

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Persepsi

1) Pengertian Persepsi

Manusia sebagai makhluk sosial yang sekaligus juga makhluk individual, maka terdapat perbedaan antara individu yang satu dengan yang lainnya. Adanya perbedaan inilah yang antara lain menyebabkan mengapa seseorang menyenangi suatu obyek, sedangkan orang lain tidak senang bahkan membenci obyek tersebut. Hal ini sangat tergantung bagaimana individu menanggapi obyek tersebut dengan persepsinya. Pada kenyataannya sebagian besar sikap, tingkah laku dan penyesuaian ditentukan oleh persepsinya.

Proses pemahaman ataupun pemberian makna atas suatu informasi terhadap stimulus didapat dari proses penginderaan terhadap objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan antar gejala yang selanjutnya diproses oleh otak. Rangkaian proses pada saat mengenali, mengatur, dan memahami sensasi dari pancaindera yang diterima dari rangsangan lingkungan. Dalam kognisi rangsang visual memegang peranan penting dalam membentuk persepsi.

Menurut Desiderato, Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.¹ Persepsi ialah memberikan makna pada stimulus inderawi. Hubungan sensasi dengan persepsi sudah jelas. Sensasi adalah bagian dari persepsi.

¹ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: 2007), h.51

Walaupun begitu, menafsirkan makna informasi inderawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi, dan memori.

Dalam perspektif ilmu komunikasi, persepsi bisa dikatakan sebagai inti komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti dari persepsi, yang identik dengan penyandian – balik dalam proses komunikasi. Persepsi disebut inti komunikasi, karena jika persepsi kita tidak akurat, kita tidak mungkin berkomunikasi dengan efektif. Persepsilah yang menentukan kita memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lain. Semakin tinggi derajat kesamaan persepsi antar individu, semakin mudah dan semakin sering mereka berkomunikasi, dan sebagai konsekuensinya, semakin cenderung membentuk kelompok budaya atau kelompok identitas. Hal ini tampak jelas pada definisi John R. Wenburg dan William W. Wilmot yang mengatakan bahwa persepsi dapat didefinisikan sebagai cara organisme memberi makna.²

Leavitt membedakan persepsi menjadi dua pandangan, yaitu pandangan secara sempit dan luas. Pandangan yang sempit mengartikan persepsi sebagai penglihatan, bagaimana seseorang melihat sesuatu. Sedangkan pandangan yang luas mengartikannya sebagai bagaimana seseorang memandang atau mengartikan sesuatu. Sebagian besar dari individu menyadari bahwa dunia yang sebagaimana dilihat tidak selalu sama dengan kenyataan, jadi berbeda dengan pendekatan sempit, tidak hanya sekedar melihat sesuatu tapi lebih pada pengertiannya terhadap sesuatu tersebut.³

² Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, Bandung: 2007), h. 167-168

³ Rosady Ruslan, *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi : Konsep dan Aplikasi*, (Jakarta: 2001), h. 160

2) Jenis-jenis persepsi

Proses pemahaman terhadap rangsang atau stimulus yang diperoleh oleh indera menyebabkan persepsi terbagi menjadi beberapa jenis,⁴ yaitu :

- a) **Persepsi visual** didapatkan dari penglihatan. Penglihatan adalah kemampuan untuk mengenali cahaya dan menafsirkannya, salah satu dari indera. Alat tubuh yang digunakan untuk melihat adalah mata. Persepsi ini adalah persepsi yang paling awal berkembang pada bayi, dan mempengaruhi bayi dan balita untuk memahami dunianya. Persepsi visual merupakan topik utama dari bahasan persepsi secara umum, sekaligus persepsi yang biasanya paling sering dibicarakan dalam konteks sehari-hari.
- b) **Persepsi auditori**, Persepsi auditori didapatkan dari indera pendengaran yaitu telinga. Pendengaran adalah kemampuan untuk mengenali suara. Melalui pendengaran kita menerima banyak sekali tanda-tanda dan isyarat-isyarat. Bel peringatan dari mobil yang melaju kencang, suara sirine kebakaran, langkah kaki seseorang dalam kegelapan malam dan sebagainya.
- c) **Persepsi perabaan**, Persepsi perabaan didapatkan dari indera taktil yaitu subkutis. Kulit berfungsi sebagai alat pelindung bagian dalam, misalnya otot dan tulang; sebagai alat peraba dengan dilengkapi bermacam reseptor yang peka terhadap berbagai rangsangan; sebagai alat ekskresi; serta pengatur suhu tubuh.
- d) **Persepsi penciuman**, Persepsi penciuman atau olfaktori didapatkan dari indera penciuman yaitu hidung. Penciuman, penghiduan, atau olfaksi, adalah penangkapan atau perasaan bau. Dari sudut pandang evolusi, indera penciuman merupakan indera yang paling primitif dan paling penting dari indera yang lainnya. Alat indera ini memiliki kedudukan utama di kepala, yang sesuai sebagai indera yang dimaksudkan untuk menuntun perilaku.
- e) **Persepsi pengecapan**, Persepsi pengecapan atau rasa didapatkan dari indera pengecapan yaitu lidah. Pengecapan atau gustasi adalah suatu bentuk kemoreseptor langsung dan merupakan satu dari lima indera tradisional.

