

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Media Massa

1. Definisi dan Karakteristik Media Massa

Menurut Hafied Cangara Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi.¹

Sebuah media bisa disebut media massa jika memiliki karakteristik tertentu.

Karakteristik Media massa menurut Cangara antara lain:

- a. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.
- b. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Kalau pun terjadi reaksi atau umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda.
- c. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang dalam waktu yang sama.

¹Hafied Cangara, 2010. *Pengantar ilmu komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers. hal.123.

- d. Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar, dan sebagainya.
- e. Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal batas usia, jenis kelamin, dan suku bangsa.²

2. Fungsi Media Massa

Adapun fungsi komunikasi massa bagi masyarakat menurut Dominick yang dikutip oleh Denis Mc Quail didalam bukunya sebagai berikut.

- a. *Surveillance* (Pengawasan)
 - 1. *Warning Before Surveillance* (Pengawasan dan Peringatan) Fungsi yang terjadi ketika media massa menginformasikan tentang sesuatu yang berupa ancaman, seperti bahaya tsunami, banjir, gempa, kenaikan harga, dan lain lain.
 - 2. *Instrumental surveillance* (pengawasan instrumental)
Penyebaran/penyampaian informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari. Seperti resep masakan, produk-produk baru, dan lain-lain.
- b. *Interpretation* (Penafsiran)
Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting, Contoh: Tajuk rencana (Editorial) berisi komentar dan opini dilengkapi perspektif terhadap berita yang disajikan di halaman lain.

²Hafied Cangara, 2010. *Pengantar ilmu komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers. hal.126.

c. *Linkage* (Pertalian)

Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk linkage (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu

d. *Transmission Of Values* (Penyebaran Nilai-Nilai)

Fungsi sosialisasi: Cara dimana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok.

e. *Intertainment* (Hiburan)

Banyak dijumpai pada media televisi dan radio. Surat kabar pula merupakan sebuah penyampain yang strategis dalam pemberitaan serta pembangunan opini publik. Karena surat kabar merupakan sarana yang cukup efektif dalam usaha untuk dapat mencerdaskan masyarakat.³

3. Efek Media Massa

Menurut M Chaffe yang dikutip oleh Elvinaro Ardiano mengatakan bahwa media massa mempunyai efek yang berkaitan dengan perubahan sikap, perasaan dan perilaku komunikasinya. Dari pernyataan tersebut dapat dijelaskan bahwa media massa mempunyai efek kognitif, efek efektif dan efek konatif/*nehavioral*.

a. Efek Kognitif

Adalah akibat yang ditimbulkan pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya. Dalam efek kognitif ini akan dibahas tentang bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari

³Denis McQuail, 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika. hal 175.

informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitifnya.

b. Efek Efektif

Tujuan dari media massa bukan sekedar memberi khalayak tentang sesuatu tetapi lebih dari itu, khalayak diharapkan dapat turut merasakan perasaan iba, terharu, sedih, gembira dan sebagainya. Media massa agar dapat membuat suasana atau menarik emosional khalayak dalam menyampaikan pesannya.

c. Efek Konatif/*behavioral*

Merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan, atau kegiatan. Banyak sekali khalayak yang terpengaruh oleh pesan media yang disampaikannya, seperti masyarakat pedesaan yang takut datang ke Ibu Kota Jakarta, karena mereka menganggap di Jakarta itu sering terjadi konflik, ini diakibatkan karena yang disajikan oleh media berita yang berunsur kekerasan.⁴

B. Surat Kabar

1. Definisi Surat Kabar

Dalam masa kekuasaan Caesar, Roma sudah memiliki sebuah surat kabar. Acta diurna (kegiatan sehari-hari), yang dituliskan dalam sebuah batu tulis, ditempatkan di dinding setelah setiap pertemuan senat. Sirkulasinya tunggal dan tidak ada pengukuran yang akurat untuk mengukur jumlah pembacanya.⁵

⁴Elvinaro Ardiano dan Lukiati Komala Erdinaya, 2007. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. hal.50-57.

⁵Stanley J Barran. 2012. *Pengantar Komunikasi Massa Jilid 1 Edisi 5*. Jakarta: Erlangga. hal 130.

Surat kabar atau koran adalah barang cetakan yang berisi berita, informasi, dan pendidikan yang terbit secara kontinyu yang biasanya harian. Ada juga yang berpendapat bahwa surat kabar adalah salah satu bentuk media cetak yang tidak dijilid, dalam ukuran normal tiap halaman terdiri dari 9 kolom. Ada yang terbit 8 halaman, 12 halaman, 16 halaman, dan ada yang lebih dari jumlah itu. Surat kabar adalah merupakan alat komunikasi massa dan tumbuhlah industri media massa pres, dimana perkembangannya mengikuti perkembangan masyarakatnya serta perkembangan teknologi.⁶ Surat kabar merupakan media massa yang paling tua dibandingkan dengan jenis media massa lainnya. Sejarah telah mencatat keberadaan surat kabar dimulai sejak ditemukannya mesin cetak.⁷

2. Sejarah Singkat Surat Kabar

a. Di Jerman

Prototipe pertama surat kabar pertama diterbitkan di *Bremen Jerman* pada tahun 1609. Pada tahun yang sama, surat kabar yang sangat sederhana terbit di *Strasborg*. Bentuk surat kabar yang sesungguhnya terbit pada tahun 1620 di *Frankfrut, Berlin, Humberg, Vienna, Amsterdam, dan Atwerp*.

b. Di Inggris

Di Inggris, surat kabar pertama yang masih sederhana terbit pada tahun 1621. Sedangkan yang dianggap sebagai benar-benar surat kabar yang terbit secara teratur ialah *Oxford Gazette* yang terbit di *Oxford* tahun

⁶Edwi Arief Sosiawan, perkembangan teknologi komunikasi (PDF Acrobat.com) diakses pada tanggal 26 November 2019

⁷Ardianto dan Erdinaya, 2004. *Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : simbiosis Rekatama Media. hal. 99.

1665. Beberapa bulan kemudian ketika pemerintahan pindah ke *London*, surat kabar tersebut berubah nama menjadi *London Gazette*. Surat kabar harian yang pertama terbit adalah *Daily Courant*.

c. Di Amerika

Surat kabar harian yang pertama di Amerika Serikat adalah *Pennsylvania Evening Post* dan *Daily Advertiser* yang terbit pada tahun 1830-an, surat kabar relatif mahal harganya dan hanya dibaca oleh golongan elit, serta para politikus.

d. Di Indonesia

Keberadaan surat kabar di Indonesia sendiri ditandai dengan perjalanan panjang melalui lima priode yakni: Masa penjajahan Belanda, masa penjajahan Jepang, menjelang Kemerdekaan dan awal kemerdekaan, zaman orde lama serta zaman orde baru.

