentuk perlawanan masyarakat terhadap media konvensional yang mulai mengenyampingkan tanggung jawabnya kepada masyarakat. Hal ini disebutkan dalam sebuah situs Interaktif Tempo bahwa masyarakat

beranggapan saat ini media konvensional lebih mengutamakan kepentingan pemilik atau penguasa media serta keuntungan pribadi, dibandingkan kewajiban mereka untuk memberikan informasi yang aktual dan faktual kepada masyarakat, sehingga masyarakat tidak percaya lagi seratus persen kepada media konvensional (Purnomo, 2011: 2)

Namun, seiring bertambahnya masyarakat yang memiliki minat menjadi JW, membuat media konvensional mulai membentuk strategi untuk menarik para JW agar mereka tidak menguasai informasi dan media konvensional tetap bisa mengontrol kegiatan mereka. Menurut pengamatan dan hipotesis awal peneliti salah satu cara yang digunakan oleh media konvensional ialah membentuk program khusus untuk JW, menerima setiap berita yang diliput oleh JW, memilih berita yang layak ditayangkan atau disebarakan, kemudian memberikan honor kepada JW yang beritanya berhasil ditayangkan oleh media tersebut. Melalui tawaran yang sangat menggiurkan tersebut, masyarakat atau para JW menjadi terlena dan lupa akan esensi awal mengapa mereka menjadi JW, bahkan mereka juga tidak memahami bahwa meskipun berita mereka tayang, atau ada honor yang didapatkan, keselamatan mereka sebagai JW sama sekali di luar tanggung jawab media yang memfasilitasi, dan dalam hal ini tentu masyarakat kembali dirugikan karena usaha yang mereka lakukan masih bisa dikendalikan kembali oleh media konvensional.

E. Istilah dan Dasar-dasar Jurnalisme Warga

Ada 9 alternatif istilah nama untuk Jurnalisme Warga (Citizen Journalism) sebagaimana dikemukakan Mark Glaser di *Mediashift*:

1. Grassroots journalism. Jurnalisme Akar Rumpun
2. Networked journalism. Jurnalisme Berjejaring.
3. Open source journalism. Jurnalisme Sumber Terbuka.
4. Citizen media. Media Warga.
5. Participatory journalism. Jurnalisme Partisipasi.
6. Hyperlocal journalism. Jurnalisme Sangat Lokal.
7. Bottom-up journalism. Jurnalisme Bawah-ke-Atas.
8. Stand-alone journalism. Jurnalisme Mandiri.
9. Distributed journalism. Jurnalisme Terdistribusi.

Secara sempit Jurnalistik adalah proses mulai penulisan sampai penyebarluasan berita (*news*). Karenanya, dasar pengetahuan dan keterampilan (*knowledge and skill*) jurnalisme warga adalah pemahaman dan kemahiran menulis berita. Dari dasar keterampilan menulis berita ini nanti berkembang dengan kemampuan menulis karya jurnalistik lainnya, seperti feature, artikel opini, foto jurnalistik, lalu jurnalistik penyiaran (broadcast journalism alias jurnalistik radio dan televisi). Jurnalis warga, dengan demikian, mesti

mengusai ilmu jurnalistik dasar ini (penulisan berita), meliputi, antara lain:

1. Pengertian berita
2. Nilai berita (*news values*)
3. Unsur-Unsur Berita (5W+1H)
4. Struktur naskah berita
5. Bahasa Jurnalistik/Bahasa Media
6. Etika penulisan berita (kode etik jurnalistik).

Selain itu, ada sejumlah prinsip dasar jurnalisme warga yang harus diperhatikan. Seperti dikutip Bighow Guide dalam “Citizen Journalism Basics”, salah satu tokoh terkemuka pendukung Citizen Journalism, Dan Gillmor dan JD Lasica mengemukakan lima prinsip dasar jurnalisme warga (*five basic principles of Citizen Journalism*):

1. Accuracy. Akurasi, ketepatan.
2. Thoroughness. Kecermatan, ketelitian.
3. Transparency. Transparansi, keterbukaan dalam peliputan berita.
4. Fairness. Kejujuran
5. Independence. Independensi, tidak berpihak dan tidak terikat oleh kelompok mana pun.

Meski “hanya” jurnalisme warga, berita yang dibuat mestilah akurat dari segi penulisan (redaksi) dan konten (isi, substansi, fakta, data). Karenanya, jurnalis warga memerlukan verifikasi atau cek-riccek data. (www.romelteamedia.com).

Citizen Journalism adalah praktek jurnalisme yang dilakukan oleh non profesional jurnalis dalam hal ini oleh warga. Citizen Journalis (Jurnalisme Warga) adalah warga biasa yang menjalankan fungsi selayaknya jurnalis profesional yang pada umumnya menggunakan channel media baru yaitu internet untuk menyebarkan informasi dan berita yang mereka dapat. Shayne Bowman dan Chris Willis lantas mendefinisikan citizen journalism sebagai ‘...the act of citizens playing an active role in the process of collecting, reporting, analyzing, and disseminating news and information’.

Ada beberapa istilah yang dikaitkan dengan konsep citizen journalism. Public journalism, advocacy journalism, participatory journalism, participatory media, open source reporting, distributed journalism, citizens media, advocacy journalism, grassroot journalism, sampai we-media. J.D. Lasica, dalam Online Journalism Review (2003), mengategorikan media citizen journalism ke dalam 5 tipe : Audience participation (seperti komentar user yang diattach pada kisah-kisah berita, blog-blog pribadi, foto, atau video footage yang diambil dari handycam pribadi, atau berita lokal yang ditulis oleh anggota komunitas). 2.Situs web berita atau informasi independen (Consumer Reports, Drudge Report). 3.Situs berita partisipatoris murni

(OhmyNews). 4.Situs media kolaboratif (Slashdot, Kuro5hin). 5.Bentuk lain dari media ‘tipis’ (mailing list, newsletter e-mail). 6.Situs penyiaran pribadi (situs penyiaran video, seperti KenRadio).

