

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Konsep Strategi

1. Pengertian Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu “*stratos*” artinya tentara dan kata “*agein*” berarti pemimpin. Dengan demikian strategi dimaksudkan adalah memimpin tentara. Lalu muncul kata strategi artinya pemimpin tentara pada tingkat atas. Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton, juga membuat definisi yang menyatakan “Strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.” Pemilihan strategi merupakan langkah krusial yang memerlukan penanganan secara hati-hati dalam perencanaan komunikasi, sebab jika pemilihan strategi salah atau keliru maka hasil yang diperoleh bisa fatal, terutama kerugian dari segi waktu, materi dan tenaga. Oleh karena itu strategi merupakan rahasia yang harus disembunyikan oleh para perencana. Dalam menangani masalah komunikasi, para perencana dihadapkan pada sejumlah persoalan, terutama dalam kaitannya dengan strategi penggunaan sumber daya komunikasi yang tersedia untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai.¹

¹ Prof. H. Hafied Cangara, M.Sc., Ph.D, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 64-65.

Pada skripsi ini, penulis menggunakan teori Harold D. Lasswell dinyatakan bahwa cara yang terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi ialah menjawab pertanyaan *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* Bila dijabarkan kembali menjadi;²

Who? (siapakah komunikatornya?)

Says What? (Pesan apa yang disampaikan?)

In Which Channel? (Media apa yang digunakan?)

To Whom? (Siapa Komunikannya?)

What effect? (Apa dampaknya?)

Menurut Anthony, Parrewe dan Kacmar strategi dapat didefinisikan sebagai formulasi misi dan tujuan organisasi, termasuk di dalamnya adalah rencana aksi (*action plans*) untuk mencapai tujuan tersebut dengan secara eksplisit mempertimbangkan kondisi persaingan dan pengaruh-pengaruh kekuatan di luar organisasi yang secara langsung atau tidak berpengaruh terhadap kelangsungan organisasi.³

Bila dilihat lebih lanjut maksud model Lasswell ini akan kelihatan bahwa yang dimaksud dengan pertanyaan *who* itu adalah menunjukkan kepada siapa orang

² Prof.Drs. Onong Uchjana Effendy, M.A, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, Cet. Ke-7, 2008) h. 29.

³ Ivan Hanafi, Jurnal Skripsi “*Strategi Pencarian Berita Wartawan SKH Rada Jogja*”, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2009) h. 17.

yang mengambil inisiatif untuk memulai komunikasi. Yang memulai komunikasi dapat berupa seseorang dan dapat juga kelompok orang seperti organisasi atau persatuan. Pertanyaan kedua adalah *says what* atau apa yang dikatakan. Pertanyaan ini adalah hubungan dengan isi komunikasi atau apa pesan yang disampaikan dalam komunikasi tersebut. Umumnya kita menanyakan pertanyaan ini dalam pemikiran kita dalam komunikasi. Kadang-kadang orang perlu mengorganisir lebih dahulu apa yang akan disampaikan sebelum mengkomunikasikannya. Isi yang dikomunikasikan ini kadang sederhana dan kadang sulit dan kompleks.⁴

Pertanyaan ketiga adalah *to whom*, yang dimaksud menanyakan siapa yang menjadi *audience* atau penerima dari komunikasi. Atau dengan kata lain kepada siapa komunikator berbicara atau kepada siapa pesan yang ia inginkan disampaikan. Pertanyaan keempat adalah *through what* atau melalui media apa yang dimaksudkan dengan media adalah alat komunikasi seperti berbicara, gerakan, badan, kontak mata, sentuhan, radio, televisi, surat, buku dan gambar. Yang perlu diperhatikan dalam hal ini adalah tidak semua media cocok untuk maksud tertentu. Kadang-kadang suatu media lebih efisien digunakan untuk maksud tertentu tetapi untuk maksud yang lain tidak. Pertanyaan terakhir dari model Lasswell ini adalah *what effect* atau apa efeknya dari komunikasi tersebut. Misalnya: sebuah sekolah swasta membuat iklan untuk mengkomunikasikan bahwa mereka akan menerima murid baru. Sesudah iklan ini disiarkan beberapa hari,

⁴ Dr. Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara) h. 6

sudah berapa orangkah yang telah mendaftar untuk menjadi murid. Jumlah orang yang mendaftar ini adalah efek dari komunikasi tersebut.⁵