⁴ <http://id.wordpress.com/tag/psi-pendidikan/>. 13 Januari 2015, pukul 19.46

3) Komponen-komponen persepsi

Pada hakekatnya sikap adalah merupakan suatu interelasi dari berbagai komponen, dimana komponen-komponen tersebut menurut Allport ada tiga komponen persepsi,⁵ yaitu:

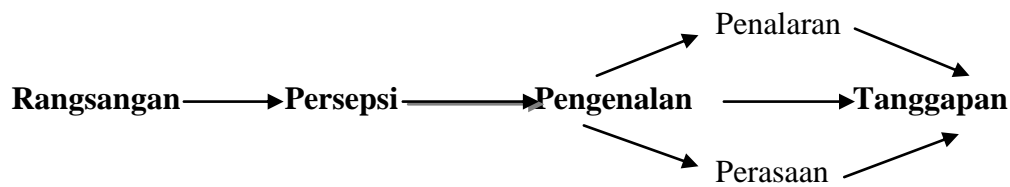
- a. Komponen kognitif. Yaitu komponen yang tersusun atas dasar pengetahuan atau informasi yang dimiliki seseorang tentang obyek sikapnya. Dari pengetahuan ini kemudian akan terbentuk suatu keyakinan tertentu tentang obyek sikap tersebut.
- b. Komponen afektif berhubungan dengan rasa senang dan tidak 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 obyek sikapnya.

4) Proses terbentuknya persepsi

Persepsi merupakan bagian dari keseluruhan proses yang menghasilkan tanggapan setelah rangsangan diterapkan kepada manusia. Subproses psikologis lainnya yang mungkin adalah pengenalan, perasaan, dan penalaran.⁶ Persepsi dan kognisi diperlukan dalam semua kegiatan psikologis. Bahkan, diperlukan bagi orang yang paling sedikit terpengaruh atau sadar akan adanya rangsangan menerima dan dengan suatu cara menahan dampak dari rangsangan.

⁵ Mar'at, *Sikap Manusia, Perubahan Serta Pengukurannya*, (Bandung: 1982), h. 101-102

⁶ Alex Sobur, *Psikologi Umum*, (Bandung: 2003), h. 447



Gambar 2.1

Variabel Psikologis Diantara Rangsangan dan Tanggapan

Rasa dan nalar bukan merupakan bagian yang perlu dari setiap situasi rangsangan-tanggapan, sekalipun kebanyakan tanggapan individu yang sadar dan bebas terhadap satu rangsangan atau terhadap satu bidang rangsangan sampai tingkat tertentu dianggap dipengaruhi oleh akal atau emosi, atau keduanya.

Allport berpendapat bahwa proses persepsi merupakan suatu proses kognitif yang dipengaruhi oleh pengalaman, cakrawala, dan pengetahuan individu. Pengalaman dan proses belajar akan memberikan bentuk dan struktur bagi objek yang ditangkap panca indera, sedangkan pengetahuan dan cakrawala akan memberikan arti terhadap objek yang ditangkap individu, dan akhirnya komponen individu akan berperan dalam menentukan tersedianya jawaban yang berupa sikap dan tingkah laku individu terhadap objek yang ada. Walgito menyatakan bahwa terjadinya persepsi merupakan suatu yang terjadi dalam tahap-tahap,⁷ berikut:

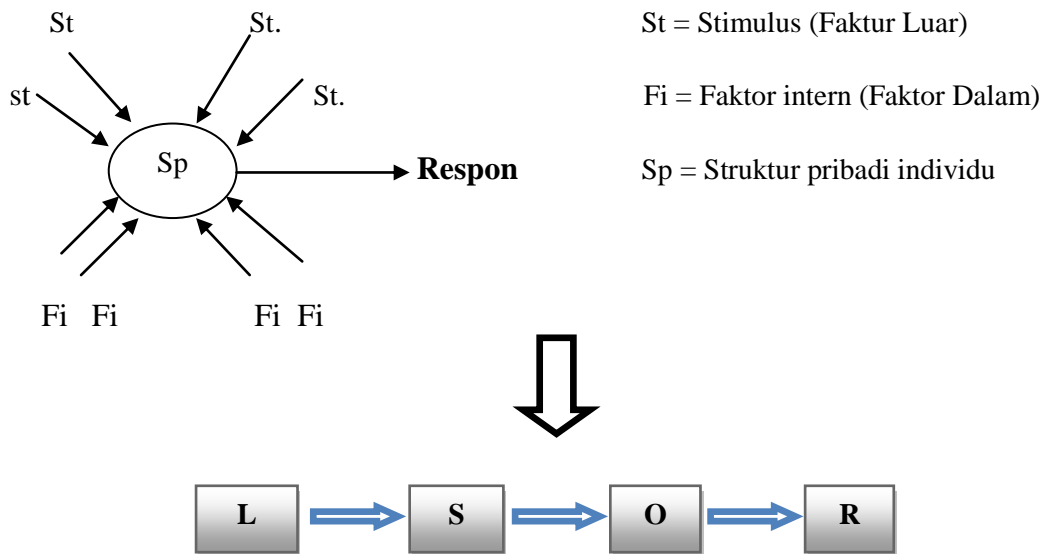
- a) Tahap *pertama*, merupakan tahap yang dikenal dengan nama proses kealaman atau proses fisik, merupakan proses ditangkapnya suatu stimulus oleh alat indera manusia.

⁷ Muhammad Hamka, *Hubungan Antara Persepsi Terhadap Pengawasan Kerja Dengan Motivasi Berprestasi*, (Surakarta: 2002), skripsi.

