

47 - Jurnalistik Pengelolaan Bahasa dalam Media.pdf

by

Submission date: 27-Jun-2023 09:51PM (UTC+0700)

Submission ID: 2123492184

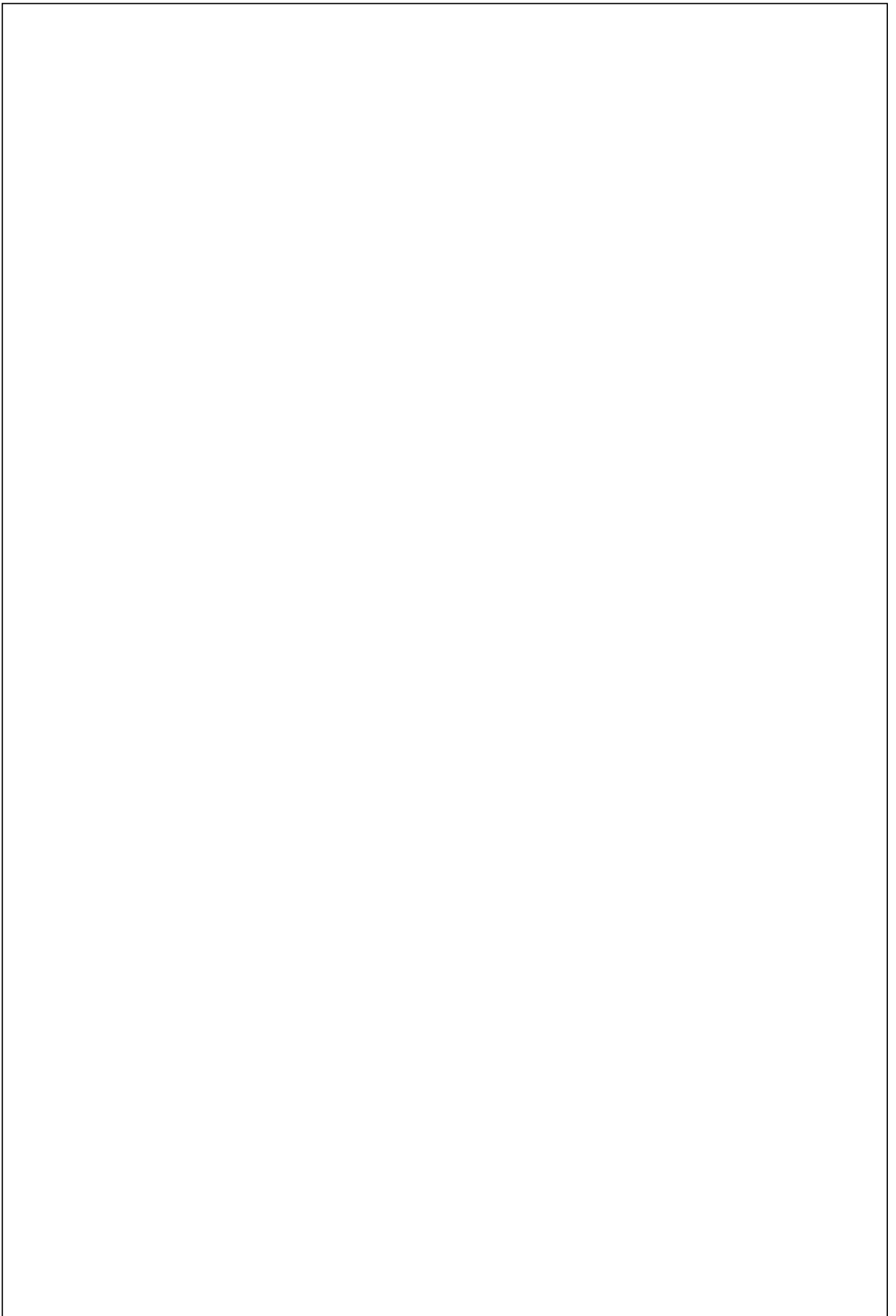
File name: 47 - Jurnalistik Pengelolaan Bahasa dalam Media.pdf (1.11M)

Word count: 24368

Character count: 162961

Jurnalistik

Pengelolaan Bahasa dalam Media



JURNALISTIK

Pengelolaan Bahasa dalam Media

Syamsul Rijal



Jurnalistik: Pengelolaan Bahasa dalam Media

Copyright © 2021 oleh Syamsul Rijal
xx + 118 halaman; 15,5 x 23 cm
ISBN **978-623-5262-02-4**

Penulis : Syamsul Rijal
Editor : Nasrullah
Penyunting Bahasa : Alfian Rokhmansyah
Desain Cover dan Tata Letak : Alfian Rokhmansyah
Cetakan Pertama : Desember 2021

Hak cipta dilindungi undang-undang.
Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apa pun tanpa izin tertulis dari penerbit.

Isi di luar tanggung jawab percetakan.

Rijal, Syamsul. *Jurnalistik: Pengelolaan Bahasa dalam Media*. Samarinda: Mulawarman University Press, 2021.



Penerbit
Mulawarman University Press
Gedung LPPM Universitas Mulawarman
Jln. Krayan, Kampus Gunung Kelua
Samarinda – Kalimantan Timur – Indonesia 75123
Telp/Fax (0541) 747432; Email: mup@lppm.unmul.ac.id

KATA PENGANTAR

Arus informasi merupakan salah satu faktor penting dalam perkembangan teknologi dan kemajuan pendidikan di sebuah negara. Arus informasi ini akan menjembatani setiap perubahan dan menjadi saksi perjalanan sejarah. Beberapa tahun silam, para pendahulu kita telah berusaha mengemas arus informasi secara teratur dan terorganisir dengan bingkai yang bernama jurnalistik. Melalui jurnalistik ini, informasi dapat tertata secara rapi hingga sampai kepada pembaca atau pemirsa dan pendengar.

Zaman modern ini menempatkan jurnalistik sebagai salah satu ilmu yang sangat penting dipelajari dan diaplikasikan oleh mahasiswa. Prospeknya sangat menjanjikan karena jurnalistik bukan sekadar ilmu yang dapat dipelajari, melainkan juga merupakan sebuah keterampilan yang sangat bermanfaat pada setiap tempat dan kondisi. Oleh karena itu, beberapa perguruan tinggi telah memasukkan jurnalistik sebagai salah satu mata kuliah.

Materi-materi yang dipelajari dalam mata kuliah Jurnalistik ini diselaraskan dengan kebutuhan mahasiswa sebagai calon sarjana yang harus peka terhadap setiap informasi. Mahasiswa diharapkan mampu memahami hakikat jurnalistik dan mampu mengelola informasi dan mengemasnya dalam bentuk karya jurnalistik. Dengan demikian, mahasiswa sebagai calon sarjana dapat mengambil andil sebagai pengelola ilmu pengetahuan dan menyampaikannya kepada masyarakat.

Dunia kerja yang penuh dengan persaingan menuntut semua program studi dan jurusan mempersiapkan alumninya untuk menghadapi tantangan tersebut. Demikian halnya dengan Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia atau Program Studi Sastra Indonesia, harus mampu melihat dan menciptakan lapangan kerja seluas-luasnya bagi mahasiswanya. Salah satunya, dengan membekali mahasiswa melalui kurikulum sesuai yang dibutuhkan di lapangan. Mahasiswa jurusan bahasa dan sastra yang sejak semester awal diajarkan tentang teori dan praktik keterampilan berbahasa dianggap perlu ditingkatkan kemampuannya dengan membekali mata kuliah jurnalistik. Hal ini bisa menjadi kelebihan alumni jurusan bahasa dan sastra, sebab mereka sudah lebih terampil secara bahasa untuk masuk ke bidang jurnalistik.

Jurnalistik merupakan bidang ilmu sekaligus pekerjaan yang sarana utamanya menggunakan bahasa dalam beroperasi. Hal ini tentu berkaitan dengan keterampilan berbahasa mahasiswa jurusan bahasa dan sastra, terutama keterampilan menulis dan berbicara. Keterampilan tersebut akan lebih bermanfaat jika dipraktikkan untuk pengelolaan media. Dalam hal ini, bidang jurnalistik yang peluang kerjanya semakin terbuka lebar seiring perkembangan teknologi informasi yang semakin canggih.

Menindaklanjuti hal di atas, dianggap perlu satu pedoman untuk menghimpun materi-materi perkuliahan jurnalistik. Hal ini dimaksudkan untuk memudahkan mahasiswa memahami materi kuliah yang tercantum di rencana pembelajaran semester (RPS). Selain itu, tujuan pembuatan buku ajar Jurnalistik ini adalah sebagai “rel” agar proses perkuliahan tetap berjalan sesuai dengan materi yang sudah ditentukan dalam RPS dan RPP.

Semoga buku ajar mata kuliah Jurnalistik yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa sehingga proses akademik dapat berjalan dengan baik; dan mahasiswa mendapatkan bekal pengetahuan untuk memasuki dunia kerja.

Samarinda, Juli 2021

Syamsul Rijal

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	v
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xv
Daftar Gambar	xvii
Indikator Capaian Pembelajaran	xix

Bab 1

Sejarah dan Perkembangan Jurnalistik	1
A. Sejarah Jurnalistik	1
1. Diawali dengan <i>Acta Diurna</i>	1
2. Cikal Bakal Jurnalistik	2
B. Perkembangan Jurnalistik	3
1. Kertas <i>Phapyrus</i>	3
2. Perkembangan Teknologi Informasi	7
C. Prospek Jurnalistik	9
Pendalaman Materi	12

Bab 2

Pengertian dan Ruang Lingkup Jurnalistik	12
A. Pengertian Jurnalistik	12
B. Ruang Lingkup Jurnalistik	14
C. Ciri-Ciri Jurnalistik	15
1. Skeptis	16
2. Bertindak (<i>action</i>)	16
3. Berubah	16
4. Seni dan Profesi	16
5. Peran Pers	17
Pendalaman Materi	17

Bab 3

Pers dan Etika Pers	19
A. Tentang Pers	16

B. Kode Etik Pers	20
Pendalaman Materi	26

Bab 4

Jenis dan Bentuk Jurnalistik	27
A. Jurnalistik Cetak	27
1. Surat Kabar	27
2. Tabloid	27
3. Buletin	27
4. Jurnal	28
B. Jurnalistik Radio	28
1. Karakteristik Jurnalistik Radio	28
2. Prinsip Penulisan Berita Radio	29
3. Tanda Baca Khusus	30
4. Produk Jurnalistik Radio	31
5. <i>News Program</i>	32
C. Jurnalistik Televisi	33
1. Hal-Hal Teknis dalam Televisi yang Harus Diperhitungkan	33
2. Hal-Hal yang Harus Diperhatikan dalam Jurnalistik Televisi	33
3. Kemasan Berita Televisi	34
4. Struktur Berita Paket	36
5. Alur Perjalanan Berita Sebelum Ditayangkan	36
D. Jurnalistik <i>Online</i> (Daring)	37
1. Karakteristik dan Keunggulan Jurnalistik <i>Online</i>	37
Pendalaman Materi	38

Bab 5

Karakteristik Media	39
A. Kategori Media	39
B. Pengaruh Media	40
C. Karakter Media	41
D. Fokus Media	41
Pendalaman Materi	42

Bab 6	
Rubrik Media	43
A. Berita	43
B. Karya Sastra	44
C. <i>Human Interest</i>	44
D. Hiburan	44
E. Iklan	45
Pendalaman Materi	45
Bab 7	
Manajemen Redaksi	47
A. Pengertian Manajemen	47
B. Fungsi Manajemen	49
C. Tingkatan Manajemen Keredaksian	49
D. Manajemen Keredaksian	50
E. Tugas-Tugas Keredaksian	51
1. Pemimpin Umum	51
2. Pemimpin Redaksi	51
3. Dewan Redaksi	52
4. Redaktur Pelaksana	52
5. Redaktur	52
6. Redaktur Praetak	53
7. Reporter	53
8. Fotografer	53
9. Koresponden	54
10. Kontributor	54
11. Bidang Pendukung Redaksi	54
12. Bagian Usaha	55
F. Prinsip Dasar Sistem Pekerjaan Kewartawanan ...	56
Pendalaman Materi	57
Bab 8	
Bahasa Jurnalistik	59
A. Ciri-Ciri Bahasa Jurnalistik	59
1. Sederhana	60
2. Singkat	60
3. Padat	60

4. Lugas	60
5. Jelas	61
6. Jernih	61
7. Menarik	62
8. Demokratis	63
9. Populis	64
10. Logis	64
11. Gramatikal	65
12. Menghindari Kata Tutur	65
13. Menghindari Kata dan Istilah Asing	65
14. Pilihan Kata yang Tepat	66
15. Mengutamakan Kalimat Aktif	67
16. Menghindari Kata atau Istilah Teknis	67
17. Tunduk pada Kaidah	68
B. Ciri-Ciri Kalimat Jurnalistik	69
Pendalaman Materi	69

Bab 9

Berita	71
A. Sumber Berita	71
1. Peristiwa	71
2. Manusia	72
B. Narasumber	73
C. Observasi	74
D. Wawancara	75
1. Menentukan Narasumber	75
2. Membujuk Narasumber yang Segan	75
3. Persiapan Wawancara	76
4. Mengetahui Tujuan Wawancara	77
E. Teknik Menembus Sumber	77
F. Fakta	79
G. Nilai Berita	80
1. Konflik	80
2. Kemajuan dan Bencana	80
3. Konsekuensi	81
4. Kemasyhuran	81
5. Saat yang Tepat dan Kedekatan	81

6. Keganjilan	81
7. <i>Human Interest</i>	82
8. Seks	82
Pendalaman Materi	82
Bab 10	
Penulisan Berita	83
A. Pengertian Berita	83
B. <i>Straight News</i>	84
1. Karakteristik <i>Straight News</i>	84
2. Jenis-Jenis <i>Straight News</i>	85
3. Anatomi Berita dan Unsur-Unsurnya	85
C. <i>Feature News</i>	85
1. Fungsi <i>Feature News</i>	86
2. Ciri-Ciri <i>Feature News</i>	87
3. Jenis-Jenis <i>Feature</i>	87
Pendalaman Materi	90
Bab 11	
Jurnalistik Sastra	91
A. Pengertian Jurnalistik Sastra	91
B. Elemen Jurnalistik Sastra	93
C. Gaya Jurnalistik	93
Pendalaman Materi	94
Bab 12	
Foto Jurnalistik	95
A. Pengertian Foto Jurnalistik	95
B. Karakter Foto Jurnalistik	96
C. Nilai Foto Jurnalistik	96
D. Jenis-Jenis Foto Jurnalistik	97
E. Teknik Pengambilan Gambar	97
Pendalaman Materi	98
Bab 13	
Penulisan Kreatif	99
A. Pengertian Penulisan Kreatif	99

B. Karangan Ilmiah Populer	100
1. Opini	101
2. Esai	102
C. Contoh Tulisan Opini dan Esai	104
1. Tulisan Opini	104
2. Tulisan Esai	108
3. Karangan Esai	110
Pendalaman Materi	112
Daftar Pustaka	113
Profil Penulis	117

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Ciri-Ciri Opini	102
Tabel 2. Ciri-Ciri Esai	103
Tabel 3. Perbedaan Opini dan Esai	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Organisasi Perusahaan Pers	55
Gambar 2. Organisasi Penerbitan Media	56

INDIKATOR CAPAIAN PEMBELAJARAN

Pertemuan	Pokok Bahasan	Subpokok Bahasan
1	Sejarah dan Perkembangan Jurnalistik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pendahuluan 2. Sejarah Jurnalistik 3. Perkembangan Jurnalistik 4. Prospek Jurnalistik
2	Pengertian dan Ruang Lingkup Jurnalistik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengertian Jurnalistik 2. Ruang Lingkup Jurnalistik 3. Ciri-ciri Jurnalistik
3	Pers dan Etika Pers	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengertian Pers 2. Kode Etik Jurnalistik
4	Jenis dan Bentuk Jurnalistik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jenis-jenis Jurnalistik 2. Bentuk Jurnalistik
5	Karakteristik Media	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fokus Media 2. Pengaruh dan Kuasa Media
6	Rubrik Media	<ol style="list-style-type: none"> 1. Muatan dalam Media 2. Jenis-jenis Rubrik dalam Media
7	Manajemen Redaksi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengertian Manajemen Redaksi 2. Fungsi Manajemen Redaksi 3. Struktur Manajemen Redaksi
8	Ujian Tengah Semester	
9	Bahasa Jurnalistik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ciri-ciri Bahasa Jurnalistik 2. Perbedaan Ragam Bahasa Jurnalistik dengan Ragam lain

10	Berita	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sumber berita 2. Narasumber 3. Teknik Menembus Narasumber 4. Observasi 5. Wawancara 6. Fakta dan Opini 7. Nilai Berita
11	Penulisan Berita	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Straight News</i> 2. <i>Feature News</i> 3. Penyuntingan Naskah
12	Jurnalistik Sastra	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berita Bergaya Sastra 2. Pentingnya Sastra dalam Media
13	Foto Jurnalistik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengertian Foto Jurnalistik 2. Ciri-ciri Foto Jurnalistik 3. Nilai Foto Jurnalistik 4. Teknik Pengambilan Gambar
14	Penulisan Kreatif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Strategi Menulis 2. Penulisan Esai dan Opini 3. Perbedaan Penulis Esai dan Penulis Opini
15	Kunjungan Media	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengunjungi salah satu penerbit media cetak atau stasiun televisi
16	Ujian Tengah Semester	

BAB 1

SEJARAH DAN PERKEMBANGAN JURNALISTIK

Capaian Pembelajaran

1. Mahasiswa mampu memahami sejarah jurnalistik.
2. Mahasiswa mampu memahami perkembangan dan perubahan teknologi dalam jurnalistik.
3. Mahasiswa mampu memahami prospek profesi jurnalis dan serta keuntungan menjadi penulis.

A. SEJARAH JURNALISTIK

1. Diawali dengan *Acta Diurna*

Secara etimologi, jurnalistik berasal dari kata *acta diurna*. Istilah ini muncul pada zaman Romawi Kuno masa pemerintahan Kaisar Julius Caesar (100—44 SM). Istilah *acta diurna* ini merupakan papan pengumuman yang kira-kira seperti majalah dinding atau papan informasi pada saat ini. *Acta diurna* dipercaya oleh peneliti sebagai produk jurnalistik pertama, pers, media massa, atau surat kabar pertama di dunia. Tokoh yang pertama memerintahkan menggunakan *Acta Diurna* ini adalah seorang raja di Romawi Kuno yang bernama Julius Caesar. Selanjutnya, Julius Caesar pun disebut sebagai Bapak Pers Dunia (Romli, 2011).

