**BAB II**

**TINJAUAN UMUM TENTANG TELEVISI DAN MINAT MEMBUAT BERITA**

1. **Komunikasi dan Komunikasi Massa**
2. **Komunkasi**
3. Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian [informasi](http://id.wikipedia.org/wiki/Informasi) (pesan, ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain. Pada umumnya, komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. apabila tidak ada bahasa verbal yang dapat dimengerti oleh keduanya, komunikasi masih dapat dilakukan dengan menggunakan gerak-gerik badan, menunjukkan sikap tertentu, misalnya tersenyum, menggelengkan kepala, mengangkat bahu. Cara seperti ini disebut komunikasi nonverbal.

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang artinya sama. Istilah communis merupakan asal-usul dari komunikasi. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama. Kata lain yang mirip dengan komunikasi yaitu komunitas (*community*) yang menekankan kebersamaan sekelompok orang yang berkumpul untuk mencapai tujuan tertentu. Komunikasi berperan untuk menjelaskan kebersamaan yang berkaitan dengan seni, agama serta bahasa yang masing-masing mengandung gagasan, sikap, perspektif, pandangan yang mengakar kuat dalam komunitas tersebut.[[1]](#footnote-2)

Untuk lebih jelasnya ada beberapa pakar komunikasi yang menjelaskan definisi dari komunikasi dalam buku pengantar ilmu kumunikasi oleh Hafied Cangara, yaitu:

Menurut Harold D. Laswell menyatakan komunikasi bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa dan apa pengaruhnya.” Sedangkan menurut Charles Cooley, komunikasi meliputi semua prosedur dimana sebuah pikiran mempengaruhi pikiran lain bukan hanya mencangkup kata-kata, tulisan dan lisan, tetapi juga musik, dan semua tingkah laku manusia. Kemudian menurut Rogers dan D. Lawrence menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.[[2]](#footnote-3)

Berdasarkan definisi tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan berupa informasi yang meliputi semua tingkah laku manusia yang berbentuk tanda atau simbol, baik dalam bentuk verbal (kata-kata) atau bentuk non verbal (non kata-kata) yang terjadi antara dua orang atau lebih untuk menyamakan pikiran atau pemahaman sebelum saling mempengaruhi untuk melakukan sebuah tindakan.

1. Unsur-Unsur Komunikasi

Terdapat beberapa macam pandangan tentang banyaknya unsur atau elemen yang mendukung terjadinya komunikasi salah satunya di awal tahun 1960-an David K. Berlo dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi oleh Hafied Cangara yaitu membuat formula komunikasi sederhana “SMCR”, yaitu: *Source* (pengirim), *Message* (pesan), *Channel* (saluran-media), dan *Receiver* (penerima).[[3]](#footnote-4) Keempat unsur tersebut yang mendukung terjadinya proses komunikasi, diera modern sekarang ini keempat unsur tersebut masih memiliki kekurangan. Komunikasi akan dikatakan berhasil atau efektif jika adanya hubungan timbal balik antara pengirim pesan dan penerima pesan.

Selama proses komunikasi berlangsung pasti terjadi gangguan-gangguan dari lingkungan sekitar apalagi dengan menggunakan perantara media, untuk lebih melengkapi unsur-unsur komunikasi tersebut dapat dilukiskan dengan gambar, sebagai berikut:

Gambar 1 Unsur-unsur Komunikasi



Sumber: Diadopsi dari teori Joseph de Vito Sereno dan Erika Vora (Hafied, 2010).