2. Analisis Strategi

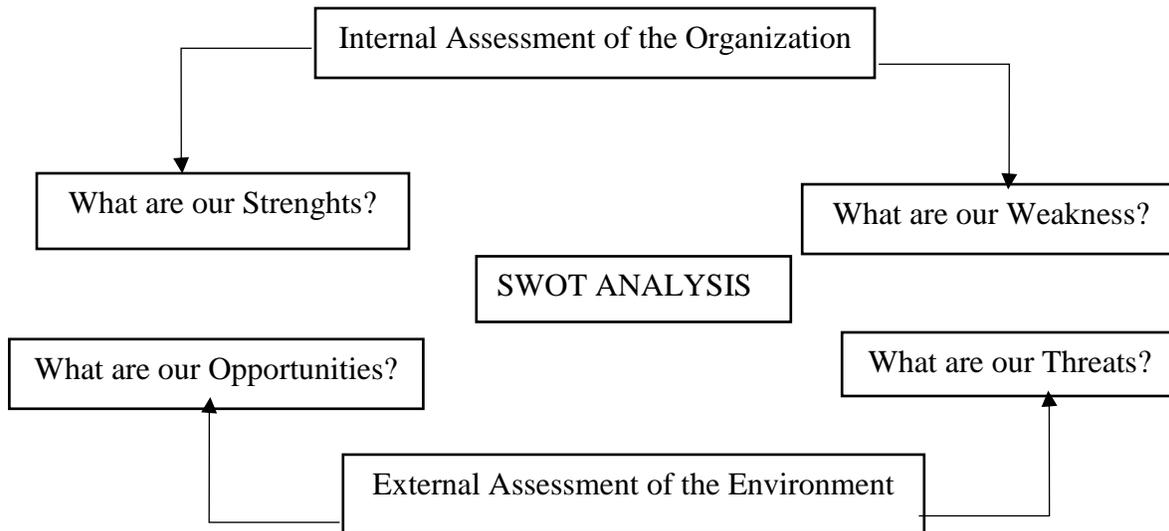
Dalam hal merumuskan strategi yang handal, dibutuhkan analisis situasi sebagai langkah awal. Analisis situasi diperlukan sebagai bagian dari strategi efektif untuk mencapai tujuan. Dalam analisis situasi dikenal dengan rumus analisis SWOT yang merupakan akronim dari *strengths* (Kekuatan-kekuatan), *weakness* (Kelemahan-kelemahan), *opportunities* (Peluang-peluang), dan *threats* (ancaman-ancaman). Analisis SWOT bertujuan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan internal disamping peluang dan ancaman eksternal. Analisis SWOT diperlukan sebagai dasar pengambilan kebijakan dalam perumusan strategi untuk mencapai tujuan.⁶

Penetapan strategi merupakan langkah krusial yang memerlukan penanganan secara hati-hati dalam setiap program komunikasi. Sebab jika penetapan strategi salah atau keliru maka jalan yang ditempuh untuk mencapai tujuan bisa gagal, terutama kerugian dari segi waktu, materi dan tenaga. Strategi juga merupakan rahasia yang harus diamankan oleh para ahli perencanaan komunikasi, utamanya dalam kampanye politik dan pemasaran komersial.⁷

⁵ *Ibid*, h.5.

⁶Dr. Dumilah Ayuningtyas, MARS, *Perencanaan Strategis Untuk Organisasi Pelayanan Kesehatan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 65.

⁷ Prof. H. Hafied Cangara, M.Sc., Ph.D, *op.cit.*, h. 107-109.



Gambar 2.1 Analisis Strategi Menggunakan Analisis SWOT

Dari empat komponen yang digunakan dalam analisis SWOT maka komponen kekuatan dan kelemahan berada dalam ranah internal organisasi. Kedua komponen ini erat hubungannya dengan sumber daya dan manajemen organisasi, karena itu disebut sebagai asesmen internal organisasi. Sedangkan komponen Peluang dan Ancaman berada dalam ranah eksternal organisasi. Peluang dan ancaman ini terjadi karena hasil dinamika yang terjadi dalam masyarakat. Kedua komponen ini banyak ditentukan oleh kemampuan komunikasi, jaringan, dan kerja sama dengan orang lain. Oleh sebab itu, dalam perencanaan komunikasi orang yang akan ditunjuk untuk menjadi komunikator sedapat mungkin memiliki keterampilan komunikasi, jaringan, dan kemampuan untuk menjalin kerja sama sehingga bisa

menjembatani antara kepentingan organisasi dengan calon pembeli, pelanggan, masyarakat pemilih (konstituen), media, dan pemerintah.⁸