Ketika berkuasa, Julius Caesar memerintahkan agar hasil rapat atau sidang dan kegiatan para anggota senat setiap hari diumumkan pada *Acta Diurna*. Bukan hanya itu, Julius Caesar juga memerintahkan agar berita tentang kejadian sehari-hari, peraturan-peraturan penting, serta apa yang perlu disampaikan dan diketahui rakyatnya untuk segera ditulis di *Acta Diurna*. Papan pengumuman itu ditempelkan atau dipasang di pusat kota yang disebut *Forum*

Romanum (Stadion Romawi) untuk diketahui oleh khalayak umum.

Kebiasaan menuliskan berita di *Acta Diurna* untuk disebarluaskan akhirnya menjadi rutinitas beberapa orang suruhan raja. Hingga selanjutnya, muncullah beberapa orang yang pekerjaannya khusus menulis dan menyampaikan berita lewat *Acta Diurna*. Orang-orang itu disebut *diurnarii*, yakni orang-orang yang bekerja membuat catatan-catatan tentang hasil rapat senat untuk dipasang di papan *Acta Diurna* setiap hari. Selain itu, berita-berita yang dimuat dalam *Acta Diurna* kadang-kadang berupa berita kelahiran, kematian, dan peraturan-peraturan penting lainnya (Kusumaningrat dan Kusumaningrat, 2016:16). Pada awalnya, pengumuman-pengumuman tersebut hanya diperuntukkan bagi para tuan tanah dan para hartawan di Romawi.

Dari kata *acta diurna* inilah secara harfiah kata jurnalistik berasal yakni kata *diurnal* dalam bahasa Latin berarti 'harian' atau 'setiap hari'. Kata tersebut selanjutnya diadopsi ke dalam bahasa Prancis menjadi *du jour* dan bahasa Inggris *journal* yang berarti 'hari', 'catatan harian', atau 'laporan'. Dari kata *diurnarii* ini muncullah kata *diurnalis* dan *journalist* atau wartawan (Romli, 2011).

2. Cikal Bakal Jurnalistik

Sejarah Islam juga mencatat cikal bakal jurnalistik yang pertama kali di dunia, yakni diperkirakan pada pada zaman Nabi Nuh. Kisah Nabi Nuh dan umatnya yang pernah mengalami banjir besar hingga harus naik ke bukit menjadi peristiwa pertama manusia memerlukan informasi. Saat banjir besar melanda kaumnya, Nabi Nuh menuju ke bukit yang sudah disiapkan kapal besar. Nabi Nuh masuk ke dalam kapal beserta sanak keluarganya, para pengikutnya yang saleh, dan beberapa jenis hewan.

Banjir yang mulai surut membuat Nabi Nuh harus mencari cara mengetahui kondisi air bah di bawah bukit.

Selanjutnya, Nabi Nuh mengutus seekor burung dara ke luar kapal untuk memantau keadaan air dan kemungkinan adanya makanan. Sang burung dara hanya melihat daun dan ranting pohon zaitun yang tampak muncul ke permukaan air. Ranting itu pun dipatuk dan dibawa pulang ke kapal. Nabi Nuh pun berkesimpulan bahwa air bah sudah mulai surut. Kabar itu pun disampaikan kepada seluruh penumpang kapal.

Peristiwa yang dialami oleh Nabi Nuh dan kaumnya dianggap fakta dalam sejarah Islam. Atas dasar fakta tersebut, Nabi Nuh dianggap sebagai pencari berita dan penyiar kabar (wartawan) pertama kali di dunia. Kapal Nabi Nuh pun disebut sebagai kantor berita pertama di dunia (Romli, 2011).

B. PERKEMBANGAN JURNALISTIK

1. Kertas *Phapyrus*

Pada abad 8 M, peradaban di Mesir menemukan *phapyrus* (serupa kertas dari serat tumbuhan). *Phapyrus* ini mirip dengan daun lontar yang digunakan oleh orang Bugis dan Makassar menulis sebelum ditemukannya kertas. Tentu keefektifan menulis di atas *phapyrus* atau pun di atas daun lontar tidak sama dengan menulis di atas kertas yang mulus. Hal-hal yang ditulis pun juga masih sangat terbatas jenisnya. Penemuan *phapyrus* ini sangat penting dalam sejarah penulisan bangsa Mesir, termasuk bangsa-bangsa lain di dunia karena inilah cikal bakal ditemukannya kertas sebagai tempat menulis.

Jika dikaitkan dengan jurnalistik, tentu kertas dianggap sebagai bahan baku pertama yang memberi kemudahan dalam sejarah jurnalistik. Penemuan kertas menjadi tonggak awal penyimpanan dan penyebaran tulisan dalam jumlah banyak. Selain itu, kertas dianggap media tulis yang paling efektif untuk mendokumentasikan informasi dan

pengetahuan. Oleh karena itu, sejarah penemuan kertas juga bagian yang tidak terpisahkan dengan sejarah jurnalistik.

Sejarah yang berkaitan penyebaran informasi serupa dengan surat kabar juga ditemukan di Benua Asia. Sekitar tahun 911 M ditemukan benda sejenis surat kabar pertama. Surat kabar ini ditemukan di Cina yang cetakan pertamanya bernama *King Pau* atau *Tching-pao*, yang artinya 'kabar dari istana'. Seiring berjalannya waktu, sekitar tahun 1351 M, Kaisar Quang Soo mengedarkan surat kabar tersebut secara teratur, yakni setiap seminggu sekali.

Selanjutnya, perkembangan jurnalistik mulai sangat terasa ketika mesin cetak ditemukan oleh Johan Guttenberg pada 1450. Seiring dengan penemuan mesin cetak ini, penerbitan koran atau surat kabar sudah mulai bertambah. Bentuk koran modern telah dimulai dikembangkan oleh perusahaan media yang pada umumnya masih di bawah kendali kerajaan. Namun surat kabar tersebut tampilannya belum seperti surat kabar saat ini.

Koran cetakan yang berbentuk seperti sekarang ini muncul pertama kalinya pada 1457 di Nurenberg, Jerman. Koran tersebut sudah tampak seperti lembaran-lembaran kertas yang tersusun dan terjilid rapi. Oleh karena itu, berita-berita yang dimuat juga sudah semakin banyak dan bervariasi. Salah satu peristiwa besar yang pertama kali diberitakan secara luas di surat kabar adalah pengumuman hasil ekspedisi Christopher Columbus ke Benua Amerika pada 1493.

Konsep pengelolaan surat kabar dengan manajemen modern pertama kali ditemukan di Italia. Pelopor surat kabar sebagai media berita pertama tersebut bernama *Gazetta* yang muncul di Venesia, Italia pada tahun 1536 M. Berita-berita yang dimuat dalam surat kabar *Gazetta* berupa perdagangan dan peperangan. Diketahui pada saat itu, Republik Venesia sedang berperang melawan Sultan Sulaiman. Tujuan awal surat kabar tersebut ditulis oleh para pedagang penukar uang di Rialto. Surat kabar tersebut kemudian diperbanyak lalu dijual dengan harga murah. Namun, surat kabar

tersebut belum diperbanyak dengan mesin cetak, tetapi dengan ditulis tangan.

Perkembangan selanjutnya seiring dengan banyaknya kebutuhan dan tingginya pengetahuan manusia, muncullah surat kabar yang dikelola secara profesional. Diketahui bahwa surat kabar cetak yang pertama kali terbit teratur setiap hari adalah *Oxford Gazzete* di Inggris tahun 1665 M. Surat kabar ini kemudian berganti nama menjadi *London Gazzette* dan ketika Henry Muddiman menjadi editornya untuk pertama sekali dia telah menggunakan istilah *newspaper*.

Sementara, di belahan dunia lain, di Benua Amerika tepatnya di Amerika Serikat, ilmu persuratkabaran mulai berkembang sejak tahun 1690 M dengan istilah *journalism*. Saat itu terbit surat kabar dalam bentuk yang modern, yakni *Publick Occurences Both Foreign and Domestick*, di Boston yang dimotori oleh Benjamin Harris.

Pada Abad ke-17, di Inggris kaum bangsawan umumnya memiliki penulis-penulis yang membuat berita untuk kepentingan sang bangsawan. Para penulis itu membutuhkan suplai berita. Organisasi pemasok berita (sindikatan wartawan atau penulis) bermunculan bersama maraknya jumlah koran yang diterbitkan. Pada saat yang sama, koran-koran eksperimental yang bukan berasal dari kaum bangsawan mulai pula diterbitkan pada Abad ke-17, terutama di Prancis.

Pada abad ke-17 pula, John Milton memimpin perjuangan kebebasan menyatakan pendapat di Inggris yang terkenal dengan *Areopagitica, A Defence of Unlicenced Printing*. Sejak saat itu, jurnalistik tidak hanya menyiarkan berita (*to inform*), tetapi juga memengaruhi pemerintah dan masyarakat (*to influence*).

Di Universitas Bazel, Swiss, jurnalistik untuk pertama kali dikaji secara akademis oleh Karl Bucher (1847—1930) dan Max Weber (1864—1920) dengan nama *Zeitungskunde* tahun 1884 M. Sedangkan di Amerika, mulai dibuka *School of Journalism* di Columbia University pada tahun 1912

M/1913 M yang pengagasnya bernama Joseph Pulitzer (1847—1911).

Pada abad ke-18, jurnalistik lebih merupakan bisnis dan alat politik dibanding sebagai sebuah profesi. Komentar-komentar tentang politik sudah bermunculan pada masa tersebut. Demikian pula, keterampilan desain atau perwajahan mulai berkembang dengan semakin majunya teknik percetakan. Pada abad ini juga, perkembangan jurnalistik mulai diwarnai perjuangan panjang kebebasan pers antara wartawan dan penguasa. Pers Amerika dan Eropa berhasil menyingkirkan batu-batu sandungan sensorship pada akhir abad ke-18 dan memasuki era jurnalistik modern seperti yang kita kenal sekarang.

Perceraian antara jurnalistik dan politik terjadi pada sekitar tahun 1825-an sehingga wajah jurnalistik sendiri menjadi lebih jelas, independen, dan berwibawa. Sejumlah jurnalis yang muncul pada abad itu bahkan lebih berpengaruh daripada tokoh-tokoh politik atau pemerintahan. Akhirnya, lahirlah jurnalistik sebagai bentuk profesi yang mandiri dan merupakan cabang bisnis baru.

Pada pertengahan 1800-an mulai berkembang organisasi kantor berita yang berfungsi mengumpulkan berbagai berita dan tulisan untuk didistribusikan ke beberapa penerbit surat kabar dan majalah. Kantor berita pelopor yang masih beroperasi hingga kini antara lain *Associated Press (AS)*, *Reuters (Inggris)*, dan *Agence-France Presse (Prancis)*.

Tahun 1800-an juga ditandai dengan munculnya istilah *Yellow Journalism* (jurnalisme kuning), sebuah istilah untuk “pertempuran *headline*” antara dua koran besar di Kota New York. Satu dimiliki oleh Joseph Pulitzer dan satu lagi dimiliki oleh William Randolph Hearst.

Ciri khas *jurnalisme kuning* adalah pemberitaannya yang bombastis, sensasional, dan pemuatan judul utama yang menarik perhatian publik. Tujuannya hanya satu, yakni untuk meningkatkan penjualan. Namun, *jurnalisme kuning*

tidak bertahan lama, seiring dengan munculnya kesadaran jurnanisme sebagai profesi.

Sebagai catatan, surat kabar generasi pertama di AS awalnya memang partisan, serta dengan mudah menyerang politisi dan presiden tanpa pemberitaan yang objektif dan berimbang. Akan tetapi, para wartawannya kemudian memiliki kesadaran bahwa berita yang mereka tulis untuk publik haruslah memiliki pertanggungjawaban sosial.

Organisasi profesi wartawan pertama kali didirikan di Inggris pada tahun 1883, yang diikuti oleh wartawan di negara-negara lain pada masa berikutnya. Kursus-kursus jurnanisme pun mulai banyak diselenggarakan di beberapa universitas, yang kemudian melahirkan konsep-konsep seperti pemberitaan yang tidak bias dan dapat dipertanggungjawabkan sebagai standar kualitas bagi jurnalistik profesional (Romli, 2011).

2. Perkembangan Teknologi Informasi

Pada masa antara tahun 1880—1900, terdapat beberapa kemajuan dalam publikasi jurnalistik. Yang paling menonjol adalah mulai digunakannya mesin cetak cepat sehingga *deadline* penulisan berita bisa ditunda hingga malam hari dan mulai munculnya foto di surat kabar. Sebagai catatan penting pada 1893, pertama kalinya surat-surat kabar di Amerika Serikat menggunakan tinta warna untuk komik dan beberapa bagian pada koran edisi Minggu. Pada 1899, mulai digunakan teknologi merekam ke dalam pita, walaupun belum banyak digunakan oleh kalangan jurnalis saat itu.

Pada 1920-an, surat kabar dan majalah mendapatkan pesaing baru dalam pemberitaan dengan maraknya radio berita. Namun demikian, media cetak tidak sampai kehilangan pembacanya karena berita yang disiarkan radio lebih singkat dan sifatnya sekilas. Setelah pada 1950-an, perhatian masyarakat sedikit teralihkan dengan munculnya televisi.

Perkembangan teknologi komputer yang sangat pesat pada era 1970-1980 juga ikut mengubah cara dan proses produksi berita. Selain *deadline* bisa diundur sepanjang mungkin, proses cetak, kopi cetak juga bisa dilakukan secara massif. Perwajahan hingga iklan dan marketing mengalami perubahan sangat besar dengan penggunaan komputer di industri media massa.

Memasuki era 1990-an, penggunaan teknologi komputer tidak terbatas di ruang redaksi saja. Semakin canggihnya teknologi komputer *notebook* yang sudah dilengkapi modem dan teknologi *wireless*, serta akses pengiriman berita teks, foto, dan video melalui internet atau via satelit, telah memudahkan jurnalis yang meliput di medan paling sulit sekalipun. Selain itu, pada era ini juga muncul media jurnalistik multimedia. Perusahaan-perusahaan media raksasa sudah merambah berbagai segmen pasar dan pembaca berita. Tidak hanya bisnis media cetak, radio, dan televisi yang mereka jalankan, tetapi juga dunia internet, dengan *space* iklan yang tak kalah luasnya.

Setiap pengusaha media dan kantor berita juga dituntut untuk memiliki media internet agar tidak kalah bersaing dan demi menyebarluaskan beritanya ke berbagai kalangan. Setiap media cetak atau elektronik ternama pasti memiliki situs berita di internet yang *updating* datanya bisa dalam hitungan menit. Ada juga yang masih menyajikan edisi internetnya sama persis dengan edisi cetak. Sedangkan pada tahun 2000-an, muncul situs-situs pribadi yang juga memuat laporan jurnalistik pemilikinya. Istilah untuk situs pribadi ini adalah *weblog* dan sering disingkat menjadi blog saja.

Memang tidak semua blog berisikan laporan jurnalistik tetapi banyak yang memang berisi laporan jurnalistik bermutu. Senior editor *Online Journalism Review*, J.D. Lasica, pernah menulis bahwa blog merupakan salah satu bentuk jurnalistik dan bisa dijadikan sumber untuk berita (Romli, 2011).

Sekitar tahun 2008, media sosial melanda dunia hingga memengaruhi wajah jurnalistik. Berita-berita yang dimuat di media massa kadang-kadang hasil berita yang diunggah pemilik akun media sosial. Media sosial ini ibarat pisau bermata dua bagi jurnalistik. Satu matanya dapat memudahkan pekerjaan jurnalis dalam mencari berita, namun di satu sisi, berita dari media sosial susah dipertanggungjawabkan secara sumber dan keakurasian informasinya.

Tantangan yang semakin berat dihadapi jurnalistik semakin besar saat platform media sosial telah menyediakan fitur siaran langsung pada aplikasinya. Kondisi ini membuat banyak menyampaikan informasi lewat media sosialnya. Bahkan, banyak kalangan artis yang membuat acara tersendiri di media sosialnya tanpa harus terikat dengan stasiun televisi. Tentu hal ini semakin memengaruhi jumlah penonton televisi sebagai media *mainstream* karena dapat menarik penontonnya untuk berpindah media.

C. PROSPEK JURNALISTIK

Aktivitas yang berkaitan dengan tulis menulis tampaknya tidak akan ada habisnya. Kita dapat melihat dan memerhatikan perkembangan teknologi sampai saat ini, hampir semua media melebarkan sayapnya dengan penguatan informasi. Suatu informasi tidak akan sempurna jika tanpa ada tulisan yang menjelaskan informasi tersebut. Sehebat apa pun sebuah foto, tidak akan pernah jelas informasi yang disampaikan jika tidak disertai dengan penjelasan, baik penjelasan lisan maupun tulisan. Kedua penjelasan tersebut, yakni lisan dan tulisan bersumber dari empat keterampilan berbahasa. Oleh karena itu, dunia informasi selalu berkaitan dengan keterampilan berbahasa terutama keterampilan berbicara dan menulis.

Kreativitas berbahasa merupakan sumber kekayaan yang tidak terbatas. Kekayaan ini dimiliki oleh setiap orang sebagai pemakai bahasa untuk dapat mengekspresikan

berbagai gagasan yang tidak terbatas dengan menggunakan kalimat yang tidak pernah digunakan sebelumnya (Kusmana, 2014:10). Semua hal dapat dieksplorasi dengan bahasa; dan semua orang dapat menikmatinya. Kesempatan ini tentu menjadi salah satu peluang mahasiswa dan alumni jurusan bahasa dan sastra karena telah dibekali dengan keterampilan berbahasa. Satu hal yang perlu diketahui tentang kreativitas, bahwa kreativitas bukan hanya persoalan bakat, tetapi juga keinginan dan kerja keras. Kreativitas merupakan proses yang terus berjalan. Bahkan, menurut Siswanto (2014:7), kreativitas adalah penemuan sambil berjalan. Jadi, kreativitas juga berkaitan dengan waktu dan usaha yang dicurahkan untuk hal tertentu.

Kemunculan berbagai media saat ini, baik media daring (*online*) memberi banyak peluang kerja di bidang jurnalistik. Media-media tersebut membutuhkan tenaga ahli dalam bidang teknologi informasi, ahli *public speaking*, dan ahli dalam bidang tulis menulis. Peluang ini tentu memberi kesempatan kepada mahasiswa dan alumni bahasa dan sastra untuk berkarier secara profesional. Pengelolaan media massa selalu memerlukan penguasaan keterampilan berbahasa. Hal inilah yang membuat prodi-prodi bahasa dan sastra selalu memilih jurnalistik sebagai salah satu mata kuliah pengembangan keterampilan berbahasa.

