

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Persepsi

1. Pengertian Persepsi

Secara etimologis, persepsi atau dalam bahasa Inggris *perception* berasal dari bahasa Latin *perceptio*, dari *percipere*, yang artinya menerima atau mengambil. Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimulus inderawi (*sensory stimuli*).¹

Persepsi adalah proses pemahaman atau pemberian makna atas suatu informasi terhadap stimulus. Stimulus didapat dari proses penginderaan terhadap objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan antar gejala yang selanjutnya diproses oleh otak.² Istilah Persepsi biasanya digunakan untuk mengungkapkan tentang pengalaman terhadap suatu benda ataupun suatu kejadian yang dialami. Persepsi ini didefinisikan sebagai proses yang menggabungkan dan mengorganisir data-data indra kita (pengindraan) untuk dikembangkan sedemikian rupa sehingga kita dapat menyadari di sekeliling kita, termasuk sadar akan diri kita sendiri.³ Persepsi berlangsung saat seseorang menerima stimulus dari dunia luar yang ditangkap oleh organ-organ

¹ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011), h. 50.

² Sumanto, *Psikologi Umum*, (Yogyakarta: CAPS, 2014), h. 52.

³ Abdul Rahman Saleh, *Psikologi: Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Kencana, 2004), h. 110.

bantunya yang kemudian masuk kedalam otak. Di dalamnya terjadi proses berpikir yang pada akhirnya terwujud dalam sebuah pemahaman.⁴

Bimo Walgito mengatakan persepsi adalah suatu proses yang didahului oleh penginderaan, yaitu merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indra atau disebut proses sensoris. Proses itu tidak berhenti begitu saja, melainkan stimulus tersebut diteruskan dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi.⁵

Menurut William James persepsi terbentuk atas dasar data-data yang kita peroleh dari lingkungan yang diserap oleh indra kita, serta sebagian lainnya diperoleh dari pengolahan ingatan (memori) kita (diolah kembali berdasarkan pengalaman yang kita miliki).⁶

Dari beberapa pengertian persepsi di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah tindakan penilaian dalam pemikiran seseorang setelah menerima stimulus dari apa yang dirasakan oleh pancaindranya. Stimulus tersebut kemudian berkembang menjadi suatu pemikiran yang akhirnya membuat seseorang memiliki suatu pandangan terkait suatu kasus atau kejadian yang tengah terjadi.

2. Jenis-jenis Persepsi

Persepsi terbagi menjadi dua, yaitu: persepsi terhadap objek (lingkungan fisik) dan persepsi terhadap manusia atau sosial. Persepsi terhadap manusia lebih sulit dan

⁴ Sarlito W. Sarwono, *Pengantar Psikologi Umum*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 86.

⁵ Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), h. 88.

⁶ Sumanto, *Op. Cit.*, h. 53.

kompleks karena manusia bersifat dinamis. Kedua jenis persepsi ini memiliki perbedaan yaitu:⁷

- a. Persepsi terhadap objek melalui lambang-lambang fisik, sedangkan terhadap manusia melalui lambang-lambang verbal dan nonverbal. Manusia lebih efektif daripada kebanyakan objek dan lebih sulit diramalkan.
- b. Persepsi terhadap objek menanggapi sifat-sifat luar, sedangkan terhadap manusia menanggapi sifat-sifat luar dan dalam (perasaan, motif, harapan, dan sebagainya).
- c. Objek tidak bereaksi, sedangkan manusia bereaksi. Dengan kata lain, objek bersifat statis, sedangkan manusia bersifat dinamis. Oleh karena itu, persepsi terhadap manusia dapat berubah dari waktu ke waktu, lebih cepat daripada persepsi terhadap objek.

Persepsi manusia atau sosial adalah proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian-kejadian yang kita alami dilingkungan kita. Setiap orang memiliki gambaran berbeda-beda mengenai realitas disekelilingnya. Ada beberapa prinsip penting mengenai persepsi sosial, yaitu:⁸

1. Persepsi berdasarkan pengalaman yaitu persepsi manusia terhadap seseorang, objek, atau kejadian dan reaksi mereka terhadap hal-hal itu berdasarkan pengalaman dan pembelajaran masa lalu mereka berkaitan dengan orang, objek atau kejadian yang serupa.