Bentuk-Bentuk Citizen Journalism Seperti yang dikutip dalam buku Mengamati Fenomena Citizen Journalism, Gibson (Severin dan Tankard, 2005 : 445) mendefinisikan : Dunia maya (*cyberspace*) adalah realita yang terselubung secara global, di dukung komputer, berakses komputer, multidimensi, artifisial, atau virtual. Dalam realita ini, di mana setiap komputer adalah sebuah jendela, terlihat atau terdengar objek-objek yang bukan bersifat fisik dan bukan representasi objek-objek fisik, namun lebih merupakan gaya, karakter, dan aksi pembuatan data, pembuatan informasi murni (Yudhapramesti, 2007 : 5-6). Steve Outing pernah mengklasifikasikan bentuk-bentuk citizen journalism sebagai berikut: 1. Citizen journalism membuka ruang untuk komentar publik. Dalam ruang itu, pembaca atau khalayak bisa bereaksi, memuji, mengkritik, atau menambahkan bahan tulisan jurnalisme profesional. Pada media cetak konvensional jenis ini biasa dikenal dengan surat pembaca. 2. Menambahkan pendapat masyarakat sebagai bagian dari artikel yang ditulis. Warga diminta untuk ikut menuliskan pengalamannya pada sebuah topik utama liputan yang dilaporkan jurnalis. 3. Kolaborasi antara jurnalis profesional dengan nonjurnalis yang memiliki kemampuan dalam materi yang dibahas. Tujuannya dijadikan alat untuk mengarahkan atau memeriksa keakuratan artikel. Terkadang profesional nonjurnalis ini dapat juga menjadi kontributor tunggal yang menghasilkan artikel tersebut. 4. Bloghouse warga. Bentuknya blog-blog gratisan yang dikenal, misalnya ada wordpress, blogger, atau multiply. Melalui blog, orang bisa berbagi cerita tentang dunia, dan bisa menceritakan dunia berdasarkan pengalaman dan sudut pandangnya. 5. Newsroom citizen transparency blogs. Bentuk ini merupakan blog yang disediakan sebuah organisasi media sebagai upaya transparansi. Dalam hal ini pembaca bisa melakukan keluhan, kritik, atau pujian atas apa yang ditampilkan organisasi media tersebut. 6. Stand-alone citizen journalism site, yang melalui proses editing. Sumbangan laporan dari warga, biasanya tentang hal-hal yang sifatnya sangat lokal, yang dialami langsung oleh warga. Editor berperan untuk menjaga kualitas laporan, dan mendidik warga (kontributor) tentang topik-topik yang menarik dan layak untuk dilaporkan. 7. Stand-alone citizen journalism, yang tidak melalui proses editing. 8. Gabungan stand-alone citizen journalism website dan edisi cetak. 9. Hybrid: pro + citizen journalism. Suatu kerja organisasi media yang menggabungkan pekerjaan jurnalis profesional dengan jurnalis warga. 10. Penggabungan antara jurnalisme profesional dengan jurnalisme warga dalam satu atap. Website membeli tulisan dari jurnalis profesional

dan menerima tulisan jurnalis warga. 11. Model Wiki. Dalam Wiki, pembaca adalah juga seorang editor. Setiap orang bisa menulis artikel dan setiap orang juga bisa memberi tambahan atau komentar terhadap komentar yang terbit (Yudhapramesti, 2007).

Perkembangan dan Peran Citizen Journalism Kemajuan teknologi informasi secara pasti memberikan andil yang sangat besar dalam pembangunan masyarakat pada masa sekarang ini. Didukung kemajuan teknologi, terutama internet, media massa telah membentuk ruang publik yang sangat luas. Partisipasi warga menjadi terbuka lebar dengan kondisi ini. Dukungan terhadap jurnalisme warga ternyata juga datang dari kalangan wartawan. Richard Sambrook, wartawan BBC's World yang mengatakan bahwa sudah terjadi pembentukan jaringan informasi di era global yang memungkinkan munculnya interaksi yang tinggi antara BBC dengan audience. Ia mengamati bahwa para jurnalis BBC harus bisa bekerjasama dengan audience dengan memberi kesempatan untuk kontribusi pada informasi di BBC. Blog mainstream yang merupakan pelopor dari citizen journalism di berbagai negara sebagai contoh OhmyNews di Korea Selatan (Semangat Melawan media mainstream).

Di Indonesia, jurnalisme warga juga bisa dibilang sudah mulai berkembang dan kegunaannya dirasakan saat adanya peristiwa-peristiwa besar seperti serangan teroris dan bencana alam. Citizen journalism juga dikaitkan dengan hyperlocalism karena komitmennya yang sangat luarbiasa pada isu-isu lokal, yang "kecil-kecil" (untuk ukuran media mainstream), sehingga luput dari liputan media mainstream. Citizen journalism tidak bertujuan menciptakan keseragaman opini publik. Pemberitaan citizen journalism lebih mendalam dengan proses yang tak terikat waktu, seperti halnya deadline di mainsteram media. Perkembangan citizen journalism didukung pula dengan perkembangan citizen media dan sosial media. Sejak tahun 2002-nan, citizen media telah berkembang pesat yang mencoba mencari eksistensi di tengah atmosfer media tradisional.

Dengan adanya internet, citizen media mampu menyebarkan informasi dalam bentuk teks, audio, video, foto, komentar dan analisis. Bahkan mampu menjalankan fungsi pers seperti watchdog, filter informasi, pengecekan fakta bahkan pengeditan. Konten atau isi dari citizen journalism bisa berupa peristiwa, pengalaman, dan reportase yang termasuk kedalam berita, bisa juga pendapat, ulasan atau analisa yang termasuk kedalam opini, selain itu bisa merupakan gagasan atau ide seperti tulisan ringan atau catatan harian, fiksi, tips dan tutorial. Jurnalis warga atau citizen journalism dapat memanfaatkan media-media yang ada baik mainsteram media ataupun social media.

Dalam mainstream media seperti media cetak melalui surat pembaca, media televisi melalui iWitness dan suara anda, media radio melalui info lalu lintas, media online bisa melalui kolom komentar. Sedangkan social media melalui blog (wordpress, blogspot), Microblog (twitter), Media Sosial Blog (kompasiana, ohmy news, now public), Situs Pertemanan (facebook, friendster), Situs foto share (flickr, twitpic), Situs video share (youtube). Etika Citizen Journalism memang tidak ada batasan baku untuk citizen journalism dalam membuat suatu berita. Namun Citizen journalism juga ada etikanya. Etika tersebut kurang lebih sama dengan etika menulis di media online diantaranya adalah tidak menyebarkan berita bohong, tidak mencemarkan nama baik, tidak memicu konflik SARA dan menyebutkan sumber berita dengan jelas.

BAB 16

JURNALISME ISLAM

ALTERNATIF SARANA DAKWAH

Gagasan jurnalisme Islam telah lama ada semasa dengan berkembangnya dakwah Islam. Berdasarkan perkembangannya dakwah disebarkan bukan hanya dengan ceramah dan komunikasi lisan lainnya, juga tidak ketinggalan disebarkan melalui berbagai tulisan. Dewasa ini dakwah melalui tulisan semakin mudah dilakukan terlebih dengan tersedianya berbagai media. Dakwah melalui tulisan semakin luas menjangkau ruang dan waktu yang tidak terbatas misalnya melalui saluran internet. *Analisis dilakukan terhadap salah satu media online yang berdasarkan penelitian layak disebut jurnalisme Islam atau lebih khusus disebut jurnalistik dakwah.*

Berkembangnya teknologi informasi dalam era globalisasi, keberadaan media massa merupakan bagian yang terpisahkan dalam kehidupan manusia. Munculnya media massa khususnya media massa cetak, baik berupa surat kabar atau majalah menjadikan khalayak memiliki pilihan pesan yang beragam. Pada kenyataannya manusia memiliki ketergantungan yang sangat tinggi terhadap informasi. Ini semua karena fungsi dari media massa sebagai alat komunikasi massa.

Begitu juga dengan internet, saat ini internet atau media massa online dapat menyampaikan berbagai macam media cetak secara online, siaran, film yang menggunakan sistem tanpa batas. Internet telah menyebabkan produk baru media massa yaitu media massa online.