Atas dasar perkembangan bidang jurnalistik di atas, mahasiswa dan alumni bahasa dan sastra sangat perlu dibekali keterampilan pengelolaan media dalam hal ini jurnalistik. Ada beberapa kelebihan jika mahasiswa jurusan bahasa dan sastra terampil dalam bidang jurnalistik. Pertama, mahasiswa jurusan bahasa dan sastra telah mahir dalam empat bidang keterampilan berbahasa, yaitu keterampilan menyimak, membaca, menulis, dan berbicara. Oleh karena itu, jika dilengkapi dengan keterampilan tambahan seperti jurnalistik, mereka akan dengan mudah mengelola dan menyatukan keterampilan-keterampilan tersebut untuk menyampaikan satu informasi kepada masyarakat. Kedua, mahasiswa jurusan bahasa dan sastra

telah diajarkan berbagai keterampilan tingkat lanjut dalam ilmu sastra. Jadi dengan demikian, mereka dapat menggunakan berbagai jenis gaya penulisan informasi yang lebih menarik dibaca atau didengar. Kedua hal inilah jika diterapkan dengan baik, akan dapat menampilkan wajah jurnalistik yang berbeda pada setiap media dan tentunya tetap berdasar pada koridor penggunaan bahasa.

Kecenderungan media massa saat ini mulai bergeser ke penerbitan daring, seperti koran daring dan majalah daring. Hal ini bukan berarti menggeser keterampilan menulis dalam media massa karena hanya mengubah media atau alat penyampaiannya. Selain itu, media-media elektronik mulai bermunculan, terutama televisi. Jika ditelusuri, ternyata media televisi juga tetap memerlukan keterampilan berbahasa (terutama keterampilan menulis) dalam menyampaikan informasinya. Para pembaca berita di televisi memerlukan bantuan penulis berita dengan penggunaan bahasa yang efisien dan efektif. Selain itu, acara-acara hiburan di televisi memerlukan penulis skrip yang terampil supaya para aktor di depan kamera dapat memahami dengan baik perintah dalam skrip tersebut. Hal-hal inilah yang semakin memperkuat prospek jurnalistik sebagai profesi yang tidak ada matinya.

Salah satu peluang besar mahasiswa dan alumni jurusan bahasa dan sastra dalam bidang jurnalistik adalah menulis karya sastra atau karya jurnalistik lainnya, seperti cerpen, puisi, opini, dan esai. Setiap media tulis, baik yang cetak maupun yang *online* membuka kesempatan kepada masyarakat untuk mengirimkan tulisan. Tulisan yang dimuat tentu mendapat imbalan yang sesuai. Bahkan, honor penulisan di media massa sangat menggiurkan. Misalnya untuk honor menulis cerpen di media nasional, minimal ratusan ribu, hingga jutaan (Kinoysan, 2013:36). Bagian terpenting dalam buku ini adalah bagaimana mengajarkan kepada mahasiswa bahwa keterampilan menulis merupakan aktivitas yang sangat utama dalam diri seorang mahasiswa. Keterampilan tersebut dapat dimanfaatkan dalam berbagai

bidang, salah satunya bidang jurnalistik. Hal ini mengingatkan pada satu tulisan Naim (2017:15) bahwa “jika seorang mahasiswa tidak memiliki keterampilan menulis maka ia akan menghadapi berbagai hambatan dalam proses perkuliahan. Karena itulah, seorang mahasiswa harus berusaha keras agar menulis menjadi keterampilan yang dikuasai secara baik”.

Selain itu, aktivitas sebagai jurnalis sangat berpeluang untuk menjadi penulis buku. Kebiasaan menulis di media dapat dikembangkan menjadi menulis buku. Seperti kisah Prof. Mudrajad Kuncoro dalam bukunya yang berjudul *Mudah Menulis Buku* (2017:13); beliau aktif menulis menulis buku diawali dengan aktivitasnya menulis artikel yang dimuat di media cetak. Hingga sekarang, Prof. Mudrajad Kuncoro sudah menulis 44 buku. Manfaatnya, tentu secara finansial memberi royalti dari hasil penjualan buku-bukunya.

PENDALAMAN MATERI

1. Jelaskan secara etimologi sejarah jurnalistik!
2. Jelaskan arti penting ditemukannya kertas dalam sejarah jurnalistik!
3. Siapa tokoh yang pertama kali menggunakan istilah *newspaper* dalam bidang jurnalistik?
4. Bagaimana pengaruh internet dalam perkembangan jurnalistik?
5. Mengapa jurnalistik dianggap penting dipelajari oleh mahasiswa jurusan bahasa dan sastra?
6. Untuk saat ini, kira-kira media jurnalistik apa yang tepat dikembangkan?

BAB 2

PENGERTIAN DAN RUANG LINGKUP JURNALISTIK

Capaian Pembelajaran

1. Mahasiswa mampu memahami pengertian jurnalistik.
2. Mahasiswa mampu mendefinisikan secara mandiri makna jurnalistik.
3. Mahasiswa mampu memahami ruang lingkup jurnalistik.
4. Mahasiswa mampu menjelaskan ciri-ciri jurnalistik.

A. PENGERTIAN JURNALISTIK

Secara keilmuan, jurnalistik berada di bawah naungan ilmu induk komunikasi. Hal ini wajar, sebab prinsip-prinsip jurnalistik banyak yang secara langsung diturunkan dari definisi komunikasi, yakni proses penyampaian informasi, ide, emosi, keterampilan, dan lain-lain melalui penggunaan simbol, angka, grafik, dan lain-lain (Arifin, 2010:25). Salah satu bagian dari komunikasi yang diturunkan ke jurnalistik adalah proses penyampaian informasi; sebagaimana tujuan dari jurnalistik, yaitu menyampaikan informasi ke khayalak.

Menurut Dja'far H. Assegaff, jurnalistik merupakan kegiatan untuk menyampaikan pesan atau berita kepada khalayak ramai (massa), melalui saluran media, entah media media cetak maupun elektronik. Sementara, menurut Mursito B.M., jurnalistik adalah kegiatan mencari, mengumpulkan, menulis, mengedit, dan menyiarkan informasi.

Kegiatan jurnalistik ini pada dasarnya adalah kegiatan untuk memindahkan realitas empirik ke dalam realitas

media. Realitas media bukanlah realitas empirik karena itu, harus memenuhi standar objektivitas.

Secara harfiah, jurnalistik (*journalistic*) artinya kewartawanan atau kepenulisan. Kata dasarnya jurnal (*journal*), artinya laporan atau catatan, atau *jour* dalam bahasa Prancis yang berarti 'hari' (*day*). Asal-muasalnya dari bahasa Yunani kuno, *du jour* yang berarti 'hari', yakni kejadian hari ini yang diberitakan dalam lembaran tercetak.

Secara konseptual, jurnalistik dapat dipahami dari tiga sudut pandang: sebagai proses, teknik, dan ilmu. Sebagai proses, jurnalistik adalah aktivitas mencari, mengolah, menulis, dan menyebarluaskan informasi kepada publik melalui media massa. Aktivitas ini dilakukan oleh wartawan (jurnalis). Sebagai teknik, jurnalistik adalah keahlian (*expertise*) atau keterampilan (*skill*) menulis karya jurnalistik (berita, artikel, *feature*) termasuk keahlian dalam pengumpulan bahan penulisan seperti peliputan peristiwa (reportase) dan wawancara. Sebagai ilmu, jurnalistik adalah bidang kajian mengenai pembuatan dan penyebarluasan informasi (peristiwa, opini, pemikiran, ide) melalui media massa. Sebagai ilmu, jurnalistik termasuk dalam bidang kajian ilmu komunikasi, yakni ilmu yang mengkaji proses penyampaian pesan, gagasan, pemikiran, atau informasi kepada orang lain dengan maksud memberitahu, memengaruhi, atau memberikan kejelasan.

Menurut Kris Budiman, jurnalistik (*journalistiek*, Belanda) bisa dibatasi secara singkat sebagai kegiatan penyiapan, penulisan, penyuntingan, dan penyampaian berita kepada khalayak melalui saluran media tertentu.

B. RUANG LINGKUP JURNALISTIK

Sebagai ilmu, jurnalistik termasuk dalam bidang kajian ilmu komunikasi, yakni ilmu yang mengkaji proses penyampaian pesan, gagasan, pemikiran, atau informasi kepada orang lain dengan maksud memberitahu, memengaruhi, atau memberikan kejelasan. Jurnalistik

adalah bagian dari kehidupan kita sehari-hari. Jika setiap hari kita membaca, mendengar, atau menonton program berita, maka sadar atau tidak sadar kita terlibat dalam dunia jurnalistik, minimal sebagai objek atau sasaran (target audiens) dari para jurnalis.

Secara praktis, jurnalistik adalah disiplin ilmu dan teknik pengumpulan, penulisan, dan pelaporan berita, termasuk proses penyuntingan dan penyajiannya. Produk jurnalistik-utamanya berita-disajikan atau disebarluaskan melalui berbagai jenis media massa, termasuk surat kabar, majalah, radio, dan televisi serta internet. Setiap hari para wartawan/jurnalis meliput banyak peristiwa penting untuk diberitakan sehingga peristiwa itu pun diketahui publik secara luas.

Aktivitas jurnalistik utama adalah meliput dan memberitakan sebuah peristiwa melalui rumus baku berita 5W+1H. Who, siapa yang terlibat; What, apa yang terjadi; When, kapan terjadinya; Where, di mana terjadinya; Why, mengapa terjadi; dan How, bagaimana proses kejadiannya. Lebih dari itu, wartawan mempertimbangkan peristiwa itu untuk diberitakan atau tidak dengan parameter nilai berita (news value), seperti kepentingannya bagi publik (*significance*) dan dampaknya bagi masyarakat (*effects*), serta menarik-tidaknya bagi publik. Sering terjadi diskusi atau perdebatan di ruang berita atau ruang redaksi dalam proses seleksi peristiwa mana yang akan dipublikasikan.

C. CIRI-CIRI JURNALISTIK

Menurut Ishwara (2005), ada lima ciri-ciri jurnalistik yang perlu diketahui. Ciri-ciri tersebut berkaitan dengan karakteristik jurnalistik itu sendiri. Untuk lebih jelasnya, berikut dijelaskan ciri-ciri jurnalistik tersebut.

1. Skeptis

Skeptis dapat diartikan sebagai sesuatu yang selalu dipertanyakan. Hal ini dimaksudkan karena informasi kadang-kadang meragukan ~~apa~~ sehingga perlu mewaspadaikan segala kepastian agar tidak mudah tertipu. Secara umum, skeptis adalah keraguan. Karena harus mengandung pertanyaan dan keraguan, jurnalis atau pekerja media harus turun ke lapangan untuk memastikan kebenaran dari sumber berita.

2. Bertindak (*action*)

Ciri bertindak ini selaras dengan sikap skeptis, yakni jurnalis harus langsung ke lapangan mengecek, melihat, dan menemukan informasi akurat dan aktual. Jurnalis tidak boleh hanya sekadar menunggu satu peristiwa ramai diberitakan oleh media lain. Harus secepat mungkin bertindak.

3. Berubah

Berubah merupakan satu kebutuhan tambahan bagi setiap profesi saat ini. Hal ini disebabkan oleh tuntutan kecepatan teknologi yang berakibat pada kecepatan persebaran informasi. Oleh karena itu, jurnalistik sebagai profesi dan ilmu, harus mampu berubah menyesuaikan kondisi yang terus berjalan. Ciri ini selaras dengan fungsi jurnalistik sebagai fasilitator, penyaring, dan pemberi makna dari sebuah informasi.

4. Seni dan Profesi

Ciri inilah yang membedakan hasil karya jurnalistik setiap media meskipun yang diberitakan berasal dari satu sumber informasi. Kelihaihan dan keterampilan menulis seorang jurnalis harus berada di atas rata-rata profesi lain

karena menulis merupakan salah satu seni mengolah bahasa. Jika hal ini sudah memunculkan ciri khas setiap jurnalis, maka dapat dikatakan bahwa wartawan tersebut sebagai wartawan profesional.

5. Peran Pers

Jurnalistik harus mengedepankan ciri sebagai fungsi pers, yakni peran pelapor yang bertindak sebagai mata dan telinga publik. Jurnalistik bekerja melaporkan peristiwa-peristiwa di luar pengetahuan masyarakat dengan netral dan tanpa prasangka. Selain itu, pers juga harus berperan sebagai interpreter, wakil publik, peran jaga, dan pembuat kebijaksanaan serta advokasi.

PENDALAMAN MATERI

1. Jelaskan pengertian jurnalistik!
2. Jelaskan secara mandiri makna yang terkandung dalam jurnalistik!
3. Sejauh mana peran bahasa dalam ruang lingkup jurnalistik?
4. Jelaskan ciri-ciri jurnalistik sebagai seni dan profesi!

BAB 3

PERS DAN ETIKA PERS

Capaian Pembelajaran

1. Mahasiswa mampu memahami beberapa istilah pers dalam jurnalistik.
2. Mahasiswa mampu memahami kode etik jurnalistik.
3. Mahasiswa mampu memahami kasus yang sering terjadi dalam jurnalistik.

A. TENTANG PERS

Berbicara mengenai pers berarti kita berbicara sesuatu yang sangat pelik sebab ada banyak hal yang terlibat di dalamnya. Oleh karena itu, berikut dijelaskan beberapa istilah mengenai pers serta aturan-aturan dalam pers tersebut (Undang Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers; Kusmadi dan Samsuri, 2011).

Pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia.

Perusahaan pers adalah badan hukum Indonesia yang menyelenggarakan usaha pers meliputi perusahaan media cetak, media elektronik, dan kantor berita, serta perusahaan media lainnya yang secara khusus menyelenggarakan, menyiarkan, atau menyalurkan informasi.

Kantor berita adalah perusahaan pers yang melayani media cetak, media elektronik, atau media lainnya serta masyarakat umum dalam memperoleh informasi.

Wartawan adalah orang yang secara teratur melaksanakan kegiatan jurnalistik.

Organisasi pers adalah organisasi wartawan dan organisasi perusahaan pers.

Pers nasional adalah pers yang diselenggarakan oleh perusahaan pers Indonesia.

Pers asing adalah pers yang diselenggarakan oleh perusahaan pers asing.

Penyensoran adalah penghapusan secara paksa sebagian atau seluruh materi informasi yang akan diterbitkan atau disiarkan, atau tindakan teguran atau peringatan yang bersifat mengancam dari pihak manapun, dan atau kewajiban melapor, serta memperoleh izin dari pihak berwajib dalam pelaksanaan kegiatan jurnalistik.

Pembredelan atau pelarangan penyiaran adalah penghentian penerbitan dan peredaran atau penyiaran secara paksa atau melawan hukum.

Hak tolak adalah hak wartawan karena profesinya untuk menolak mengungkapkan nama dan atau identitas lainnya dari sumber berita yang harus dirahasiakannya

Hak jawab adalah hak seseorang atau sekelompok orang untuk memberikan tanggapan atau sanggahan terhadap pemberitaan berupa fakta yang merugikan nama baiknya.

Hak koreksi adalah hak setiap orang untuk mengoreksi atau membetulkan kekeliruan informasi yang diberitakan oleh pers.

Kewajiban koreksi adalah keharusan melakukan koreksi atau ralat terhadap suatu informasi, data, fakta, opini, atau gambar yang tidak benar yang telah diberitakan oleh pers yang bersangkutan.

Kode etik jurnalistik adalah himpunan etika profesi kewartawanan.

B. KODE ETIK PERS

Peraturan-peraturan yang berkaitan dengan kode etik jurnalistik selengkapnya dapat dilihat di bawah ini

sebagaimana yang dikutip dari Kusmadi dan Samsuri (2011) tentang Undang-undang Pers dan Peraturan Dewan Pers.

2

PEMBUKAAN

Bahwa sesungguhnya salah satu perwujudan kemerdekaan Negara Republik Indonesia adalah kemerdekaan mengeluarkan pikiran dengan lisan dan tulisan sebagaimana diamanatkan oleh pasal 28 Undang-Undang Dasar 1945. Oleh sebab itu, kemerdekaan pers wajib dihormati oleh semua pihak.

Mengingat Negara Republik Indonesia adalah negara berdasar atas hukum sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Dasar 1945, seluruh wartawan menjunjung tinggi konstitusi dan menegakkan kemerdekaan pers yang bertanggungjawab, mematuhi norma-norma profesi kewartawanan, memajukan kesejahteraan umum dan mencerdaskan kehidupan bangsa, serta memperjuangkan ketertiban dunia berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi, dan keadilan sosial berdasarkan Pancasila.

Maka atas dasar itu, demi tegaknya harkat, martabat, integritas, dan mutu kewartawanan Indonesia serta bertumpu pada kepercayaan masyarakat, dengan ini Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) menetapkan Kode Etik Jurnalistik yang harus ditaati dan dilaksanakan oleh seluruh wartawan Indonesia.

BAB I

KEPRIBADIAN DAN INTEGRITAS

Pasal 1

Wartawan Indonesia beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berjiwa Pancasila, taat kepada Undang-Undang Dasar Negara, kesatria, menjunjung tinggi harkat dan martabat manusia dan lingkungannya, mengabdikan pada kepentingan bangsa dan negara serta terpecah dalam mengemban profesinya.

Pasal 2

Wartawan Indonesia dengan penuh rasa tanggung jawab dan bijaksana mempertimbangkan patut tidaknya menyiarkan berita, tulisan atau gambar, yang dapat membahayakan keselamatan dan keamanan negara, persatuan dan kesatuan bangsa, menyinggung perasaan agama, kepercayaan dan keyakinan suatu golongan yang dilindungi oleh Undang-undang.

Pasal 3

Wartawan Indonesia tidak menyiarkan berita, tulisan atau gambar yang menyesatkan, memutarbalikkan fakta, bersifat fitnah, cabul, sadis, dan sensasi berlebihan.

Pasal 4

Wartawan Indonesia tidak menerima imbalan untuk menyiarkan atau tidak menyiarkan berita, tulisan atau gambar yang dapat menguntungkan atau merugikan seseorang atau suatu pihak.

BAB II CARA PEMBERITAAN

Pasal 5

Wartawan Indonesia menyajikan berita secara berimbang dan adil, mengutamakan kecermatan dari kecepatan serta tidak mencampuradukkan fakta dan opini sendiri. Tulisan berisi interpretasi dan opini wartawan agar disajikan dengan menggunakan nama jelas penulisnya.

Pasal 6

Wartawan Indonesia menghormati dan menjunjung tinggi kehidupan pribadi dengan tidak menyiarkan berita, tulisan, atau gambar yang merugikan nama baik atau perasaan susila seseorang, kecuali menyangkut kepentingan umum.

Pasal 7

Wartawan Indonesia dalam pemberitaan peristiwa yang diduga menyangkut pelanggaran hukum dan atau proses peradilan harus menghormati asas praduga tak bersalah, prinsip adil, jujur, dan penyajian yang berimbang.

Pasal 8

Wartawan Indonesia dalam memberitakan kejahatan asusila tidak menyebut nama dan identitas korban. Penyebutan nama dan identitas pelaku kejahatan yang masih dibawah umur dilarang.

Pasal 9

Wartawan Indonesia menulis judul yang mencerminkan isi berita.

BAB III SUMBER BERITA

Pasal 10

Wartawan Indonesia menempuh cara yang sopan dan terhormat untuk memperoleh bahan berita, gambar, atau tulisan dan selalu menyatakan identitasnya kepada sumber berita.