3. Karakteristik Surat Kabar

a. Publisitas

Publisitas atau *publicity* adalah penyebaran pada publik arau khalayak. Dimana surat kabar diperuntukkan umum, karenanya berita, tajuk rencana, artikel, dan lain-lain harus menyangkut kepentingan umum bukan kepentingan individu atau kelompok.

b. Priodesitas

Priodesitas atau *priodesity* merujuk pada keteraturan terbitnya, bisa harian, mingguan atau dwi mingguan. Sifat *prodesitas* sangat penting dimiliki media massa khususnya surat kabar.

c. Universalitas

Universalitas atau *universality* merujuk pada kesemestaan isinya, yang beraneka ragam dan dari seluruh dunia. Dengan demikian atau surat kabar meliputi seluruh aspek kehidupan manusia, seperti masalah sosial, ekonomi, budaya, agama, pendidikan, keamanan, dan lain-lain.

d. Aktualitas

Ciri aktualitas yang dimaksud disini adalah kecepatan penyampaian laporan mengenai kejadian dimasyarakat kepada khalayak. Bagi surat kabar, aktualitas ini merupakan faktor yang amat penting karena menyangkut persaingan dengan surat kabar lain dan berhubungan dengan nama baik surat kabar yang bersangkutan.

e. Terdokumentasi

Dari berbagai fakta yang disajikan surat kabar dalam bentuk artikel atau berita, dapat dipastikan ada beberapa diantaranya yang oleh pihak-pihak tertentu dianggap penting untuk diarsipkan atau di buat kliping.

4. Kategori Surat Kabar

Surat kabar dapat dikelompokkan pada berbagai kategori. Dilihat dari ruang lingkupnya, maka kategorisasi adalah (1) surat kabar nasional seperti Kompas, Suara Pembaruan, Media Indonesia, Republika Suara Karya dan lainnya. (2) Surat kabar regional seperti Pikiran Rakyat, Jawa Pos, Surabaya Pos, Waspada Bali pos dan sebagainya. (3) Surat kabar lokal seperti Bandung Pos, Pos Kota dan Kedaulatan Rakyat. Ditinjau dari bentuknya, ada bentuk surat kabar biasa dan tabloid. Jika dilihat dari bahasa yang digunakan, ada surat kabar berbahasa

Indonesia, bahasa Inggris, dan bahasa daerah. Dalam penelitian ini akan menggunakan surat kabar lokal yaitu surat kabar Harian Oku Selatan.

C. Kebijakan Redaksional Pemberitaan Dalam Media Massa

Kebijakan redaksional terdiri dari dua suku kata, yaitu kebijakan dan redaksional. Kebijakan itu sendiri menurut Kamus Bahasa Indonesia adalah rangkaian konsep dan asas yang menjadi garis besar serta dasar sebuah rencana dalam pelaksanaan suatu kepemimpinan dan cara bertindak; pernyataan, cita-cita, tujuan, prinsip, maksud sebagai garis pedoman untuk manajemen dalam usaha mencapai sasaran.⁸ Sedangkan redaksional berasal dari kata redaksi yang berarti suatu bagian terpenting dalam sebuah organisasi media komunikasi massa yang tugasnya mengelola isi atau acara media massa baik cetak ataupun elektronik.

Dalam ensiklopedia pers Indonesia, Kurniawan Junaedi mendefinisikan: “Redaksi adalah bagian atau orang dalam sebuah organisasi pers yang bertugas untuk menolak atau mengizinkan pemuatan sebuah berita atau tulisan. Pertimbangan yang digunakan bisa menyangkut aspek apakah tulisan atau berita itu bernilai berita atau tidak, menarik tidaknya bagi pembaca, serta menjaga corak politik yang dianut penerbit pers tersebut. Di samping itu, bertugas untuk memperhatikan bahasa, akurasi, dan kebenaran tulisan atau beritanya, termasuk di dalamnya menjaga agar tidak salah cetak.”⁹ Jadi, kebijakan redaksional merupakan sebuah konsep dasar yang menjadi pedoman atau petunjuk sebuah perusahaan media dalam menjalankan kegiatan keredaksionalan yang disesuaikan dengan prinsip serta visi dan misi media itu sendiri. Pengambilan kebijakan suatu

⁸Lukman Ali, et.al. 1994. *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka. hal. 60.

⁹Kurniawan Junaedi, 1991. *Ensiklopedia Pers Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. hal. 825.

media sebagai sebuah institusi sangat erat kaitannya dengan tujuan yang akan dicapai. Gejala ini seiring dengan meningkatnya peran media itu sendiri sebagai institusi penting dalam masyarakat.

Menurut Sudirman Tebba dalam bukunya “Jurnalistik Baru”, kebijakan redaksi merupakan dasar pertimbangan suatu lembaga media massa untuk memberitakan atau menyiarkan suatu berita. Kebijakan redaksi juga merupakan sikap redaksi suatu lembaga media massa, terutama media cetak, terhadap masalah aktual yang sedang berkembang, yang biasanya dituangkan dalam bentuk tajuk rencana.¹⁰

Secara garis besar keredaksian dibagi menjadi empat jenjang, yaitu: pertama, pemimpin redaksi yang bertanggung jawab pada kebijakan isi media. Kedua, redaktur pelaksana yang dibebani tanggung jawab pelaksanaan keredaksian sehari-hari, seperti mengatur isi berita para wartawan atau reporter. Ketiga, editor atau redaktur, yang bertugas menyunting naskah dan halaman. Keempat, wartawan atau reporter, yang mencari dan yang membuat berita. Dalam perusahaan media massa, bagian redaksional merupakan bagian yang menangani masalah pemberitaan. Bagian redaksional dipimpin oleh seorang pemimpin redaksi yang bertanggung jawab atas semua hal yang terkait dengan proses pencarian dan pelaporan berita. Oleh sebab itulah, jajaran redaksional sebuah media massa disibukkan oleh proses rapat redaksi yang menentukan peristiwa apa yang akan diangkat, dan peristiwa mana yang akan ditanggguhkan.¹¹

¹⁰Sudirman Tebba, 2005. *Jurnalistik Baru*. Ciputat: Kalam Indonesia. cet. Ke-1. hal. 150.

¹¹Septiawan Santana K, 2005. *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia. cet. Ke- 1. hal. 188.

Dasar pertimbangan suatu lembaga media massa untuk menyiarkan atau tidak menyiarkan suatu peristiwa pertama-tama ditentukan oleh sifat media massa yang bersangkutan. Media massa ada yang bersifat umum dan ada yang bersifat khusus. Media yang bersifat khusus, misalnya media massa ekonomi, hanya menyiarkan berita ekonomi dan hal-hal yang berkaitan dengan masalah ekonomi, media massa politik hanya menyiarkan berita politik dan hal-hal yang berkaitan dengan masalah politik dan sebagainya.