Dari gambar tersebut dapat dijelaskan secara umum, yaitu:

1. Pengiriman *(sender*) atau sumber *(resource*) yaitu individu, kelompok, atau organisasi yang berperan untuk mengalihkan *(transferring*) pesan.
2. *Encoding*, pengalihan gagasan kedalam pesan.
3. Pesan (*message*), gagasan yang dinyatakan oleh pengirim kepada orang lain.
4. Saluran (media), merupakan tempat dimana sumber menyalurkan pesan kepada penerima, misalnya melalui gelombang suara, cahaya atau halaman cetak.
5. *Decoding*, pengalihan pesan kedalam gagasan.
6. Penerima (*receiver*), individu atau kelompok yang menerima pesan.
7. Umpan balik (*feed back*), reaksi terhadap pesan.
8. Gangguan (*noise*), efek internal atau eksternal akibat dari peralihan pesan.
9. Bidang pengalaman (*field of experience*), bidang atau ruang yang menjadi latar belakang informasi dari pengiriman maupun penerima.
10. Pertukaran makna (*shared meaning*), bidang atau ruang pertemuan (tumpang tindih) yang tercipta karena kebersamaan.
11. Konteks, situasi, suasana, atau lingkungan fisik, non fisik (sosiologis, antropologis, psikologis, politik, ekonomi, dan lain-lain).[[4]](#footnote-5)

Jadi, setiap unsur memiliki peranan yang sangat penting dalam membangun proses komunikasi. Bahkan dari kesebelas unsur ini saling bergantung satu sama lain. Artinya, tanpa keikutsertaan satu unsur akan memberi pengaruh pada jalannya komunikasi.

1. Fungsi-Fungsi Komunikasi

Proses komunikasi yang terjadi pada kehidupan manusia memiliki fungsi, secara umum fungsi komunikasi dalam hidup manusia menurut Harold Lasswell dalam buku pengantar ilmu komunikasi oleh Hafied Cangara yaitu manusia dapat mengontrol lingkungannya, beradaptasi dengan lingkungan tempat mereka berada, serta melakukan transformasi warisan sosial kepada generasi berikutnya.[[5]](#footnote-6) Sesuai dengan perkembangan teknologi serta kehidupan manusia, komunikasi yang terjadi pada hidup manusia pun mengalami perkembangan dan pengelompokkan.

Penelitian ini menitikberatkan pada fungsi komunikasi massa. Karena kajian penelitian ini pada televisi yang merupakan bagian dari komunikasi massa. Semakin berkembangnya teknologi komunikasi membuat perkembangan dari fungsi-fungsi komunikasi massa tersebut. Berikut fungsi-fungsi komunikasi dalam buku pengantar ilmu komunikasi oleh Hafied Cangara yaitu:

Menurut Sean MacBride ketua komisi masalah-masalah komunikasi, menyatakan bahwa fungsi-fungsi komunikasi yaitu:

1. Informasi, yakni kegiatan untuk mengumpulkan, menyimpan data, fakta dan pesan, opini dan komentar, sehingga masyarakat mengetahuinya.
2. Sosialisasi, yakni menyediakan dan mengajarkan ilmu pengetahuan bagaimana orang bersikap sesuai nilai-nilai yang ada.
3. Motivasi, yakni mendorong orang untuk mengikuti kemajuan orang lain melalui apa yang mereka baca, lihat, dengar lewat media massa.
4. Bahan diskusi, meyediakan informasi sebagai bahan diskusi untuk mencapai persetujuan dalam hal perbedaan pendapat mengenai hal-hal yang menyangkut orang banyak.
5. Pendidikan, membuka kesempatan untuk memperoleh pendidikan secara luas, baik untuk pendidikan formal di sekolah maupun di luar sekolah.
6. Memajukan kebudayaan, media massa menyebarluaskan hasil-hasil kebudayaan melalui pertukaran program siaran radio dan televisi.
7. Hiburan, sebagai pelepas lelah bagi kelompok-kelompok massa.
8. Integrasi, adanya perbedaan etnis dan ras, komunikasi seperti satelit dapat dimanfaatkan untuk menjembatani perbedaan-perbedaan itu dalam memupuk dan memperkokoh persatuan bangsa.[[6]](#footnote-7)

Kedelapan fungsi komunikasi tersebut didalam penerapannya dalam kehidupan sehari-hari tidak berdiri sendiri atau saling menghilangkan tetapi kedelapan saling berhubungan atau pasti ada di setiap komunikasi antar manusia.