Dewasa ini, media online banyak diminati masyarakat diseluruh dunia, baik berupa situs berita maupun jejaring sosial seperti Facebook dan Twitter. Banyak manfaat yang bisa diperoleh dari media online itu sendiri seperti, mendapat informasi tentang kesehatan, rohani, dan kehidupan, bahkan bisa menjadi hiburan ketika merasa jenuh. Bahkan melalui internet atau media online setiap orang bisa melakukan kegiatan bisnis, apalagi saat ini bisnis melalui media online sangat digemari masyarakat luas.

Internet atau media online dapat menghimpun berbagai orang, karena geografis tak lagi menjadi pembatas. Berbagai orang dari Negara dan latar belakang yang berbeda dapat saling terhubung menjadi satu berdasarkan kesamaan minat dan proyeknya. Internet dapat membentuk begitu banyak perkumpulan antara berbagai orang dan kelompok.

Merujuk kepada fungsi-fungsi Pers yang sudah disebutkan pada bagian terdahulu mengenai Fungsi menyiarkan informasi (*to inform*) ; Fungsi mendidik (*to education*) ; Fungsi Menghibur (*to entertaint*) ; dan Fungsi mempengaruhi (*to influence*). Demikian keempat fungsi media massa

yang telah menempatkan media massa pada posisi yang sangat penting dan menentukan dalam kehidupan manusia. Pada masyarakat era reformasi sekarang ini, media merupakan salah satu alat yang sangat *efektif, efisien* dan *strategis* dalam mengajak dan mempengaruhi khalayak.

A. Pengertian Jurnalistik Islam

Dalam Islam, usaha mengajak manusia untuk memeluk agama islam melalui cara yang bijaksana yang disebut dengan dakwah. Sedangkan pesan dakwah merupakan semua pernyataan Al-Qur'an dan al-Sunnah baik tertulis maupun lisan dengan pesan-pesan (risalah). Dalam menyampaikan wahyu Allah pada awal perjuangan islam kepada umatnya, Rasulullah menggunakan komunikasi orang per orang.

Dalam pandangan Islam, bahwa segala bentuk aktivitas yang mengandung nilai-nilai kebajikan dan membendung bentuk-bentuk kejahatan, merupakan manifestasi dari *amar ma'ruf nahi munkar*. Sedangkan aktivitas yang memiliki dimensi *amar ma'ruf nahi munkar* dalam prespektif Islam dikenal atau disebut dakwah. Oleh karena itu dakwah melalui surat kabar bisa melalui artikel-artikel keagamaan yang syarat dengan kajian al Qur'an, sebagaimana firman Allah SWT:

“Dan hendaklah ada sebagian di antara kamu sekelompok orang yang senantiasa mengajak kepada kebaikan, memerintahkan yang makruf, dan mencegah yang munkar. Mereka itulah orang-orang yang beruntung” (Q.S.3:104).

Dalam kacamata komunikasi, proses penyebarluasan informasi dengan menggunakan media massa dikenal dengan jurnalisme, sehingga apabila materi pesan yang disampaikan berupa nilai-nilai islami maka bisa jadi merupakan konsep dari jurnalisme islam atau jurnalisme islami, malahan menjadi cikal bakal munculnya konsep dan gagasan jurnalisme dakwah.

Dewasa ini, belum banyak media massa yang menerapkan jurnalisme dakwah sebagai ideologi media massa tersebut. Hanya segelintir media yang menerapkan jurnalisme dakwah sebagai ideologi, seperti salah satunya menurut penulis adalah media Republika. Jurnalis Islami adalah *Jurnalis dakwah* yaitu wartawan dan penulis yang beragam Islam berkewajiban menjadikan Islam sebagai ideologi dalam profesinya, baik yang bekerja pada media massa umum maupun media massa Islam. Di sisi lain dakwah merupakan kewajiban yang melekat pada diri setiap muslim.

Salah satu definisi Jurnalisme dakwah adalah *proses pemberitaan atau pelaporan tentang berbagai hal yang sarat dengan muatan nilai-nilai Islam*. Dalam konteks pendidikan jurnalisme, wartawan muslim dilihat sebagai sosok juru dakwah (da'i) di bidang pers, yakni mengemban *da'wah bil qolam*. Ia menjadi khalifah (wakil) Allah di dunia media massa dengan

memperjuangkan tegaknya nilai-nilai, norma, etika, dan syariat Islam. Ia memiliki tanggung jawab profetik Islam: mengupayakan agar ajaran Islam tetap dan selalu fungsional serta aktual dalam kehidupan. Jurnalis muslim tidak boleh tinggal diam beritu saja jika melihat ada kemunkaran dalam dunia yang digelutinya, misalnya menyaksikan pencitraan yang negatif tentang Islam atau ada rekayasa yang memojokkan Islam dan umatnya di media massa, maka jurnalis muslim harus membela dan meluruskan sesuai dengan fakta.

Media massa cetak dan elektronik dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah, karena selain *strategis*, *efektif* dan *efisien* dalam menyiarkan informasi mengenai ajaran Islam kepada khalayak, juga cepat dan serentak. Jurnalistik Islam dapat dirumuskan sebagai suatu proses meliput, mengolah, dan menyebarluaskan berbagai peristiwa dengan muatan nilai-nilai islam, serta berbagai pandangan dengan perspektif ajaran islam kepada khalayak melalui media massa, sehingga jurnalisme islam secara substansial bermakna jurnalisme islami.

Dapat juga jurnalistik Islami dimaknai sebagai “proses pemberitaan atau pelaporan tentang berbagai hal yang sarat muatan dan sosialisasi nilai-nilai Islam”. Dengan demikian, jurnalistik Islami dapat dikatakan sebagai *crusade journalism*, yaitu jurnalisme yang memperjuangkan nilai-nilai tertentu, dalam hal ini nilai-nilai Islam. Jurnalistik Islami bernafaskan jurnalisme profetik, suatu bentuk jurnalisme yang tidak hanya melaporkan berita dan masalah secara lengkap, jelas, jujur, serta aktual, tetapi juga memberikan interpretasi serta petunjuk ke arah perubahan, transformasi, berdasarkan cita-cita etik dan profetik Islam. Ia menjadi jurnalisme yang secara sadar dan bertanggungjawab memuat kandungan nilai-nilai dan cita Islam

Jadi, jurnalistik Islami adalah upaya dakwah Islamiyah juga. Karena jurnalistik Islami bermisi ‘amar ma’ruf nahyi munkar, maka ciri khas jurnalistik Islami adalah menyebarluaskan informasi tentang perintah dan larangan Allah SWT. Ia berpesan (memberikan message) dan berusaha keras untuk mempengaruhi komunikan/khalayak, agar berperilaku sesuai dengan ajaran Islam (Romli, 2005:118).

Karena jurnalistik Islami adalah jurnalistik dakwah, setiap jurnalis (wartawan) Muslim berkewajiban menjadikan jurnalistik Islami sebagai “ideologi” dalam profesinya. Baik jurnalis Muslim yang bekerja pada media massa umum maupun –apalagi– pada media massa Islam. Karena dakwah memang merupakan kewajiban melekat dalam diri setiap Muslim. Jurnalis Muslim memang akan sulit mengemban misinya atau mematuhi “ideologi jurnalistik Islami”-nya, jika ia bekerja pada media massa non-Islam, atau

media yang jauh dari misi Islami, karena ia kemungkinan terbawa arus dan terkena kebijakan redaksional yang tidak *committed* akan nilai-nilai Islam.