Sedangkan media massa yang bersifat umum pada dasarnya memiliki prinsip yaitu menyiarkan setiap peristiwa yang menarik dan penting. Karena peristiwa yang menarik itu banyak, maka belum tentu bisa menyiarkan semuanya sehingga harus ditentukan dasar pertimbangannya untuk menyiarkan atau tidak menyiarkan suatu peristiwa.¹²

Menurut Sudirman Tebba, ada beberapa pertimbangan dalam media massa untuk menyiarkan atau tidak menyiarkan suatu peristiwa, dasar pertimbangan itu ada yang bersifat ideologis, politis, dan bisnis. Dasar pertimbangan ideologis media massa ditentukan oleh latar belakang pendiri atau pemilik media massa itu sendiri, baik itu latar belakang agama maupun nilai-nilai yang dihayati. Selain pertimbangan ideologis, dasar pertimbangan dalam media massa untuk menyiarkan atau tidak menyiarkan suatu peristiwa yaitu dasar pertimbangan politis. Kehidupan pers merupakan indikator demokrasi. Oleh sebab itu, pers tidak lepas dari masalah politik. Demokratis tidaknya suatu Negara antara lain ditentukan oleh kehidupan pers nya, yaitu bebas atau tidak. Adanya pemilik atau

¹²Sudirman Tebba, *Op. Cit.*, hal. 151-152.

pemimpin media massa yang juga melihat ekonomi masyarakat, pendidikan, agama, dan sebagainya.¹³

Sikap, posisi dan pandangan suatu media merupakan faktor terbesar yang mempengaruhi kebijakan redaksi. Namun, untuk mengimbangi kebijakan tersebut perlu memasukkan nilai atau norma yang berlaku dalam masyarakat. Dari faktor tersebut tulisan atau berita yang dimuat diharapkan mampu membawa implikasi positif kepada masyarakat.

Redaksi merupakan bagian dari manajemen sebuah surat kabar, surat kabar itu sendiri merupakan media massa tertua dibandingkan dengan media massa lainnya seperti televisi, radio, internet, dan sebagainya. kegiatan surat kabar dimulai setelah ditemukannya mesin cetak oleh John Guttenberg di Jerman. Surat kabar berkembang pertama kali di Eropa yang kemudian mulai memasuki Amerika. Ada beberapa definisi mengenai surat kabar, diantaranya adalah yang ada didalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, Surat kabar diartikan sebagai “Lembaran kertas bertuliskan kabar atau berita dan sebagainya, terbagi dalam kolom-kolom (8-9 kolom), yang terbit setiap hari atau secara periodik.”¹⁴

menurut Maskun Iskandar yang mengartikan ”Surat kabar merupakan media komunikasi massa yang diterbitkan secara berkala dan bersenyawa dengan kemajuan teknologi pada masanya dalam menyajikan tulisan berupa berita, feature, pendapat atau opini, cerita rekaan (fiksi), dan bentuk karangan lain.”²⁷ Sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, Surat kabar diartikan sebagai

¹³*Ibid.*, hal. 152-155

¹⁴Departemen Pendidikan Nasional, 2003. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka. hal. 28.

“Lembaran kertas bertuliskan kabar atau berita dan sebagainya, terbagi dalam kolom-kolom (8-9 kolom), yang terbit setiap hari atau secara periodik.”¹⁵

D. Kode Etik Jurnalistik

Sebelum pembahasan tentang Kode Etik Jurnalistik lebih mendalam, sebaiknya mengetahui definisi Kode Etik Jurnalistik terlebih dahulu. Kode adalah system pengaturan (*system of law*) sedangkan etik adalah norma perilaku. Kode etik jurnalistik adalah aturan prinsip yang dirumuskan oleh pengemban etika, mereka adalah orang-orang professional yang mengemban profesi. Kode etik tidak dibuat sebagai cara yang mendetail dalam pemecahan masalah etika, tapi prinsip umum yang dapat mendorong pilihan moral. Kode Etik Jurnalistik didesain untuk memotivasi pekerja, memperkuat tamina etika mereka, dan membantu dalam pengembangan pekerjaan.¹⁶

Kode Etik Jurnalistik ialah ikrar yang bersumber pada hati nurani wartawan dalam melaksanakan kemerdekaan mengeluarkan pikiran yang dijamin sepenuhnya oleh Pasal 28 UUD 1945, yang merupakan landasan konstitusional wartawan dalam menjalankan tugas jurnalistiknya. Kemerdekaan mengeluarkan pikiran ialah hak paling mendasar yang dimiliki setiap insan wartawan. Bersumber dari konstutisu tersebut maka setiap wartawan Indonesia wajib menegakkan hukum, keadilan dan kebenaran dalam menggunakan haknya untuk mengeluarkan pikiran.¹⁷

¹⁵Dewan Pers, 1991. *Ensiklopedi Nasional*. Jakarta: PT. Cipta Adi Pustaka. Edisi ke-15. hal. 431.

¹⁶ Djuroto, 2000. *Pengantar Jurnalistik*. Jakarta: Gunung Agung. hal. 47

¹⁷Prihandini, 2016. Implementasi Kode Etik Jurnalistik Pada Berita Kriminal (Berita Pembunuhan) di Surat Kabar Pekan Baru MX. JOM FISIP Vol.3 No 1

Menurut Sukardi bahwa kemerdekaan berpendapat, berekspresi, dan pers adalah hak asasi manusia yang dilindungi Pancasila, Undang-Undang Dasar 1945, dan Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia PBB. Kemerdekaan pers adalah sarana masyarakat untuk memperoleh informasi dan berkomunikasi, guna memenuhi kebutuhan hakiki dan meningkatkan kualitas kehidupan manusia. Dalam mewujudkan kemerdekaan pers itu, wartawan Indonesia juga menyadari adanya kepentingan bangsa, tanggung jawab sosial, keberagaman masyarakat, dan norma-norma agama.

Dalam melaksanakan fungsi, hak, kewajiban dan peranannya, pers menghormati hak asasi setiap orang, karena itu pers dituntut profesional dan terbuka untuk dikontrol oleh masyarakat. Untuk menjamin kemerdekaan pers dan memenuhi hak publik untuk memperoleh informasi yang benar, wartawan Indonesia memerlukan landasan moral dan etika profesi sebagai pedoman operasional dalam menjaga kepercayaan publik dan menegakkan integritas serta profesionalisme.

Atas dasar itu, wartawan Indonesia menetapkan dan menaati Kode Etik Jurnalistik. Dalam aspek hukum, Kode Etik jurnalistik sebagai hukum yang bersifat *intern* yang dibuat oleh wartawan Indonesia melalui organisasi untuk ditaati oleh setiap media massa. Sedangkan lebih khususnya, aturan yang mengenai perilaku dan pertimbangan moral yang harus dianut oleh media pers dalam siarannya. Fungsi utama dari Kode Etik Jurnalistik adalah agar para pengemban profesi berlaku etis sesuai dengan standar moral yang berlaku. Tujuan standar ini adalah untuk menjamin kaum profesional dapat bertanggungjawab

dalam tingkat tertinggi dari penampilannya dan mempertahankan mereka untuk setia pada kewajiban kejujuran, kesetiaan dan kewajiban. M. Alwi Dahlan mengatakan bahwa ada lima fungsi kode etik jurnalistik, yaitu:

1. Melindungi keberadaan seseorang profesional dalam berkiprah di bidangnya.
2. Melindungi masyarakat dari malapraktik oleh praktisi yang kurang profesional .
3. Mendorong persaingan sehat antarpraktisi.
4. Mencegah kecurangan antar rekan profesi.
5. Mencegah manipulasi informasi oleh narasumber.¹⁸

Kode Etik Jurnalistik merupakan kode etik baru sebagai pengganti kode etik sebelumnya seperti Kode Etik Wartawan Indonesia (KEWI), Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) ataupun Aliansi Jurnalistik Independen (AJI). Kode Etik Jurnalistik yang terdiri dari 11 pasal ini dianggap lebih baik dari kode etik sebelumnya karena dapat menampung lebih kompleks dari Persoalan Persoalan yang berkembang dalam media cetak maupun elektronik (Dewan Pers,2008) Kode Etik Jurnalistik dirumuskan di Jakarta, 16 Maret 2008 ini memberi rambu-rambu kepada wartawan tentang penghormatan terhadap kehidupan pribadi narasumber. Mengenai pemberitaan tentang perbedaan suku, ras, warna kulit, agama, jenis kelamin, bahasa, serta orang lemah, cacat jiwa atau jasmani juga dimasukkan dalam kode etik.