Pasal 11

Wartawan Indonesia dengan kesadaran sendiri secepatnya mencabut atau meralat setiap pemberitaan yang kemudian ternyata tidak akurat, dan memberi kesempatan hak jawab serta proporsional kepada sumber dan atau objek berita.

Pasal 12

Wartawan Indonesia meneliti kebenaran bahan berita dan memperhatikan kredibilitas serta kompetensi sumber berita.

Pasal 13

Wartawan Indonesia tidak melakukan tindakan plagiat, tidak mengutip berita, tulisan, atau gambar tanpa menyebut sumbernya.

Pasal 14

Wartawan Indonesia harus menyebutkan sumber berita, kecuali atas permintaan yang bersangkutan untuk tidak disebut nama dan identitasnya sepanjang menyangkut fakta dan data bukan opini. Apabila nama dan identitas sumber berita tidak disebutkan, segala tanggung jawab ada pada wartawan yang bersangkutan.

Pasal 15

Wartawan Indonesia menghormati ketentuan embargo, bahan latar belakang, dan tidak menyiarkan informasi yang oleh sumber berita tidak dimasukkan sebagai bahan berita serta atas kesepakatan dengan sumber berita tidak menyiarkan keterangan *off the record*.

BAB IV

KEKUATAN KODE ETIK JURNALISTIK

Pasal 16

Wartawan Indonesia menyadari sepenuhnya bahwa penataan Kode Etik Jurnalistik ini terutama berada pada hati nurani masing-masing.

Pasal 17

Wartawan Indonesia mengakui bahwa pengawasan dan penetapan sanksi pelanggaran Kode Etik Jurnalistik ini adalah sepenuhnya hak organisasi dari Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) dan dilaksanakan oleh Dewan Kehormatan PWI.

Tidak satu pihak pun di luar PWI yang dapat mengambil tindakan terhadap wartawan Indonesia dan atau medianya berdasarkan pasal-pasal dalam Kode Etik Jurnalistik ini.

**KODE ETIK AJI
(ALIANSI JURNALIS INDEPENDEN)**

1. Jurnalis menghormati hak masyarakat untuk memperoleh informasi yang benar.
2. Jurnalis senantiasa mempertahankan prinsip-prinsip kebebasan dan keberimbangan dalam peliputan dan pemberitaan serta kritik dan komentar.
3. Jurnalis memberi tempat bagi pihak yang kurang memiliki daya dan kesempatan untuk menyuarakan pendapatnya.
4. Jurnalis hanya melaporkan fakta dan pendapat yang jelas sumbernya.
5. Jurnalis tidak menyembunyikan informasi penting yang perlu diketahui masyarakat.
6. Jurnalis menggunakan cara-cara yang etis untuk memperoleh berita, foto, dan dokumen.
7. Jurnalis menghormati hak narasumber untuk memberi informasi latar belakang, *off the record*, dan embargo.
8. Jurnalis segera meralat setiap pemberitaan yang diketahuinya tidak akurat.
9. Jurnalis menjaga kerahasiaan sumber informasi konfidensial, identitas korban kejahatan seksual, dan pelaku tindak pidana di bawah umur.
10. Jurnalis menghindari kebencian, prasangka, sikap merendahkan, diskriminasi, dalam masalah suku, ras, bangsa, politik, cacat/sakit jasmani, cacat/sakit mental atau latar belakang sosial lainnya.
11. Jurnalis menghormati privasi, kecuali hal-hal itu bisa merugikan masyarakat.
12. Jurnalis tidak menyajikan berita dengan mengumbar kecabulan, kekejaman kekerasan fisik dan seksual.
13. Jurnalis tidak memanfaatkan posisi dan informasi yang dimilikinya untuk mencari keuntungan pribadi.
14. Jurnalis tidak dibenarkan menerima sogokan. Catatan: yang dimaksud dengan sogokan adalah semua bentuk pemberian berupa uang, barang dan atau fasilitas lain, yang secara langsung atau tidak langsung, dapat mempengaruhi jurnalis dalam membuat kerja jurnalistik.
15. Jurnalis tidak dibenarkan menjiplak.

16. Jurnalis menghindari fitnah dan pencemaran nama baik.
17. Jurnalis menghindari setiap campur tangan pihak-pihak lain yang menghambat pelaksanaan prinsip-prinsip di atas.
18. Kasus-kasus yang berhubungan dengan kode etik akan diselesaikan oleh Majelis Kode Etik.

PENDALAMAN MATERI

1. Jelaskan perbedaan antara pers, perusahaan pers, dan organisasi pers!
2. Jelaskan fungsi hak koreksi dalam jurnalistik!
3. Mengapa harus ada penyensoran dalam penyebaran informasi?
4. Tuliskan dan jelaskan pasal dalam kode etik jurnalistik yang melarang jurnalis menerima uang dari narasumber!
5. Jelaskan maksud prinsip keberimbangan dalam kode etik jurnalistik!

BAB 4

JENIS DAN BENTUK JURNALISTIK

Capaian Pembelajaran

1. Mahasiswa mampu memahami beberapa jenis jurnalistik.
2. Mahasiswa mampu membedakan bentuk-bentuk jurnalistik.
3. Mahasiswa mampu memahami dasar dari setiap bentuk jurnalistik.
4. Mahasiswa mengetahui keunggulan dari setiap bentuk jurnalistik.

A. JURNALISTIK CETAK

1. Surat Kabar atau Harian

Lembaran-lembaran berita yang diterbitkan setiap hari (harian).

2. Tabloid

Surat kabar ukuran kecil (setengah dari ukuran surat kabar biasa) yang banyak memuat berita secara singkat, padat, dan bergambar, mudah dibaca umum; surat kabar sensasi: surat kabar kuning tulisan dalam bentuk ringkas dan padat (tentang kritik, paparan, dsb.) (KBBI).

3. Buletin

Media cetak berupa selebaran atau majalah berisi warta singkat atau pernyataan tertulis yang diterbitkan secara periodik oleh suatu organisasi atau lembaga untuk kelompok

profesi tertentu. Siaran kilat resmi tentang perkembangan atau hasil-hasil (pertandingan, dsb.) (KBBI).

4. Jurnal

Majalah yang khusus memuat artikel dalam bidang ilmu tertentu (KBBI).

B. JURNALISTIK RADIO

Jurnalistik radio (*radio journalism, broadcast journalism*) adalah proses produksi berita yang penyebarluasannya melalui media radio siaran. Jurnalistik radio merupakan media yang bercerita (*storytelling*), yakni menceritakan atau menuturkan sebuah peristiwa atau masalah, dengan gaya percakapan (*conversational*) (Romli, 2018).

1. Karakteristik Jurnalistik Radio

Menurut Romli (2018a), ada empat karakteristik jurnalistik radio.

- a. **Auditif.** Untuk didengarkan (telinga) yang dibacakan atau disuarakan.
- b. **Spoken language.** Menggunakan bahasa tutur (percakapan) atau kata-kata yang biasa diucapkan dalam percakapan sehari-hari (*spoken words*). Kata-kata yang dipilih diusahakan bahkan harus sama dengan kosakata pendengar supaya dapat segera dimengerti.
- c. **Sekilas.** Tidak bisa diulang. Oleh karena itu, harus jelas, sederhana, dan sekali ucap langsung dimengerti.
- d. **Global.** Tidak detail, tidak rumit. Angka-angka dibulatkan, fakta-fakta diringkaskan.

2. Prinsip Penulisan Berita Radio

Ada beberapa hal sebagai prinsip yang perlu diperhatikan dalam penulisan berita untuk radio (Romli, 2018a).

- a. ELF—*Easy Listening Formula*. Susunan kalimat yang jika diucapkan enak didengar dan mudah dimengerti pada pendengaran pertama.
- b. KISS—*Keep It Simple and Short*. Hemat kata, tidak mengumbar kata. Menggunakan kalimat-kalimat pendek dan tidak rumit. Gunakan sesedikit mungkin kata sifat dan anak kalimat (*adjectives*).
- c. WTYT—*Write The Way You Talk*. Tuliskan sebagaimana diucapkan. Menulis untuk *disuarakan*, bukan untuk dibaca.
- d. *Satu Kalimat Satu Nafas*. Upayakan tidak ada anak kalimat. Sedapat mungkin tiap kalimat bisa disampaikan dalam satu nafas.
- e. *News Gathering*. Pengumpulan bahan berita atau peliputan. Teknik reportase: wawancara, studi literatur, pengamatan langsung.
- f. *News Production*. Penyusunan naskah, penentuan kutipan wawancara (*sound bite*), *backsound*, efek suara, dll.
- g. *News Presentation*. Penyajian berita.
- h. *News Order*. Urutan berita.
- i. *Spoken Words*. Pilih kata-kata yang biasa diucapkan sehari-hari (*spoken words*), misalnya: jam empat sore (16.00 WIB), 15-ribu rupiah (Rp 15.000), dll.
- j. *Sign-Posting*. Sebutkan jabatan, gelar, atau keterangan sebelum nama orang. Atribusi atau predikat selalu mendahului nama, misalnya: Ketua DPR –Agung Laksono— mengatakan... .
- k. *Stay away from quotes*. Jangan gunakan kutipan langsung. Ubah kalimat langsung menjadi kalimat tidak langsung, misalnya: Ia mengatakan siap memimpin demo ("Saya siap memimpin demo," katanya).

- l. *Avoid abbreviation.* Hindari singkatan atau akronim, tanpa menjelaskan kepanjangannya lebih dulu, misalnya: Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Islam Negeri –BEM UIN—Bandung menggelar... (Ketua BEM UIN Bandung –Fulan—mengatakan...).
- m. *Subtle repetition.* Ulangi secara halus fakta-fakta penting seperti pelaku atau nama untuk memudahkan pendengar memahami dan mengikuti alur cerita, misalnya: Presiden Soesilo Bambang Yudhoyono mengatakan.... Menurut Presiden.... Kepala Negara juga menegaskan....
- n. *Present Tense.* Gunakan perspektif hari ini. Untuk unsur waktu gunakan kata-kata *kemarin, hari ini, besok, lusa*, bukan nama-nama hari (Senin s.d. Minggu). Misalnya: Mahasiswa UIN Bandung melakukan aksi demo hari ini... Besok mereka akan melanjutkan aksi protesnya...
- o. *Angka.* Satu angka (1—9) ditulis pengucapannya. Angka 1 ditulis *satu* dst. Lebih dari satu angka, ditulis angkanya. Angka 25 atau 345 jangan ditulis: duapuluh lima, tigaratus empatpuluh lima. Angka ratusan, ribuan, jutaan, dan milyaran, sebaiknya jangan gunakan nol, tapi ditulis: lima ratus, delapan ribu, 15-juta, 145-milyar.
- p. *Mata uang.* Ditulis pengucapannya di belakang angka, misalnya: 600-ribu rupiah (Rp 600.000), 500-ribu dolar Amerika Serikat (US\$ 50.000)

3. Tanda Baca Khusus

Menuliskan berita untuk radio berbeda dengan penulisan pada umumnya. Untuk lebih jelasnya, berikut dijelaskan (Romli, 2018a) cara penulisan tanda baca dalam penulisan berita radio.

- a. **Dash.** tanda garis pisah (—) untuk sebelum nama atau kata penting atau butuh penekanan.
- b. **Punctuation.** Tanda Sengkang, yaitu tanda-tanda pemenggalan (-) untuk memudahkan pengucapan

singkatan kata yang dieja. M-U-I, B-A-P, W-H-O, P-U-I, dsb.

- c. **Garis Miring.** Jika perlu, gunakan garis miring satu (/) sebagai pengganti koma atau sebagai tanda jeda untuk ambil nafas, garis miring dua (//) untuk ganti titik, dan garis miring tiga (///) untuk akhir naskah.

Perhatikan contoh berikut!

Menjelang Pemilu 2009/ sedikitnya sudah 54 partai politik/ mendaftarkan diri ke Departemen Hukum dan HAM// Mereka akan diverifikasi untuk ikut Pemilu. Menurut pengamat politik —Arby Sanit/ banyaknya parpol itu menunjukkan animo elite untuk berkuasa masih tinggi///

4. Produk Jurnalistik Radio

- a. *Copy*—Berita pendek, durasi 15-20 detik. Biasanya berita penting, harus cepat diberitakan, disampaikan di sela-sela siaran (*breaking news*) atau program reguler insert berita (*news insert*) tiap menit 00 tiap jam misalnya. Berupa *Straight News*.
- b. *Voicer*—Laporan Reporter. Terdiri atas pengantar (*cue*) penyiar di studio dan laporan reporter di tempat kejadian, termasuk *sound bite* dan atau *live interview*.
- c. *Paket*. Panjangnya 2-8 menit. Isinya paduan naskah berita, petikan wawancara (*soundbite*).
- d. *Feature*. Durasi 10-30 menit. Paduan antara berita, wawancara, ulasan redaksi, musik pendukung, dan rekaman suasana (*wildtracking*). Membahas tema tertentu yang mengandung unsur *human interest*. Bisa pula berupa dokumenter (*documentary*).
- e. *Vox Pop*. Singkatan dari *vox populi* (suara rakyat). Berisi rekaman suara opini masyarakat awam tentang suatu masalah atau peristiwa.

Perhatikan contoh naskah berita berikut!

Menjelang Pemilu 2009, sedikitnya sudah 54 partai politik mendaftarkan diri ke Departemen Hukum dan HAM, guna diverifikasi sehingga bisa ikut Pemilu. Bagaimana tanggapan masyarakat tentang banyaknya parpol tersebut, berikut ini petikan wawancara kami dengan beberapa warga masyarakat.

- f. *Sound Bite*: 1. “Bagus lah, biar banyak pilihan...” 2. “Saya sih mau golput aja, gak ada partai yang bagus sih menurut saya mah...” 3. “Saya akan setia pada parpol pilihan saya, tidak akan kepengaruh oleh parpol baru, belum tentu lebih bagus ka...” dst. (dalam Romli, 2018a).

5. News Program

Ada beberapa jenis program berita yang sering digunakan dalam pemberitaan media (Romli, 2018a). Program tersebut dapat dilihat di bawah ini.

1. Buletin (Paket berita)—Berisi rangkaian berita-berita terkini (*copy, straight news*) –bidang ekonomi, politik, sosial, olahraga, dan sebagainya; lokal, regional, nasional, ataupun internasional. Durasi 30 menit atau lebih. Durasi bisa lebih lama jika diselingi lagu dan basa-basi siaran seperti biasa.
2. *News Insert*—insert berita. Berisi info aktual berupa *Straight News* atau *Voicer*. Durasi 2-5 menit bergantung panjang-pendek dan banyak-tidaknya berita yang disajikan. Biasanya disajikan setiap jam tertentu. Bisa berupa *breaking news*, disampaikan penyiar secara khusus di sela-sela siaran non-berita.
3. Majalah Udara — berisi *straight news*, wawancara, dialog interaktif, feature pendek, dokumenter, dan sebagainya.
4. *Talkshow*—Dialog interaktif atau wawancara langsung (*live interview*) di studio dengan narasumber, atau melalui telepon.

C. JURNALISTIK TELEVISI

Jurnalistik televisi adalah proses pencarian, pengumpulan, penyuntingan dan penyebarluasan berita melalui media televisi (Romli, 2019). Menurut Romli (2019), ada beberapa hal yang perlu diperhitungkan dalam jurnalistik televisi.

1. Hal-Hal Teknis dalam Televisi yang Harus Diperhitungkan

Pesan media televisi sifatnya sekilas sehingga pesan cepat terlupakan. Metode paling sederhana di dalam penempatan gambar di televisi adalah metode triangulasi.

Metode triangulasi (menempatkan benda tepat di bagian tengah layar). Ketika mengambil gambar seseorang, harus diperhitungkan komposisi pada ruang kosong di atas kepala. Inilah yang disebut: *head room* (ruang kepala). Ketika melakukan pengambilan gambar, kamera tidak boleh melewati garis arah gerakan, disebut: garis imajiner.

2. Hal-hal yang Harus Diperhatikan dalam Jurnalistik Televisi

- a. Televisi sifatnya sekilas pesan cepat terlupakan. Konsekuensi: harus membuat kata atau kalimat yang mudah diingat.
- b. Pesan televisi disajikan dalam bentuk audio-visual (suara dan gambar) "*No Picture no News*". Konsekuensi: jangan memberikan penjelasan terhadap gambar.
- c. Gambar dalam televisi sangat terbatas. Konsekuensinya, kamera harus merekam apa yang ingin diketahui pemirsa.
- d. Televisi lebih mengutamakan gambar (visual). Konsekuensinya: (1) mendahulukan yang ada

gambarnya, daripada artistik gambar, (2) pemirsa lebih tertarik pada gambar daripada kata-kata.

3. Kemasan Berita Televisi

a. Berita Copy

Berita *copy* merupakan cara paling dasar dan sederhana dalam menyampaikan berita di televisi. Berita *copy* dibuat, jika peristiwanya sangat penting. Bisa dibuat dengan cepat karena tidak perlu persiapan yang terlalu banyak. Tidak ada gambar karena berita baru saja terjadi, bahkan mungkin masih berlangsung. Bisa dilakukan dengan cara *phono* (penyiar menelepon langsung reporter yang berada di lokasi kejadian).

Jika memiliki perangkat SNG, bisa ditayangkan langsung dari lokasi kejadian *on the spot*. Presenter tampil di layar, membacakan berita *copy* secara utuh dari awal sampai akhir. Lamanya berita *copy* antara 30-45 detik.

b. Readers atau grafix

Readers atau *Grafix*, merupakan cara paling dasar berikutnya. Format ini digunakan jika sebuah peristiwa baru saja terjadi dan reporter belum memiliki akses untuk merekam gambar kejadian ke dalam kaset video. Presenter hanya tampil membacakan intro, diikuti dengan tayangan grafis (data, angka, peta lokasi, still foto, dll.) Presenter masih terus membacakan berita, ketika gambar atau grafis tersebut ditayangkan. Akhir dari berita *readers* atau *grafix*, bisa di wajah anchor atau di gambar/*grafix* yang ditayangkan. Lamanya berita *readers/grafix*: 15—30 detik.

c. Clips Only

Intro dibacakan *anchor*, disusul dengan *sync* narasumber. Berita *clips only* akan dimunculkan jika

narasumber merupakan orang yang sangat penting. Atau jika sync dari narasumber “menghebohkan”. Intro yang dibacakan anchor maksimum tiga kalimat. Lamanya berita clips only: 40-45 detik. Intro memuat: *topline*, *background*, dan *context*.

Topline: kalimat pertama dari sebuah intro. *Background*: latar belakang fakta, mengapa peristiwa terjadi. *Context*: kejadian lain yang terkait dengan peristiwa itu.

d. Out of Vision

Berita hanya dibacakan anchor tanpa voice over (VO). Ketika membacakan intro, anchor muncul di layar, disusul dengan gambar tanpa VO. Ketika gambar sedang ditayangkan, anchor masih tetap membacakan berita OoV. Ketika gambar selesai, anchor masih membacakan berita. Alasan dibuatnya berita OoV karena tidak cukup kuat untuk dibuat jadi berita paket. Lamanya berita OoV: 45 detik.

e. Berita Paket

Unsur penting yang harus ada dalam berita paket.