B. Karakteristik Jurnalis Muslim

Jurnalis Muslim adalah sosok juru dakwah (da’i) di bidang pers, yakni mengemban da’wah bil qolam (dakwah melalui tulisan). Ia adalah jurnalis yang terikat dengan nilai-nilai, norma, dan etika Islam. Karena juru dakwah menebarkan kebenaran Ilahi, maka jurnalis Muslim laksana “penyambung lidah” para nabi dan ulama. Karena itu, ia pun dituntut memiliki sifat-sifat kenabian, seperti Shidiq, Amanah, Tabligh, dan Fathonah. Dan hal itulah yang menjadi karakteristik jurnalis muslim.

Shidiq artinya benar, yakni menginformasikan yang benar saja dan membela serta menegakkan kebenaran itu. Standar kebenarannya tentu saja kesesuaian dengan ajaran Islam (al-Quran dan as-Sunnah).

Amanah artinya terpercaya, dapat dipercaya, karenanya tidak boleh berdusta, memanipulasi atau mendistorsi fakta, dan sebagainya.

Tabligh berarti menyampaikan yakni menginformasikan kebenaran, tidak menyembunyikannya. Sedangkan fathonah artinya cerdas dan berwawasan luas. Jurnalis Muslim dituntut mampu menganalisis dan membaca situasi, termasuk membaca apa yang diperlukan umat.

C. Etika Jurnalis Muslim

Jurnalis Muslim bukan saja para wartawan yang bergama Islam dan *committed* dengan ajaran agamanya, melainkan juga para cendekiawan Muslim, ulama, mubalig, dan umat Islam pada umumnya yang cakap menulis di media massa.

Seorang jurnalis muslim hendaknya memiliki kode etik jurnalistik tersendiri sesuai tuntunan ajaran islam. Kode etik dimaksudkan adalah sebagai berikut :

1. Menginformasikan atau menyampaikan yang benar saja alias tidak berbohong, juga tidak merekayasa atau memanipulasi fakta.
2. Bijaksana, penuh nasihat yang baik, serta argumentasi yang jelas dan baik pula. Karakter, pola pikir, kadar pemahaman objek pembaca harus dipahami, sehingga tulisan berita yang dibuat pun akan disesuaikan sehingga mudah dibaca dan dicerna.
3. Meneliti kebenaran berita/fakta sebelum dipublikasikan (*check and recheck*).
4. Hindari olok-olok, penghinaan, mengejek, atau cacu-maki sehingga menumbuhkan permusuhan dan kebencian.
5. Hindarkan prasangka buruk. Dalam istilah hokum, pegang teguh “asas praduga tak bersalah”.

Selain kode etik jurnalistik islam di atas, jurnalis muslim tentu saja harus menaati kode etik jurnalistik umum (Kode Etik Wartawan Indonesia).

Ketaatan atau keterikatan pada kode etik tersebut merupakan realisasi diri sebagai seorang jurnalis professional sekaligus menjadi “warga Negara yang baik dan konstitusional”.

Setidaknya ada lima peran media dakwah, baik di lingkungan kampus maupun nonkampus atau keduanya:

1. Sebagai Pendidik (*Muaddib*), yaitu melaksanakan fungsi edukasi yang Islami. Ia harus lebih menguasai ajaran Islam dari rata-rata khalayak pembaca. Lewat media massa, ia mendidik umat Islam agar melaksanakan perintah Allah SWT dan menjauhi larangan-Nya. Ia memikul tugas mulia untuk mencegah umat Islam dari berperilaku yang menyimpang dari syariat Islam, juga melindungi umat dari pengaruh buruk media massa non-Islami yang anti-Islam.
2. Sebagai Pelurus Informasi (*Musaddid*). Setidaknya ada tiga hal yang harus diluruskan oleh para jurnalis Muslim. Pertama, informasi tentang ajaran dan umat Islam. Kedua, informasi tentang karya-karya atau prestasi umat Islam. Ketiga, lebih dari itu jurnalis Muslim dituntut mampu menggali –melakukan *investigative reporting*– tentang kondisi umat Islam di berbagai penjuru dunia. Peran Musaddid terasa relevansi dan urgensinya mengingat informasi tentang Islam dan umatnya yang datang dari pers Barat biasanya bias (menyimpang, berat sebelah) dan distorsif, manipulatif, alias penuh rekayasa untuk memojokkan Islam yang tidak disukainya. Di sini, jurnalis Muslim dituntut berusaha mengikis fobi Islam (*Islamophobia*) yang merupakan produk propaganda pers Barat yang anti-Islam.
3. Sebagai Pembaharu (*Mujaddid*), yakni penyebar paham pembaharuan akan pemahaman dan pengamalan ajaran Islam (reformisme Islam). Jurnalis Muslim hendaknya menjadi “jurubicara” para pembaharu, yang menyerukan umat Islam memegang teguh al-Quran dan as-Sunnah, memurnikan pemahaman tentang Islam dan pengamalannya (membersihkannya dari bid’ah, khurafat, tahayul, dan isme-isme asing non-Islami), dan menerapkannya dalam segala aspek kehidupan umat.
4. Sebagai Pemersatu (*Muwahid*), yaitu harus mampu menjadi jembatan yang mempersatukan umat Islam. Oleh karena itu, kode etik jurnalistik yang berupa impartiality (tidak memihak pada golongan tertentu dan menyajikan dua sisi dari setiap informasi [both side information] harus ditegakkan. Jurnalis Muslim harus membuang jauh-jauh sikap sektarian yang baik secara ideal maupun komersial tidaklah menguntungkan.
5. Sebagai Pejuang (*Mujahid*), yaitu pejuang-pembela Islam. Melalui media massa, jurnalis Muslim berusaha keras membentuk pendapat umum yang mendorong penegakkan nilai-nilai Islam, menyemarakkan syiar Islam, mempromosikan citra Islam yang positif dan rahmatan lil’alamin, serta menanamkan ruhul jihad di kalangan umat.

Apabila Dakwah diartikan sebagai cara yang dilakukan untuk mengajak

orang kepada kehidupan yang lebih baik, baik di dunia dan akhirat. Maka cara ini akan lebih efektif jika menggunakan alat untuk mempercepat tercapainya tujuan yang dimaksud. Maka kepenulisan dan jurnalistik adalah bagian dari cara berdakwah. Seorang penulis muslim atau jurnalis muslim merupakan subjek pelaku dakwah, cara mereka adalah dakwah. Alat mereka adalah berbagai macam tulisan dan artikel dakwah.

Media adalah sebuah alat dakwah tulisan atau disebut juga *dakwah bil qalam*. Dakwah tulisan memiliki banyak keistimewaan dibandingkan dengan dakwah lisan. Diantara keistimewaan itu adalah dakwah tulisan selalu awet di setiap zaman, tidak terikat pada ruang dan waktu.