- b) Tahap *kedua*, merupakan tahap yang dikenal dengan proses fisiologis, merupakan proses diteruskannya stimulus yang diterima oleh reseptor (alat indera) melalui saraf-saraf sensoris.
- c) Tahap *ketiga*, merupakan tahap yang dikenal dengan nama proses psikologik, merupakan proses timbulnya kesadaran individu tentang stimulus yang diterima reseptor.
- d) Tahap *keempat*, merupakan hasil yang diperoleh dari proses persepsi yaitu berupa tanggapan dan perilaku.

Gambar 2.2

Proses Terbentuknya Persepsi



Ket : L = Lingkungan

S = Stimulus

O = Individu

R = Respon / reaksi

(Sumber : Walgito, 1981)

Dari skema di atas, proses terjadinya persepsi dapat dijelaskan sebagai berikut, obyek menimbulkan stimulus, lalu stimulus tersebut diterima oleh indera atau reseptor dari individu. Individu tidak hanya dikenai satu stimulus saja, tetapi ada banyak stimulus yang menerpa. Namun demikian, tidak semua stimulus mendapatkan respon individu untuk dipersepsi. Stimulus mana yang akan dipersepsi oleh individu tergantung pada perhatiannya. Lalu skema selanjutnya merupakan kelanjutan dari proses pertama. Sebagai akibat dari stimulus yang dipilih dan diterima oleh individu, maka dia akan menyadari dan memberikan respon sebagai reaksi terhadap stimulus tersebut.⁸

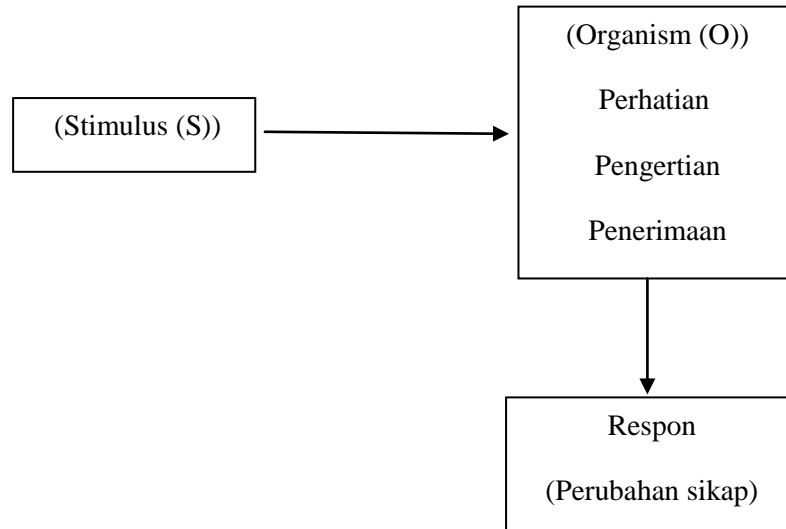
Stimulus mempengaruhi khalayak dalam mempersepsikan pesan yang dikategorikan dalam dua unsur yaitu unsur indrawi dan unsur struktural. Maka dari itu, peneliti menggunakan teori stimulus efek (*SOR theory*) dalam melakukan penelitiannya. Teori Stimulus Organisme Respon merupakan terapan dari teori SR yang biasa dikenal dengan teori jarum suntik. Berbeda dengan teori jarum suntik yang berperan bila penerima (*audience*) menerima pesan terus menerus tanpa bisa dikelola kembali. Dalam teori SOR yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi yang memiliki unsur pesan, komunikasi dan efek.⁹

⁸ Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Bandung: 1981), h. 90

⁹ Onong Effendy, *Op.cit*, h. 255

Gambar 2.3

Model Teori S-O-R



(Sumber: Onong Uchjana Effendy, 2003)

Berikut ini merupakan penjelasan mengenai unsur-unsur dalam model teori SOR yang kemudian timbul persepsi pada khalayak sasaran.

1) Stimulus

Stimulus adalah setiap bentuk fisik, visual, atau komunikasi verbal yang dapat mempengaruhi tanggapan individu.¹⁰ Ciri-ciri stimulus yang mempengaruhi khalayak dalam mempersepsikan obyek:

- a) Unsur inderawi yang terdiri dari warna dan tulisan
- b) Unsur Struktural, meliputi penampilan pemberitaan dalam media *online* misalnya, gambar, isi pemberitaan dan cara penyajiannya.

¹⁰ Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: 2001), h. 63

Karakteristik penting yang turut menentukan persepsi khalayak pada stimulus adalah kemampuan membedakan stimulus dan kemampuan mengeneralisasi dari satu stimulus ke stimulus yang lainnya.

2) Organisme (Komunikan)

Komunikan pada komunikasi massa bersifat anonim dan heterogen. Pada komunikasi antarpersonal, komunikator akan mengenal komunikannya, mengetahui identitasnya. Sedangkan dalam komunikasi massa, komunikator tidak bisa bertemu langsung dengan komunikannya dan tidak tahu bagaimana karakteristik serta jumlah dari komunikannya. Selain itu komunikannya juga bersifat heterogen. Karena terdiri dari berbagai jenis lapisan masyarakat, mulai dari masyarakat tingkat atas sampai masyarakat tingkat bawah, semuanya dikelompokkan berdasarkan faktor usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latar belakang budaya.