1. Sasaran atau Khalayak Komunikasi

Khalayak adalah salah satu pemeran dari proses komunikasi. Khalayak menentukan berhasil atu tidaknya suatu proses komunikasi, karena khalayak merupakan sasaran, penerima, pendengar dan lain sebaginya. Dalam penelitian ini yang menjadi khalayak yaitu mahasiswa (penonton) dalam konteks televisi. Khalayak atau *audience* termasuk dalam elemen-elemen komunikasi massa. Sedangkan elemen-elemen komunikasi massa yang lainnya yaitu, komunikator (lembaga atau media yang memberikan informasi), pesan (informasi dari lembaga atau media), *feedback* (umpan balik), *noise* (gangguan), gatekeeper (kelompok-kelompok yang memantau arus informasi), filter (kerangka pikir melalui mana *audience* menerima pesan).[[7]](#footnote-8)

Dalam kehidupan nyata mungkin ada yang menyampaikan pesan/ide yang merupakan hasil pengolahan ide (stimulus) berdasarkan kesan dan penerjemahan si penyampai ; ada yang menerima atau mendengarkan pesan; ada pesan itu sendiri; ada media (transmission through a channel) dan tentu ada respon berupa tanggapan terhadap pesan (feedback). Di samping itu, masih ada faktor lain yang juga penting dalam proses komunikasi, yakni: Gangguan(*noise*) yakni faktor-faktor eksternal (media/saluran komunikasi) maupun internal (psikologis) yang dapat mengganggu atau menghambat kelancaran proses komunikasi.

1. **Komunikasi Massa**
2. Pengertian Komunikasi Massa

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan Bittner dalam buku Komunikasi Massa Suatu Pengantar oleh Elvinaro Ardianto yakni: komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is massages communicated through a mass medium to a large number of people*). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa.[[8]](#footnote-9)

Komunikasi massa adalah suatu jenis komunikasi yang dilakukan oleh media massa, baik media massa modern maupun media massa tradisional. Organisasi itu membuat dan menyiarkan pesan kepada khalayak ramai yang dapat mempengaruhi opini publik bahkan bisa berdampak pada perubahan sosial dan budaya di dalam masyarakat.

Dalam komunikasi massa yang menjadi khalayak beraneka ragam. Walaupun sama-sama menonton acara yang disiaran oleh sebuah televisi, namun setiap orang berbeda dalam hal berpikir, menanggapi pesan yang diterimanya. Perbedaan itu pula dapat dipengaruhi oleh pengalaman masing-masing. Berikut penjelasan Untuk mengetahui ciri-ciri sasaran/ khalayak dari komunikasi massa, yaitu:

1. Audience cenderung berisi individu-individu yang memilih produk media sesuai dengan kesadaran mereka.
2. Audience cenderung besar, tersebar keseluruh wilayah jangkauan sasaran komunikasi massa.
3. Audience cenderung heterogen, mereka berasal dari berbagai lapisan dan kategori sosial.
4. Audience cenderung anonim, tidak mengenal satu sama lain.
5. Audience secara fisik dipisahkan dari komunikator.[[9]](#footnote-10)

Jadi yang menjadi sasaran komunikasi massa yaitu individu-individu dengan jumlah besar yang berbeda serta terpisah dan tidak mengenal satu sama lain begitu pun dengan komunikatornya.

1. Ciri-Ciri Komunikasi Massa
2. Komunikator dalam komunikasi massa melembaga
3. Komunikan dalam komunikasi massa bersifat heterogen.
4. Pesannya bersifat umum
5. Komunikasinya berlangsung satu arah
6. komunikasi massa menimbulkan keserempakan
7. komunikasi massa mengandalkan peralatan teknis
8. komunikasi massa dikontrol oleh *Gatekeeper.*[[10]](#footnote-11)

Komunikator dalam proses komunikasi massa merupakan sumber pesan. Pesan-pesan komunikasi massa bersifat terbuka, artinya pesan-pesan dalam komunikasi massa bisa dan boleh dibaca, didengar, dan ditonton oleh semua orang. Dengan demikian, komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah audience yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.