¹⁸Wina Armada Sukardi, 2008. Evaluasi Pendidikan Prinsip dan Operasional. Yogyakarta: Bumi Aksara. hal. 27

Adapun pasal-pasal dalam Kode Etik Jurnalistik yang dikutip Syarifudin Yunus adalah sebagai berikut.

Dewan Pers,2008:

1. Wartawan Indonesia bersikap independent, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk.
2. Wartawan Indonesia menempuh cara-cara yang profesional dalam melaksanakan tugas jurnalistik.
3. Wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah.
4. Wartawan Indonesia tidak membuat berita bohong, fitnah, sadis, dan cabul.
5. Wartawan Indonesia tidak menyebutkan dan menyiarkan identitas korban kejahatan susila dan tidak menyebutkan identitas anak yang menjadi pelaku kejahatan.
6. Wartawan Indonesia tidak menyalah gunakan profesi dan tidak menerima suap.
7. Wartawan Indonesia memiliki hak tolak untuk melindungi narasumber yang tidak bersedia diketahui identitas maupun keberadaannya, menghargai ketentuan embargo informasi latar belakang, dan “*off the record*” sesuai dengan kesepakatan.
8. Wartawan Indonesia tidak menulis atau menyiarkan berita berdasarkan prasangka atau diskriminasi terhadap seseorang atas dasar perbedaan suku,

ras, warna kulit, agama, jenis kelamin, dan bahasa serta tidak merendahkan martabat orang lemah, miskin, sakit, cacat jiwa atau cacat jasmani.

9. Wartawan Indonesia menghormati hak narasumber tentang kehidupan pribadinya, kecuali untuk kepentingan publik.
10. Wartawan Indonesia segera mencabut, meralat, dan memperbaiki berita yang keliru dan tidak akurat disertai dengan permintaan maaf kepada pembaca, pendengar, dan atau pemirsa.
11. Wartawan Indonesia melayani hak jawab dan hak koreksi secara proposional.

Penilaian akhir atas penggunaan Kode Etik Jurnalistik dilakukan Dewan Pers. Sanksi atas penggunaan Kode Etik Jurnalistik dilakukan oleh organisasi wartawan dan atau perusahaan Pers.¹⁹

Beberapa hal yang berkaitan dengan Kode Etik Jurnalistik yang dikutip Syarifudin Yunus dalam bukunya menyatakan sebagai berikut, menurut Undang-undang Pers tentang Kode Etik Jurnalistik yang apabila hal ini tidak di laksanakan dalam kegiatan Jurnalsitik maka itu sebuah pelanggaran Kode Etik Jurnalistik.

1. Sumber Imajiner.

Sumber berita dalam liputan pers harus jelas dan tidak boleh fiktif.

Artinya media tidak boleh mempublikasikan berita yang tidak jelas sumbernya dari mana atau tidak sesuai fakta (karangan).

¹⁹Syarifudin Yunus, 2010. *Jurnalistik terapan*. Bogor: Ghalia Indonesia. hal. 107

2. Identitas dan Foto Korban Asusila Anak-Anak Dimuat.

Sesuai dengan asas moralitas, menurut Kode Etik Jurnalistik, masa depan anak-anak harus dilindungi. Oleh karena itu, jika ada anak di bawah umur, baik sebagai pelaku maupun korban kejahatan kesusilaan identitasnya harus dilindungi.

3. Tidak Paham Makna (*Off the Record*).

Menurut Kode Etik Jurnalistik, wartawan wajib menghormati ketentuan tentang *off the record*. Artinya, apabila narasumber sudah mengatakan bahan yang diberikan atau dikatakannya adalah *off the record*, wartawan tidak boleh menyiarkannya. Kalau wartawan tidak bersedia terikat dengan hal itu, sejak awal ia boleh membatalkan pertemuan dengan narasumber yang ingin menyatakan keterangan *off the record*. Begitu pula *off the record* tidak berlaku bagi informasi yang sudah menjadi rahasia umum. Satu lagi, terdapat tradisi jurnalis bahwa *off the record* tidak berlaku untuk opini. Dengan kata lain, *off the record* lebih diutamakan untuk hal-hal yang berkaitan dengan data dan fakta. Tetapi, kalau wartawan sudah bertemu dengan narasumber yang menyatakan keterangannya *off the record*, ia terikat dengan kesepakatan ini. Apabila keterangan *off the record* disiarkan juga, maka seluruh berita tersebut menjadi tanggung jawab wartawan atau pers yang bersangkutan. Dalam hal ini narasumber dibebaskan dari segala beban tanggung jawab karena pada prinsipnya keterangan *off the record* harus dipandang tidak pernah dikeluarkan oleh narasumber untuk disiarkan. Pemberitaan sesuatu yang

off the record sepenuhnya menjadi tanggung jawab pers yang menyiarkannya. Jika hal ini dilakukan wartawan maka media akan kehilangan kepercayaan dari narasumber. Ini sudah tentu pelanggaran terhadap Kode Etik Jurnalistik. Pelanggaran semacam ini menurunkan kredibilitas pers, sebab jika hal seperti ini sering terjadi maka narasumber tidak akan lagi percaya kepada pers.

4. Tidak Memperhatikan Kredibilitas Narasumber.

Keadaan/kondisi yang dapat dipercaya dan dapat dipertanggung jawabkan oleh narasumber dengan sebagaimana mestinya.

5. Melanggar Hak Properti Pribadi.

Walaupun wartawan dalam menjalankan tugasnya dilindungi oleh hukum, tidak berarti wartawan dibolehkan untuk tidak menghormati hak-hak hukum yang dimiliki pihak lain. Wartawan sebagai warga negara mempunyai kedudukan yang sama di mata hukum. Batas-batas kemerdekaan wartawan, dalam situasi umum, adalah batas hak-hak hukum yang dimiliki oleh pihak lain. Wartawan juga harus menghormati hak tersebut karena rumah adalah milik pribadi orang lain yang keberadaannya sah dan diakui oleh perundang-undangan. Maka apabila pemilik rumah ingin mempertahankan hak-hak yang dimilikinya terhadap siapa pun, termasuk wartawan itu, hal tersebut diakui dan dilindungi oleh hukum. Oleh sebab itulah maka memasuki rumah seseorang tanpa izin merupakan pelanggaran, dan risiko yang ada menjadi tanggung jawab wartawan itu sepenuhnya. Di Amerika Serikat, apabila ada pihak yang tidak

dikehendaki memasuki rumah orang lain dan tidak mau pergi, kalau ditembak, maka pihak yang masuk ke rumah itulah yang dianggap bersalah. Seharusnya wartawan menunggu saja di luar pagar. Walaupun tetap merasa memiliki kepentingan umum dalam kasus ini, seharusnya wartawan melakukan peliputan dengan teknik investigative reporting. Sebab, dalam peliputan investigatif, menurut mekanisme pers, ketentuan hukum yang berlaku dapat memperoleh pengecualian untuk diterobos--- dengan catatan bahwa segala risiko tetap menjadi tanggung jawab pers.