Anita Taylor dan kawan-kawan berpendapat bahwa komunikan akan melakukan pemilihan pesan yang diterima dari media massa melalui mekanisme pemilihan sebagai berikut:¹¹

- a) Pemilihan terpaan (*selective exposure*) : kecenderungannya hanya memperhatikan pesan-pesan yang konsisten atau sesuai dengan sikap dan kepentingannya.

¹¹ Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: 2004), h. 76

- b) Pemilihan perhatian (*selective attention*) : kecenderungannya hanya memperhatikan pesan-pesan yang menarik dan sensasional sesuai kebutuhannya.
- c) Pemilihan persepsi (*selective perception*) : kecenderungannya hanya menginterpretasikan pesan-pesan yang konsisten atau sesuai sikap dan keyakinannya.
- d) Pemilihan ingatan (*selective reminder*) : kecenderungannya hanya mau mengingat kembali mengenai pesan-pesan yang sesuai dengan sikap dan keyakinannya.

3) Response (Tanggapan)

Pesan dalam media massa memiliki respon atau efek yang meliputi kognitif, afektif, dan behavioral.

- a) Kognitif adalah akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya. Media massa dapat mengubah citra khalayak tentang lingkungan mereka karena media massa memberikan rincian, analisis, dan tinjauan tentang berbagai peristiwa.
- b) Afektif, efek ini kadarnya lebih tinggi daripada efek kognitif, efek ini lebih cenderung pada emosi. Tujuan dari komunikasi bukan hanya sekedar memberikan pesan kepada khalayak, tetapi juga agar khalayak bisa paham dengan pesan yang disampaikan sehingga menimbulkan efek yang diinginkan oleh komunikatornya. Sehingga diharapkan khalayak bisa turut merasakan bahagia, sedih, marah dan sebagainya.

- c) Behavioral merupakan akibat yang timbul pada khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan.¹²

Selain teori S-O-R yang digunakan oleh peneliti, peneliti juga menggunakan satu teori lagi yang juga berkaitan dengan teori S-O-R yakni teori agenda setting. Teori yang ditemukan oleh Mc. Combdan Donald L. Shaw berasumsi bahwa media mempunyai kekuatan untuk mentransfer isu guna mempengaruhi agenda publik. Khalayak menganggap isu itu penting, sebab media menganggap isu itu penting juga.¹³

Menurut Stephen W. Little Jhon mengatakan bahwa fungsi agenda setting merupakan proses linier yang terdiri dari tiga bagian. *Pertama*, agenda dari media itu sendiri harus disusun oleh media. *Kedua*, agenda publik atau naluri publik terhadap pentingnya isu, yang nantinya akan mempengaruhi agenda kebijakan. Yang *ketiga* agenda *policy* (agenda kebijakan) adalah apa yang difikirkan para pembuat kebiaka publik dan privat atau pembuatan dalam kebijakan yang dianggap penting oleh publik.

Penjelasan dari agenda-agenda di atas yaitu sebagai berikut:¹⁴

- a. Agenda media, faktor-faktornya:
1. *Credibility* : tingkat kepercayaan mahasiswa terhadap media *online* sebagai komunikator dalam penyampaian berita prostitusi artis.
 2. *Content* : isi dari pemberitaan prostitusi artis yang ada di media *online*.
 3. *Visibility* : tingkat penonjolan / penekanan berita prostitusi di media online.

¹² Ardianto, Elvinaro dan Lukiati Komala , *Komunikasi Massa*, (Bandung: 2004), h. 52-57

¹³ Jill Griffin, *At First Look at Communication Theory*, 2003, h. 490

¹⁴ Rakhmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: 2006), h. 221-222

4. Level rutinitas media, yaitu mekanisme pemberitaan prostitusi artis dibentuk oleh media.

b. Agenda publik, faktor-faktornya:

1. Keakraban (*familiarity*) derajat kesadaran khalayak akan topik tertentu.
2. Penonjolan pribadi (*personal salience*), berarti relevansi antara kepentingan individu dengan pemberitaan prostitusi artis.
3. Kesenangan (*favorability*), yaitu pertimbangan senang atau tidak senang dengan pemberitaan mengenai kasus prostitusi artis di media online.
4. Mengerti pemberitaan kasus prostitusi artis, sejauh mana mahasiswa mengerti dan memahami pemberitaan tersebut.

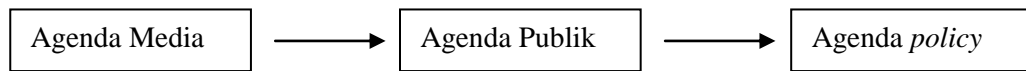
c. Agenda kebijakan, faktor-faktornya:

1. Dukungan (*support*), yaitu sebagai kegiatan pemerintah terkait kebijakan-kebijakan yang dibuatnya untuk mendukung pemberitaan prostitusi tersebut.
2. Kemungkinan kegiatan (*likelihood of action*), yaitu kemungkinan kebijakan pemerintah untuk mengatasi efek dari pemberitaan prostitusi di kalangan masyarakat.
3. Kebebasan bertindak, yaitu kegiatan nyata pemerintah.

Jika digambarkan kedalam bagan adalah sebagai berikut:

Gambar 2.4

Teori Agenda Setting



(Sumber : Kriyantono, 2006)

B. Komunikasi Massa

Sesuai dengan namanya, komunikasi massa ialah komunikasi yang dilakukan melalui media yang berimbas pada khalayak banyak. Abad ini disebut abad komunikasi massa, komunikasi telah mencapai suatu tingkat dimana orang mampu berbicara dengan jutaan manusia secara serentak dan serempak. Keberagaman medium komunikasi massa merupakan salah satu faktor mengapa era ini disebut era komunikasi massa. Dengan berbagai media massa yang timbul di masyarakat, membuat komunikasi massa menjadi terurut dipaling atas karena yang paling bersentuhan langsung dengan khalayak.