Tulisan juga bisa dibaca oleh seluruh orang di dunia. Kehadiran teknologi internet juga menjadi angin segar untuk *dakwah bil qalam*. Para penulis dan jurnalis muslim mempunyai kesempatan lebih besar untuk terus membuat artikel-artikel dakwah, dan dapat tersebar luas, cepat dan tahan lama.

BAB 17 PENUTUP

Sebagai bahan kuliah buku ini masih memerlukan penyempurnaan dan revisi seiring perkembangan dunia jurnalistik. Perkembangan media sosial yang kelak akan menjadi alternatif media, dan sedikit banyak mengambil alih peran seorang jurnalis belum tersentuh sama sekali dalam buku ini.

Mudah-mudahan buku yang akan datang pembahasan akan difokuskan pada media baru yang memiliki peran yang sangat besar dalam era informasi ini. Imbas adanya medsos dan kesulitan mengontrolnya juga belum masuk dalam buku ini, perkembangan berita palsu atau hoax juga merupakan kajian menarik yang akan menjadi bahasan yang akan datang, semoga.

DAFTAR PUSTAKA

- Amar, M. Djen. 1984. *Hukum Komunikasi Jurnalistik*. Cetakan Pertama. Bandung: Alumni.
- Anwar, H. Rosihan. 1991. *Bahasa Jurnalistik dan Komposisi*. Cetakan Keempat. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Assegaff, Dja'far Husin. 1983. *Jurnalistik Masa Kini, Pengantar ke Praktek Kewartawanan*. Cetakan Pertama. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Astraatmadja, Atmakusumah dan Lucas Luwarso. Penyunting. 2001. *Menegakkan Etika Pers*. Cetakan Pertama. Jakarta: Dewan Pers.
- Badudu, JS. 1996. *Pelik-Pelik Bahasa Indonesia*. Cetakan Keempat Puluh Satu. Bandung: Pustaka Prima.
- Baggini, Julian. 2003. *Making Sense, Filsafat di Balik Headline Berita*. Cetakan Pertama. Penerjemah: Nurul Qamariyah. Bandung: Teraju.
- Brooks, Brian S, George Kennedy, Darly R. Moen dan Don Ranly. 1980. *News Reporting and Writing*. First Published. New York, USA: St. Martin's Press.
- Effendy, Onong Uchjana. 1993. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Cetakan Pertama. Bandung: Citra Aidya Bakti.
- Eriyanto. 2001. *Analisis Wacana, Pengantar Analisis Teks Media*. Cetakan pertama. Yogyakarta: LKIS.
- Eriyanto. 2002. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: LKIS.
- Hamzah, A, I Wayan Suandra dan BA Manalu. 1987. *Delik-Delik Pers di Indonesia*. Cetakan Pertama. Jakarta: Media Sarana Pers.
- Hidayat, Dedy N, Effendi Gazali, Harsono Suwardi, Ishadi SK. 2000. *Pers dalam Revolusi Mei: Runtuhnya Sebuah Negeri*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hilliard, Robert L. 1976. *Writing for Television and Radio*. First Published. New York: Hastings House Publishing.
- Hofmann, Ruedi. 1999. *Dasar-Dasar Apresiasi Program Televisi*. Cetakan Pertama. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Keith, Michael C. 2001. *Manajemen Stasiun Radio*. Cetakan Pertama. Jakarta: Internews Indonesia.
- Kurnia, Septiawan Santana. 2002. *Jurnalisme Sastra*. Cetakan Pertama. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Luwarso, Lucas. Editor. 2003. *Delik Pers dalam Hukum Pidana*. Cetakan Kedua. Jakarta: Dewan Pers dan Lembaga Informasi Nasional.
- Mappatoto, Andi Baso. 1999. *Teknik Penulisan Feature*. Cetakan Ketiga. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Mas, Marwan. 2004. *Pengantar Ilmu Hukum*. Cetakan Pertama. Jakarta:

- Ghalia Indonesia.
- McQuail, Dennis. 1994. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*: Edisi Kedua. Jakarta: Erlangga.
- Mirza, Layla S. Editor. 2000. *Politik dan Radio, Buku Pegangan bagi Jurnalis Radio*. Cetakan Pertama: Jakarta: Friedrich Naumann Stiftung.
- Muda, Deddy Iskandar. 2003. *Jurnalistik Televisi, Menjadi Reporter Profesional*. Cetakan Pertama. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2001. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Cetakan Kedua. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Neuman, W. Russel. 1993. *The Future of the Mass Audience*. New York: Cambridge University Press.
- Newsom, Doug dan James A. Wollert. 1985. First Published. *Media Writing: News For The Massa Media*. Belmont, California: Wadsworth Publishing Company.
- Nimmo, Dan. 1989. *Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek*. Cetakan Pertama. Bandung: Remaja Karya.
- Oetama, Jakob. 1987. *Perspektif Pers Indonesia*. Cetakan Pertama. Jakarta: LP3ES.
- Olen, Jeffrey. 1988. *Ethics in Journalism*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Oramahi, Hasan Asy'ari. 2003. *Menulis Untuk Telinga, Sebuah Manual Penulisan Berita Radio*. Cetakan Pertama. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Patmono SK. 1996. *Teknik Jurnalistik, Tuntunan Praktis untuk Menjadi Wartawan*. Cetakan Pertama. Jakarta: BPK Gunung Mulia.
- Rachmadi, F. 1990. *Perbandingan Sistem Pers: Analisis Deskriptif Sistem Pers di Berbagai Negara*. Cetakan Pertama. Jakarta: Gramedia.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1998. *Psikologi Komunikasi*. Edisi Revisi. Cetakan XII. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Semi, Atar. 1995. *Teknik Penulisan Berita, Features, dan Artikel*. Cetakan Pertama. Bandung: Mugantara.
- Siebert, Fred S, Theodore Peterson, dan Wilbur Schramm. 1986. *Empat Teori Pers*. Alih Bahasa: Putu Laxman Sanjaya Pendit. Judul Asli: *The Four Theories of The Press*. Jakarta: Intermasa.
- Simorangkir, JCC. 1980. *Hukum dan Kebebasan Pers*. Cetakan Pertama. Bandung: Angkasa.
- Sobur, Alex. 2001. *Etika Pers, Profesionalisme dengan Nurani*. Cetakan Pertama. Bandung: Humaniora Utama Press.
- Sobur, Alex. 2001. *Analisis Teks Media, Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Cetakan Pertama. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suhandang, Kustadi. 2004. *Pengantar Jurnalistik, Seputar Organisasi, Produk, dan Kode Etik*. Cetakan Pertama. Bandung: Nuansa.
- Sumadiri, AS Haris. 2004. *Menulis Artikel dan Tajuk Rencana, Panduan Praktis Penulis dan Jurnalis Profesional*. Cetakan Pertama. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Soeseno, Slamet. 1986. *Teknik Penulisan Ilmiah Populer*. Cetakan Kelima. Jakarta: Gramedia.
- Stein, ML. 1988. *Bagaimana Menjadi Wartawan*. Cetakan Pertama. Jakarta: Bina Aksara.
- Tarigan, Henry Guntur. 1983. *Menulis Sebagai Suatu Keterampilan*.
- Wahyudi, JB. 1992. *Teknologi Informasi dan Produk Citra Bergerak*. Cetakan Pertama. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Dedi J Malik, Yosali Iriantara (ed), 1994, *Komunikasi Persuasif*, Bandung, P.T. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana, 1986, *Dinamika Komunikasi*, Bandung, Remaja Rosdakarya.
- _____, 1993, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung, Citra Aditya Bakti.
- Little John, Stephen, 1983, *Theories Of Human Communication*, California, Humboldt State University.
- Mafri Amir, 1999, *Etika Komunikasi Massa Dalam Pandangan Islam*, Jakarta, Logos.
- Martindale, Don, 1960, *The Nature and Types of Sociological Theory*, Massachusetts, The Riverside Press Cambridge.
- Mulyana, 2000, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung, Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat Jalaluddin, 1997, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung, Remaja Rosdakarya.
- _____, 2000, *Psikologi Komunikasi*, Bandung, Remaja Rosdakarya.
- Susanto, Phil Astrid, 1982, *Komunikasi Massa I*, Bandung, Binacipta.
- _____, 1985, *Komunikasi Sosial di Indonesia*, Bandung, Binacipta.
- Tubbs and Moss, 1996, *Human Communication Idan II*, Bandung, P.T. Remaja Rosdakarya.