6. Menyiarkan Gambar Ilustrasi Sembarangan.

Pemasangan foto atau penyiaran gambar ilustrasi dalam pers harus memperhatikan relevansi sosial serta nilai-nilai yang hidup dalam masyarakat. Pemasangan foto atau penyiaran gambar ilustrasi yang sembarangan dapat diterima dengan makna yang jauh berlainan, dan karena itu dapat menjadi pelanggaran terhadap Kode Etik jurnalistik, Misalnya satu koran membuat berita tentang banyaknya remaja putri yang menjadi wanita panggilan atau menjajakan seks bebas. Pemuatan berita tersebut disertai satu foto ilustrasi yang menggambarkan aktivitas sekelompok remaja putri di suatu pusat perbelanjaan. Para remaja putri yang ada dalam foto ilustrasi itu sama sekali bukan pelaku yang menjadi bahan laporan dan tidak ada kaitannya dengan pelaku. Dalam caption atau teks gambar diterangkan, "Para remaja putri di sebuah pusat perbelanjaan". Pemuatan foto semacam ini melanggar Kode Etik Jurnalistik karena menyiarkan berita yang menyesatkan. Ilustrasi foto yang

dimuat itu seakan-akan menunjukkan atau merujuk kepada tulisan bahwa itulah para remaja puteri yang "menjual diri" atau melakukan seks bebas.

7. Tidak Memakai Akal Sehat (*Common Sense*).

Banyak wartawan yang dalam menyiarkan berita melupakan unsur akal sehat. Berita pers pada dasarnya tetap harus mengacu kepada akal sehat atau common sense. Apabila ada berita yang berada di luar akal sehat, harus dilakukan pengecekan berkali-kali sampai terbukti apakah berita itu benar atau tidak. Prinsip yang dipakai dalam hal ini adalah, pertama-tama, wartawan harus lebih dahulu bersikap skeptis atau cenderung tidak percaya terhadap berita yang tidak masuk akal, sampai memang terbukti sebaliknya bahwa berita itu benar adanya.

8. Sumber Berita Tidak Jelas.

Dalam liputan pers, sumber berita harus jelas, adalah pelanggaran suatu media menyiarkan berita yang tidak jelas siapa sumber dari informasi yang diberitakan tersebut.

9. Tidak Melayani Hak Jawab Secara Benar.

Hak Jawab merupakan hal yang sangat penting dalam mekanisme kerja pers. Begitu pentingnya Hak Jawab sehingga soal ini diatur baik dalam tingkat undang-undang maupun dalam Kode Etik Jurnalistik. Hak Jawab memiliki dimensi demokratis dalam pers. Adanya Hak Jawab menyebabkan publik memiliki akses kepada informasi pers dan sekaligus sebagai sarana untuk membela kepentingan mereka terhadap informasi yang merugikan mereka atau kelompoknya. Maka baik menurut undang-

undang maupun Kode Etik Jurnalistik, pers wajib melayani hak jawab. Pers yang tidak melayani hak jawab melanggar Kode Etik Jurnalistik (dan juga undang-undang).

10. Membocorkan Identitas Narasumber.

Dalam kasus tertentu wartawan mempunyai Hak Tolak, yakni hak untuk tidak mengungkapkan identitas narasumber. Hak ini dipakai karena pada satu sisi pers membutuhkan informasi dari narasumber yang ada, tetapi pada sisi lain keselamatan narasumber (dan juga mungkin keluarganya) dapat terancam kalau informasi itu disiarkan. Untuk menghadapi keadaan seperti itulah maka kemudian ada Hak Tolak. Pers dapat meminta informasi dari narasumber, tetapi narasumber dapat pula meminta kepada wartawan agar identitasnya tidak disebutkan. Kalau ada yang menanyakan sumber informasi ini, pers berhak menolak menyebutkannya. Inilah yang dimaksud dengan Hak Tolak. Sekali pers memakai Hak Tolak, maka pers wajib untuk terus melindungi identitas narasumbernya. Dalam keadaan ini seluruh tanggung jawab terhadap isi informasi beralih kepada pers. Pers yang membocorkan identitas narasumber yang dilindungi Hak Tolak melanggar hukum dan kode etik sekaligus. Tetapi, dalam praktik, karena takut akan ancaman atau tidak mengerti makna kerahasiaan di balik Hak Tolak, masih ada terbitan yang membocorkan identitas narasumber yang seharusnya dirahasiakan, baik yang dilakukan secara terbuka maupun secara diam-diam.²⁰

²⁰*Ibid.*, h. 111

E. Berita

1. Definisi Berita

Secara etimologis dalam bahasa Inggris, berita (*news*) berasal dari kata *new* (baru). Jadi berita adalah peristiwa-peristiwa atau hal yang baru. Sedangkan dikalangan wartawan ada yang mengertikan *news* sebagai singkatan dari: *nort* (utara), *east* (timur), dan *south* (selatan). Mereka mengartikan berita sebagai laporan dari keempat penjuru angin tersebut, laporan dari mana-mana, dari berbagai tempat di dunia.²¹ Berita (*news*) merupakan sajian utama sebuah media massa di samping *views* (opini), mencari bahan berita lalu menyusunnya merupakan tugas pokok wartawan dan bagian redaksi sebuah penerbitan pers (media massa).²² Sementara itu, Notchliffe menegaskan bahwa pengertian berita terletak pada unsur keanehan atau hal yang luar biasa, sehingga mampu menarik perhatian dan rasa ingin tahu orang. Misalnya seekor anjing menggigit orang, itu bukan berita. Lain halnya dengan orang menggigit anjing, itu baru sebuah berita.²³

Menurut penulis Berita adalah laporan suatu hal atau peristiwa yang menarik, yang menyangkut banyak golongan, ideologi, sesuatu informasi yang nyata dan dapat di pertanggung jawabkan kebenarannya, sesuatu hal yang masih baru dan harus secepatnya di sampaikan ke masyarakat luas, yang kemudian informasi itu di sebar luaskan melalui media massa.

²¹Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2003) hal. 130.

²²Indiwan Soto Wahyu Wibowo, *Dasar-dasar Jurnalistik*, (Jakarta: LPJA Press Jakarta, 2006) hal. 39.

²³Asep Syamsul M. Romli, 2003. *Jurnalistik Praktis Edisi Revisi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, hal. 3-5.