Gebner mengungkapkan media massa adalah: “Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri”.¹⁵

Efek komunikasi massa antara lain adalah Efek Kognitif (berhubungan dengan penalaran, yang tadinya tidak mengerti menjadi mengerti). Efek Afektif (timbulnya perasaan tertentu akibat mengonsumsi media massa). Dan Efek Behavioral

¹⁵ Jalaluddin Rakhmat, *Op.Cit*, h. 188

(bersangkutan dengan tekad, niat, usaha dan upaya yang cenderung menjadi suatu kegiatan atau tindakan).

Medium komunikasi massa memiliki banyak ragam, cetak dan elektronik. Media cetak meliputi koran dan majalah yang sudah umum ditemukan di masyarakat, sedangkan elektronik terdiri dari televisi, radio, film, dan media baru yang disebut internet.

C. Media Online

Internet yang kini sudah menjadi bagian primer dalam kehidupan manusia sudah tidak dapat dipisahkan lagi dalam kegiatan sehari-hari. Media *online* sangat erat kaitannya dengan internet, karena internet merupakan induk utama dari tersebarnya informasi-informasi berbasis *online* ini.

Denis McQuail dalam *Mass Communication Theory* mendefinisikan internet merupakan sebuah media dengan segala karakteristiknya. Internet memiliki teknologi, cara penggunaan, lingkup layanan, dan isi serta *image* tersendiri. Internet tidak dimiliki, dikendalikan, atau dikelola oleh sebuah badan tunggal tetapi merupakan sebuah jaringan komputer yang terhubung secara internasional dan beroperasi berdasarkan protokol yang disepakati bersama. Sejumlah organisasi khususnya *provider* dan badan telekomunikasi berperan dalam operasi internet.¹⁶

Media *online* merupakan media yang menggunakan internet. Sepintas lalu orang akan menilai media *online* merupakan media elektronik, tetapi para pakar memisahkannya dalam kelompok tersendiri. Dalam perspektif studi media atau komunikasi massa, media online menjadi objek kajian teori media baru (*new media*),

¹⁶ Denis McQuail, *Mass Communication Theory*, 1992, h. 28-29

yaitu istilah yang mengacu pada permintaan akses ke konten (isi/informasi) kapan saja, dimana saja, pada setiap perangkat *digital* serta umpan balik pengguna interaktif, partisipasi kreatif, dan pembentukan komunitas sekitar konten media.

Menurut Chun, *new media* merupakan penyerderhanaan istilah terhadap bentuk media di luar lima media massa konvensional, seperti televisi, radio, majalah, koran, dan film.¹⁷ *New media* merujuk pada perkembangan teknologi digital, sendiri tidak serta merta berarti media *digital*. Video, teks, gambar, grafik yang diubah menjadi data-data digital berbentuk *byte*, hanya merujuk pada sisi teknologi multimedia, salah satu dari tiga unsur dalam *new media*, selain ciri interaktif dan intertekstual.

Media *online* adalah media massa yang dapat kita temukan di internet. Internet sebagai media online ialah sebagai media baru dan internet memiliki karakteristik, seperti media yang berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, potensi interaktif, berfungsi secara privat dan publik, memiliki aturan yang rendah, dan berhubungan. Internet juga menciptakan pintu gerbang baru bagi organisasi yang dapat diakses secara global dari berbagai penjuru dunia. Karakteristik interaktif dari internet dapat menjadi sarana yang efektif untuk membangun dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan jika *web* digunakan dengan benar.¹⁸

¹⁷ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online*, (Bandung: 2012), h. 31

¹⁸ Maria Assumpta Rumanti, *Dasar-dasar Public Relation: Teori dan Praktik*, (Jakarta: 2002), h.

Tabel 2.1

Kelebihan dan Kekurangan Media *Online*

Kelebihan Media <i>Online</i> ¹⁹	Kekurangan Media <i>Online</i> ²⁰
<p>Media <i>online</i> memiliki kelebihan tersendiri, informasinya lebih “personal” yang dapat diakses oleh siapa saja, kapan saja, dan dimana saja. Tentu dengan syarat: ada sarananya, berupa seperangkat komputer dan jaringan internetnya. Kelebihan lain, informasi yang disebarakan dapat di update setiap saat, bila perlu setiap detik. Lebih dari itu, media online juga melengkapi fasilitas pencarian berita dan pengarsipan berita yang dapat diakses dengan mudah.</p>	<p>Kelemahan media <i>online</i> terletak pada peralatan dan kemampuan penggunanya. Media <i>online</i> harus menggunakan perangkat komputer dan jaringan internet yang saat ini biayanya cukup mahal di negeri kita. Saat ini, belum seluruh wilayah di Indonesia memiliki jaringan internet, disamping diperlukan keahlian khusus guna memanfaatkannya, dan mungkin juga belum banyak orang menguasainya.</p>

D. Berita

Berita adalah pelaporan atau pemberitahuan tentang segala peristiwa aktual yang menarik banyak perhatian orang. Peristiwa yang melibatkan fakta dan data yang

¹⁹ Mondry, *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. (Malang: 2008), h. 133