- 1) Intro dibacakan oleh anchor.
- 2) *Sequences* gambar-gambar dari peristiwa berita.
- 3) *Sync* suara langsung dari narasumber.
- 4) *Voice Over (VO)* narasi berita di-*dubbing* oleh reporter.
- 5) *Stand-Up* reporter tampil di layar mengakhiri berita.
- 6) *Natural Sound* (natsound) suara alami di lokasi peristiwa.

Kata-kata dalam VO tidak boleh sama dengan sync, jika sama disebut *redundant*. Ketika stand-up, akan muncul identitas reporter, identitas stasiun televisi dan lokasi tempat kejadian. Stand-Up merupakan *Standard Out Cue* (SoC). SoC adalah tanda akhir dari sebuah berita disebut juga *pay off*. Kalimat SoC misalnya, “Ida Bagus Oka, Metro TV melaporkan

dari Denpasar Bali....” Lamanya berita paket sekitar 1 menit 45 detik (maksimal).

4. Struktur Berita Paket

- a. *Intro* dibacakan *anchor* 10 detik
Voice over dubbing oleh reporter 10 detik
- b. Bridge to sync-1
Sync-1 (korban dari kejadian) 30 detik
Voice over dubbing oleh Reporter 10 detik
- c. *Bridge* to Sync-2
Sync-2 (pihak bertanggung jawab) 30 detik
Sequence tanpa V/O 8 detik
Pay off/SOC/VO Penutup 15 detik
- d. *Stand-Up* reporter
Total berita paket 45 menit

5. Alur Perjalanan Berita Sebelum Ditayangkan

- a. Sekembalinya dari lapangan, reporter harus segera melapor kepada produser, mengenai berita yang baru saja diliputnya.
- b. Jika produser setuju berita itu dibuat menjadi berita paket, reporter langsung membuat intro berita.
- c. Setelah intro selesai, reporter melakukan *preview* dan *logging* (mencatat gambar-gambar yang akan dipakai dan memilih sync)
- d. Selanjutnya, reporter menulis naskah berita (narasi untuk VO), disesuaikan dengan gambar dan sync yang dipilih reporter.
- e. Setelah naskah berita (narasi) selesai, reporter melakukan perekaman suara (*dubbing*) inilah yang disebut *voice over*.
- f. Terakhir mengedit gambar dan menggabungkannya dengannarasi (*mixing*), hingga menjadi hasil edit yang siap untuk ditayangkan, disebut *final cut*.

D. JURNALISTIK ONLINE (DARING)

Jurnalistik atau media online adalah segala sarana komunikasi yang tersedia di internet seperti *e-mail*, *website*, dan media sosial. Istilah lain yang sering digunakan adalah media siber, yakni situs berita atau portal berita yang tersedia di internet (Romli, 2020).

1. Karakteristik atau Keunggulan Jurnalistik Online

Menurut Romli (2018b), jurnalistik *online* memiliki karakteristik dan kelebihan.

- a. *Audience control*. Jurnalistik *online* memungkinkan audiens untuk bisa lebih leluasa dalam memilih berita yang ingin didapatkannya.
- b. *Nonlienarity*. Jurnalistik *online* memungkinkan setiap berita yang disampaikan dapat berdiri sendiri sehingga audiens tidak harus membaca secara berurutan untuk memahami.
- c. *Storage and retrieval*. Jurnalistik *online* memungkinkan berita tersimpan dan diakses kembali dengan mudah oleh audiens.
- d. *Unlimited space*. Jurnalistik *online* memungkinkan jumlah berita yang disampaikan atau ditayangkan kepada audiens dapat menjadi jauh lebih lengkap dibandingkan media lainnya.
- e. *Immediacy*. Jurnalistik *online* memungkinkan informasi dapat disampaikan secara cepat dan langsung kepada audiens.
- f. *Multimedia capability*. Jurnalistik *online* memungkinkan bagi tim redaksi untuk menyertakan teks, suara, gambar, video, dan komponen lainnya di dalam berita yang akan diterima oleh audiens.
- g. *Interactivity*. Jurnalistik *online* memungkinkan adanya peningkatan partisipasi audiens dalam setiap berita.

PENDALAMAN MATERI

1. Sebutkan dan jelaskan jenis-jenis jurnalistik!
2. Ada berapa bentuk jurnalistik yang sering dipraktikkan?
3. Jelaskan perbedaan mendasar dari setiap bentuk jurnalistik!
4. Jelaskan keunggulan jurnalistik online (daring) daripada bentuk jurnalistik lainnya!

BAB 5

KARAKTERISTIK MEDIA

Capaian Pembelajaran

1. Mahasiswa mampu membedakan beberapa kategori media massa.
2. Mahasiswa mampu mengetahui kekuatan media dalam memengaruhi khalayak.
3. Mahasiswa mampu memahami karakteristik setiap media.
4. Mahasiswa mampu memahami perbedaan fokus dan konsentrasi setiap media.

A. KATEGORI MEDIA

Secara umum, media massa dalam hal ini jurnalistik memiliki empat fungsi (Muhtadi, 2016:62). Pertama, media massa berfungsi menyebarkan informasi kepada khalayak. Kedua, media massa berfungsi mendidik khalayak melalui pesan dan informasi pengetahuan yang bermanfaat. Ketiga, media massa berfungsi menghibur masyarakat melalui rubrik atau siaran-siaran yang dikemas dalam bentuk film, lagu dan musik, serta acara-acara hiburan lainnya. Keempat, media massa berfungsi memengaruhi masyarakat banyak. Fungsi yang terakhir inilah yang membuat setiap media massa berbeda dengan media massa lainnya.

Berdasarkan fungsi-fungsi di atas, media massa biasanya memiliki cakupan yang berbeda. Perbedaan cakupan ini muncul sebab adanya perbedaan sasaran yang dituju pemberitaan media massa tersebut. Kita dapat memerhatikan contoh media yang ada saat ini. Misalnya, TV One dan Metro TV yang tampaknya lebih condong ke pemberitaan yang cakupannya pada bidang politik. Pada sisi lain, SCTV dan Indosiar yang lebih condong ke fungsi

hiburan. Pada media cetak misalnya, ada majalah otomotif, majalah sastra, majalah ekonomi, majalah anak. Selain itu, ada media yang fokus pada pemberitaan luar negeri. Ada pula yang khusus memberitakan kegiatan-kegiatan suatu daerah atau instansi tertentu. Jika dikategorikan, media massa dapat dibagi menjadi lima berdasarkan cakupan pemberitaannya. Media massa tersebut adalah sebagai berikut ini.

1. Media massa internasional
2. Media massa nasional
3. Media massa lokal
4. Media massa kawasan
5. Media komunitas

B. PENGARUH MEDIA

Ada beberapa pengaruh media. Pertama, media memperlihatkan pada pemirsanya bagaimana standar hidup layak bagi seorang manusia, dari sini pemirsa menilai apakah lingkungan mereka sudah layak, atau apakah ia telah memenuhi standar itu. Gambaran ini banyak dipengaruhi dari apa yang pemirsa lihat dari media.

Kedua, penawaran-penawaran yang dilakukan oleh media bisa jadi memengaruhi apa yang pemirsanya inginkan, sebagai contoh media mengilustrasikan kehidupan keluarga ideal, dan pemirsanya mulai membandingkan dan membicarakan kehidupan keluarga tersebut, dimana kehidupan keluarga ilustrasi itu terlihat begitu sempurna sehingga kesalahan mereka menjadi menu pembicaraan sehari-hari pemirsanya, atau mereka mulai menertawakan perilaku tokoh yang aneh dan hal-hal kecil yang terjadi pada tokoh tersebut.

Ketiga, media visual dapat memenuhi kebutuhan pemirsanya akan kepribadian yang lebih baik, pintar, cantik atau tampan, dan kuat. Contohnya, anak-anak kecil dengan cepat mengidentifikasikan mereka sebagai penyihir seperti Harry Potter, atau putri raja seperti tokoh Disney.

Bagi pemirsa dewasa, proses pengidolaan ini terjadi dengan lebih halus, mungkin remaja ABG akan meniru gaya bicara idola mereka, meniru cara mereka berpakaian. Sementara untuk orang dewasa, mereka mengomunikasikan gambar yang mereka lihat dengan gambaran yang mereka inginkan untuk mereka secara lebih *halus*. Mungkin saat kita menyisir rambut kita dengan cara tertentu kita melihat diri kita mirip gaya rambut lupus, atau menggunakan kacamata ala *Catatan Si Boy*.

Keempat, bagi remaja dan kaum muda, mereka tidak hanya berhenti sebagai penonton atau pendengar, mereka juga menjadi penentu, yang menentukan arah media populer saat mereka berekspresi dan mengemukakan pendapatnya.

C. KARAKTER MEDIA

1. Setiap media memiliki karakter atau ciri khas masing-masing sesuai dengan ideologi yang diusungnya
2. Karakter atau ideologi media tersebut akan memengaruhi fokus atau tujuannya masing-masing

D. FOKUS MEDIA

Seperti yang dituliskan pada bagian awal bab ini bahwa, setiap media massa bisa berbeda fokus pemberitaannya karena ada sasaran yang berbeda. Berikut ini ada tujuh bidang fokus pemberitaan media massa. Salah satu bidang di bawah ini biasanya mendapat porsi yang lebih banyak dalam satu media. Oleh karena itu, kita dapat melihat, menilai, dan mendiskusikan bidang-bidang ini dalam media massa sebagai bentuk objektivitas sebagai mahasiswa atau sebagai pembaca. Hal ini sangat menarik didiskusikan sebab media sesungguhnya berada di tengah realitas sosial yang penuh dengan berbagai kepentingan, konflik, dan fakta yang kompleks dan beragam (Sobur, 2009:29).

1. Media massa dan politik
2. Media massa dan ekonomi

3. Media massa dan budaya (sastra dan bahasa)
4. Media massa dan pendidikan
5. Media massa dan agama
6. Media massa dan hukum
7. Media massa dan kesehatan

PENDALAMAN MATERI

1. Jelaskan kategori yang membedakan media massa!
2. Seberapa besar media bisa memengaruhi khalayak?
3. Bagaimana cara mengetahui karakter setiap media?
4. Sebutkan dan jelaskan salah satu media massa di Indonesia yang fokus konsentrasinya ke bidang politik!

BAB 6

RUBRIK MEDIA

Capaian Pembelajaran

1. Mahasiswa mampu mengetahui jenis-jenis rubrik yang ada dalam media massa.
2. Mahasiswa mampu memahami porsi setiap rubrik dalam satu media.
3. Mahasiswa mampu memahami tujuan setiap rubrik dalam media.

A. BERITA

Ada beberapa jenis berita yang sering dimuat dalam media, antara lain: berita politik, berita ekonomi, berita olahraga, berita seni dan budaya, berita agama/kepercayaan, dan berita kesehatan. Keenam jenis berita tersebut biasanya saling berkorelasi satu sama lain. Berita politik biasanya berkaitan dengan kebijakan ekonomi. Kesehatan juga sering berbanding lurus dengan kesejahteraan ekonomi. Agama atau kepercayaan selalu memengaruhi kesenian dan kebudayaan satu masyarakat.

Berita-berita yang dimuat pada setiap media tentu berbeda bentuknya, bergantung pada bentuk media yang memuatnya. Berita dalam jurnalistik media cetak disampaikan melalui hasil tulisan wartawan yang telah diedit oleh redaktur masing-masing rubrik. Berita dalam koran biasanya disertai gambar atau foto untuk mendukung nilai berita.

Berita yang dimuat di media televisi disampaikan dalam bentuk informasi lisan dan bergambar. Berita yang dimuat dalam media radio disampaikan dalam bentuk bahasa lisan tanpa gambar dan foto. Sementara berita yang dimuat di

media online disampaikan dengan tulisan, foto, dan juga kadang-kadang melalui audio visual seperti pada televisi.

B. KARYA SASTRA

Rubrik lain yang sering ada dalam satu media adalah karya sastra. Jenis karya sastra yang dimuat biasanya berbeda-beda berdasarkan bentuk media jurnalistik yang digunakan. Karya-karya jurnalistik yang dimuat di surat kabar tentu ditulis dalam bentuk cerpen, puisi, atau esai.

Karya sastra yang dimuat di televisi biasanya lebih digemari oleh masyarakat karena dikemas dalam bentuk film, drama atau teater. Karya sastra yang dimuat dalam media radio biasanya disampaikan dalam bentuk drama, pembacaan/deklamasi puisi, dan pembacaan esai.

C. HUMAN INTEREST

Human interest adalah sejenis berita yang dimuat khusus untuk mengeksplorasi suatu permasalahan yang menyangkut kehidupan rakyat-rakyat kecil. Isinya kadang-kadang sangat memilukan. Tujuan pemuatannya adalah untuk menyentuh hati nurani pembaca, atau penonton sehingga mereka juga tahu mengenal kondisi rakyat kecil.

Gaya penulisan beritanya lebih bersifat naratif atau bercerita karena biasanya mengangkat sisi kehidupan seseorang. Jika *human interest* dimuat dalam media televisi, biasanya ditampilkan dengan gambar yang sangat persuasif agar pemirsa dapat ikut merasakan kondisi yang sebenarnya terjadi. Selain itu, kadang-kadang juga memuat satu komunitas kecil yang termarginalkan profesinya oleh pemerintah.

D. HIBURAN

Sebenarnya dalam skala besar, karya sastra berupa film juga dapat dimasukkan dalam jenis hiburan. Akan tetapi,

masih ada beberapa rubrik yang betul-betul dalam kategori hiburan semata. Rubrik hiburan biasanya dimuat dalam bentuk musik atau lagu. Tentu rubrik hiburan ini lebih menonjol pada media elektronik seperti televisi dan radio.

Sementara rubrik hiburan dalam media cetak, biasanya hanya memuat bagian-bagian kecil dalam satu jenis hiburan. Misalnya, sebuah album baru dikeluarkan oleh sekelompok grup band terkenal, biasanya dikemas lebih menarik dalam surat kabar. Atau peristiwa-peristiwa menarik dari kehidupan artis, juga biasanya dimuat dalam rubrik hiburan.

Media yang paling banyak memuat rubrik hiburan adalah televisi. Hal ini disebabkan oleh televisi memiliki kelebihan untuk menampilkan gambar sekaligus suara (audio visual) yang dapat diterima dengan baik oleh pemirsa di rumah. Acara-acara hiburan di televisi biasanya berupa acara musik, sinetron, kuis, atau bahkan *talkshow* yang ditampilkan secara unik, menarik, dan lucu sehingga sifatnya menghibur.

E. IKLAN

Semua jenis media pasti memiliki rubrik iklan. Mengapa? Sebab hampir semua media hidup dan bertahan dari iklan yang masuk. Penghasilan utama media adalah dari iklan yang masuk setiap hari. Iklan biasanya dimuat dan dikemas dengan berbagai bentuk dalam setiap media.

PENDALAMAN MATERI

1. Jelaskan jenis-jenis rubrik yang ada dalam setiap media!
2. Berapa perbandingan antara porsi berita dan hiburan dalam satu media?
3. Mengapa setiap media selalu menempatkan iklan dalam setiap edisi?

BAB 7

MANAJEMEN REDAKSI

Capaian Pembelajaran

1. Mahasiswa mengetahui manajemen keredaksian secara umum.
2. Mahasiswa mampu memahami fungsi bagian-bagian tertentu dalam manajemen redaksi.
3. Mahasiswa mampu mengetahui tingkatan manajemen keredaksian.
4. Mahasiswa mampu membedakan tugas pemimpin redaksi, wartawan, dalam *layout*, dalam manajemen keredaksian.

A. PENGERTIAN MANAJEMEN

Membicarakan tentang manajemen tentu harus memahami beberapa hal penting dalam bidang ini. Oleh karena itu, ada beberapa hal yang perlu dibahas untuk menyamakan persepsi tentang manajemen, sebelum memasuki hal teknis yang berkaitan dengan manajemen keredaksian.

1. Kata Manajemen berasal dari bahasa Prancis kuno *ménagement*, yang memiliki arti seni melaksanakan dan mengatur (Priyono, 2010).
2. Mary Parker Follet, mendefinisikan manajemen sebagai seni menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Definisi ini berarti bahwa seorang manajer bertugas mengatur dan mengarahkan orang lain untuk mencapai tujuan organisasi (Farikhah dan Whyudhiana, 2018).
3. Sementara itu, Ricky W. Griffin mendefinisikan manajemen sebagai sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran secara efektif dan

efisien. Efektif dapat dipahami bahwa tujuan dapat dicapai sesuai dengan perencanaan, sementara efisien berarti bahwa tugas yang ada dilaksanakan secara benar, terorganisir, dan sesuai dengan jadwal; dalam berbagai bidang seperti industri, pendidikan, kesehatan, bisnis, finansial dan sebagainya. Sementara, efektif menyangkut tujuan dan efisien menyangkut cara dan lamanya suatu proses mencapai tujuan tersebut (Mulayana, 2017).

Kamus Besar Bahasa Indonesia (Sugono, dkk., 2008:870) menyebutkan, manajemen adalah:

1. penggunaan sumber daya secara efektif untuk mencapai sasaran;
2. pimpinan yang bertanggung jawab atas jalannya perusahaan dan organisasi.

Terkait pekerjaan dalam bidang jurnalistik, fungsi manajerial harus dilakukan dengan tepat. Hal ini bisa berdampak pada hasil akhir yang diawali dengan serangkaian proses rumit dan saling berhubungan. Oleh karena itu, perlu kebijakan dan strategi dalam mengelola satu perusahaan, termasuk perusahaan media. Berikut beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam proses manajerial.

1. Semua kebijakan harus didiskusikan dengan semua personil manajerial dan staf.
2. Manajer harus mengerti di mana dan bagaimana mereka menerapkannya.
3. Rencana sebuah tindakan harus diberitahukan pada setiap departemen.
4. Kebijakan dan strategi harus diperiksa ulang secara berkala.
5. Perencanaan cadangan harus dipikirkan dalam kasus perubahan.

B. FUNGSI MANAJEMEN

Secara umum, ada empat fungsi manajemen. Keempat fungsi ini juga diperlukan dalam pengelolaan manajemen keredaksian suatu media (Priyono, 2010).

1. Perencanaan: memutuskan apa yang harus terjadi esok hari dan seterusnya dan membuat rencana untuk dilaksanakan.
2. Pengorganisasian: membuat penggunaan maksimal dari sumber daya yang dibutuhkan untuk melaksanakan rencana dengan baik.
3. *Leading* (kepemimpinan) dan motivasi: memakai kemampuan di area ini untuk membuat yang lain mengambil peran dengan efektif dalam mencapai suatu rencana.
4. Pengendalian: monitoring dan memantau kemajuan rencana, yang mungkin membutuhkan perubahan.