B. Pengertian Pemberitaan

Pemberitaan Menurut Charles A. Dana, “*When a dog bites a man, that is not news, but when a man bites a dog, that news*” (“Bila seekor anjing menggigit orang, itu bukan berita, tetapi bila orang menggigit anjing, itu baru berita”). Menurut Chilton R. Bush mengatakan berita adalah laporan mengenai peristiwa yang semata-mata menarik karena berhubungan dengan hal yang menarik dari seseorang atau sesuatu dalam situasi yang menarik..⁹

Menurut Jakob Oetama dalam bukunya *Perspektif Pers Indonesia*, berita bukanlah fakta, tapi laporan tentang fakta itu sendiri. Suatu peristiwa menjadi berita hanya apabila ditemukan dan dilaporkan oleh wartawan atau membuatnya masuk dalam kesadaran publik dan dengan demikian menjadi pengetahuan publik. Dari segi persoalannya sebagai gambaran tentang luasnya bidang-bidang pemberitaan dan sumber yang harus diliput oleh wartawan, seperti berita mengenai politik, ekonomi, hukum dan peradilan, kriminal, kecelakaan, seni dan budaya, olahraga, ilmu pengetahuan dan teknologi, atau perang, berita-berita jenis lainnya yang tidak kalah menarik sering mengisi media massa adalah berita kesehatan, pendidikan, gaya hidup, lingkungan hidup, pariwisata, seks, pertanian, wanita dan lainnya.

⁸ *Ibid*, h. 109

⁹ Sedia Willing Barus, *Opcit*, h. 25-27.

Dengan demikian, jika diamati dari semua definisi tersebut pada dasarnya berita mengandung beberapa unsur antara lain;¹⁰

1. Suatu peristiwa, kejadian, gagasan, pikiran, fakta yang aktual
2. Menarik perhatian karena ada aktor luar biasa di dalamnya
3. Penting
4. Dilaporkan, diumumkan, atau dibuat untuk menjadi kesadaran umum supaya menjadi pengetahuan bagi orang banyak (massa)
5. Laporan itu di media tertentu.

Pemberitaan mengandung ideologi. Media, dan isunya, merupakan reproduksi masyarakat. setiap masyarakat mengandung ideologi. Setiap bangsa memiliki ideologi. Dan setiap ideologi tidak berdiri sendiri, selalu terkait dengan banyak hal didalam kehidupan masyarakat berkolerasi dengan harapan, nilai, norma, tindakan, pencitraan, dan semacamnya, dari berbagai kelompok yang menghidupi masyarakat tersebut. Berbagai peristiwa, didalam kehidupan masyarakat. dengan demikian mengimplikasikan “kandungan ideologi” dan ketika diberitakan, pemberitaan merepresentasi ideologi, juga mereproduksi ideologi tertentu.

Objektifitas merupakan hal penting yang selalu disebut-sebut dalam jurnalisme. Melalui objektifitas, ukuran profesionalisme di dalam jurnalisme

¹⁰ *Ibid* h. 28.

dikaitkan. Namun, dalam kenyataannya, di berbagai wilayah, objektivitas tidak selalu menjadi satu-satunya norma yang berhubungan dengan pekerjaan jurnalistik, bukanlah penopang utama profesionalisme, bahkan tidaklah menjadi norma yang teramat penting. Segala produk pemberitaan mensyaratkan produksi “gagasan-gagasan” kisah berita yang selaras dengan kebutuhan dan kemampuan serta kebijakan organisasi media.¹¹

Perbedaan ruang pemberitaan, dari kelembagaan berita koran dan stasiun televisi juga merefleksi filosofi pemberitaannya. Ruang pemberitaan koran menekankan kekomperensifan, kelengkapan liputan, dan keluasan topik-topik liputan. Dengan demikian, ideologi berita dapat dilihat dari organisasi “kelembagaan” pemberitaan tiap media. Berbagai gagasan pemberitaan, pada tiap organisasi berita, mengerangka material pemberitaan tertentu sebelum menjadi kisah berita. Organisasi yang mensyaratkan keterbatasan sumber daya akan mengakuisisi berbagai material pemberitaan, dan mengembangkan rutinitas atau prosedur kegiatan pemberitaan yang sesuai kapasitasnya.¹²