Definisi Pau De Massener dalam buku *Here's The News: Unesco Associate*, berita adalah informasi yang penting dan dapat menarik minat serta perhatian khalayak. Sementara Chamley dan James M. Neal mendefinisikan berita sebagai laporan tentang suatu peristiwa, opini, kecenderungan, situasi, kondisi, interpretasi yang penting, menarik, masih baru dan harus secepatnya di sampaikan kepada khalayak.²⁴

Dalam buku *Here the News* yang dihimpun oleh Paul De Meseneer, berita didefinisikan sebagai informasi baru tentang kejadian yang baru, penting dan layak dinikmati oleh mereka.²⁵ Menurut KBBI, berita dapat diartikan sebagai kabar, laporan dan, pemberitahuan atau pengumuman. Namun dalam konteks jurnalistik, pengertian berita menurut KBBI adalah keterangan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat. kata hangat dalam pengertian tersebut berarti sesuatu yang baru saja terjadi dan penting untuk diketahui oleh khalayak.²⁶

Menurut Sudirman Tebba dalam bukunya yang berjudul *Jurnalistik Baru* mengatakan bahwa berita adalah sebuah cerita tentang peristiwa. menurutnya suatu berita setidaknya mengandung dua hal, yaitu peristiwa dan jalan cerita. jalan cerita tanpa peristiwa maupun peristiwa tanpa jalan cerita tidak dapat dikatakan sebagai berita.²⁷

²⁴Harris Sumadiria, 2003. *Jurnalistik Indonesia; Menulis Berita dan Feature*. Bandung: Remaja Rosda Karya, cet. Kedua 2006. hal. 64.

²⁵Olii, Holli. *Berita & Informasi: Jurnalistik Radio*. Jakarta: PT INDEKS. hal. 25.

²⁶Suhaemi dan Ruli Nasrullah. 2009. *Bahasa Jurnalistik*. Jakarta: Lembaga Penelitian Uin Jakarta. hal. 27

²⁷Sudirman Tebba, 2005. *Jurnalistik Baru*. Ciputat: Kalam Indonesia. cet. Ke-1. hal. 55.

Harris Sumadiria mendefinisikan berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan atau penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi atau media online internet.²⁸ Berita dalam kapasitasnya sebagai pembentuk dan dinamisator pengolahan interpretasi atas peristiwa manusia, menjadi hak yang sangat penting dalam proses pembentukan konstruk sosial. Berita pada titik tertentu, sangat mempengaruhi manusia merumuskan pandangannya tentang dunia. pandangan terhadap dunia adalah bingkai yang di buat oleh manusi untuk menggambarkan tentang apa dan bagaiman dunia di pahami.

2. Nilai Berita

Dalam ada beberapa karakteristik intristik yang dikenal sebagai nilai berita (*news value*). Nilai berita ini menjadi ukuran yang berguna atau yang biasa diterapkan untuk menentukan khalayak berita (*news worthy*), jadi nilai berita itu harus sesuai dengan objek atau harus mengikuti aturan pers yang berlaku.²⁹

Nilai berita merupakan acuan yang dapat digunakan oleh para jurnalis, seperti para reporter dan editor serta ketua redaksi, untuk memutuskan informasi atau fakta yang pantas dijadikan berita dan memilih mana yang lebih baik. Adapun nilai berita tersebut antara lain:

²⁸Harris Sumadiria, 2006. *Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Feature*. Bandung: Sibiosa Rekatama Media. hal.65

²⁹Luwi Iswara, *Catatan-catatan Jurnalisme Dasar*, (Jakarta: Kompas, 2007), Cet-3 hal. 53.

a. *Immediacy*

Immediacy, atau yang kerap diistilahkan dengan timelines, artinya terkait dengan kesegaran peristiwa yang dilaporkan. Sebuah berita sering dinyatakan sebagai laporan dari apa yang baru saja terjadi. Semua hal yang baru apapun itu, pasti memiliki nilai berita. Nama hari selalu berulang setiap minggunya, rabu hari ini bukanlah rabu sebelumnya, namun peristiwa kejadian atau perubahan baru, peristiwa baru, kecenderungan baru.

b. *Proximity*

Proximity, ialah keterdekatan peristiwa dengan pembaca atau pemirsa dalam keseharian hidup mereka. Orang-orang akan tertarik dengan berita yang menyangkut kehidupan mereka, baik secara geografis maupun secara psikologis. Peristiwa akan tetap memiliki daya tarik dan dianggap penting oleh khalayak pembaca, pendengar, atau pemirsa, jika peristiwa itu berkaitan langsung atau mengandung arti dengan apa yang dipikirkan, dirasakan, diingatkan atau dikenangnya, walau secara fisik geografis tempat peristiwa itu terjadi berjauhan.

c. *Consequence*

Consequence, berita yang mengubah kehidupan pembaca adalah berita yang mengandung nilai konsekuensi. Dampak suatu pemberitaan bergantung pada beberapa hal seberapa banyak khalayak yang terpengaruh, pemberitaan itu langsung mengenai khalayak atau tidak dan segera tidaknya efek berita itu menyentuh khalayak media surat kabar, radio, atau televisi yang melaporkannya.

d. *Conflict*

Conflict, peristiwa perang demonstrasi atau kriminal merupakan contoh elemen konflik didalam pemberitaan. Konflik atau pertentangan merupakan sumber berita yang tidak pernah kering dan tidak akan pernah ada habis-habisnya. Selama masyarakat menyukai dan menganggap penting, perbedaan pendapat boleh saja, demokrasi dijadikan acuan, kebenaran masih diperdebatkan, peperangan masih terus berkecamuk di berbagai belahan dunia, serta perdamaian masih sebatas angan-angan. Selama itu pula konflik masih akan tetap menghiasi halaman surat kabar, mengganggu pendengaran karena disiarkan diradio dan merusak mata karena selalu ditayangkan di televisi.

e. *Oddity*

Oddity peristiwa yang tidak bisa terjadi atau kejutan ialah sesuatu yang akan diperhatikan segera oleh masyarakat. Sesuatu yang datangnya tiba-tiba, diluar dugaan, tidak direncanakan, diluar perhitungan, tidak diketahui sebelumnya itu merupakan kejutan. Kejutan menunjukkan pada ucapan dan perbuatan manusia. Bisa juga menyangkut binatang dan perubahan yang terjadi pada lingkungan alam, benda-benda mati. Semuanya itu bisa mengundang dan menciptakan informasi serta tindakan yang mengejutkan, mengguncang dunia.

f. *Sex*

Sexs kerap menjadi elemen utama dari sebuah pemberitaan, tapi sering pula seks menjadi elemen tambahan bagi pemberitaan tertentu, seperti pada berita sports, selebritis dan kriminal.

g. *Emotion*

Element *emotion* ini kadang dinamakan elemen *human interest*. Elemen ini menyangkut kisah-kisah yang mengandung kesedihan, kemarahan, simpati, ambisi, cinta, kebencian, kebahagiaan atau humor. Kadang-kadang suatu peristiwa tidak menimbulkan efek berarti pada seseorang atau sekelompok orang, tetapi telah menimbulkan getaran pada suasana hati, suasana kejiwaan dan alam perasaannya serta psikologinya.

h. *Frominence*

Frominence, elemen ini adalah unsur yang menjadi dasar istilah “*names make news*”, nama membuat berita. Unsur keterkenalan selalu menjadi incaran pembuat berita. Berita merupakan tentang orang-orang penting, terkemuka, dimana pun selalu membuat berita. Jangankan ucapan dan tingkah lakunya, namanya saja sudah membuat berita (*names make news*).

i. *Suspense*

Suspense, elemen ini menunjukkan sesuatu yang ditunggu-tunggu, terhadap sebuah peristiwa oleh masyarakat. Kisah berita yang menyampaikan fakta tetap merupakan hal yang penting. Kejelasan fakta dituntut masyarakat untuk memberikan informasi yang bisa menghilangkan ketidak pastian.