1. Fungsi Komunikasi Massa

Menurut Effendy dalam buku Komuniksi Massa Suatu Pengantar oleh Elvinaro Ardianto mengemukakan fungsi komunikasi massa secara umum adalah:

1. Fungsi Informasi

Fungsi memberikan informasi ini diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan sesuai dengan kepentingannya. Khalayak sebagai mahluk social akan selalu merasa haus akan informasi yang terjadi.

1. Fungsi Pendidikan

Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya (*mass education*). Karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik. Salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturanyang berlaku kepada pemirsa atau pembaca. Media massa melakukannya melalui drama, cerita, diskusi dan artikel.

1. Fungsi memengaruhi

Fungsi memengaruhi dari media massa secara implisit terdapat pada tajuk/editorial, features, iklan, artikel, dan sebagainya. Khalayak dapat terpengaruh oleh iklan-iklan yang ditayangkan televisi ataupun surat kabar.[[11]](#footnote-12)

1. Komunikator

Komunikator adalah pihak yang mengirim pesan kepada khalayak. Oleh karena itu, komunikator biasa disebut pengrim, sumber, *source* atau *encoder*. Komunikator dalam komunikasi massa sangat berbeda dengan komunikator dalam bentuk komunikasi yang lain. Komunikasi di sini meliputi jaringan, stasiun local, direktur, dan staf teknis yang berkaitan dengan sebuah acara televisi. Jadi, komunikator merupakan gabungan dari berbagai individu dalam sebuah lembaga media massa.[[12]](#footnote-13)

Komunikator dalam komunikasi massa begitu kompleks dan tidak hanya dikelola oleh satu orang. Munculnya spesialisasi, perwakilan, dan kompleksitas yang melekat pada diri komunikator menjadi bukti bahwa komunikator dalam komunikasi massa adalah lembaga media yang bersangkutan.

1. **Televisi Sebagai Media Komunikasi Massa**
2. Televisi

 Penemuan televisi dimulai oleh seseorang berkebangsaan Jerman bernama Paul Nipkow pada tahun 1884, kemudian Charles F. Jenkins di AS pada tahun 1890. Studi dimulai dengan pengiriman sinyal gambar secara elektromagnetis dapat dilakukan melalui tabung sinar katoda tahun 1884, kemudian penemuan kutub elektroda pengatur arus tahun 1904 dan pelepasan gas neon tahun 1917.[[13]](#footnote-14)

Televisi merupakan bagian dari komunikasi massa elektronik yang merupakan salah satu jenis media massa. Kata televisi berasal dari kata *tele* dan *vision*; yang mempunyai arti masing-masing jauh (*tele*) dan tampak (*vision*). Jadi televisi berarti tampak atau dapat melihat dari jarak jauh. Bersamaan dengan kemajuan media cetak, muncul media lain sebagai sumber informasi bagi khalayak yaitu media elektronik mulai dari TV berwarna hingga teknologi internet. Seperti surat kabar, saat ini hampir setiap orang memiliki televisi di tempat tinggalnya. Televisi adalah sebuah alat penangkap siaran bergambar. Media televisi di Indonesia bukan lagi sebagai barang mewah. Kini media layar kaca tersebut sudah menjadi salah satu barang kebutuhan pokok bagi kehidupan masyarakat untuk mendapatkan informasi. Dengan kata lain, informasi sudah merupakan bagian dari hak manusia untuk aktualisasi diri.