C. Konsep Pemberitaan Kesehatan

Berita wartawan kesehatan memiliki nilai “naratif”, yang jarang ditemukan di laporan kesehatan pada umumnya. Warna naratif ini lebih mengajak khalayak, untuk mempelajari isu yang hendak diangkat. Data dan statistik riset medis, tentu

¹¹*Ibid*, h.28

¹²*Ibid*, h. 28

menjadi acuan. Namun, diubah dengan bahasa yang mudah dipahami. Maka untuk membantu pemahaman khalayak terhadap data atau hal-hal rumit medis, pengisahan memasukkan infografik atau *elemen informative visual* lainnya seperti foto, grafil, table, peta, ilustrasi. Tapi, sekali lagi dengan menggunakan metafor, atau analogi, yang mudah dimengerti. Penjelasan, yang bersifat konseptual atau terminology yang rumit, dicairkan. Berbagai informasi “kaku” diubah menjadi penjelasan how-to. Hasilnya, menyarankan berbagai tindakan praktis yang bisa dilakukan dalam hidup sehari-hari. Berita kesehatan dapat membuat khalayak “memaknakan, melakukannya di keseharian hidup”, ini sepersis petunjuk-petunjuk praktis.¹³

Oleh karena itu dalam konsepnya, wartawan kesehatan yang hendak memberitakan masalah kesehatan harus memiliki teknis dan keilmuannya sendiri dalam bidang medis. Perlu pengetahuan dan bergabung dalam komunitas atau kelompok yang memiliki strategi serta penjelasan, bagaimana dan apa saja isu kesehatan yang bisa diangkat kepada khalayak.

Pemberitaan kesehatan merupakan salah satu berita yang disajikan oleh berbagai media cetak di sejumlah halaman surat kabar, karena dianggap memiliki nilai berita (*news value*) yang dirasakan bermanfaat bagi masyarakat, lembaga pemerintahan dan lembaga swasta. Berita-berita kesehatan yang disajikan itu

¹³ Septian Santana K, *Jurnalsime Kontemporer edisi 2*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017), h. 14-16.

dijadikan sarana informasi yang berharga sehingga bisa diambil solusi yang tepat untuk bahan evaluasi atas penerapan dari kebijakan yang diambil tentang kesehatan agar dapat memberikan pelayanan kepada masyarakat.¹⁴

Penulis berita kesehatan tidak akan kekurangan materi atau kehabisan ide. Tantangannya justru adalah untuk mencari tahu bagaimana mengubah informasi menjadi cerita yang baik. Angka yang berderet-deret tidak akan berguna bagi orang banyak. Mulailah dengan pertanyaan apa yang orang perlu ketahui. Lalu berpikir untuk menyajikan konten yang menarik audiens atau pembaca. Kemajuan zaman saat ini, tidak membuat dunia kesehatan seperti kehabisan kabar, dari perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan terkini.

Penemuan obat atau vaksin baru, cara pengobatan yang paling canggih hingga terobosan mutakhir dalam menangkal penyakit menjadi informasi berguna bagi masyarakat. Informasi kesehatan harus bersumber informasi yang kredibel sangat mutlak. Umumnya tips kesehatan berdasarkan hasil penelitian atau rumah sakit. Jika hanya berdasarkan pengalaman orang per orang maka informasi tersebut belum dapat dipublikasikan. Sebaliknya, jika kiat sehat orang ini telah terbukti maka wartawan dapat dipublikasikannya. Wartawan tidak menelan bulat-bulat semua informasi yang diberikan dan percaya begitu saja terhadap informasi narasumber, meski yang sangat logis sekalipun. Bisa jadi narasumber mempunyai kepentingan

¹⁴ Taufik Wal Hidayat, *Jurnal Analisis Berita Kesehatan di Media Massa terhadap Pelayanan Publik*, (Medan: Universitas Medan Area, 2015) h. 145.

tertentu terkait informasi yang diberikan.¹⁵ Maka tugas wartawan melakukan verifikasi, dan dituntut untuk berhati-hati dalam mengolah data informasi. Wartawan harus memilih narasumbernya sendiri, tanpa rekomendasi orang lain yang bisa jadi adalah demi kepentingan kelompok atau orang. Informasi kesehatan terkait data jumlah penderita satu jenis penyakit patut diberitakan karena berkaitan dengan kebijakan atau program pemerintah.