j. *Progress*

Progress, elemen ini merupakan elemen “perkembangan” peristiwa yang ditunggu masyarakat mengenai aktualnya informasi yang dibutuhkan

masyarakat luas. Berita yang terbaru dan berita yang harus segera disebar luaskan ke masyarakat.³⁰

3. Kategori dan Jenis Berita

Selain nilai berita, prinsip lain dalam proses produksi berita adalah apa yang disebut kategori berita. Ada lima yang menjadi kategori berita, yaitu:

- a. *Hard News*, yaitu berita yang terjadi saat itu juga. Kategori berita ini dibatasi oleh waktu dan aktualisasi. Semakin cepat diberikan semakin baik. Ukuran keberhasilan dari kategori berita *Hard News* ini adalah kecepatan dan pemberitaannya.
- b. *Soft News*, adalah berita yang berhubungan dengan kisah manusiawi (*Human Interest*). Jenis kategori berita ini tidak dibatasi oleh waktu, namun berita ini dapat diberitakan kapan saja.
- c. *Spot News*, jenis kategori berita ini adalah bagian dari berita *Hard News*. Kategori berita ini meliputi yaitu peristiwa yang tidak di rencanakan dan juga tidak dapat diprediksi kapan akan terjadi, seperti peristiwa kebakaran, gempa bumi dan sebagainya.
- d. *Develoving News*, merupakan bagian dari kategori *Hard News*, yang pada umumnya berhubungan dengan peristiwa yang tidak terduga atau tidak direncanakan sama halnya seperti kategori *Spot News*. Namun dalam kategori *Develoving News*, peristiwa yang dapat diberitakan merupakan bagian dari rangkaian berita yang akan diteruskan keesokan atau dalam berita selanjutnya.

³⁰Septian Santana, 2005. *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia. Hal. 18-20.

- e. *Continuing News*, merupakan subklasifikasi dari kategori *Hard News*. Namun dalam *Continuing News* ini peristiwa atau kejadian yang diberitakan dapat diprediksi dan direncanakan. Dalam penyajiannya, berita dapat di klasifikasikan ke dalam berbagai jenis. Jenis berita sangat bergantung pada aspek ketersediaan bahan dan sumber berita. Menurut Haris Sumadiria dalam buku yang berjudul *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature*.³¹

Sedangkan berita berdasarkan jenisnya dibagi menjadi tiga kelompok yaitu:

- a. Berita *Elementary*, jenis berita ini terdiri dari *straight news report*, yaitu berita yang laporan langsung dari suatu peristiwa dan memiliki nilai objektivitas fakta yang dibuktikan. Kemudian jenis *depth news report*, yaitu berita yang berupa laporan fakta-fakta sesudah kejadian yang mempengaruhinya, jenis berita ini sedikitberbeda dari *straight news report* karena memerlukan gabungan fakta-fakta lain yang terkait, bukan hanya merupakan opini dari wartawan saja. Selanjutnya, jenis *Comprehensive News* yaitu berita yang berisi tentang suatu peristiwa dengan fakta-fakta secara menyeluruh yang ditinjau dari berbagai aspek yang mempengaruhi.
- b. Berita *Intermediate* terdiri dari *Interpretative report*, yaitu berita yang memfokuskan sebuah isu, masalah atau peristiwa-peristiwa yang bersifat kontroversial dengan dukungan fakta-fakta yang ada dan dapat menarik perhatian publik. Dan jenis berita *Feature story*, yaitu berita yang berisi

³¹Harris Sumadiria, 2006. *Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Feature*. Bandung: Sibiosa Rekatama Media. hal. 86

tentang informasi dan fakta yang menarik perhatian pembaca, berita ini dikemas lebih menarik dan bersifat ringan, namun tetap fokus menyajikan esensi berita yang berdasarkan sudut pandang atau pengalaman nyata dengan gaya penulisan sederhana.

- c. Berita advance terbagi menjadi tiga bagian, berita depth reporting, yaitu berita yang berupa laporan mengenai suatu peristiwa aktual yang disajikan secara mendalam, tajam, lengkap dan utuh agar pembaca dapat mengetahui dari berbagai perspektif dan lengkap tentang satu peristiwa yang terjadi. Kemudian Investigative Reporting, yaitu berita yang memfokuskan pada peristiwa yang kontroversial, seperti berita interpretatif dan berita investigative, wartawan melakukan penyelidikan untuk memperoleh fakta yang tersembunyi demi tujuan, dalam pelaksanaan meliput berita investigative sering kali secara ilegal dan tidak etis. Selanjutnya adalah berita Editorial writing, yaitu berita yang menyajikan pikiran intuisi media terhadap suatu peristiwa yang aktual dan layak dapat perhatian publik.³²

4. Konsep Berita

Berita bukan sesuatu hal yang sederhana. Berita harus disusun dengan bahan-bahan yang memadai, ditulis dengan benar, dan harus memberi makna bagi para pembacanya. Oleh sebab itu, berita harus disusun berdasarkan konsep yang dapat mendukung penulisan berita agar berbobot dan berkualitas. Ada delapan konsep berita yang harus diperhatikan bagi wartawan, media massa

³²*Ibid.*, h. 68-71

bahkan masyarakat sebagai pembaca menurut George Fox Mott dalam buku yang berjudul *News Survey Of Journalism* yaitu, berita sebagai laporan tercepat, artinya berita merupakan laporan tercepat yang disiarkan oleh media massa dan dapat menarik perhatian karena dianggap penting oleh masyarakat. Kecepatan dalam mencari, mengumpulkan, hingga menyusun berita harus menjadi fokus bagi wartawan maupun media massa.

- a. Berita sebagai laporan tercepat, artinya berita merupakan laporan tercepat yang disiarkan oleh media massa dan dapat menarik perhatian karena dianggap penting oleh masyarakat. Kecepatan dalam mencari, mengumpulkan, hingga menyusun berita harus menjadi fokus bagi wartawan maupun media massa.
- b. Berita sebagai rekaman. Berita sebagai rekaman menitik beratkan pada fungsi berita sebagai dokumentasi suatu peristiwa atau masalah yang sedang terjadi.
- c. Berita sebagai fakta objektif. Artinya berita merupakan laporan tentang fakta secara apa adanya, dan bukan merupakan fakta yang seharusnya.
- d. Berita sebagai interpretasi (pendapat). Berita sebagai interpretasi menitik beratkan pada fungsi berita sebagai fakta yang berbicara sehingga mampu menimbulkan interpretasi di kalangan masyarakat.
- e. Berita sebagai sensasi. Sensasi disini harus tetap berorientasi pada fakta yang ada dan harus diimbani dengan atensi, ekspektasi, motivasi, dan memori. Sensasi juga tetap harus berdasarkan pendekatan yang rasional.