⁷ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung: PT Rosda Karya Offset, 2015), h. 184.

⁸ *Ibid.*, h. 191-207.

2. Persepsi bersifat selektif. Setiap manusia sering mendapatkan rangsangan indrawi. Atensi kita pada suatu rangsangan merupakan faktor utama yang menentukan selektifitas kita atas rangsangan tersebut.
3. Persepsi bersifat dugaan. Terjadi karena data yang kita peroleh mengenai objek tidak pernah lengkap sehingga proses persepsi yang bersifat dugaan ini memungkinkan kita menafsirkan suatu objek dengan makna yang lebih lengkap dari suatu sudut pandang manapun.
4. Persepsi bersifat evaluatif. Artinya kebanyakan dari kita mengatakan bahwa apa yang kita persepsikan itu adalah suatu yang nyata akan tetapi, terkadang alat-alat indra dan persepsi kita menipu kita sehingga kita juga ragu seberapa akurat persepsi kita dengan realitas sebenarnya.
5. Persepsi bersifat kontekstual. Maksudnya bahwa dari semua pengaruh dalam persepsi kita, konteks merupakan salah satu pengaruh yang paling kuat. Ketika kita melihat seseorang, suatu objek atau suatu kejadian, konteks rangsangan sangat mempengaruhi struktur kognitif, pengharapan oleh karenanya juga persepsi kita.

Dari beberapa penjelasan di atas kita dapat melihat bahwa kita terkadang melakukan kekeliruan dalam mempersepsikan lingkungan fisik. Kondisi mempengaruhi kita terhadap suatu benda. Misalnya ketika kita disuruh mencicipi sebuah minuman, mungkin pendapat kita akan berbeda dengan pendapat orang lain karena kita memiliki persepsi yang berbeda-beda. Sedangkan persepsi terhadap

manusia yaitu proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian yang kita alami dilingkungan kita, sebab setiap orang memiliki persepsi yang berbeda-beda terhadap lingkungan sosialnya.

3. Ciri-ciri Umum Persepsi

Agar dihasilkan suatu pengindraan yang bermakna, ada ciri-ciri umum tertentu dalam persepsi, ciri-ciri tersebut yaitu sebagai berikut:⁹

- a. Modalitas: rangsang-rangsang yang diterima harus sesuai dengan modalitas tiap-tiap indra, yaitu sifat sensoris dasar dan masing-masing indra (cahaya untuk penglihatan; bau untuk penciuman; suhu bagi perasa; bunyi bagi pendengaran; sifat permukaan bagi peraba dan sebagainya).
- b. Dimensi ruang: persepsi mempunyai sifat ruang (dimensi ruang); kita dapat mengatakan atas bawah, tinggi rendah, luas sempit, latar depan latar belakang, dan lain-lain.
- c. Dimensi waktu: persepsi mempunyai dimensi waktu, seperti cepat lambat, tua muda, dan lain-lain.
- d. Struktur konteks, keseluruhan yang menyatu: objek-objek atau gejala-gejala dalam dunia pengamatan mempunyai struktur yang menyatu dengan konteksnya. Struktur dan konteks ini merupakan keseluruhan yang menyatu.

⁹ Abdul Rahman Saleh, *Op.Cit.*, h. 111-112.

- e. Dunia penuh arti: persepsi adalah dunia penuh arti. Kita cenderung melakukan pengamatan atau persepsi pada gejala-gejala yang mempunyai makna bagi kita, yang ada hubungannya dalam diri kita.

Dari beberapa ciri-ciri persepsi di atas, kita dapat melihat bahwa alat-alat indra manusia sangat berpengaruh dalam proses pembentukan sebuah persepsi. Alat-alat indra yang dimiliki manusia menyebabkan manusia mampu berpikir, merasakan, dan memiliki persepsi tertentu mengenai dirinya dan dunia disekitarnya. Persepsi di mulai dengan adanya stimulus atau rangsangan dari luar alat indra kita. Dari stimulus tersebut alat indra kita kemudian memprosesnya sehingga kita dapat menentukan atau menafsirkan informasi dari apa yang terjadi.