²⁰ *Ibid*, h. 25

ada dialam semesta ini, yang terjadipun aktual dalam artian “baru saja” atau hanya dibicarakan banyak orang.²¹

Berita merupakan hasil sebuah tulisan yang berisikan informasi yang dapat dibagikan kepada pembaca, berita sendiri memiliki banyak definisi yang dikeluarkan oleh para ahli, diantaranya adalah:

Williard C. Breyer dalam buku *Newspaper Writing and Editing* mengemukakan, berita adalah sesuatu yang termasa dipilih oleh wartawan untuk dimuat disurat kabar karena ia dapat menarik dan mempunyai makna bagi para pembaca karena ia dapat menarik pembaca tersebut.²²

William S. Maulsby, dalam buku *Getting in-News* menulis, berita dapat didefinisikan suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta-fakta yang mempunyai arti penting dan baru terjadi, yang menarik perhatian para pembaca surat kabar yang memuat berita tersebut.²³

Berdasarkan definisi tersebut, meskipun berbeda tetapi terdapat kesamaan yang mengikat pada berita, meliputi : menarik perhatian, luar biasa, dan terbaru. Jadi, sebuah tulisan dapat dikatakan berita jika terdapat unsur-unsur tersebut. Tidak semua tulisan dapat disebut berita karena hanya yang mengandung fakta dan tidak memihak saja yang tergolong dalam katagori berita.

²¹ Kustadi Kushandang, *Pengantar Jurnalistik (Seputar Organisasi, Produk, dan Kode Etik)*, (Jakarta: 2004), h. 103-104

²² *Ibid.* 103

²³ Mondry, *Op.Cit.* h. 22

Dengan kata lain terdapat beberapa syarat jika tulisan dikatakan berita,²⁴ diantaranya ialah :

- a. Merupakan fakta, bukan karangan (fiksi) yang dibuat-buat.
- b. Sebuah berita haruslah akurat
- c. Sebuah tulisan dikatakan sebagai berita jika berisi informasi yang lengkap, adil dan berimbang.
- d. Dan sebuah informasi dapat dikatakan sebagai berita jika tulisan tersebut objektif, jelas, dan hangat.

Suatu peristiwa dapat dibuat berita bila paling tidak punya satu nilai berita seperti berikut:²⁵

- a. Kebermaknaan (*significance*). Kejadian yang berkemungkinan akan mempengaruhi kehidupan orang banyak atau kejadian yang punya akibat terhadap pembaca.
- b. Besaran (*Magnitude*). Kejadian yang menyangkut angka-angka yang berarti bagi kehidupan orang banyak.
- c. Kebaruan (*Timeless*). Kejadian yang menyangkut peristiwa yang baru terjadi.
- d. Kedekatan (*Proximity*). Kejadian yang ada di dekat pembaca, bisa kedekatan geografis atau emosional.
- e. Ketermukaan/ sisi manusiawi (*prominence/human interest*). Kejadian yang memberi sentuhan perasaan para pembaca. Kejadian orang biasa, tetapi dalam kejadian yang luar biasa. Misalnya, anak kecil yang menemukan granat siap meledak di rel kereta api, atau Jokowi yang memiliki hobi pada tanaman hias.

Unsur-unsur berita yang harus dipenuhi oleh seorang wartawan dalam menulis sebuah berita agar mendapatkan keakuratan pemberitaan ialah konsep kalik 5W + 1H. Dalam menulis berita, seorang wartawan mengacu kepada nilai-nilai berita

²⁴ Hikmat Kusumaningrat, *Jurnalistik: Teori dan Praktik*, (Bandung: 2012), h. 48

²⁵ *Ibid*, h.58-59

untuk kemudian dipadukan dengan unsur-unsur berita sebagai ‘rumus umum’ penulisan berita, agar tercipta sebuah berita yang lengkap. Unsur-unsur berita yang dikenal dengan 5W + 1H kependekan dari:

What (Apa yang diberitakan), contoh : Kebakaran hutan Sindoro yang susah di padamkan.

Where (Dimana lokasi pemberitaannya), contoh : Kabupaten Temanggung, Jawa Tengah.

When (Kapan berita tersebut terjadi), contoh : Senin (24/9)

Who (Siapa yang terlibat dalam pemberitaan tersebut), contoh : Masyarakat Kabupaten Temanggung.

Why (Kenapa hal itu terjadi), Contoh : Di duga kebakaran itu merupakan kelanjutan dari kebakaran pekan lalu. Dan kemungkinan ada tunggak kayu, terutama di kawasan jurang yang masih membara kemudian tertiuip angin dan menimbulkan kebakaran lagi.

How (Bagaimana berita itu terjadi),²⁶ contoh : Api yang membakar hutan lindung petak 10 dan 11 RPH Kwadungan mulai terlihat sekitar pukul 18.30 WIB. Titik api berasal dari petak 10 kemudian merambat ke petak 11.

E. Akurasi Berita

Persoalan akurasi sangat menentukan kredibilitas media di mata publik. Kasus akurasi yang banyak muncul di media saat ini disebabkan antara lain minimnya cek-ricik dan kelalaian pencantuman sumber berita. Kelalaian pencantuman sumber

²⁶ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Praktis Untuk Pemula*, (Bandung: 2003), h. 10

berita dapat mengakibatkan berita yang disajikan tidak dapat diverifikasi di lapangan. Secara mendasar akurasi mengindikasikan perlunya verifikasi terhadap fakta/informasi. Seluruh informasi yang diperoleh harus diverifikasi sebelum disajikan.