C. TINGKATAN MANAJEMEN KEREDAKSIAN

Ada beberapa hal atau istilah yang perlu diketahui terkait manajemen keredaksian. Hal tersebut dapat dilihat di bawah ini sesuai penjelasan dari Akim (2007).

1. Pimpinan redaksi merupakan manajemen tingkat atas. Bertugas merencanakan kegiatan dan strategi keredaksian secara umum dan mengarahkan jalannya proses redaksi.
2. *Middle management* atau manajemen tingkat menengah bertugas sebagai penghubung antara manajemen puncak dan manajemen lini pertama, misalnya *wakil pemimpin redaksi* atau *redaktur pelaksana*.
3. *Lower management* atau manajemen lini pertama (*first-line management*) adalah manajemen yang memimpin dan mengawasi tenaga-tenaga operasional. Manajemen ini dikenal pula dengan istilah manajemen operasional. Umumnya para redaktur halaman atau redaktur *desk*.

Ada khusus halaman ekonomi, politik, pendidikan, kriminal, hukum dst.

D. MANAJEMEN KEREDAKSIAN

Ada dua hal yang perlu diketahui tentang manajemen keredaksian (Akim, 2007). Pertama, manajemen keredaksian dapat diartikan proses antarorang yang merupakan satu kesatuan secara efektif dalam sebuah organisasi media massa untuk mencapai tujuan atau sasaran. Kedua, manajemen keredaksian adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan terhadap pengadaan, pengembangan, kompensasi, integrasi, dan pemeliharaan orang-orang dengan tujuan membantu mencapai tujuan organisasi (pers), individual, dan masyarakat.

Secara umum, setiap media sebagai perusahaan pers memiliki enam unsur (Suhandang, 2016:87) penting ini. Untuk lebih jelasnya, unsur-unsur tersebut akan diuraikan di bawah ini.

1. Eksekutif.
Bagian eksekutif bertugas menangani segala urusan administrasi pers sebagai sebuah perusahaan.
2. Redaksi
Bagian redaksi bertugas menangani segala urusan pemberitaan; mulai peliputan, penulisan, penyuntingan, hingga ke bagian percetakan.
3. Usaha
Bagian usaha bertugas mengurus perusahaan supaya berjalan dan berkembang dengan baik.
4. Mekanik
Bagian mekanik bertugas merapikan pemberitaan sebelum terbit, termasuk desain perwajahan dan tata letak.
5. Keuangan
Bagian keuangan bertugas mengerjakan urusan keuangan pers sebagai sebuah perusahaan.

6. Pelayanan

Bagian pelayanan bertugas secara umum bertugas mengurus perkantoran, pemeliharaan alat, dsb.

E. TUGAS-TUGAS KEREDAKSIAN

Menurut Akim (2007), ada dua belas elemen dalam pembagian tugas keredaksian. Elemen tersebut dapat dilihat di bawah ini.

1. Pemimpin Umum (*General Manager*)

Pemimpin umum bertanggung jawab atas keseluruhan jalannya penerbitan pers, baik ke dalam maupun ke luar. Pemimpin umum juga dapat melimpahkan pertanggungjawabannya secara hukum kepada pemimpin redaksi sepanjang menyangkut isi penerbitan (redaksional) dan kepada pemimpin usaha sepanjang menyangkut perusahaan penerbitan.

2. Pemimpin Redaksi

Pemimpin Redaksi (*Editor in Chief*) bertanggung jawab terhadap mekanisme dan aktivitas kerja keredaksian sehari-hari. Pemimpin redaksi harus mengawasi isi seluruh rubrik media massa yang dipimpinnya. Di surat kabar mana pun, pemimpin redaksi menetapkan kebijakan dan mengawasi seluruh kegiatan redaksional. Ia bertindak sebagai jenderal atau komandan yang perintah atau kebijakannya harus dipatuhi bawahannya. Kewenangan itu dimiliki karena ia harus bertanggung jawab jika pemberitaan medianya digugat pihak lain.

Pemimpin Redaksi juga bertanggung jawab atas penulisan dan isi tajuk rencana (editorial) yang merupakan opini redaksi (*desk opinion*). Jika pemimpin redaksi berhalangan menulisnya, lazim pula tajuk dibuat oleh redaktur pelaksana, salah seorang anggota dewan redaksi,

salah seorang redaktur, bahkan seorang reporter atau siapa pun, dengan seizin dan sepengetahuan pemimpin redaksi yang mampu menulisnya dengan menyuarakan pendapat korannya mengenai suatu masalah aktual.

3. Dewan Redaksi

Dewan redaksi biasanya beranggotakan pemimpin umum, pemimpin redaksi dan wakilnya, redaktur pelaksana, dan orang-orang yang dipandang kompeten menjadi penasihat bagian redaksi. Dewan redaksi bertugas memberi masukan kepada jajaran redaksi dalam melaksanakan pekerjaan redaksional. Dewan redaksi pula yang mengatasi permasalahan penting redaksional, misalnya menyangkut berita yang sangat sensitif atau sesuai tidaknya berita yang dibuat dengan visi dan misi penerbitan yang sudah disepakati.

4. Redaktur Pelaksana

Di bawah pemimpin redaksi, biasanya ada redaktur pelaksana (*managing editor*). Tanggung jawabnya hampir sama dengan pemimpin redaksi/wakil pemimpin redaksi, namun lebih bersifat teknis. Dialah yang memimpin langsung aktivitas peliputan dan pembuatan berita oleh para reporter dan editor.

5. Redaktur

Redaktur (editor) sebuah penerbitan pers biasanya lebih dari satu. Tugas utamanya adalah melakukan *editing* atau penyuntingan, yakni aktivitas penyeleksian dan perbaikan naskah yang akan dimuat atau disiarkan. Di internal redaksi, mereka disebut redaktur *desk* (*desk editor*), redaktur bidang, atau redaktur halaman karena bertanggung jawab penuh atas isi rubrik tertentu dan editingnya. Seorang

redaktur biasanya menangani satu rubrik, misalnya rubrik ekonomi, luar negeri, olahraga, dsb.

6. Redaktur Pracetak

Setingkat dengan redaktur atau editor adalah redaktur pracetak atau redaktur artistik. Ia bertanggung jawab menangani naskah siap cetak dari para redaktur, yaitu semua naskah berita yang sudah diturunkan ke percetakan dan sudah diset bersih, desain sampul dan perwajahan (tataletak, *layout*, artistik), dan hal-ihwal sebelum koran dicetak.

Bagian lain yang berada di bawah koordinasi redaktur pracetak adalah *setter* atau juru ketik naskah. Juru ketik bertugas mengetik naskah yang akan dimuat. Ada pula korektor yang bertugas mengoreksi (membetulkan) kesalahan ketik pada naskah yang siap cetak.

7. Reporter

Di bawah para editor adalah para reporter. Mereka merupakan prajurit di bagian redaksi. Mencari berita lalu membuat atau menyusunnya, merupakan tugas pokoknya.

8. Fotografer

Fotografer (wartawan foto atau juru potret) tugasnya mengambil gambar peristiwa atau objek tertentu yang bernilai berita atau untuk melengkapi tulisan berita yang dibuat wartawan tulis. Ia merupakan mitra kerja yang setaraf dengan wartawan tulis (reporter).

Jika tugas wartawan tulis menghasilkan karya jurnalistik berupa tulisan berita, opini, atau feature, maka fotografer menghasilkan foto jurnalistik. Fotografer menyampaikan informasi atau pesan melalui gambar yang ia potret. Fungsi foto jurnalistik antara lain menginformasikan

(*to inform*), meyakinkan (*to persuade*), dan menghibur (*to entertain*).

9. Koresponden

Selain reporter, media massa biasanya memiliki pula koresponden (*correspondent*) atau wartawan daerah, yaitu wartawan yang ditempatkan di negara lain atau di kota lain (daerah), di luar wilayah di mana media massanya berpusat.

10. Kontributor

Kontributor atau penyumbang naskah atau tulisan secara struktural tidak tercantum dalam struktur organisasi redaksi. Ia terlibat di bagian redaksi secara fungsional. Termasuk kontributor adalah para penulis artikel, kolomnis, dan karikaturis. Para sastrawan juga menjadi kontributor ketika mereka mengirimkan karya sastranya (puisi, cerpen, esei) ke sebuah media massa.

Wartawan lepas (Freelance Journalist) juga termasuk kontributor. Wartawan lepas adalah wartawan yang tidak terikat pada media massa tertentu sehingga bebas mengirimkan berita untuk dimuat di media mana saja, dan menerima honorarium atas tulisannya yang dimuat. Termasuk kontributor adalah wartawan pembantu (*stringer*). Ia bekerja untuk sebuah perusahaan pers, namun tidak menjadi karyawan tetap perusahaan tersebut. Ia menerima honorarium atas tulisan yang dikirim atau dimuat.

11. Bidang Pendukung Redaksi

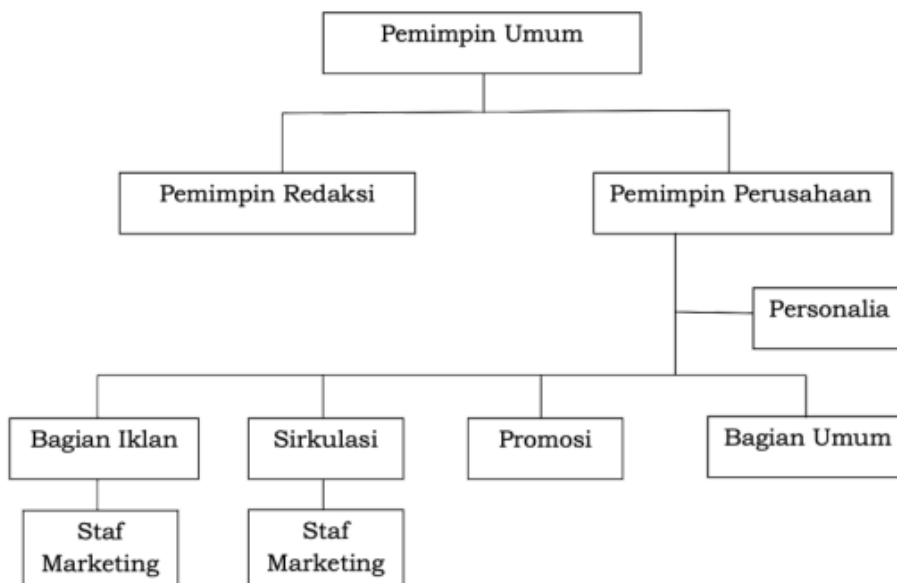
Bagian yang tak kalah pentingnya untuk membantu kelancaran kerja redaksi adalah bagian perpustakaan dan dokumentasi serta bagian penelitian dan pengembangan (Litbang). Litbang memantau perkembangan sebuah penerbitan, survei pembaca, dan memberikan masukan-masukan bagi pengembangan redaksional dan bagian

lainnya, termasuk pembinaan dan pengembangan kualitas sumber daya manusia.

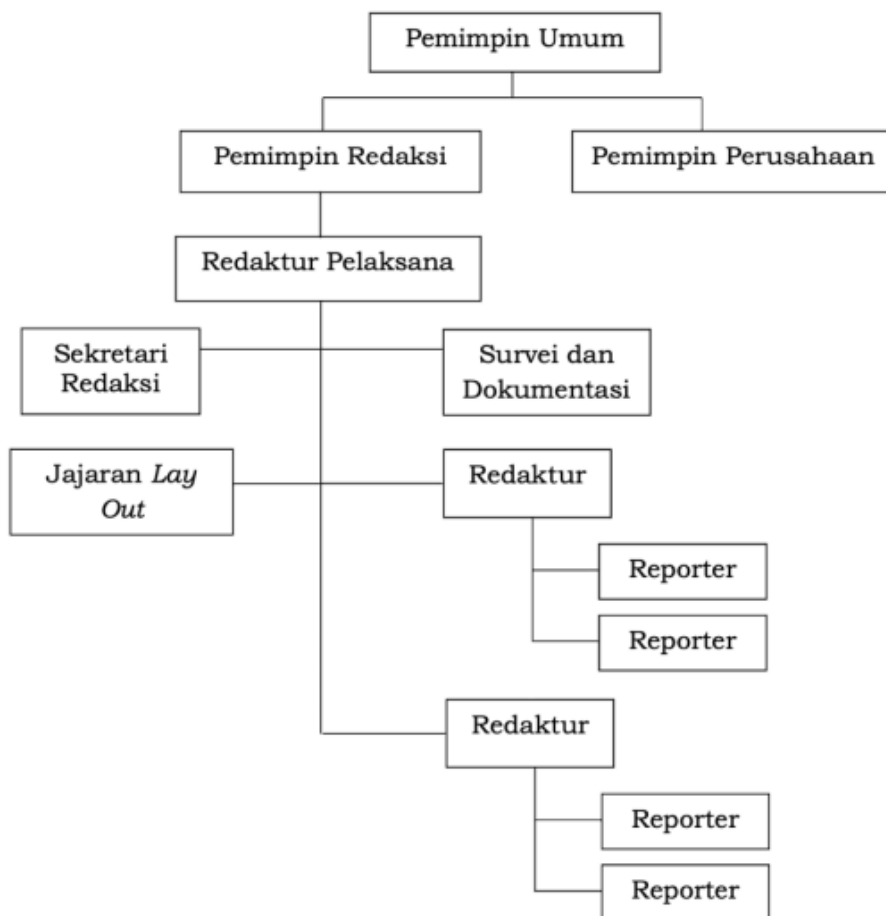
12. Bagian Usaha

Bertugas menyebarkan media massa, yakni melakukan pemasaran (*marketing*) atau penjualan media massa. Bagian ini merupakan sisi komersial meliputi sirkulasi/distribusi, iklan, dan promosi. Biasanya, bagian pemasaran dipimpin oleh seorang pemimpin perusahaan atau seorang manajer pemasaran (*marketing manager*) yang membawahkan manajer sirkulasi, manajer iklan, dan manajer promosi.

Jika digambarkan, organisasi perusahaan pers dan manajemen redaksi tampak seperti skema di bawah ini.



Gambar 1. Organisasi Perusahaan Pers



Gambar 2. Organisasi Penerbitan Media

F. PRINSIP DASAR SISTEM PEKERJAAN KEWARTAWANAN (GEDE)

Menurut Akim (2007), ada empat proses yang harus dilalui dalam tahapan kerja jurnalistik. Keempat proses tersebut dapat dilihat di bawah ini.

1. **News Gathering.** Bagian ini adalah proses awal dari sistem pemberitaan, yakni tahapan satu organisasi media massa yang diwakili wartawannya untuk mulai mengumpulkan berita.

2. **News Editing.** Bagian ini adalah proses lanjutan dari sistem pemberitaan, yakni tahapan satu organisasi media massa yang diwakili oleh para redaktur melakukan penyuntingan berita.
3. **News Distributing.** Bagian ini adalah proses akhir dari sistem pemberitaan, yakni tahapan satu organisasi media massa menyebarkan berita kepada publiknya.
4. **News Evaluating.** Bagian ini banyak berkaitan dengan sistem media massa yang senantiasa berupaya mengembangkan mutu beritanya sehingga menerapkan pola analisis isi (*contents analysis*) yang biasanya dilakukan oleh satu unit/divisi khusus dalam manajemen keredaksian. Dari tahapan evaluasi tersebut, media massa berupaya pula mengadakan perbaikan mutu isi karya jurnalistiknya melalui *editorial clinic* dan pendidikan berkelanjutan (*continuing education*).

Manajemen sebuah keredaksian pada dasarnya dibuat berdasarkan kebutuhan institusi pers yang bersangkutan. Untuk sebuah penerbitan koordinator liputan penting, namun bagi yang lain tidak. Begitu juga sebaliknya. Tujuan utamanya bagaimana agar institusi keredaksian bisa berjalan dengan baik dan sesuai dengan perencanaan.

PENDALAMAN MATERI

1. Mengapa dalam mengelola media massa harus ada manajemen yang jelas di dalamnya?
2. Jelaskan pengertian manajemen keredaksian!
3. Jelaskan strategi yang dapat dijalankan dalam mengelola media massa!
4. Bagian apa dalam manajemen redaksi yang bertugas untuk sirkulasi berita?

BAB 8

BAHASA JURNALISTIK

Capaian Pembelajaran

1. Mahasiswa mampu mengetahui ciri-ciri bahasa jurnalistik.
2. Mahasiswa memahami pentingnya pengetahuan keterampilan berbahasa dalam jurnalistik.
3. Mahasiswa mampu membedakan ragam bahasa jurnalistik dengan ragam bahasa yang lain.

A. CIRI-CIRI BAHASA JURNALISTIK

Pengertian bahasa jurnalistik tidak bisa dilepas dari definisi jurnalistik itu sendiri, yakni suatu kegiatan pengumpulan, peliputan, penulisan, penyuntingan, dan pengedaran informasi kepada khalayak atau masyarakat umum. Bahasa jurnalistik pun demikian, harus tunduk pada kaidah dan unsur-unsur pokok yang terdapat dan melekat dalam definisi jurnalistik (Sumadiria, 2016a:5). Kata kunci dalam definisi ini yang dapat dijadikan patokan adalah adanya kata *khalayak*. Ketika berbicara soal khalayak, selalu berkaitan dengan masyarakat umum. Dengan demikian, kita harus memahami bahwa satu informasi dapat dimengerti dengan cepat oleh masyarakat umum jika informasi tersebut ditulis secara populer.

Menurut Sumadiria (2016:14) ada 17 ciri utama bahasa jurnalistik yang harus diketahui. Ciri-ciri tersebut akan dijelaskan secara detail sebagai berikut ini.

1. Sederhana

Sederhana berarti selalu mengutamakan dan memilih kata atau kalimat yang paling banyak diketahui maknanya oleh khalayak pembaca yang sangat heterogen, baik dilihat dari tingkat intelektualitasnya maupun karakteristik demografis dan psikografisnya. Kata-kata dan kalimat yang rumit, yang hanya dipahami maknanya oleh segelintir orang, tabu digunakan dalam bahasa jurnalistik.

2. Singkat

Singkat berarti langsung kepada pokok masalah (*to the point*), tidak bertele-tele, tidak berputar-putar, tidak memboroskan waktu pembaca yang sangat berharga. Ruangan atau kapling yang tersedia pada kolom-kolom halaman surat kabar, tabloid, atau majalah sangat terbatas, sementara isinya banyak dan beraneka ragam. Konsekuensinya, apa pun pesan yang akan disampaikan tidak boleh bertentangan dengan filosofi, fungsi, dan karakteristik pers.