1. Karakteristik dan Fungsi Televisi

Karakteristik televisi secara: audiovisual yaitu televisi memiliki kelebihan, yakni dapat didengar sekaligus dapat dilihat. Berpikir dalam gambar, pihak yang bertanggung jawab atas kelancaran acara televisi adalah pengarah acara. Bila ia membuat naskah acara atau membaca naskah acara, ia harus berpikir dalam gambar (*think in picture*). Ada dua tahap yang dilakukan dalam proses berpikir dalam gambar. Pertama, adalah visualisasi (*visualization*), yakni menerjemahkan kata-kata yang mengandung gagasan yang menjadi gambar secara individual. Kedua, dari proses berpikir dalam gambar adalah gambaran (*picturization*), yakni kegiatan merangkai gambar-gambar individual sedemikian rupa, sehingga kontinuitasnya mengandung makna tertentu. Pengoperasian lebih komplek, dibandingkan dengan radio siaran, pengoperasian televisi siaran lebih kompleks, dan lebih banyak melibatkan orang.[[14]](#footnote-15)

Sedangkan fungsi televisi sama dengan fungsi media massa lainnya (surat kabar dan radio siaran), yakni memberi informasi, mendidik, menghibur dan membujuk. Tetapi fungsi menghibur lebih dominan pada media televisi sebagaimana hasil penelitian-penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi UNPAD, yang menyatakan bahwa pada umumnya tujuan utama khalayak menonton televisi adalah untuk memperoleh hiburan, selanjutnya untuk memperoleh informasi.[[15]](#footnote-16)

1. **Program *Citizen Jurnalism***
2. Pengertian *Citizen Jurnalism*

*Citizen Journalisme* adalah sebuah kegiatan kejurnalistikan 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 lingkunngan mereka kepada publik.[[16]](#footnote-17)

Pada dasarnya, tidak ada yang berubah dari jurnalistik. Sama halnya dengan kegiatan pengumpulan, pelaporan, analisis serta penyampaian informasi. Hanya saja Jurnalistik dilakukan warga sendiri yang menjadi objek dan subjek berita, berbeda dengan wartawan atau jurnalistik surat kabar dilakukan karena hasil kerja profesional.

*Citizen Journalism* (Jurnalisme Warga) atau jurnalisme partisipatif atau jurnalisme jalanan merupakan bentuk jurnalisme di mana warga masyarakat turut berperan serta dalam proses pengumpulan, pelaporan, menganalisis dan menyebarkan berita dan informasi dalam dan melalui berbagai media massa.

Kegiatan penyampaian tulisan atau berita yang dilakukan oleh orang-orang bukan jurnalistik biasa disebut dengan *citizen journalisms*. Inti dari *citizen journalism* adalah masyarakat menjadi obyek sekaligus subyek berita, sehingga tiap orang bisa menjadi penulis. Hal ini bukan merupakan bentuk persaingan media, tapi justru merupakan perluasan media. *Citizen Jurnalism* 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.

1. Sejarah *Citizen Jurnalism*

Citizen Journalism jika diartikan menurut bahasanya berarti jurnalisme warga, aksi dari warga kota/negara yang memainkan peran aktif dalam proses pengumpulan, pelaporan, analisa, serta diseminasi berita dan informasi. Citizen journalism melibatkan warga dalam memberitakan sesuatu peristiwa dengan begitu setiap orang adalah wartawan dan kerja wartawan bisa dilakukan oleh setiap orang, baik itu ibu rumah tangga, pelajar/mahasiswa bahkan para pekerja kantoran. Karena tidak terikat dengan salah satuprofesi tertentu maka citizen journalism dikategorikan sebagai jurnalisme publik.

Jurnalisme warga atau citizen journalism mulai berkembang di seluruh dunia sejak kehadiran internet di seluruh dunia. Sejarah dan perkembangan citizen journalism 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-media mainstream seputar pemilihan presiden AS.[[17]](#footnote-18)

Sejarah citizen journalism sendiri bisa dilacak sejak konsep public journalism dilontarkan oleh beberapa penggagas, seperti Jay Rozen, Pew Research Center, dan Poynter Institute. Bersama Wichita News, Eagle, Kansas, para penggagas citizen journalism mencobakan konsep public journalism dengan membentuk panel diskusi bagi publik guna mengidentifikasi isu-isu yang dianggap penting bagi publik.