4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Dalam proses persepsi, banyak rangsangan yang masuk ke panca indra namun tidak semua rangsangan tersebut memiliki daya tarik yang sama. Menurut Rhenald kasali, persepsi ditentukan oleh faktor-faktor sebagai berikut:¹⁰

- a. Latar belakang budaya

Persepsi itu terkait oleh budaya. Bagaimana kita memaknai suatu pesan, objek atau lingkungan bergantung pada sistem nilai yang kita anut. Semakin besar perbedaan budaya antara dua orang semakin besar pula perbedaan persepsi mereka terhadap realitas.

¹⁰ Rhenald Kasali, *Manajemen Periklanan Konsep Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, (Jakarta: Grafiti, 2007), h. 23.

b. Pengalaman masa lalu

Audience atau khalayak, umumnya pernah memiliki suatu pengalaman tertentu atas objek yang dibicarakan. Makin intensif hubungan antara objek tersebut dengan audiens, maka semakin banyak pengalaman yang dimiliki oleh audiens. Selama audiens menjalin hubungan dengan objek, ia akan melakukan penilaian. Pada produk-produk tertentu, biasanya pengalaman dan relasi itu tidak hanya di alami oleh satu orang saja, melainkan sekelompok orang sekaligus. Pengalaman masa lalu ini biasanya diperkuat oleh informasi lain, seperti berita dan kejadian yang melanda objek.¹¹

c. Nilai-nilai yang dianut

Nilai adalah komponen evaluatif dari kepercayaan yang dianut mencakup kegunaan, kebaikan, estetika, dan kepuasan. Nilai bersifat normatif, pemberitahu suatu anggota budaya mengenai apa yang baik dan buruk, benar dan salah, apa yang harus diperjuangkan, dan lain sebagainya. Nilai bersumber dari isu filosofis yang lebih besar yang merupakan bagian dari lingkungan budaya, oleh karena itu nilai bersifat stabil dan sulit berubah.¹²

d. Berita-berita yang berkembang

Berita-berita yang berkembang adalah berita-berita seputar produk baik melalui media massa maupun informasi dari orang lain yang dapat berpengaruh terhadap persepsi seseorang. Berita yang berkembang merupakan

¹¹ Rhenald Kasali, *Manajemen Public Relation dan Aplikasinya di Indonesia*, (Jakarta: Grafiti, 2006), h. 21.

¹² Deddy Mulyana, *Komunikasi Organisasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), h. 198.

salah satu bentuk rangsangan yang menarik perhatian khalayak. Melalui berita yang berkembang di masyarakat dapat mempengaruhi terbentuknya persepsi pada benak khalayak.

Dari berita yang berkembang membuat khalayak mampu memberikan pengaruh baik secara sadar dan tidak sadar, hal ini mampu sampai kepada khalayak melalui beberapa tahapan dan untuk mengetahuinya maka digunakan Teori Stimulus Respons. Teori ini pada dasarnya merupakan reaksi atau efek secara stimulus tertentu dan menjelaskan bagaimana media massa itu mampu mempengaruhi khalayak sehingga sampai terjadi perubahan pada sikapnya. Dengan demikian seseorang dapat menjelaskan suatu prinsip yang sederhana, dimana efek merupakan reaksi terhadap stimulus tertentu.¹³

Teori ini menggambarkan proses komunikasi secara sederhana yang hanya melibatkan dua komponen media massa. Pengirim pesan, yaitu media penyiaran yang mengeluarkan stimulus, dan khalayak media massa sebagai penerima yang menanggapi dengan menunjukkan respon sehingga dinamakan teori stimulus respons.¹⁴

¹³ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, (Jakarta: PT Kencana Prenadamedia Group, 2006), Cet. Ke-7, h. 281.

¹⁴ Hidajanto Djamal, *Dasar-dasar Penyiaran*, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 65.

5. Aspek-aspek Persepsi

Pada hakekatnya sikap merupakan suatu interelasi dari berbagai komponen, dimana komponen-komponen tersebut ada tiga yaitu: ¹⁵

a. Komponen Kognitif

Komponen yang tersusun atas dasar pengetahuan atau informasi yang dimiliki seseorang tentang objek sikapnya. Dari pengetahuan ini kemudian akan terbentuk suatu keyakinan tertentu tentang objek sikap tersebut.

b. Komponen Afektif

Afektif berhubungan dengan rasa senang dan tidak senang. Jadi sifatnya evaluatif yang berhubungan erat dengan nilai-nilai kebudayaan atau sistem nilai yang dimilikinya.

c. Komponen Konatif

Merupakan kesiapan seseorang untuk bertindak laku yang berhubungan dengan objek sikapnya.