3. Padat

Menurut Patmono S.K., redaktur senior Sinar Harapan, padat dalam bahasa jurnalistik berarti sarat informasi. Setiap kalimat dan paragraf yang ditulis memuat banyak informasi penting dan menarik untuk khalayak pembaca. Ini berarti terdapat perbedaan yang tegas antara kalimat singkat dan kalimat padat. Kalimat yang singkat tidak berarti memuat banyak informasi. Sedangkan kalimat yang padat, kecuali singkat juga mengandung lebih banyak informasi.

4. Lugas

Lugas berarti tegas, tidak ambigu, sekaligus menghindari eufemisme atau penghalusan kata dan kalimat

yang bisa membingungkan khalayak pembaca sehingga terjadi perbedaan persepsi dan kesalahan konklusi. Kata yang lugas selalu menekankan pada satu arti serta menghindari kemungkinan adanya penafsiran lain terhadap arti dan makna kata tersebut.

5. Jelas

Jelas berarti mudah ditangkap maksudnya, tidak baur dan kabur. Sebagai contoh, hitam adalah warna yang jelas. Putih adalah warna yang jelas. Ketika kedua warna itu disandingkan, terdapat perbedaan yang tegas mana disebut hitam, mana pula yang disebut putih. Pada kedua warna itu, sama sekali tidak ditemukan nuansa warna abu-abu. Perbedaan warna hitam dan putih melahirkan kesan kontras. Jelas di sini mengandung tiga arti: jelas artinya, jelas susunan kata atau kalimatnya sesuai dengan kaidah subjek-objek-predikat-keterangan (SPOK), dan jelas sasaran atau maksudnya.

6. Jernih

Jernih berarti bening, tembus pandang, transparan, jujur, tulus, tidak menyembunyikan sesuatu yang lain yang bersifat negatif seperti prasangka atau fitnah. Sebagai bahan bandingan, kita hanya dapat menikmati keindahan ikan hias arwana atau oscar pada akuarium dengan air yang jernih bening. Oscar dan arwana tidak akan melahirkan pesona yang luar biasa apabila dimasukkan ke dalam kolam besar di persawahan yang berair keruh. Dalam pendekatan analisis wacana, kata dan kalimat yang jernih berarti kata dan kalimat yang tidak memiliki agenda tersembunyi di balik pemuatan suatu berita atau laporan kecuali fakta, kebenaran, dan kepentingan publik. Dalam bahasa kiai, jernih berarti bersikap berprasangka baik (husnudzon) dan sejauh mungkin menghindari prasangka buruk (suudzon). Menurut orang komunikasi, jernih berarti

senantiasa mengembangkan pola pikir positif (*positive thinking*) dan menolak pola pikir negatif (*negative thinking*). Hanya dengan pola pikir positif kita akan dapat melihat semua fenomena dan persoalan yang terdapat dalam masyarakat dan pemerintah dengan kepala dingin, hati jernih, dan dada lapang.

Pers, atau lebih luas lagi media massa, di mana pun tidak diarahkan untuk membenci siapa pun. Pers ditakdirkan untuk menunjukkan sekaligus mengingatkan tentang kejujuran, keadilan, kebenaran, kepentingan rakyat. Tidak pernah ada dan memang tidak boleh ada, misalnya hasutan pers untuk meraih kedudukan atau kekuasaan politik sebagaimana para anggota dan pimpinan partai politik.

7. Menarik

Bahasa jurnalistik harus menarik. Menarik artinya mampu membangkitkan minat dan perhatian khalayak pembaca, memicu selera baca, serta membuat orang yang sedang tertidur, terjaga seketika. Bahasa jurnalistik berpijak pada prinsip: menarik, benar, dan baku.

Bahasa ilmiah merujuk pada pedoman: benar dan baku saja. Inilah yang menyebabkan karya-karya ilmiah lebih cepat melahirkan rasa kantuk ketika dibaca daripada memunculkan semangat dan rasa penasaran untuk disimak lebih lama. Bahasa jurnalistik hasil karya wartawan, sementara karya ilmiah hasil karya ilmuwan. Wartawan sering juga disebut seniman.

Bahasa jurnalistik menyapa khalayak pembaca dengan senyuman atau bahkan cubitan sayang, bukan dengan mimik muka tegang atau kepalan tangan dengan pedang. Karena itulah, sekeras apa pun bahasa jurnalistik, ia tidak akan dan tidak boleh membangkitkan kebencian serta permusuhan dari pembaca dan pihak mana pun. Bahasa jurnalistik memang harus provokatif tetapi tetap merujuk kepada pendekatan dan kaidah normatif. Tidak semena-

mena, tidak pula bersikap durjana. Perlu ditegaskan salah satu fungsi pers adalah edukatif. Nilai dan nuansa edukatif itu, juga harus tampak pada bahasa jurnalistik pers.

8. Demokratis

Salah satu ciri yang paling menonjol dari bahasa jurnalistik adalah demokratis. Demokratis berarti bahasa jurnalistik tidak mengenal tingkatan, pangkat, kasta, atau perbedaan dari pihak yang menyapa dan pihak yang disapa sebagaimana di jumpai dalam gramatika bahasa Sunda dan bahasa Jawa. Bahasa jurnalistik menekankan aspek fungsional dan komunal sehingga samasekali tidak dikenal pendekatan feodal sebagaimana dijumpai pada masyarakat dalam lingkungan priyayi dan keraton.

Bahasa jurnalistik memperlakukan siapa pun apakah presiden atau tukang becak, bahkan pengemis dan pemulung secara sama. Kalau dalam berita disebutkan presiden mengatakan, maka kata mengatakan tidak bisa atau harus diganti dengan kata bersabda. Presiden dan pengemis keduanya tetap harus ditulis mengatakan. Bahasa jurnalistik menolak pendekatan diskriminatif dalam penulisan berita, laporan, gambar, karikatur, atau teks foto.

Secara ideologis, bahasa jurnalistik melihat setiap individu memiliki kedudukan yang sama di depan hukum sehingga orang itu tidak boleh diberi pandangan serta perlakuan yang berbeda. Semuanya sejajar dan sederajat. Hanya menurut perspektif nilai berita (*news value*) yang membedakan diantara keduanya. Salah satu penyebab utama mengapa bahasa Indonesia dipilih dan ditetapkan sebagai bahasa negara, bahasa pengikat persatuan dan kesatuan bangsa karena bahasa Melayu sebagai cikal bakal bahasa Indonesia memang sangat demokratis. Sebagai contoh, presiden makan, saya makan, pengemis makan, kambing makan.

9. Populis

Populis berarti setiap kata, istilah, atau kalimat apa pun yang terdapat dalam karya-karya jurnalistik harus akrab di telinga, di mata, dan di benak pikiran khalayak pembaca, pendengar, atau pemirsa. Bahasa jurnalistik harus merakyat, artinya diterima dan diakrabi oleh semua lapisan masyarakat. Mulai pengamen sampai seorang presiden, para pembantu rumah tangga sampai ibu-ibu pejabat dharma wanita. Kebalikan dari populis adalah elitis. Bahasa yang elitis adalah bahasa yang hanya dimengerti dan dipahami segelintir kecil orang, terutama mereka yang berpendidikan dan berkedudukan tinggi.

10. Logis

Logis berarti apa pun yang terdapat dalam kata, istilah, kalimat, atau paragraf jurnalistik harus dapat diterima dan tidak bertentangan dengan akal sehat (*common sense*). Bahasa jurnalistik harus dapat diterima dan sekaligus mencerminkan nalar. Di sini berlaku hukum logis. Sebagai contoh, apakah logis kalau dalam berita dikatakan: *jumlah korban tewas dalam musibah longsor dan banjir bandang itu 225 orang namun sampai berita ini diturunkan belum juga melapor*. Jawabannya tentu saja sangat tidak logis karena mana mungkin korban yang sudah tewas, bisa melapor?

Menurut salah seorang wartawan senior *Kompas* dalam bukunya yang mengupas masalah kalimat jurnalistik, dengan berbekal kemampuan menggunakan logika (silogisme), seorang wartawan akan lebih jeli menangkap suatu keadaan, fakta, persoalan, ataupun pernyataan seorang sumber berita. Ia akan lebih kritis, tidak mudah terkecoh oleh sumber berita yang mengemukakan pernyataan atau keterangan dengan motif-motif tertentu (Dewabrata, 2004).

11. Gramatikal

Gramatikal berarti kata, istilah, atau kalimat apa pun yang dipakai dan dipilih dalam bahasa jurnalistik harus mengikuti kaidah tata bahasa baku. Bahasa baku artinya bahasa resmi sesuai dengan ketentuan tata bahasa serta pedoman ejaan yang disempurnakan berikut pedoman pembentukan istilah yang menyertainya. Bahasa baku adalah bahasa yang paling besar pengaruhnya dan paling tinggi wibawanya pada suatu bangsa atau kelompok masyarakat. Contoh berikut adalah bahasa jurnalistik nonbaku atau tidak gramatikal: *Ia bilang, presiden menyetujui anggaran pendidikan dinaikkan menjadi 15 persen dari total APBN dalam tiga tahun ke depan.* Contoh bahasa jurnalistik baku atau gramatikal: *Ia mengatakan, presiden menyetujui anggaran pendidikan dinaikkan menjadi 25 persen dari total APBN dalam lima tahun ke depan.*

12. Menghindari Kata Tutur

Kata tutur ialah kata yang biasa digunakan dalam percakapan sehari-hari secara informal. Kata tutur ialah kata-kata yang digunakan dalam percakapan di warung kopi, terminal, bus kota, atau di pasar. Setiap orang bebas untuk menggunakan kata atau istilah apa saja sejauh pihak yang diajak bicara memahami maksud dan maknanya. Kata tutur ialah kata yang hanya menekankan pada pengertian, sama sekali tidak memperhatikan masalah struktur dan tata bahasa. Contoh kata-kata tutur: bilang, bikin, dikasih tahu, sopir, kelar, semangkin.

13. Menghindari Kata dan Istilah Asing

Berita ditulis untuk dibaca atau didengar. Pembaca atau pendengar harus tahu arti dan makna setiap kata yang dibaca dan didengarnya. Berita atau laporan yang banyak

diselipi kata-kata asing, selain tidak informatif dan komunikatif juga membingungkan.

Menurut teori komunikasi, khalayak media massa anonim dan heterogen, tidak saling mengenal dan benar-benar majemuk, terdiri atas berbagai suku bangsa, latar belakang sosial-ekonomi, pendidikan, pekerjaan, profesi dan tempat tinggal. Dalam perspektif teori jurnalistik, memasukkan kata atau istilah asing pada berita yang kita tulis, kita udarakan atau kita tayangkan, sama saja dengan sengaja menyebar banyak duri di tengah jalan. Kecuali menyiksa diri sendiri, juga mencelakakan orang lain.

14. Pilihan Kata (Diksi) yang Tepat

Bahasa jurnalistik sangat menekankan efektivitas. Setiap kalimat yang disusun tidak hanya harus produktif tetapi juga tidak boleh keluar dari asas efektivitas. Artinya setiap kata yang dipilih, memang tepat dan akurat sesuai dengan tujuan pesan pokok yang ingin disampaikan kepada khalayak. Pilihan kata atau diksi, dalam bahasa jurnalistik, tidak sekadar hadir sebagai varian dalam gaya, tetapi juga sebagai suatu keputusan yang didasarkan kepada pertimbangan matang untuk mencapai efek optimal terhadap khalayak.

Pilihan kata atau diksi yang tidak tepat dalam setiap kata jurnalistik, bisa menimbulkan akibat fatal. Seperti ditegaskan seorang pakar bahasa terkemuka, pengertian pilihan kata atau diksi jauh lebih luas dari apa yang dipantulkan oleh jalinan kata itu. Istilah ini bukan saja digunakan untuk menyatakan kata-kata mana yang dipakai untuk mengungkapkan suatu ide atau gagasan, tetapi juga meliputi persoalan fraseologi, gaya bahasa, dan ungkapan. Fraseologi mencakup persoalan kata-kata dalam pengelompokan atau susunannya, atau yang menyangkut cara-cara yang khusus berbentuk ungkapan-ungkapan. Gaya bahasa sebagai bagian dari diksi bertalian dengan

ungkapan-ungkapan yang individual atau karakteristik, atau yang memiliki nilai artistik yang tinggi (Keraf).

15. Mengutamakan Kalimat Aktif

Kalimat aktif lebih mudah dipahami dan lebih disukai oleh khalayak pembaca daripada kalimat pasif. Sebagai contoh presiden mengatakan, bukan dikatakan oleh presiden. Contoh lain, *pencuri mengambil perhiasan dari dalam almari pakaian*, dan bukan *diambilnya perhiasan itu dari dalam almari pakaian oleh pencuri*. Bahasa jurnalistik harus jelas susunan katanya, dan kuat maknanya (*clear and strong*). Kalimat aktif lebih memudahkan pengertian dan memperjelas pemahaman. Kalimat pasif sering menyesatkan pengertian dan mengaburkan pemahaman.

16. Menghindari Kata atau Istilah Teknis

Karena ditujukan untuk umum, maka bahasa jurnalistik harus sederhana, mudah dipahami, ringan dibaca, tidak membuat kening berkerut apalagi sampai membuat kepala berdenyut. Salah satu cara untuk itu ialah dengan menghindari penggunaan kata atau istilah-istilah teknis. Bagaimanapun kata atau istilah teknis hanya berlaku untuk kelompok atau komunitas tertentu yang relatif homogen. Realitas yang homogen, menurut perspektif filsafat bahasa tidak boleh dibawa ke dalam realitas yang heterogen. Kecuali tidak efektif, juga mengandung unsur pemerkosaan.

Sebagai contoh, berbagai istilah teknis dalam dunia kedokteran, atau berbagai istilah teknis dalam dunia mikrobiologi, tidak akan bisa dipahami maksudnya oleh khalayak pembaca apabila dipaksakan untuk dimuat dalam berita, laporan, atau tulisan pers. Supaya mudah dicerna dan mudah dipahami maksudnya, maka istilah-istilah teknis itu harus diganti dengan istilah yang bisa dipahami oleh masyarakat umum. Kalaupun tak terhindarkan, maka istilah

teknis itu harus disertai penjelasan dan ditempatkan dalam tanda kurung.

Surat kabar, tabloid, atau majalah yang lebih banyak memuat kata atau istilah teknis, mencerminkan media itu: (1) kurang melakukan pembinaan dan pelatihan terhadap wartawannya yang malas, (2) tidak memiliki editor bahasa, (3) tidak memiliki buku panduan peliputan dan penulisan berita serta laporan, atau (4) tidak memiliki sikap profesional. dalam mengelola penerbitan pers yang berkualitas.

17. Tunduk pada Kaidah

Salah satu fungsi utama pers adalah edukasi, mendidik (*to educate*). Fungsi ini bukan saja harus tercermin pada materi isi berita, laporan, gambar, dan artikel-artikelnya, melainkan juga harus tampak pada bahasanya. Pada bahasa tersimpul etika. Bahasa tidak saja mencerminkan pikiran tapi sekaligus juga menunjukkan etika orang itu.

Dalam menjalankan fungsinya mendidik khalayak, pers wajib menggunakan serta tunduk kepada kaidah dan etika bahasa baku. Bahasa pers harus baku, benar, dan baik. Dalam etika berbahasa, pers tidak boleh menuliskan kata-kata yang tidak sopan, vulgar, sumpah serapah, hujatan dan makian yang sangat jauh dari norma sosial budaya dan agama. Pers juga tidak boleh menggunakan kata-kata porno dan berselera rendah lainnya dengan maksud untuk membangkitkan asosiasi serta fantasi seksual khalayak pembaca.

Pers berkualitas senantiasa menjaga reputasi dan wibawa martabatnya di mata masyarakat, antara lain dengan senantiasa menghindari penggunaan kata-kata atau istilah yang dapat diasumsikan tidak sopan, vulgar, atau mengumbar selera rendah. Kata-kata vulgar, kata-kata yang menjerus pornografi, biasanya lebih banyak ditemukan pada pers populer lapis bawah dan pers kuning (Sumadiria, 2016).

B. CIRI-CIRI KALIMAT JURNALISTIK

Untuk menyampaikan berita secara efektif, bahasa jurnalistik harus mampu menggunakan kalimat yang tepat. Hal ini sangat penting karena roh dari informasi yang disampaikan kekuatannya berada pada penggunaan kalimat. Jika kalimat yang digunakan mampu menyampaikan informasi secara gamblang, maka tentu tidak ada masalah terjadi pada pembaca atau pendengar. Oleh karena itu, Rahardi (2011:43) menyebutkan 7 ciri kalimat jurnalistik yang perlu diperhatikan dalam penyampaian informasi. Ciri-ciri tersebut adalah sebagai berikut ini.

1. Kesepadanan struktur
2. Keparalelan bentuk
3. Ketegasan makna
4. Kehematan kata
5. Kecermatan penalaran
6. Keterpaduan gagasan
7. Kelogisan bahasa

PENDALAMAN MATERI

1. Mengapa bahasa jurnalistik harus sederhana dan singkat!
2. Bagaimana peran pengetahuan keterampilan berbahasa dalam bidang jurnalistik?
3. Jelaskan secara singkat perbedaan ragam bahasa jurnalistik dengan ragam bahasa ilmiah!

BAB 9 BERITA

Capaian Pembelajaran

1. Mahasiswa mampu memahami sumber-sumber yang bisa dimuat dalam berita.
2. Mahasiswa mampu memahami tentang narasumber yang merupakan unsur utama dalam pemberitaan.
3. Mahasiswa mengetahui teknik dasar observasi berita.
4. Mahasiswa mengetahui teknik dasar wawancara terhadap narasumber.
5. Mahasiswa memahami objek yang bernilai tinggi dalam pemberitaan.

A. SUMBER BERITA

Menurut Sumadiria (2016b:65), 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. Definisi ini mencakup semua jenis dan bentuk jurnalistik secara umum. Pada prinsipnya, tidak ada media tanpa berita; dan berita selalu dimuat oleh media. Hubungan ini berlaku pada semua jenis media, meskipun media tersebut memiliki fokus pemberitaan yang berbeda. Sumber berita ada dua, yakni peristiwa dan manusia.

1. Peristiwa

Mengapa peristiwa dijadikan sumber berita? Maksudnya segala kegiatan atau kejadian dapat dijadikan sumber untuk diinformasikan atau disiarkan dan peristiwa itu menyangkut

orang banyak. Misalnya peristiwa operasi tangkap tangan kasus korupsi, peristiwa tabrakan yang memakan korban jiwa, peristiwa perampokan yang sadis, peristiwa kebakaran tempat penting, peristiwa pembunuhan tokoh, peristiwa berbagai macam jenis olahraga, dan lain sebagainya. Setiap peristiwa bisa dijadikan berita, dan peristiwa itu adalah salah satu dari sumber berita untuk diolah oleh wartawan.