Kemunculan jurnalisme warga di Indonesia bermula pada masa Orde Baru, saat Soeharto berkuasa, di mana pada saat itu arus informasi dari media massa kepada masyarakat dijaga ketat oleh pemerintah dan aparatnya. Masa Orde Baru yang dikenal dengan sistem pers tertutupnya, memaksa pers untuk lebih mengedepankan agenda kebijakan, khususnya kebijakan eksekutif. Pers lebih banyak memberitakan kebijakan pemerintah. Dominannya penggunaan sumber berita eksekutif menjadikan pemberitaan pers menjadi top down.

Citizen journalism sebagai praktik jurnalisme ala warga, telah lebih dulu hadir dalam media yang lebih tua seperti radio. Citizen journalism dicirikan dengan partisipasi aktif masyarakat dalam proses lahirnya berita. akarnya adalah community based media. Citizen journalism pada radio komunitas adalah journalisme ala warga yang bisa jadi lebih “terjangkau” bagi kebanyakan orang Indonesia.

Setelah UU Penyiaran No.32 Tahun 2002.[[18]](#footnote-19) Kehadiran community based media di bidang penyiaran pun akhirnya terakomodasi. kehadiran radio dan televisi komunitas menjadi legal. legalitas ini membuat peluang jurnalisme ala warga menjadi semakin terbuka. melalui radio atau televisi komunitas, warga bisa bertukar informasi atau pendapat, tentang hal-hal terdekat dengan keseharian mereka, yang biasanya luput diliput oleh media-media besar. Pada radio siaran, biaya peralatan, operasional siaran dan pesawat penerima yang relative murah bahkan sangat murah bila dibandingkan operasional tv atau akses ke internet peluang jurnalisme ala warga menjadi semakin besar untuk bisa dilakukan oleh lebih banyak orang termasuk di pedesaan.

Peran dan fungsi *citizen journalism* sama seperti peran dan fungsi jurnalistik pada umumnya, yaitu sebagai sumber informasi, hiburan, kontrol sosial, hingga agen perubahan. Dengan adanya *citizen journalism* jaringan informasi dan sumber informasi akan lebih luas. Bahkan *citizen journalism* sering menjadi sumber informasi penting untuk media *mainstream.* Ketika wartawan tidak selalu tahu semua informasi maka dengan adanya *citizen journalism*, informasi tersebut dapat sampai kepada masyarakat melalui media massa.

1. **Minat Membuat Berita**
2. Minat
3. Pengertian Minat

Minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minatnya. Minat terjadi melalui proses kognisi (pemikiran) terhadap suatu stimulus berupa fenomena, objek atau kejadian yang dilakukan oleh individu yang dipengaruhi oleh faktor pengalaman, proses belajar, cakrawala dan pengetahuan. Minat merupakan suatu motivasi instrinsik sebagai kekuatan pembelajaran yang menjadi daya penggerak seseorang dalam melakukan aktivitas dengan penuh kekuatan dan cenderung menetap, dimana aktivitas tersebut merupakan proses pengalaman belajar yang dilakukan dengan penuh kesadaran dan mendatangkan perasaan senang, suka, dan gembira.

1. Faktor Timbulnya Minat

Minat pada hakekatnya merupakan sebab akibat dari pengalaman.