Apabila individu memiliki sikap yang positif terhadap suatu objek ia akan siap membantu, memperhatikan, berbuat sesuatu yang menguntungkan objek itu. Sebaliknya bila ia memiliki sikap yang negatif terhadap suatu objek, maka ia akan mengecam, mencela, menyerang dan bahkan membinasakan objek itu. ¹⁶

¹⁵ Humrah, *Persepsi Masyarakat Desa Teluk Payo Terhadap Acara Warta SumSel Di TVRI*, Skripsi, (Jurusan Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang: 2017).

¹⁶ Abu Ahmadi, *Psikologi Sosial*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), h. 152.

Dari penjelasan di atas dapat kita simpulkan bahwa dari suatu kejadian yang terjadi akan sangat mempengaruhi yang namanya persepsi, yang kemudian akan mempengaruhi seseorang dalam bersikap dan berperilaku terhadap sesuatu yang ada dilingkungannya.

B. Berita

1. Pengertian Berita

Berita berasal dari kata “*new*” (baru), istilah Inggris untuk maksud “berita”, berasal dari kata “*new*” (baru) dengan konotasi kepada hal-hal yang baru. Dalam hal ini segala yang baru merupakan bahan informasi bagi semua orang yang memerlukannya. Dengan kata lain, semua hal yang baru merupakan bahan informasi yang dapat disampaikan kepada orang lain dalam bentuk berita (*news*). Oleh karena itu, Hornboy menjelaskan “*news*” sebagai laporan tentang apa yang terjadi paling mutakhir (sangat-sangat baru), baik peristiwanya maupun faktanya.¹⁷

Secara etimologis istilah “berita” dalam bahasa Indonesia mendekati istilah “*bericht (en)*” dalam bahasa Belanda. Besar kemungkinan kedua istilah itu berketurunan mengingat Indonesia lama dijajah Belanda. Dalam bahasa Belanda istilah “*bericht (en)*” dijelaskan sebagai “*mededeling*” (pengumuman) yang berakar kata dari “*made (delen)*” dengan sinonim pada “*bekend maken*” (memberitahukan, mengumumkan, membuat terkenal) dan “*vertelen*” (menceritakan atau memberitahukan). Adapun Departemen Pendidikan RI membakukan istilah “berita”

¹⁷ Erwan Efendi, dan A. Rasyid, *Jurnalistik Praktis Kontemporer*, (Depok: Prenada Group, 2017), h. 19.

dengan pengertian sebagai laporan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat. Juga “berita” disamakan maknanya dengan “kabar” dan “informasi (resmi)”, yang berarti penerangan, keterangan, atau pemberitahuan.¹⁸

Sykes menjelaskan “*new*” sebagai “*tiddings*” (kabar, berita), “*news or interesting information*”, dan “*fresh events reported*”. Dalam hal ini, Sykes melihat adanya unsur-unsur laporan, peristiwa yang segar (mutakhir), dan informasi yang menarik perhatian atau baru.¹⁹ Menurut Northcliffe, “*If a dog bites a man, that’s not news; if a man bites a dog, that’s news.*” (kalau anjing menggigit manusia, itu bukan berita; kalau orang menggigit anjing, itu baru berita).²⁰

Paul De Massenner mengatakan *news* atau berita merupakan sebuah informasi penting dan menarik perhatian serta minat khalayak untuk didengar. Charnley dan James M. Neal berpendapat, berita adalah laporan suatu peristiwa, opini, kecenderungan, situasi, kondisi, interpretasi yang penting, menarik, masih baru dan harus disampaikan atau dipublikasikan kepada khalayak.²¹

Berdasarkan beberapa pengertian mengenai berita di atas maka dapat disimpulkan bahwa berita merupakan suatu informasi atau laporan yang disampaikan dari berbagai sumber tentang kejadian atau peristiwa yang baru terjadi yang kemudian disampaikan kepada khalayak atau orang banyak.