Isu kesehatan seringkali menjadi topik khusus dalam sebuah media massa, seperti majalah, siaran televisi dan radio yang banyak fokus membahas permasalahan kesehatan. Hal-hal kecil yang seringkali luput dari pemberitaan kesehatan, biasanya isu yang menyangkut kehidupan sehari-hari masyarakat. Isu kesehatan harus disampaikan dengan amat hati-hati, karena masyarakat lebih banyak mendapat pengetahuan kesehatan dari bacaan dan apa yang mereka dengar dari media sosial, daripada hasil konsultasi ke dokter atau buku kesehatan.

Jika seorang wartawan tidak akurat dalam melakukan pengumpulan data, dan menulis berita kesehatan hal tersebut dapat memberikan pesan yang bisa menjadi pesan buruk untuk kesehatan masyarakat. Jurnalisme kesehatan ialah medium penyebaran pesan kesehatan. Jurnalisme ini membantu Gerakan Kesehatan Masyarakat, penyebaran pesan kesehatan didorong jurnalisme ini masuk ruang publik. Jurnalisme ini membantu aktifitas *health interventions* di ruang

¹⁵ Tim Prakarsa, *Jurnal Buku Panduan Jurnalis Isu Kesehatan*, (Jakarta: Prakarsa, 2016) h. 88-89.

publik. Namun demikian, jurnalisisme kesehatan bukan berisi orang-orang kesehatan. Orang-orang yang bereferensi kesehatan, berpendidikan atau berpengalaman di dunia kesehatan sebagaimana mestinya.

Jurnalisisme kesehatan ialah lembaga yang tugasnya memproduksi pesan-pesan kesehatan, khalayak tertarik oleh kemasan pesan kesehatannya. Artinya para pekerja jurnalisisme kesehatan memiliki keterbatasan, karena mereka bukan ahli kesehatan, tapi cuma pembuat berita. Namun berita kesehatan dinilai dapat menstimulus khalayak, mendapatkan sugesti rasional, untuk mempersepsikan berbagai persoalan kesehatan. Khalayak disugesti referensi, diberitahu apa resiko, keuntungan dan lainnya.

Masyarakat diajak memahami persoalan kesehatan mereka. Bagaimana memutuskan secara logis ihwal perilaku kesehatan mereka. Juga diajak untuk mencermati lingkungan kesehatan, bagaimana sarana dan prasarana kesehatan publik di tengah masyarakat. Berita jurnalisisme kesehatan memberi jawaban, menunjukkan berbagai sikap, yang perlu. Misalnya, jika ada persoalan media, bukan dalam rangka berjualan, berita kesehatan menjawab dan menunjukkan sikap yang harus diambil, terhadap persoalan medis.

Wartawan yang bertugas menulis/melaporkan/menyiarkan tentang kesehatan dapat membagi jenis berita kesehatan menjadi tiga bagian besar, yaitu:¹⁶

¹⁶ *Ibid*, h.90.

a. liputan tematik

Jurnalis dapat melakukan peliputan tentang kesehatan dengan memanfaatkan berita yang sudah ada menjadi liputan mendalam (*feature* dan reportase khusus), momentum peringatan, atau deklarasi resmi yang telah disepakati terkait kesehatan dan aspek-aspek penting yang berdampak bagi kesehatan publik.

b. Liputan terkait kesehatan

Isu kesehatan tidak melulu mengenai tips dan kiat kesehatan, justru berita kesehatan (*softnews*) bisa berasal dari isu berita harian (*hardnews*), atau informasi kesehatan yang paling penting untuk diberitakan adalah mengenai ancaman wabah atau penyakit. Selain itu, beberapa kebijakan pemerintah yang bertentangan dengan kebutuhan masyarakat juga dapat menjadi topik peliputan. Isu kesehatan pun bisa berawal dari problem sosial kemasyarakatan berkaitan dengan budaya, seperti pernikahan usia muda. Ada pula isu kesehatan yang melekat ada agama seperti kehalalan produk farmasi dan kosmetik.

c. Investigasi kasus kesehatan

Dalam peliputan investigasi berita kesehatan, menemukan tema untuk kasus kesehatan memang sulit, namun bukan tidak mungkin. Seorang wartawan harus jeli untuk menemukan *angle* berita yang dapat menjadi topik liputan mendalam. Menjadi tugas seorang wartawan untuk menghasilkan karya jurnalistik yang berdasarkan fakta dan data sehingga dapat melahirkan informasi yang berguna

bagi publik. Selain itu, ide liputan mendalam juga dapat diperoleh dari pengalaman keseharian yang mungkin bisa menjadi topik peliputan mendalam. Seorang wartawan liputan investigasi dapat menambah data peliputan mendalam berita kesehatan dengan riset dan ketekunan membuat daftar tema-tema kesehatan yang berpeluang menjadi kasus.¹⁷