Faktor timbulnya minat, menurut Crow and Crow (1982), terdiri dari tiga faktor (Sarwono S.W, 2003:76):

a. Faktor dorongan dari dalam, yaitu rasa ingin tahu atau dorongan untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda. Dorongan ini dapat membuat seseorang berminat untuk mempelajari ilmu mekanik, melakukan penelitian ilmiah, atau aktivitas lain yang menantang.

b. Faktor motif sosial, yakni minat dalam upaya mengembangkan diri dari dalam hal ilmu pengetahuan, yang mungkin diilhami oleh hasrat untuk mendapatkan kemampuan dalam bekerja, atau adanya hasrat untuk memperoleh penghargaan dari keluarga atau teman.

c. Faktor emosional, yakni minat yang berkaitan dengan perasaan dan emosi. Misalnya, keberhasilan akan menimbulkan perasaan puas dan dapat meningkatkan minat, sedangkan kegagalan dapat menghilangkan minat seseorang.

|  |
| --- |
|  |

1. Membuat Berita
2. Pengertian berita

Robert Tyell dalam buku Jurnalistik Televisi oleh Soewardi Idris mengemukakan bahwa berita ialah informasi yang baru, menarik perhatian, mempengaruhi (effect), orang banyak, dan yang mempunyai kekuatan untuk membangkitkan selera mengikutinya.[[19]](#footnote-20) Setiap berita pada mulanya mempunyai kekuatan untuk membangkitkan selera untuk mengikutinya. Tetapi lambat laun daya gugahnya berkurang. Berita tidak sama (identik) dengan peristiwa (event). Peristiwa ialah suatu kejadian, sedangkan berita ialah cerita tentang peristiwa itu.

 Dalam bahasa inggris berita itu disebut *news.* Kemungkinan sekali kata *news* itu bentuk jamak dari kata inggris pertengahan (Middle English), yaitu *newe* yang berarti “sesuatu yang baru”. Atau boleh jadi juga kata itu berasal dari kata sifat *news* (baru) yang digunakan sebagai kata benda, kemudian dijamakkan. Tetapi lambat laun dipakai juga untuk bentuk tunggal.[[20]](#footnote-21)

1. Bentuk Berita

Berita mempunyai banyak bentuk diantaranya *Straigt News Report, Depth News Report, Spot News, Stop Press, dan Feature.* Yang akan di uraikan sebagai berikut:

1. *Straigt News Report* (berita langsung) yaitu laporan langsung mengenai suatu peristiwa, misalnya, sebuah pidato biasanya merupakan berita-berita langsung yang hanya menyajiakn apa yang terjadi dalam waktu singkat. Biasanya berita ini di tulis dengan unsure-unsur yang dimulai dari what, who., when, where, why, dan how (5w 1h)
2. *Depth News Report* (berita mendalam) biasanya berita ini umum ditulis secara lengkap dan mendalam, berita ditelusuri dari kasus tertentu kearah latar belakang penyebab kasus tersebut (investigative) dan ke arah akibat dari kasus berita tersebut. Penulisan berita ini dilakukan karena dianggap pentingnya berita tersebut diungkap dan berdampak besar bagi kehidupan masyrakat.
3. *Spot News* (berita singkat) merupakan berrita yang ditulis secra singkat karena tidak besar daya tarik berita atau tidak besar dampak berita tersebut bagi masyharakat. Umumnya berita ini di buat pada kolom khusus seperti kolom cuplikan.
4. *Stop Press* (berita mendadak) merupakan berita yang mendadak aakan tetapi memiliki nilia yang penting sehingga harus di beritakan secara khusus. Penlisan berita pendek saja dan pada pemberitaan selanjutnya baru di unggkap secara lebih lengkap.
5. *Feature* adalah cerita khas kreatif yang berpijak pada jurnalistik sastra tentang suatu situasi, keadaan, atau aspek kehidupan, dengan tujuan untuk memberi informasi dan sekaligus menghibur khalayak media massa. Umunya berita feature lebih berbentuk pada laporan perjalanan, biografi seorang tokoh dan lain sebagainya.[[21]](#footnote-22)
6. Unsur-unsur berita