¹⁸ *Ibid.*

¹⁹ *Ibid.*

²⁰ Hikmat Kusumaningrat dan Purnama Kusumaningrat, *Teori dan Praktik*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), Cet. Ke-5, h. 33.

²¹ Haris Sumadiria, *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita Dan Feature*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2011), h. 64.

2. Unsur-unsur Berita

Dalam penulisan sebuah berita seorang wartawan harus memenuhi unsur-unsur berita agar khalayak mendapatkan informasi secara utuh. Adapun unsur-unsur berita yang dikenal dengan rumus 5 W + 1 H, yaitu sebagai berikut.²²

1. *What* (Apa)

Apa yang akan terjadi, berkaitan dengan apa yang diberitakan. Contoh: mahasiswa melakukan unjuk rasa menuntut penurunan menteri yang terlibat korupsi.

2. *Who* (Siapa)

Kepada siapa suatu peristiwa terjadi atau siapa yang terlibat dalam peristiwa tersebut. Contoh: “Mahasiswa melakukan unjuk rasa menuntut penurunan menteri yang terlibat korupsi” memperlihatkan *who* dalam peristiwa ini adalah mahasiswa dan menteri yang terlibat korupsi. Unsur *who* bisa diperjelas dan perdalam dengan memberikan keterangan seperti, mahasiswa tersebut berasal dari kampus apa dan menteri tersebut berasal dari kementerian apa.

3. *Where* (Di mana)

Di mana peristiwa yang diberitakan terjadi. Contoh: unjuk rasa terjadi didepan Istana Negara, Jakarta.

²² Fajar Junaedi, *Jurnalisme Penyiaran dan Reportase Televisi*, (Jakarta: Kencana, 2013), h. 11.

4. *When* (Kapan)

Menunjukkan waktu atau kapan peristiwa tersebut terjadi. Contoh: unjuk rasa terjadi siang kemarin pukul 12.00 WIB.

5. *Why* (Mengapa)

Memberikan keterangan tentang mengapa peristiwa tersebut terjadi. Contoh: unjuk rasa terjadi setelah presiden bersikukuh tidak memecat menteri yang terbukti melakukan korupsi.

6. *How* (Bagaimana)

Menjelaskan bagaimana peristiwa yang diberitakan terjadi. Contoh: unjuk rasa mahasiswa ini berakhir rusuh setelah polisi membubarkan paksa aksi unjuk rasa dengan menyemprotkan gas air mata.

Dalam dunia berita terdapat beberapa syarat agar tulisan dapat dikatakan sebagai berita, diantaranya adalah berita diambil dari data yang berupa fakta bukan karangan (fiksi) yang dibuat-buat, berita harus akurat, berisi informasi yang lengkap adil dan berimbang, objektif, jelas dan hangat.²³

Berita sudah menjadi bagian yang penting dalam kehidupan seseorang, sebab berita merupakan sebuah informasi mengenai sesuatu yang sedang terjadi, dan manusia membutuhkan informasi untuk mengetahui apa yang penting dan perlu untuk diketahui. Dengan begitu dengan terpenuhinya unsur-unsur 5 W + 1 H dalam sebuah

²³ Hikmat Kusumaningrat dan Purnama Kusumaningrat, *Op. Cit.*, h. 48.

berita tentu akan sangat membantu khalayak dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang belum diketahui dari suatu kejadian dalam sebuah berita.

3. Jenis-jenis Berita

Informasi yang terdapat pada berita terdapat dua bagian yaitu “*hard news*” dan “*soft news*”. *Hard news* (berita hangat) memiliki arti penting bagi banyak pembaca, pendengar, dan pemirsa karena biasanya berisi kejadian yang “terkini” yang baru saja terjadi. Sedangkan *soft news* (berita ringan) biasanya isi beritanya yang kurang penting karena isinya menghibur, walau kadang juga memberi informasi yang penting. berita jenis ini bukan berarti terbaru. Didalamnya memuat berita *human interest* atau jenis rubrik *feature*, berita jenis ini lebih menarik bagi emosi ketimbang akal pikiran.²⁴ Berikut adalah beberapa jenis berita dalam dunia jurnalistik, yaitu:

- a. *Straight news report* merupakan suatu peristiwa yang dilaporkan langsung. Langsung (*straight*) disini maksudnya yaitu suatu berita yang singkat, lugas, dan apa adanya dengan hanya menyajikan informasi terpenting yang mengandung unsur 5W + 1H.
- b. *Depth news report* adalah laporan yang bersifat mendalam. Dimana dalam berita ini dilakukan pencarian fakta secara mendalam terhadap suatu peristiwa.
- c. *Comprehensive news* adalah suatu laporan tentang fakta yang bersifat menyeluruh ditinjau dari berbagai aspek.