Tantangan untuk menyajikan liputan mendalam atau investigasi yang kerap muncul adalah menemukan data berupa dokumen dan narasumber yang dapat meverifikasi dokumen yang diperoleh. Seorang jurnalis harus menampilkan berita dari dua sisi sehingga narasumber yang bersedia membuka mulutnya adalah sebuah *eureka* tersendiri. Keberhasilan menembus narasumber dan mendapatkan dokumen menjadi keunggulan karya jurnalistik investigasi terutama jika dapat menyatukan narasumber-narasumber utama didalam satu naskah berita. Berita kesehatan pun tidak luput dari kesulitan yang dihadapi seorang wartawan yaitu mendapatkan data yang akurat.

Data yang diperoleh dapat berasal dari sumber berupa angka, seperti data statistik versi pemerintah pusat, daerah atau lembaga sosial nasional dan internasional, sehingga seorang wartawan mempunyai kepekaan dalam mengolah data atau membandingkan dari satu data dengan data lainnya.¹⁸ Peliputan investigasi berita kesehatan harus bersumber dan merujuk pada data dan fakta di lapangan,

¹⁷*Ibid*, h. 91

¹⁸ *Ibid*, h.91.

atau dapat membandingkan data nasional dan di daerah, seperti angka standar kesehatan ibu, bayi baru lahir dan kesehatan anak, isu stunting yang dimulai dari sejak masa muda sang ibu hingga 1000 hari pertama kehidupan.

D. Penyebaran Berita Kesehatan di Sumsel

Menurut Sumantho, fungsi media massa baik cetak maupun elektronik secara khusus adalah “*surveillance*”, yakni mengamati apa saja yang terjadi di dunia ini dan melaporkannya kepada masyarakat atau massa. Selain itu juga berfungsi “*story teller*” yakni pencerita baik sebagai “*entertainer*” atau penghibur maupun sebagai “*persuader*” atau memberi pengaruh. Secara umum, jurnalistik-pers atau media massa memiliki peran penting dalam masyarakat seperti memberikan informasi dan pendidikan massal, memberikan hiburan, dan melakukan pengawasan sosial.¹⁹

Banyak sarana komunikasi dan informasi yang dapat dimanfaatkan, seperti media cetak, elektronik dan online. Sejumlah sarana komunikasi tersebut diprediksi akan terus berkembang seiring dengan berkembangnya pemikiran manusia yang bersumber dari ilmu pengetahuan dan teknologi. Pada zaman global yang ditandai dengan perkembangan teknologi dewasa ini telah munculnya aneka sarana komunikasi informasi. Munculnya berbagai media komunikasi dan informasi juga efektif untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat sebagai komunikan yang

¹⁹ Saidulkarnain Ishak, *Jurnalisme Modern*, (Jakarta: PT Elex media Komputindo, 2014) h. 293.

luas. Begitu pula dengan peran pelaku komunikasi dan penyampai informasi atau jurnalis dan penulis, yang cukup signifikan menyampaikan berita atau informasi yang dibutuhkan masyarakat.

Semua kecanggihan teknologi merupakan “modal” dasar yang harus dimiliki dalam menyampaikan informasi secara tepat, cepat dan akurat. Keterampilan menulis sangat penting untuk mengisi berbagai kesempatan dalam upaya membangun bangsa. Melalui kecanggihan teknologi, peran seorang jurnalis pun harus dapat memberi kontribusi pemikiran untuk membangun masyarakat madani dan “*good gavenance*”, tata pemerintahan yang baik, memacu tumbuh kembang pengetahuan masyarakat mengenai berbagai hal, dari segi mana pun, sejalan dengan kemajuan ilmu pengetahuan, penyebaran informasi tentu melalui teknologi komunikasi dewasa saat ini.²⁰

Pentingnya fungsi pers tersebut dianggap sebagai kekuatan keempat dalam sistem politik kenegaraan setelah lembaga legislatif/parlemen, eksekutif (pemerintahan) dan lembaga yudikatif atau kehakiman. Peran pers dalam hal merubah pola pikir masyarakat menjadi lebih baik dan maju melalui informasi dan teknologi, sehingga peran jurnalis lebih kepada upaya meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM), terkait fungsinya untuk pendidikan, hiburan dan kontrol sosial.²¹

²⁰*Ibid*, h.294

²¹ *Ibid*, h.295.