Sumber Internet (web dan blogs)

www.jonru.net
<http://febadian.net>

<http://aliefnews.wordpress.com>
<http://penerbitanbuku.wordpress.com>
www.suaramerdeka.com
Jaringan Media Jurnalistik Kampus onno.vlsm.org
<http://romeltea.wordpress.com>
<http://awscomm.blogspot.com>
<http://duniawahyuni.blogspot.com>
<http://lampungku.blogspot.com/>

Lampiran 1

KODE ETIK JURNALISTIK (versi PWI)

Bahwa sesungguhnya salah satu perwujudan kemerdekaan Negara Republik Indonesia adalah kemerdekaan mengeluarkan pikiran dengan lisan dan tulisan sebagaimana diamanatkan oleh pasal 28 Undang-undang Dasar 1945. Oleh sebab itu kemerdekaan pers wajib dihormati oleh semua pihak

Mengingat negara Republik Indonesia adalah negara berdasarkan atas hukum sebagaimana diamanatkan dalam penjelasan Undang-undang Dasar 1945, seluruh wartawan Indonesia menjunjung tinggi konstitusi dan menegakkan kemerdekaan pers yang bertanggung jawab, mematuhi norma-norma profesi kewartawanan, memajukan kesejahteraan umum dan mencerdaskan kehidupan bangsa, serta memperjuangkan ketertiban dunia berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi, dan keadilan sosial berdasarkan Pancasila.

Maka atas dasar itu, demi tegaknya harkat, martabat, integritas, dan mutu kewartawanan Indonesia serta bertumpu pada kepercayaan masyarakat, dengan ini Persatuan Wartawan Indonesia(PWI) menetapkan Kode Etik Jurnalistik yang harus ditaati dan dilaksanakan oleh seluruh wartawan Indonesia.

BAB I

KEPRIBADIAN DAN INTEGRITAS

Pasal 1

Wartawan Indonesia beriman dan bertaqwa kepada tuhan Yang Maha Esa, berjiwa Pancasila, taat kepada undang-undang Dasar Negara RI, kesatria, menjunjung harkat, martabat manusia dan lingkungannya, mengabdikan kepada kepentingan bangsa dan negara serta terpercaya dalam mengemban profesinya.

Pasal 2

Wartawan Indonesia dengan penuh rasa tanggung jawab dan bijaksana mempertimbangkan patut tidaknya menyiarkan karya jurnalistik (tulisan, suara, serta suara dan gambar) yang dapat membahayakan keselamatan dan keamanan negara, persatuan dan kesatuan bangsa, menyinggung perasaan agama, kepercayaan atau keyakinan suatu golongan yang dilindungi oleh undang-undang.

Pasal 3

Wartawan Indonesia pantang menyiarkan karya jurnalistik (tulisan, suara, serta suara dan gambar) yang menyesatkan memutar balikkan fakta, bersifat fitnah, cabul serta sensasional.

Pasal 4

Wartawan Indonesia menolak imbalan yang dapat mempengaruhi obyektivitas pemberitaan.

BAB II

CARA PEMBERITAAN DAN MENYATAKAN PENDAPAT

Pasal 5

Wartawan Indonesia menyajikan berita secara berimbang dan adil, mengutamakan kecermatan dari kecepatan serta tidak mencampur adukkan fakta dan opini sendiri. Karya jurnalistik berisi interpretasi dan opini wartawan, agar disajikan dengan menggunakan nama jelas penulisnya.

Pasal 6

Wartawan Indonesia menghormati dan menjunjung tinggi kehidupan pribadi dengan tidak menyiarkan karya jurnalistik (tulisan, suara, serta suara dan gambar) yang merugikan nama baik seseorang, kecuali menyangkut kepentingan umum.

Pasal 7

Wartawan Indonesia dalam memberitakan peristiwa yang diduga menyangkut pelanggaran hukum atau proses peradilan harus menghormati asas praduga tak bersalah, prinsip adil, jujur, dan penyajian yang berimbang.

Pasal 8

Wartawan Indonesia dalam memberitakan kejahatan susila (asusila) tidak merugikan pihak korban.

BAB III

SUMBER BERITA

Wartawan Indonesia menempuh cara yang sopan dan terhormat untuk memperoleh bahan karya jurnalistik (tulisan, suara, serta suara dan gambar) dan selalu menyatakan identitasnya kepada sumber berita.

Pasal 10

Wartawan Indonesia dengan kesadaran sendiri secepatnya mencabut atau meralat setiap pemberitaan yang kemudian ternyata tidak akurat, dan memberi kesempatan hak jawab secara proporsional kepada sumber atau obyek berita.

Pasal 11

Wartawan Indonesia meneliti kebenaran bahan berita dan memperhatikan kredibilitas serta kompetensi sumber berita.

Pasal 12

Wartawan Indonesia tidak melakukan tindakan plagiat, tidak mengutip karya jurnalistik tanpa menyebut sumbernya.

Pasal 13

Wartawan Indonesia harus menyebut sumber berita, kecuali atas permintaan yang bersangkutan untuk tidak disebut nama dan identitasnya sepanjang menyangkut fakta dan data bukan opini.

Apabila nama dan identitas sumber berita tidak disebutkan, segala tanggung jawab ada pada wartawan yang bersangkutan.

Pasal 14

Wartawan Indonesia menghormati ketentuan embargo, bahan latar belakang, dan tidak menyiarkan informasi yang oleh sumber berita tidak dimaksudkan sebagai bahan berita serta tidak menyiarkan keterangan “off the record”.

BAB IV

KEKUATAN KODE ETIK JURNALISTIK

Pasal 15

Wartawan Indonesia harus dengan sungguh-sungguh menghayati dan mengamalkan Kode Etik Jurnalistik PWI (KEJ-PWI) dalam melaksanakan profesinya.