²⁴ Tom E Rolnicki, *et al.*, *Pengantar Dasar Jurnalisme (Scholastic Journalism)*, (Jakarta: Kencana, 2008), Cet. Ke-1, h. 2.

- d. *Interpretive report* adalah berita ini biasanya memfokuskan sebuah isu, masalah, atau peristiwa-peristiwa kontroversial. Artinya jenis berita ini adalah berita yang dikembangkan dengan pendapat atau penelitian penulisnya/reporter.
- e. *Feature story* adalah laporan mencari fakta untuk menarik perhatian pembacanya dengan menyajikan suatu pengalaman pembaca yang lebih bergantung pada gaya penulisan humor dari pada pentingnya informasi yang disampaikan.
- f. *Depth reporting* adalah pelaporan jurnalistik yang bersifat mendalam, tajam, lengkap dan utuh tentang suatu peristiwa atau kejadian fenomenal atau aktual.
- g. *Investigative reporting* adalah jenis berita ini memusatkan pada sejumlah masalah dan kontroversi.
- h. *Editorial writing* adalah gagasan atau pikiran sebuah institusi yang diuji di depan sidang pendapat umum. Penyajian fakta dan opini yang menafsirkan berita-berita yang penting dan mempengaruhi pendapat umum.²⁵

4. Sifat Berita

Sifat utama dari berita adalah menarik perhatian orang banyak. Menarik perhatian karena peristiwanya maupun karena penyajian beritanya. Dengan demikian,

²⁵ Haris Sumadiria, *Op. Cit.*, h. 69.

unsur utama yang berharga bagi berita adalah perhatian umum, suatu hal yang penting adanya untuk menjadi ukuran baik buruknya suatu berita.²⁶

Umumnya setiap orang selalu ingin mengetahui jalannya peristiwa-peristiwa, karenanya mereka selalu mengikuti setiap berita yang menyajikan perkembangan atau kelanjutan peristiwa. Dengan demikian, berita-berita selalu tampak aktual terus-menerus. Karena itu pula, berita-berita demikian dikenal dengan sifatnya yang *continuing timeliness* (hangat terus menerus atau selalu menjadi buah bibir orang).²⁷

5. Faktor-Faktor yang Menentukan Nilai Berita

Dalam cerita atau berita itu tersirat pesan yang ingin disampaikan wartawan kepada pembacanya. Ada tema yang diangkat dari suatu peristiwa. Dalam berita ada karakteristik intrinsik yang dikenal sebagai nilai berita, nilai berita ini menjadi ukuran yang berguna atau yang biasa diterapkan, untuk menentukan layak berita.²⁸ Peristiwa-peristiwa yang memiliki nilai berita adalah sebagai berikut: kesegaran peristiwa, kedekatan kejadian dari pembaca, penonjolan kejadian atau keutamaan pelaku berita, sifat penting dari suatu kejadian, konflik, keterkaitan/pengaruh, keabsahan, keanehan, dan seks.²⁹

Nilai berita tidak lebih daripada asumsi-asumsi intuitif wartawan tentang apa yang menarik bagi khalayak tertentu, yakni apa yang mendapat perhatian mereka. Pengelompokan tentang nilai berita ini pertama diberikan oleh Wilbur Schramm

²⁶ Erwan Efendi dan A. Rasyid, *Op.Cit.*, h. 25.

²⁷ *Ibid.*, h. 26.

²⁸ Luwi Ishwara, *Jurnalisme Dasar*, (Jakarta: PT Kompas Nusantara, 2011), h. 76-77.