Akurasi dalam sebuah pemberitaan dapat diartikan ketepatan dalam menulis sebuah berita yang nantinya akan dibaca orang banyak. Akurasi sangat diperlukan dalam sebuah penulisan berita agar berita yang diterima oleh masyarakat nantinya tidak menimbulkan penafsiran yang beragam. Dewasa ini, media online yang sedang berkembang di dunia jurnalistik sering mengabaikan aspek-aspek pemberitaan yang merujuk kepada akurasi dari isi berita, sehingga terkadang informasi yang tersampaikan ke publik tidak merata bahkan salah penafsiran. Hal ini memang dilematis mengingat kinerja wartawan yang dituntut dengan segera menghadirkan berita agar tidak kalah *update* dengan media kompetitor.

Akurat berarti kita harus dapat informasi pasti, yang tidak bisa dibantah. Wartawan harus sadar bahwa membantah, mengira dan ceroboh dapat membawa bencana. Meminjam kata-kata dalam ilmu hukum *crime doesn't pay*, maka dalam jurnalisme ada *guessing doesn't pay*. Pentingnya akurasi ini tidak dapat diperdebatkan, sebab berita yang tidak akurat dapat mengakibatkan tuntutan hukum.²⁷

Agar masalah ini tidak terjadi, berita haruslah akurat. Akurat berarti harus benar-benar terjadi, berlandaskan fakta, dan memiliki sumber yang jelas. Oleh karena itu sebuah berita harus objektif, jujur, dan adil. Fakta yang terkandung dalam sebuah

²⁷ Luwi Ishwara, *Catatan-catatan Jurnalisme Dasar*, (Jakarta: 2008), h.21

berita harus terpecahya, jujur dan berimbang atau *cover both sider*. Sebuah berita tidak boleh memihak, seimbang, lengkap, dan komprehensif. Informasi yang belum terlalu jelas kebenarannya harus diteliti kembali (*check and recheck*).²⁸

Mengingat kini sudah mulai marak dengan *Citizen Journalism*, dimana masyarakat bisa ambil bagian menulis berita untuk kemudian dibagikan melalui media online tentunya mempengaruhi dari aktualitas berita yang dibuat karena umumnya masyarakat tidak dibekali dengan cara penulisan berita yang baik dan benar, terkadang masih terdapat salah penulisan nama, gelar, tanggal kejadian dan beberapa detail penting dalam isi berita.

Haris Sumadiria dalam *Jurnalistik Indonesia* menyebutkan detail akurasi sebagai berikut:

- a) Dalam menyebarkan informasi, pers wajib menempatkan kepentingan publik di atas kepentingan individu atau kelompok.
- b) Pers tidak menerbitkan informasi yang kurang akurat, menyesatkan atau diputarbalikkan: ketentuan ini juga berlaku untuk gambar atau foto.
- c) Jika diketahui bahwa informasi yang dimuat atau disiarkan tidak akurat, menyesatkan, atau diputarbalikkan, maka koreksi harus segera dilakukan, jika perlu disertai permohonan maaf.
- d) Pers wajib membedakan antara komentar, dugaan, dan fakta.
- e) Pers menyiarkan secara seimbang dan akurat hal-hal yang menyangkut pertikaian yang melibatkan dua pihak.
- f) Pers kritis terhadap sumber berita dan mengkaji fakta dengan hati-hati²⁹.

1. Fakta dan Realitas

Berita harus berdasarkan fakta. Fakta merupakan hal yang benar-benar terjadi dan bukan rekayasa, sedangkan realitas adalah hal-hal pendukung fakta tersebut.

²⁸ Sedia Willing Barus, *Jurnalistik, Petunjuk Praktis Menulis Berita*, (Jakarta:1996), h.35

²⁹ Drs. AS Haris Sumadiria M.Si. *Jurnalistik Indonesia (Menulis Berita dan Feature)*, (Bandung:1992), h. 242

Contoh, faktanya adalah sebuah kebakaran dan realitasnya adalah korban jiwa dari korban materi dari peristiwa kebakaran tersebut. Pengungkapan fakta bisa berbagai jenis. Jenis berita yang lazim dipakai dalam pengungkapan fakta di media massa terbagi menjadi tiga³⁰, yaitu:

- a) *Straight News* (berita langsung), dibuat untuk menyampaikan fakta yang baru dan harus segera diketahui masyarakat. Hal yang sangat penting dalam berita langsung adalah aktualitas.
- b) *Soft News* (berita ringan), jenis ini menekankan aspek manusiawi (*human interest*) dalam suatu peristiwa.
- c) *Feature* ((berita kisah), merupakan jenis tulisan mengenai suatu fakta yang dapat menambah pengetahuan pembaca dan menyentuh perasaan pembaca, unsur terpenting dalam berita ini adalah manusiawi.