Pasal 16

Wartawan Indonesia menyadari sepenuhnya bahwa penataan Kode Etik Jurnalistik ini terutama berada pada hati nurani masing-masing.

Pasal 17

Wartawan Indonesia mengakui bahwa pengawasan dan penetapan sanksi atas pelanggaran Kode Etik Jurnalistik ini adalah sepenuhnya hak organisasi dari Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) dan dilaksanakan oleh Dewan Kehormatan PWI.

Tidak satu pihakpun di luar PWI yang dapat mengambil tindakan terhadap wartawan Indonesia dan atau medianya berdasarkan pasal-pasal dalam Kode Etik Jurnalistik ini.

Lampiran 2

UNDANG-UNDANG RI NO 40 TAHUN 1999 TENTANG PERS

Menimbang :

1. bahwa kemerdekaan pers merupakan salah satu wujud kedaulatan rakyat dan menjadi unsur yang sangat penting untuk menciptakan kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara yang demokratis, sehingga kemerdekaan mengeluarkan pikiran dan pendapat sebagaimana tercantum dalam Pasal 28 Undang-undang Dasar 1945 harus dijamin;
2. bahwa dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara yang demokratis, kemerdekaan menyatakan pikiran dan pendapat sesuai dengan hati nurani dan hak memperoleh informasi, merupakan hak asasi manusia yang sangat hakiki, yang diperlukan untuk menegakkan keadilan dan kebenaran, memajukan kesejahteraan umum, dan mencerdaskan kehidupan bangsa;
3. bahwa pers nasional sebagai wahana komunikasi massa, penyebar informasi, dan pembentuk opini harus dapat melaksanakan asas, fungsi, hak, kewajiban, dan peranannya dengan sebaik-baiknya berdasarkan kemerdekaan pers yang profesional, sehingga harus mendapat jaminan dan perlindungan hukum, serta bebas dari campur tangan dan paksaan dari manapun;
4. bahwa pers nasional berperan ikut menjaga ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial;
5. bahwa Undang-undang Nomor 11 Tahun 1966 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Pers sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang Nomor 4 Tahun 1967 dan diubah dengan Undang-undang Nomor 21 Tahun 1982 sudah tidak sesuai dengan tuntutan perkembangan zaman;
6. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, b, c, d, dan e, perlu dibentuk Undang-undang tentang Pers;

Mengingat :

1. Pasal 5 ayat (1), Pasal 20 ayat (1), Pasal 27, dan Pasal 28 Undang-undang Dasar 1945;
2. Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia Nomor XVII/MPR/1998 tentang Hak Asasi Manusia;

Dengan persetujuan

DEWAN PERWAKILAN RAKYAT REPUBLIK INDONESIA

MEMUTUSKAN :

Menetapkan : UNDANG-UNDANG TENTANG PERS.

BAB I

KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Undang-undang ini, yang dimaksud dengan :

1. 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 gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia.
2. Perusahaan pers adalah badan hukum Indonesia yang menyelenggarakan usaha pers meliputi perusahaan media cetak, media elektronik, dan kantor berita, serta perusahaan media lainnya yang secara khusus menyelenggarakan, menyiarkan, atau menyalurkan informasi.
3. Kantor berita adalah perusahaan pers yang melayani media cetak, media elektronik, atau media lainnya serta masyarakat umum dalam memperoleh informasi.
4. Wartawan adalah orang yang secara teratur melaksanakan kegiatan jurnalistik.
5. Organisasi pers adalah organisasi wartawan dan organisasi perusahaan pers.
6. Pers nasional adalah pers yang diselenggarakan oleh perusahaan pers Indonesia.
7. Pers asing adalah pers yang diselenggarakan oleh perusahaan asing.
8. Penyensoran adalah penghapusan secara paksa sebagian atau seluruh materi informasi yang akan diterbitkan atau disiarkan, atau tindakan teguran atau peringatan yang bersifat mengancam dari pihak manapun, dan atau kewajiban melapor, serta memperoleh izin dari pihak berwajib, dalam pelaksanaan kegiatan jurnalistik.
9. Pembredelan atau pelarangan penyiaran adalah penghentian penerbitan dan peredaran atau penyiaran secara paksa atau melawan hukum.
10. Hak Tolak adalah hak wartawan karena profesinya, untuk menolak mengungkapkan nama dan atau identitas lainnya dari sumber berita yang harus dirahasiakannya.

11. Hak Jawab adalah seseorang atau sekelompok orang untuk memberikan tanggapan atau sanggahan terhadap pemberitaan berupa fakta yang merugikan nama baiknya.
12. Hak Koreksi adalah hak setiap orang untuk mengoreksi atau membetulkan kekeliruan informasi yang diberitakan oleh pers, baik tentang dirinya maupun tentang orang lain.
13. Kewajiban Koreksi adalah keharusan melakukan koreksi atau ralat terhadap suatu informasi, data, fakta, opini, atau gambar yang tidak benar yang telah diberitakan oleh pers yang bersangkutan.
14. Kode Etik Jurnalistik adalah himpunan etika profesi wartawan.

BAB II

ASAS, FUNGSI, HAK, KEWAJIBAN DAN PERANAN PERS

Pasal 2

Kemerdekaan pers adalah salah satu wujud kedaulatan rakyat yang berasaskan prinsip-prinsip demokrasi, keadilan, dan supremasi hukum.

Pasal 3

1. Pers nasional mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial.
2. Disamping fungsi-fungsi tersebut ayat (1), pers nasional dapat berfungsi sebagai lembaga ekonomi.

Pasal 4

1. Kemerdekaan pers dijamin sebagai hak asasi warga negara.
2. Terhadap pers nasional tidak dikenakan penyensoran, pembredelan atau pelarangan penyiaran.
3. Untuk menjamin kemerdekaan pers, pers nasional mempunyai hak mencari, memperoleh, dan menyebarkan gagasan dan informasi.
4. Dalam mempertanggungjawabkan pemberitaan di depan hukum, wartawan mempunyai Hak Tolak.

Pasal 5

1. Pers nasional berkewajiban memberitakan peristiwa dan opini dengan menghormati norma-norma agama dan rasa kesusilaan masyarakat serta asas praduga tak bersalah.
2. Pers wajib melayani Hak Jawab.
3. Pers wajib melayani Hak Tolak.

Pasal 6

Pers nasional melaksanakan peranannya sebagai berikut :

1. memenuhi hak masyarakat untuk mengetahui;

2. menegakkan nilai-nilai dasar demokrasi, mendorong terwujudnya supremasi hukum, dan Hak Asasi Manusia, serta menghormati kebhinekaan;
3. mengembangkan pendapat umum berdasarkan informasi yang tepat, akurat dan benar;
4. melakukan pengawasan, kritik, koreksi, dan saran terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan umum;
5. memperjuangkan keadilan dan kebenaran;

BAB III

WARTAWAN

Pasal 7

1. Wartawan bebas memilih organisasi wartawan.
2. Wartawan memiliki dan menaati Kode Etik Jurnalistik.

Pasal 8

Dalam melaksanakan profesinya wartawan mendapat perlindungan hukum.