²⁹ Hafied Cangara, *Dasar-dasar Jurnalistik*, (Makassar: Alaudin Press, 2016), h. 33.

dalam tulisannya yang berjudul “*The Nature of News*”. Dalam tulisannya itu Schramm membedakan jenis-jenis berita dalam dua kelompok, yaitu yang memberikan kepuasan yang tertunda dan yang memberikan kepuasan yang segera kepada pembaca. Di antara berita-berita yang masuk kelompok kedua adalah berita-berita kriminal dan berita-berita korupsi, berita-berita kecelakaan dan bencana, olahraga dan rekreasi serta peristiwa-peristiwa sosial. Sedangkan berita-berita dengan kepuasan tertunda antara lain informasi tentang masalah kemasyarakatan, masalah ekonomi, masalah sosial, masalah ilmiah, pendidikan, keadaan cuaca, dan kesehatan.³⁰ Berikut adalah unsur-unsur nilai berita yang dipakai dalam memilih berita, yaitu :

a. Aktualitas (*Timeliness*)

Persaingan membutuhkan kecepatan. Masyarakat menghendaki atau lebih tepat membutuhkan agar berita yang ingin mereka ketahui cepat mereka baca, untuk melegakan perasaan mereka ketika terjadi bencana, untuk dapat bertindak sebagai warga masyarakat yang melek informasi pada saat-saat dibutuhkan keputusan, untuk menyamakan peluang bagi bisnis dan spekulasi. Bagi sebuah surat kabar, semakin aktual berita-beritanya, artinya semakin baru peristiwanya terjadi, semakin tinggi nilai beritanya.

b. Kedekatan (*Proximity*)

Peristiwa yang mengandung unsur kedekatandengan pembaca, akan menarik perhatian. Stieler dan Lippmann menyebutnya sebagai kedekatan

³⁰ Hikmat Kusumaningrat dan Purnama Kusumaningrat, *Op.Cit.*, h. 61.

secara geografis. Unsur kedekatan ini tidak harus dalam pengertian fisik seperti yang disebutkan oleh Stieler dan Lipmann, tapi juga kedekatan emosional. Misalnya penderitaan kaum muslim di Bosnia akan menggugah kaum muslim di Indonesia. Meski secara fisik letak kedua negara tersebut sangat jauh.

Unsur kedekatan bisa diibaratkan dengan sebuah batu yang dilemparkan ke atas permukaan air yang tenang. Lingkaran gelombang yang terbentuk akan semakin lemah jika lingkaran itu semakin jauh dari titik dimana batu tadi jatuh ke air. Semakin dekat lingkaran itu ke tempat jatuhnya batu, semakin kuat pula lingkaran gelombangnya. Begitu pula dengan daya tarik sebuah berita, kian dekat dengan pembaca, kian menarik berita itu.

c. *Dampak (Consequence)*

Berita adalah sejarah dalam keadaannya yang tergesa-gesa. Tersirat dalam ungkapan itu pentingnya mengukur luasnya dampak dari suatu peristiwa. Peristiwa yang memiliki dampak luas terhadap masyarakat, misalnya pengumuman kenaikan harga BBM, memiliki nilai berita tinggi. Mengukur luasnya dampak yang ditimbulkan oleh suatu peristiwa ini juga dapat dilakukan dengan mengajukan pertanyaan, “berapa banyak manusia yang terkena dampaknya, seberapa luas, dan untuk berapa lama?” jawaban dari pertanyaan ini akan menentukan apakah kita menghadapi berita besar atau berita biasa.

d. *Human Interest*

Dalam berita *human interest* terkandung unsur yang menarik empati, simpati, atau menggugah perasaan khalayak yang membacanya. Kata *human*

interest secara harfiah artinya menarik minat orang. Tidak ada satu pun berita yang bisa dimuat dalam surat kabar kecuali berita itu memiliki unsur *human interest*, memiliki hal-hal yang menarik minat orang. Tetapi, demi adanya istilah yang tepat, dunia jurnalistik memasukan setiap jenis berita yang memiliki daya tarik secara universal yang menarik minat orang ke dalam golongan *human interest*, meskipun berita tersebut kurang memiliki dampak.

Unsur-unsur nilai berita yang disebutkan di atas tidak pernah berdiri sendiri dalam satu berita. Biasanya unsur-unsur berita tersebut ditemukan dalam kombinasi-kombinasi misalnya, unsur ketidaklaziman dengan unsur humor atau unsur dampak, unsur nama-nama terkenal, dan unsur aktualitas, dengan unsur konflik.³¹

³¹ *Ibid.*