2. Tidak Berpihak (Netral) / *Cover Both Sides*

Dalam setiap penulisan berita di media massa, isi berita tidak dibolehkan untuk memihak pada satu sisi. Dalam istilah jurnalistik dikenal dengan *cover both sides*, dimana media harus berimbang dalam memberitakan suatu peristiwa. Tema tentang tidak berpihak atau bersikap netral tertuang pada pasal 12 yang mencakup tiga ayat. Dari tiga ayat tersebut dua di antaranya berbicara tentang fakta obyektif dan mengenai independensi pimpinan redaksi dan tanpa tekanan dalam menyiarkan berita. Bunyi kedua ayat tersebut sebagai berikut, “Pada saat menyajikan isu-isu kontroversial yang menyangkut kepentingan publik, lembaga penyiaran harus

³⁰ Abdul Chaer, *Bahasa Jurnalistik*, (Jakarta:2010), h. 16-17

menyajikan berita, fakta, dan opini secara objektif dan secara berimbang. Pemimpin redaksi harus memiliki independensi untuk menyajikan berita dengan objektif, tanpa memperoleh tekanan dari pihak pimpinan, pemodal, atau pemilik penyiaran³¹.

F. Prostitusi

1. Definisi Pelacuran

Pelacuran atau Prostitusi merupakan salah satu bentuk penyakit masyarakat, yang harus dihentikan penyebarannya, tanpa mengabaikan usaha pencegahan dan perbaikannya. Pelacuran itu berasal dari bahasa latin *pro-stituere* atau *pro-stauree*, yang berarti membiarkan diri berbuat zinah, melakukan persundalan, percabulan, pergendakan. Sedang *prostitutue* adalah pelacur atau sundal. Dikenal pula dengan istilah WTS atau *Wanita Tuna Susila*. Secara etimologis prostitusi berasal dari kata *prostitutio* yang berarti hal menempatkan dihadapkan, hal menawar. Adapula yang menghubungkannya dengan kata *prostare* yang berarti menjual atau menjajakan.³²

Sedangkan Menurut Kartono menyatakan bahwa *Prostitusi* adalah penyerahan diri dari wanita kepada banyak laki-laki dengan pembayaran. Definisi diatas mengemukakan adanya unsur-unsur ekonomis, dan penyerahan diri wanita yang dilakukan secara berulang-ulang atau terus-menerus dengan banyak laki-laki. Selanjutnya Kartono mengemukakan definisi pelacuran sebagai berikut:

- a. *Prostitusi* adalah bentuk penyimpangan seksual, dengan pola-pola organisasi impuls/dorongan seks yang tidak wajar dan tidak terintegrasi, dalam bentuk pelampiasan nafsu-nafsu seks tanpa kendali denganbayak orang

³¹ Drs. AS Haris Sumadiria M.Si. *Op.Cit*, 1992, h. 139

³² id.wikipedia.org/wiki/Pelacuran

(promiskuitas), disertai eksploitasi dan komersialisasi seks, yang impersonal tanpa afeksi sifatnya.

- b. Pelacuran merupakan peristiwa penjualan diri (persundalan) dengan jalan memperjualbelikan badan, kehormatan, dan kepribadian kepada banyak orang untuk memuaskan nafsu-nafsu seks, dengan imbalan pembayaran.
- c. *Pelacuran* ialah perbuatan perempuan atau laki-laki yang menyerahkan badannya untuk berbuat cabul secara seksual dengan mendapatkan upah.³³

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, “prostitusi” mengandung makna suatu kesepakatan antara lelaki dan perempuan untuk melakukan hubungan seksual dalam hal mana pihak lelaki membayar dengan sejumlah uang sebagai kompensasi pemenuhan kebutuhan biologis yang diberikan pihak perempuan, biasanya dilakukan di lokalisasi, hotel dan tempat lainnya sesuai kesepakatan.

Jenis-jenis prostitusi dapat dibagi beberapa macam, berdasarkan aktivitasnya prostitusi dibagi menjadi:³⁴

1. Prostitusi yang terdaftar

Prostitusi yang pelakunya diawasi oleh pemerintah, kepolisian dan bekerjasama dengan lembaga sosial dan lembaga kesehatan.

2. Prostitusi yang tidak terdaftar

Termasuk dalam kelompok ini adalah mereka yang melakukan prostitusi secara gelap-gelapan dan liar, baik secara perorangan maupun dalam kelompok. Perbuatannya tidak terorganisasi dan tidak memiliki tempat tertentu.

³³ Kartini Kartono, *Kenakalan Remaja* (Patologi Sosial 2), (Bandung: PT. Grafindo, 2003)

³⁴ <http://memaknaipsikologi.blogspot.co.id/2013/02/teori-psikologi-pelacuran-dan-lokalisasi.html>, diakses pada tanggal 10 Agustus 2016 Pukul 14.05

Menurut jumlahnya, prostitusi dapat dibagi dalam:

1. Prostitusi yang beroperasi secara individual; merupakan single operator
2. Prostitusi yang bekerja dengan bantuan organisasi dan sindikat yang teratur dan rapih. Jadi mereka tidak bekerja sendiri, melainkan diatur melalui satu sistem kerja organisasi.³⁵

Sedangkan, menurut tempat penggolongan atau lokasinya, prostitusi dibagi menjadi:³⁶

1. Segregasi atau lokalisasi, merupakan tempat pelacuran yang terisolir atau terpisah dari kompleks penduduk lainnya.
2. Rumah-rumah panggilan atau *call house*. Rumah-panggilan merupakan suatu tempat prostitusi yang berbentuk rumah bias di tengah lingkungan kampung atau lingkungan penduduk baik-baik, yang secara gelap menyediakan wanita pelacur.
3. Dibalik front –organisasi atau dibalik bisnis-bisnis terhormat. Contohnya, salon kecantikan, tempat pemandian uap, tempat pijat.

³⁵ *Ibid*

³⁶ *Ibid*