Sesuai yang isi pasal 3 Kode Etik Jurnalistik Wartawan Indonesia.”Wartawan Indonesia menyajikan berita secara berimbang dan adil, mengutamakan kecermatan dan ketepatan, serta tidak mencampurkan fakta dan opini sendiri. Tulisan berisi interpretasi dan opini wartawan agar disajikan dengan menggunakan nama jelas penulisnya”.[[22]](#footnote-23)

 Dari ketentuan yang ditetapkan oleh Kode Etik Jurnalistik itu menjadi jelas pada kita bahwa berita pertama-pertama harus cermat dan tepat atau dalam bahasa jurnalistik harus akurat. Selain cermat dan tepat, berita juga harus lengkap (complete), adil (fair), dan berimbang (balanced). Kemudian berita pun harus tidak bercampurkan fakta dan opini sendiri atau dalam bahasa akademis disebut objektif. Dan, yang merupakan syarat praktis tentang penulisan berita, tentu saja berita itu harus ringkas (concise), jelas (clear), dan hangat (current).[[23]](#footnote-24)

1. Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), Cet ke-7, hlm. 41-42. [↑](#footnote-ref-2)
2. Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi,* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2010), Cet Ke-11, hlm. 19-20. [↑](#footnote-ref-3)
3. *Ibid.,* hlm. 22. [↑](#footnote-ref-4)
4. *Ibid.,* hlm. 27. [↑](#footnote-ref-5)
5. *Ibid.,* hlm. 59. [↑](#footnote-ref-6)
6. *Ibid.,*hlm. 62. [↑](#footnote-ref-7)
7. Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2007), hlm. 134. [↑](#footnote-ref-8)
8. Elvinaro Ardianto, dkk., *Komunikasi massa Suatu pengantar*, (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2009), cet ke-2, hlm. 3. [↑](#footnote-ref-9)
9. *Ibid.,* hlm. 105-106. [↑](#footnote-ref-10)
10. Nurudin., *Op. Cit*, hlm. 19. [↑](#footnote-ref-11)
11. Elvinaro Ardianto., *Op. Cit*, hlm. 18. [↑](#footnote-ref-12)
12. Nuruddin., *Op. Cit*, hlm. 96. [↑](#footnote-ref-13)
13. Apriadi Tamburaka, *Literasi Media “Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*”, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2013), cet ke-1, hlm. 65. [↑](#footnote-ref-14)
14. Elvinaro Ardianto., *Op. Cit*, hlm. 137. [↑](#footnote-ref-15)
15. *Ibid,.* hlm. 139. [↑](#footnote-ref-16)
16. Diakses dari <http://yudaajaatulah.blogspot.com/2013/04/pengertian-citizen-journalism.html/> diakses pada tanggal 7 september, pukul 17:30 WIB. [↑](#footnote-ref-17)
17. Diakses dari <http://search.tb.ask.com/search/GGmain.jhtml?sejarah+Citizen+Jurnalism>, pada tanggal 1 Oktober 2014, pukul 06:55 WIB. [↑](#footnote-ref-18)
18. Diakses dari http//: UU No. 32 tahun 2002 *Tentang Penyiaran*, pada tanggal 1 oktober 2014, pukul 06:47 WIB [↑](#footnote-ref-19)
19. Soewardi Idris, *Jurnalistik Televisi*, (Bandung: Remadja Karya CV, 1987), cet ke-1, hlm. 141. [↑](#footnote-ref-20)
20. Haris Sumadaria, *Jurnalsitik Indonesia Menulis Berita Dan Feature*, (Bandung: Simbiosa Rekatama Med , 2011), hlm. 64. [↑](#footnote-ref-21)
21. *Ibid*  [↑](#footnote-ref-22)
22. Sirikit Syah, *Rambu-Rambu Jurnalistik*, (Jakarta: Pustaka Pelajar, 2011), hlm. 175. [↑](#footnote-ref-23)
23. Muhammad Budyatna, *Jurnalistik Teori dan Praktik*, (Bandung: PT Rosdakarya, 2012), cet, ke-5, hlm. 47. [↑](#footnote-ref-24)