BAB IV

PERUSAHAAN PERS

Pasal 9

1. Setiap warga negara Indonesia dan negara berhak mendirikan perusahaan pers.
2. Setiap perusahaan pers harus berbentuk badan hukum Indonesia.

Pasal 10

Perusahaan pers memberikan kesejahteraan kepada wartawan dan karyawan pers dalam bentuk kepemilikan saham dan atau pembagian laba bersih serta bentuk kesejahteraan lainnya.

Pasal 11

Penambahan modal asing pada perusahaan pers dilakukan melalui pasar modal.

Pasal 12

Perusahaan pers wajib mengumumkan nama, alamat dan penanggung jawab secara terbuka melalui media yang bersangkutan; khusus untuk penerbitan pers ditambah nama dan alamat percetakan.

Pasal 13

Perusahaan pers dilarang memuat iklan :

1. yang berakibat merendahkan martabat suatu agama dan atau mengganggu kerukunan hidup antarumat beragama, serta bertentangan dengan rasa kesusilaan masyarakat;
2. minuman keras, narkotika, psikotropika, dan zat aditif lainnya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan

yang berlaku;

3. peragaan wujud rokok dan atau penggunaan rokok.

Pasal 14

Untuk mengembangkan pemberitaan ke dalam dan ke luar negeri, setiap warga negara Indonesia dan negara dapat mendirikan kantor berita.

BAB V

DEWAN PERS

Pasal 15

1. Dalam upaya mengembangkan kemerdekaan pers dan meningkatkan kehidupan pers nasional, dibentuk Dewan Pers yang independen.
2. Dewan Pers melaksanakan fungsi-fungsi sebagai berikut :
 1. melindungi kemerdekaan pers dari campur tangan pihak lain;
 2. melakukan pengkajian untuk pengembangan kehidupan pers;
 3. menetapkan dan mengawasi pelaksanaan Kode Etik Jurnalistik;
 4. memberikan pertimbangan dan mengupayakan penyelesaian pengaduan masyarakat atas kasus-kasus yang berhubungan dengan pemberitaan pers;
 5. mengembangkan komunikasi antara pers, masyarakat, dan pemerintah;
 6. memfasilitasi organisasi-organisasi pers dalam menyusun peraturan-peraturan di bidang pers dan meningkatkan kualitas profesi kewartawanan;
 7. mendata perusahaan pers;
3. Anggota Dewan Pers terdiri dari :
 1. wartawan yang dipilih oleh organisasi wartawan;
 2. pimpinan perusahaan pers yang dipilih oleh organisasi perusahaan pers;
 3. tokoh masyarakat, ahli di bidang pers dan atau komunikasi, dan bidang lainnya yang dipilih oleh organisasi wartawan dan organisasi perusahaan pers;
4. Ketua dan Wakil Ketua Dewan Pers dipilih dari dan oleh anggota.
5. Keanggotaan Dewan Pers sebagaimana dimaksud dalam ayat (3) pasal ini ditetapkan dengan Keputusan Presiden.
6. Keanggotaan Dewan Pers berlaku untuk masa tiga tahun dan sesudah itu hanya dapat dipilih kembali untuk satu periode

berikutnya.

7. Sumber pembiayaan Dewan Pers berasal dari :
 1. organisasi pers;
 2. perusahaan pers;
 3. bantuan dari negara dan bantuan lain yang tidak mengikat.

BAB VI

PERS ASING

Pasal 16

Peredaran pers asing dan pendirian perwakilan perusahaan pers asing di Indonesia disesuaikan dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

BAB VII

PERAN SERTA MASYARAKAT

Pasal 17

1. Masyarakat dapat melakukan kegiatan untuk mengembangkan kemerdekaan pers dan menjamin hak memperoleh informasi yang diperlukan.
2. Kegiatan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dapat berupa :
 1. Memantau dan melaporkan analisis mengenai pelanggaran hukum, dan kekeliruan teknis pemberitaan yang dilakukan oleh pers;
 2. menyampaikan usulan dan saran kepada Dewan Pers dalam rangka menjaga dan meningkatkan kualitas pers nasional.

BAB VIII

KETENTUAN PIDANA

Pasal 18

1. Setiap orang yang secara melawan hukum dengan sengaja melakukan tindakan yang berakibat menghambat atau menghalangi pelaksanaan ketentuan Pasal 4 ayat (2) dan ayat (3) dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau denda paling banyak Rp. 500.000.000,00 (Lima ratus juta rupiah).
2. Perusahaan pers yang melanggar ketentuan Pasal 5 ayat (1) dan ayat (2), serta Pasal 13 dipidana dengan pidana denda paling banyak Rp. 500.000.000,00 (Lima ratus juta rupiah).
3. Perusahaan pers yang melanggar ketentuan Pasal 9 ayat (2) dan Pasal 12 dipidana dengan pidana denda paling banyak Rp. 100.000.000,00 (Seratus juta rupiah).

BAB IX
KETENTUAN PERALIHAN

Pasal 19

1. Dengan berlakunya undang-undang ini segala peraturan perundang-undangan di bidang pers yang berlaku serta badan atau lembaga yang ada tetap berlaku atau tetap menjalankan fungsinya sepanjang tidak bertentangan atau belum diganti dengan yang baru berdasarkan undang-undang ini.
2. Perusahaan pers yang sudah ada sebelum diundangkannya undang-undang ini, wajib menyesuaikan diri dengan ketentuan undang-undang ini dalam waktu selambat-lambatnya 1 (satu) tahun sejak diundangkannya undang-undang ini.

BAB X
KETENTUAN PENUTUP

Pasal 20

Pada saat undang-undang ini mulai berlaku :

1. Undang-undang Nomor 11 Tahun 1966 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Pers (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1966 Nomor 40, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 2815) yang telah diubah terakhir dengan Undang-undang Nomor 21 Tahun 1982 tentang Perubahan atas Undang-undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 1966 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Pers sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang Nomor 4 Tahun 1967 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1967 Nomor 52, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia);
2. Undang-undang Nomor 4 PNPS Tahun 1963 tentang Pengamanan Terhadap Barang-barang Cetakan yang Isinya Dapat Mengganggu Ketertiban Umum (Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 23, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 2533), Pasal 2 ayat (3) sepanjang menyangkut ketentuan mengenai buletin-buletin, surat-surat kabar harian, majalah-majalah, dan penerbitan-penerbitan berkala;

Dinyatakan tidak berlaku.

Pasal 21

Undang-undang ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan. Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Undang-undang ini dengan penempatannya dalam Lembaran Negara Republik Indonesia.

Disahkan di Jakarta

Pada tanggal 23 September 1999

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA

ttd

BACHARUDIN JUSUF HABIBIE

Diundangkan di Jakarta

Pada tanggal 23 September 1999

MENTERI NEGARA SEKRETARIS NEGARA REPUBLIK INDONESIA,

ttd

MULADI

LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA TAHUN 1999
NOMOR 166

Salinan sesuai dengan aslinya.

SEKRETARIAT KABINET RI

Kepala Biro Peraturan Perundang-undangan II PR

Edy Sudibyo