- f. Berita sebagai media insane. Artinya adalah berita sebagai alat untuk menimbulkan simpati, empati, dan bahkan kontroversi dikalangan pembaca.
- g. Berita sebagai ramalan. Berita tidak hanya sebagai laporan fakta yang sesungguhnya, berita juga harus mampu memberikan interpretasi, prediksi, dan konklusi dikalangan pembaca.
- h. Berita sebagai gambar. Di setiap pemberitaan past ada yang menampilkan gambar dari berita tersebut, ini dikarenakan untuk menarik perhatian pembaca agar memperkuat pemahaman terhadap berita yang disajikan. Gambar, foto, karikatur merupakan pesan-pesan yang hidup sekaligus menghidupkan deskripsi verba lainnya.³³

5. Unsur Layak Berita

Sebelum membahas unsur-unsur yang membuat suatu berita layak untuk dimuat, ada baiknya kita menyimak terlebih dahulu isi pasal 5 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. Suatu berita memiliki nilai layak berita jika di dalamnya ada unsur kejelasan (*clarity*) tentang kejadiannya, ada unsur kejutannya (*surprise*), Ada unsur kedekatannya (*proximity*) secara geografis, serta ada dampak (*impact*) dan konflik personalnya. Tetapi, kriteria tentang nilai berita ini sekarang sudah lebih disederhanakan dan disistematiskan

³³Syarifudin Yunus, 2010. *Jurnalistik terapan*. Bogor: Ghalia Indonesia. hal. 50.

sehingga sebuah unsur kriteria mencakup jenis-jenis berita yang lebih luas, Romli dalam bukunya mengemukakan unsur-unsur nilai berita yang sekarang dipakai dalam memilih berita, unsur-unsur nilai layak berita tersebut adalah :

a. Aktualitas

peristiwa terbaru, terkini, terhangat (*up to date*), sedang atau baru saja terjadi (*recent events*).

b. Faktual (*factual*)

yakni ada faktanya (*fact*), benar-benar terjadi bukan fiksi (rekaan, khayalan, atau karangan). Fakta muncul dari sebuah kejadian nyata (*real event*), pendapat (*opinion*), dan pernyataan (*statement*).

c. Penting

besar kecilnya dampak peristiwa pada masyarakat (*consequences*), artinya, peristiwa itu menyangkut kepentingan banyak atau berdampak pada masyarakat.

d. Lengkap

Terkait dengan rumus umum penulisan berita yakni 5W+1H.

1. *What* : peristiwa apa yang terjadi (unsur peristiwa)
2. *When* : kapan peristiwa terjadi (unsur waktu)
3. *Where* : dimana peristiwa terjadi (unsur tempat)
4. *Who* : siapa yang terlibat dalam kejadian (unsur orang/manusia)
5. *Why* : mengapa peristiwa terjadi (unsur latar belakang atau sebab)
6. *How* : bagaimana peristiwa terjadi (unsur kronologis peristiwa).

e. Menarik

artinya memunculkan rasa ingin tahu (*curiosity*) dan minat membaca (*interesting*). Peristiwa yang biasanya menarik perhatian pembaca, disamping aktual, faktual, dan penting.³⁴

6. Teknik Penulisan Berita

Setiap jurnalis dalam membuat laporan berita harus memperhatikan gaya atau teknik penulisannya. Karena, dalam dunia pers unsur kecepatan dan ketepatan merupakan hal yang paling utama. Penulisan berita juga harus mengacu pada konsep piramida terbalik. Model penulisan berita dengan bentuk segitiga yang terbalik ini, pada bagian atas lebar dan kemudian bagian bawahnya menyempit. Jadi, inti berita ditekankan dibagian awal, selanjutnya semakin kebawah, menuju bagian akhir berita semakin tidak penting, hanya beberapa sisipan-sisipan keterangan saja.³⁵

Dengan penggunaan pola piramida terbalik ini pada penulisan berita, setiap jurnalis harus memikirkan bagaimana paragraf-paragraf beritanya telah mengandung unsur 5W+1H yaitu apa (*what*), siapa (*who*), kapan (*when*), di mana (*where*), mengapa (*why*), dan bagaimana (*how*). Keenam unsur ini harus dinyatakan dalam kalimat yang ringkas, jelas, dan menarik, sehingga khalayak tinggal “melahapnya” saja. Jika khalayak memiliki banyak waktu luang dapat membaca paragraf-paragraf lain dari yang penting hingga yang sama sekali tidak penting.

³⁴M Romli, A.Syamsul. 2003. *Jurnalistik Terapan : Pedoman Kewartawanan dan Kepenulisan*. Bandung : Batic Press cetakan 1. Hal. 98

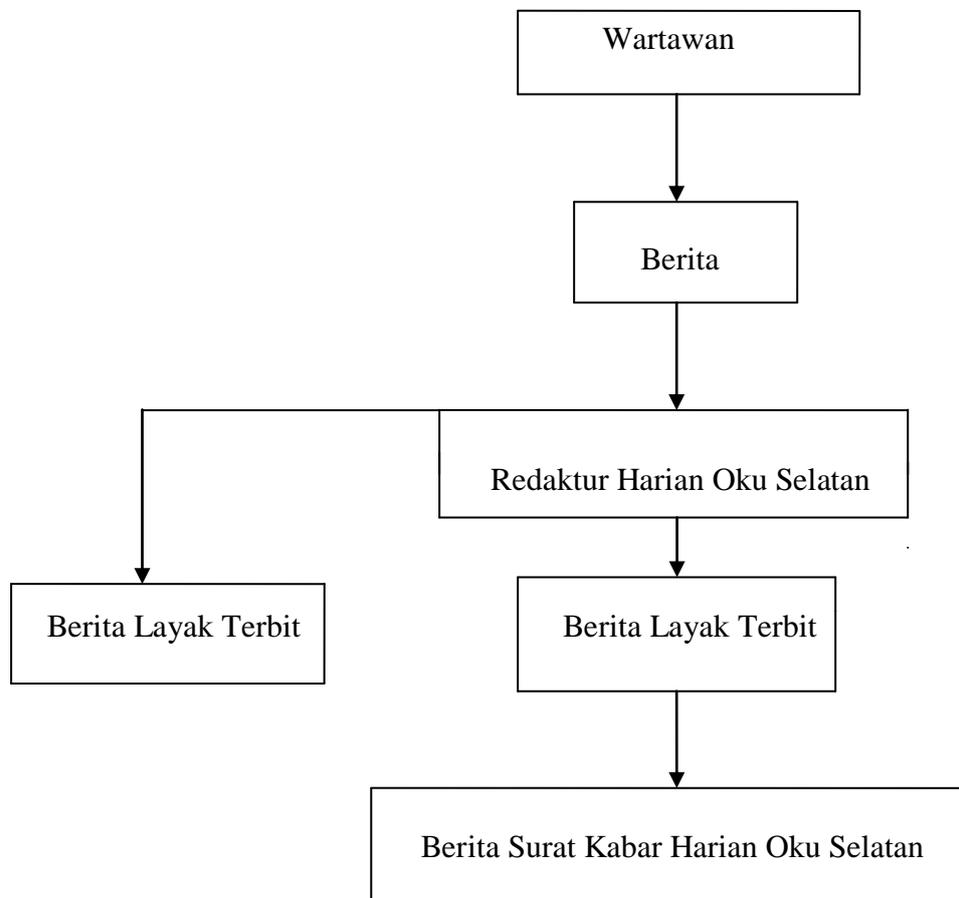
³⁵Septian Santana, 2005. *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia. hal. 22.

F. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dalam penelitian kualitatif, untuk menganalisa Faktor Layak Berita Pada Surat Kabar Harian Oku Selatan, dan berikut model kerangka pemikiran.

Model Kerangka Pemikiran

Gambar 1. Model Kerangka Pemikiran



(Sumber dari penulis sendiri)