2. Manusia

Manusia sering diartikan sebagai sumber berita karena manusia terlibat langsung di dalam berbagai peristiwa. Hal ini juga disebabkan oleh karena manusia memberikan keterangan atau pendapat yang juga menyangkut kepentingan orang banyak, baik itu dari segi sosial, politik, pendidikan, agama, ekonomi, dan lain sebagainya. Contohnya wawancara. Misalnya: Manusia sebagai korban dalam peristiwa tabrak lari, korban peristiwa perampokan dan pembunuhan sadis, pelaku pencurian, pelaku pembunuhan atau oknum, dan atau peristiwa penggerebekan koruptor yang pasti melibatkan manusia. Kalau tidak ada keterlibatan manusia biasanya sulit untuk membuat sebuah berita. Terkecuali si wartawan membuat sebuah tulisan tanpa melibatkan unsur manusia di dalam tulisan itu. Contoh, ia menulis sebuah cerita tentang pegunungan atau tentang alam semesta ini.

Pada dasarnya, sumber berita itu menyangkut dengan keberadaan makhluk hidup, apakah itu manusia, binatang atau tumbuh-tumbuhan. Karena, berita kalau tidak ada unsur kehidupannya akan mati alias berita itu tidak ada ruhnya. Sekarang bagaimana kita memberi ruh pada berita itu, salah satunya adalah dengan menghadirkan unsur-unsur kehidupan di dalamnya. Yang jelas, dalam pelajaran ilmu jurnalistik atau ilmu komunikasi massa, sangat banyak aturan yang harus dijalankan sehingga berita yang dibuat benar-benar akurat, tajam, aktual, dan berimbang.

B. NARASUMBER

Menurut teori jurnalistik, narasumber paling valid adalah narasumber primer, yang biasanya melekat pada diri korban, pelaku, atau saksi mata. Mereka ini mengalami sendiri, melihat sendiri. Jadi, sulit dibantah kebenarannya (Syah, 2014). Bila media tak mendapatkan narasumber primer (misalnya pelaku kabur, korban tewas, tidak ada saksi mata), narasumber valid nomor dua adalah narasumber yang memiliki kewenangan (otoritas). Misalnya, polisi dalam hal kecelakaan atau kejahatan; direktur perusahaan dalam hal pemogokan buruh, ketua partai dalam hal skandal anggota partai. Urutan ketiga adalah narasumber berkompeten. Biasanya ini diisi oleh kalangan pengamat, akademisi, dan para komentator (Syah, 2014).

Menurut Pito (dalam Syah, 2014), berita yang akurat adalah berita benar sesuai keadaan objektif ketika peristiwa terjadi. “Jurnalis yang profesional artinya mampu menghasilkan berita yang faktual dan jelas sumbernya,” katanya. Oleh karena itu, setiap jurnalis hendaknya melengkapi keterangan tentang sumber berita, dan tidak melakukan tindakan plagiat.

Kode Etik Jurnalistik Indonesia melarang wartawan melakukan wawancara dengan cara memaksa atau menjebak. Narasumber berita berhak mengusir wartawan yang tidak memperlihatkan identitas berupa kartu pers. Selain itu, wartawan wajib menunjukkan identitasnya. Hal ini diatur dalam UU Pers. Misalnya, ada tiga orang jurnalis datang ke kantor untuk wawancara, dan hanya satu orang dari mereka yang dikenal, maka jangan takut untuk meminta identitas dua wartawan lainnya. Bila mereka tidak bersedia memperlihatkan identitas, anda berhak untuk tidak menjawab satu pertanyaan pun (Syah, 2014).

C. OBSERVASI

Observasi sering ditemui dalam penelitian ilmiah. Observasi dalam jurnalistik juga diperlukan untuk menemukan hal-hal objektif dan terpercaya. Observasi digunakan dalam jurnalistik sebagai teknik atau cara untuk mengumpulkan data, informasi, dan tanda-tanda (ciri) yang dapat dibuat sebagai catatan penting. Dalam jurnalistik, observasi menempati posisi penting. Teknik ini menghendaki kita untuk mengamati sesuatu (keadaan, peristiwa, objek tertentu) secara seksama, dengan mengoptimalkan seluruh pancaindera yang kita miliki (Hasanah, 2016). Hasil observasi langsung akan memberikan kekuatan untuk menuliskan apa yang sudah dilihat, peristiwa apa yang disaksikan. Bukan mengenai apa yang dipikirkan terhadap peristiwa atau objek yang dilihat (Hasanah, 2016).

Observasi dalam jurnalistik terbagi menjadi tiga teknik (Hasanah, 2016). Pertama, teknik observasi langsung (partisipasi), kedua, teknik observasi tidak langsung, dan ketiga, observasi diam-diam. Observasi langsung berarti kita menjadi saksi langsung. Ini sangat menguntungkan karena dapat melihat, merasakan, mendengarkan, mencicipi, dan mungkin membaui peristiwa itu. Observasi ini juga dapat menyerap langsung sehingga informasi yang diperoleh tidak mungkin terbantahkan (Hasanah, 2016).

Jurnalistik sangat menganjurkan observasi langsung karena ini adalah teknik paling *powerfull* guna mendapatkan gambaran mengenai objek atau peristiwa yang terjadi. Observasi langsung akan membantu tulisan menjadi lebih hidup, penuh emosi, dan membuat siapa yang membacanya seolah hadir dalam peristiwa itu juga (Hasanah, 2016).

Sementara dalam observasi tidak langsung, kita sendiri tidak terlalu aktif, sifatnya pasif. Misalnya, menonton sepak bola, menonton konser musik, menyaksikan kampanye, melihat kebakaran seperti contoh di atas, dll. Kita tidak dapat terlibat menyatu dengan objek atau peristiwa itu. Sedangkan dalam observasi diam-diam, kita melakukan

pengamatan seksama, dengan tanpa memberikan identitas kita. Kita luruh, menyatu dengan objek yang diamati (Hasanah, 2016).

D. WAWANCARA

Wawancara atau interview merupakan kemampuan dasar jurnalistik yang sangat penting. Wawancara bagi televisi atau radio merupakan bagian dari “*show*” sehingga tidak terpisahkan dari kinerja media. Kemampuan wawancara jurnalistik ini dapat disaksikan langsung dan seberapa jauh kualitas wawancara dapat disaksikan langsung. Di sejumlah negara, acara wawancara ini bahkan menjadi pertunjukan tersendiri yang sangat penting dan ditunggu-tunggu. Acara seperti ini sering disebut *talk show* (Harahap, 2019). Berikut ini adalah tahapan dalam melakukan wawancara (dalam Harahap, 2019).

1. Menentukan Narasumber

Menentukan narasumber merupakan hal pertama yang harus disiapkan sebelum wawancara. Narasumber tentu sudah terkait dengan peristiwa atau tema yang akan diangkat dalam satu wawancara. Misalnya, peristiwa melonjaknya jumlah pasien Covid-19, tentu yang diutamakan sebagai narasumber adalah orang-orang yang berkompeten dalam bidang kesehatan atau orang yang sudah ditunjuk secara resmi sebagai pejabat yang menangani masalah covid-19. Misalnya, dokter spesialis paru-paru, direktur rumah sakit, atau tim satgas covid-19.

2. Membujuk Narasumber yang Segan

Yang repot dalam proses penulisan berita adalah saat narasumbernya tidak mau atau tidak bersedia memberi keterangan. Ada beberapa alasan mengapa seseorang tidak mau bicara. Pertama, orang tersebut tidak memiliki waktu.

Oleh karena itu, perlu ditawarkan tempat dan waktu yang nyaman. Kita akan datang ke tempat mereka dan kita akan membatasi waktu wawancara. Calon narasumber biasanya takut memberikan keterangan karena alasan keamanan. Jika ini alasannya, kita dapat menawarkan sistem privasi keamanan narasumber dengan tidak menyebutkan atau menuliskan namanya di isi berita.

Jika alasan calon narasumber tidak tahu apa yang harus dikatakan, perlu dijelaskan maksud dan tujuan wawancara. Wartawan perlu memandu atau menggunakan teknis elisitasi (pancingan) agar narasumber bisa berkomentar sesuai tujuan berita yang mau diangkat.

Mengenai wawancara dengan anak-anak perhatikan unsur-unsur hukum dan etika. Anak-anak dilindungi undang-undang. Wartawan perlu memperhatikan jenis kalimat yang digunakan dalam bertanya sehingga tidak terkesan memaksa atau mengintimidasi si anak.

Narasumber yang penting, kadang-kadang terhalang oleh sekretaris, orang humas atau ajudan. Jika memungkinkan tulislah surat permohonan langsung. Atau telepon mereka sesudah bekerja. Jika ada kesempatan menyaksikan mereka bermain olahraga, datang dengan sopan, siapa tahu bisa. Atau bisa juga didatangi ketika hadir dalam sebuah acara. Atau, bahkan di sela-sela waktu beribadah di tempat umum jika memungkinkan dan tidak mengganggu narasumber.

3. Persiapan Wawancara

Mewawancarai seseorang perlu persiapan yang matang. Kalau tidak, narasumber bisa berbalik mewawancarai wartawan. Perlu diadakan penelitian kecil-kecilan tentang profil orang yang mau diwawancarai. Perlu mengetahui sedikit karakter dan gaya bahasa maupun gestur orang yang diwawancarai. Hal ini dimaksudkan agar wartawan tidak kaget jika ada hal-hal lain muncul di luar dari tujuan wawancara.

Selain itu, wartawan juga perlu memperhatikan kebiasaan-kebiasaan orang yang akan diwawancarai. Misalnya, kebiasaan menjelaskan panjang lebar di luar dari substansi pertanyaan. Jika hal ini terjadi, wartawan sudah siap mengarahkan kembali komentar atau penjelasan narasumber supaya kembali garis-baris besar tujuan wawancara.

4. Mengetahui Tujuan Wawancara

Tujuan wawancara bisa berbeda-beda bergantung pada rubrik yang mau diisi. Tujuan wawancara biasanya untuk mendapatkan fakta-fakta terbaru tentang sesuatu. Biasa juga wawancara untuk sekadar mendengar opini terkini dari seorang narasumber. Atau, kadang-kadang wawancara juga dilakukan hanya untuk mengonfirmasi kebenaran suatu hal yang sudah beredar luas di publik.

E. TEKNIK MENEMBUS SUMBER

Menurut Ishwara (2011), beberapa hal berikut ini perlu diperhatikan sebagai bagian dari teknik wawancara.

1. Lakukanlah persiapan sebelum melakukan wawancara. Persiapan tersebut menyangkut *outline* wawancara, penguasaan materi wawancara, pengenalan mengenai sifat/karakter/kebiasaan orang yang hendak kita wawancarai, dan sebagainya.
2. Taatilah peraturan dan norma-norma yang berlaku di tempat pelaksanaan wawancara tersebut. Sopan santun, jenis pakaian yang dikenakan, pengenalan terhadap norma atau etika setempat, merupakan hal-hal yang juga perlu diperhatikan agar kita dapat beradaptasi dengan lingkungan tempat pelaksanaan wawancara.
3. Jangan mendebat narasumber. Tugas seorang pewawancara adalah mencari informasi sebanyak-banyaknya dari narasumber, bukan berdiskusi. Jika tidak setuju dengan pendapatnya, biarkan saja, jangan

didebat. Kalaupun harus didebat, sampaikan dengan nada bertanya, alias jangan terkesan membantah. Contoh yang baik: “Tetapi apakah hal seperti itu tidak berbahaya bagi pertumbuhan iklim demokrasi itu sendiri, Pak?” Contoh yang lebih baik lagi: “Tetapi menurut Tuan X, hal seperti itu kan berbahaya bagi pertumbuhan iklim demokrasi itu sendiri. Bagaimana pendapat Bapak?” Contoh yang tidak baik: “Tetapi hal itu kan dapat berbahaya bagi pertumbuhan iklim demokrasi itu sendiri, Pak.”

4. Hindarilah menanyakan sesuatu yang bersifat umum, dan biasakanlah menanyakan hal-hal yang khusus. Hal ini akan sangat membantu untuk memfokuskan jawaban narasumber.
5. Ungkapkanlah pertanyaan dengan kalimat yang sesingkat mungkin dan *to the point*. Selain untuk menghemat waktu, hal ini juga bertujuan agar narasumber tidak kebingungan mencerna ucapan si pewawancara.
6. Hindari pengajuan dua pertanyaan dalam satu kali bertanya. Hal ini dapat merugikan kita sendiri karena narasumber biasanya cenderung untuk menjawab hanya pertanyaan terakhir yang didengarnya.
7. Pewawancara hendaknya pintar menyesuaikan diri terhadap berbagai karakter narasumber. Untuk narasumber yang pendiam, pewawancara hendaknya dapat melontarkan ungkapan-ungkapan pemancing yang membuat si narasumber “buka mulut”. Sedangkan untuk narasumber yang suka ngomong, pewawancara hendaknya bisa mengarahkan pembicaraan agar narasumber hanya bicara mengenai hal-hal yang berhubungan dengan materi wawancara.
8. Pewawancara juga hendaknya bisa menjalin hubungan personal dengan narasumber, dengan cara memanfaatkan waktu luang yang tersedia sebelum dan sesudah wawancara. Kedua belah pihak dapat *ngobrol* mengenai hal-hal yang bersifat pribadi, atau hal-hal lain

yang berguna untuk mengakrabkan diri. Ini akan sangat membantu proses wawancara itu sendiri, dan juga untuk hubungan baik dengan narasumber di waktu-waktu yang akan datang.

9. Jika kita mewawancarai seorang tokoh yang memiliki lawan ataupun musuh tertentu, bersikaplah seolah-olah kita memihaknya, walaupun sebenarnya tidak demikian. Seperti kata pepatah, "*Jangan bicara tentang kucing di depan seorang pecinta anjing*".
10. Bagi seorang reporter pers yang belum ternama, seperti pers kampus dan sebagainya, kendala terbesar dalam proses wawancara biasanya bukan wawancaranya itu sendiri, melainkan proses untuk menemui narasumber. Agar kita dapat menemui narasumber tertentu dengan sukses, diperlukan perjuangan dan kiat-kiat yang kreatif dan tanpa menyerah. Salah satu caranya adalah rajin bertanya kepada orang-orang yang dekat dengan narasumber. Koreklah informasi sebanyak mungkin mengenai narasumber tersebut, misalnya nomor teleponnya, alamat villanya, jam berapa saja dia ada di rumah dan di kantor, di mana dia bermain golf, dan sebagainya.

E. FAKTA

Standar mengenai sikap adil dalam pemberitaan yang digunakan surat kabar Washington Post (dalam Ishwara, 2011).

1. Berita itu tidak adil jika mengabaikan fakta-fakta yang penting. Jadi adil adalah lengkap.
2. Berita itu tidak adil jika dimasukkan informasi yang tidak relevan. Jadi adil adalah relevan.
3. Berita itu tidak adil jika secara sadar maupun tidak sadar menggiring pembaca ke arah yang salah atau menipu. Jadi adil adalah jujur.

4. Berita itu tidak adil jika wartawan menyembunyikan prasangka atau emosinya di balik kata-kata halus yang merendahkan. Jadi adil menuntut keberterus-terangan.

F. NILAI BERITA

Ada tema yang diangkat dari suatu peristiwa. Dalam berita ada karakteristik intrinsik yang dikenal sebagai nilai berita. Nilai ini biasa digunakan sebagai ukuran untuk menentukan layak tidaknya berita dimuat di media. Peristiwa-peristiwa yang memiliki nilai berita ini misalnya yang mengandung konflik, bencana dan kemajuan, dampak, kemasyuran, segar, dan kedekatan, keganjilan, *human interest*, seks, dan aneka nilai lainnya (Ishwara, 2011).

1. Konflik

Kebanyakan konflik adalah layak berita. Konflik fisik seperti perang atau perkelahian layak berita sebab ada korban yang dirugikan. Selain konflik fisik, debat-debat (konflik) mengenai pencemaran, pemikiran atau argumentasi, dan isu-isu yang menyangkut kualitas kehidupan mendapat tempat yang penting dalam pemberitaan (Ishwara, 2011).

2. Kemajuan dan bencana

Dari perjuangan hidup yang rutin, yang umumnya tidak layak berita, sering muncul keberhasilan yang gemilang. Dari riset dan uji coba yang tenang lahir penemuan baru, pengobatan baru, alat-alat baru. Demikian pula bencana baik yang disebabkan oleh manusia maupun oleh alam yang muncul secara tiba-tiba juga sangat layak untuk dimuat sebagai satu berita yang bernilai.

3. Konsekuensi

Suatu peristiwa yang mengakibatkan timbulnya rangkaian peristiwa yang memengaruhi banyak orang adalah jelas layak berita. Konsekuensi ini umumnya diterima sebagai nilai berita, dan menjadi ukuran pentingnya suatu berita. Semua peristiwa yang layak berita mempunyai konsekuensi. Misalnya, peristiwa perang pasti memiliki konsekuensi yang sangat besar terhadap kehidupan lain.

4. Kemasyuran

Ada aura berita di sekitar orang-orang yang terkenal. Apa yang biasa dilakukan oleh orang terkenal sering menjadi berita karena ada konsekuensinya. Prediksi seorang pengamat ekonomi nasional bisa memengaruhi pasar modal.

5. Saat yang Tepat dan Kedekatan

Salah satu aset utama berita adalah kesegaran. Kecelakaan lalu lintas hari ini pada jam sibuk lebih layak berita daripada kecelakaan lalu lintas serupa yang terjadi seminggu yang lalu. Ini mengenai momen atau saat yang tepat. Begitu pula kecelakaan setempat lebih layak berita daripada kecelakaan serupa yang terjadi di kota lain. Ini mengenai kedekatan.

6. Keganjilan

Peristiwa-peristiwa yang termasuk kejadian luar biasa sering menjadi berita yang menarik. Seperti peristiwa yang kebetulan, kejadian yang sangat kontras, cara hidup yang ganjil, kebiasaan atau hobi yang tidak umum, dan ketakhyulan sangat menarik perhatian pembaca atau penonton.

7. Human Interest

Dalam *human interest*, wartawan menjelajahi lebih dalam mengenai unsur-unsur kemanusiaan dengan mengumpulkan bahan-bahan tambahan seperti yang menyangkut emosi, fakta, biografi, kejadian-kejadian yang dramatis, deskripsi, motivasi, ambisi, kerinduan, dan kesukaan atau ketidaksukaan umum dari masyarakat.

8. Seks

Seks sekarang mempunyai nilai berita yang tinggi, apalagi jika melibatkan orang penting seperti pejabat atau selebriti. Tidak dipungkiri lagi bahwa berita dan rekamannya sangat laku terjual sehingga pemuatannya di media pun semakin bebas, terbuka, dan detail, terutama untuk media sensasi dan hiburan. Tujuan utamanya adalah bisnis, meskipun mengorbankan norma kesantunan.

PENDALAMAN MATERI

1. Mengapa manusia disebut sebagai salah satu sumber berita yang paling banyak diburu?
2. Jelaskan yang dimaksud kewenangan otoritas dalam pemilihan narasumber!
3. Bekal apa yang harus dimiliki seorang wartawan sebelum memulai wawancara?
4. Bagaimana cara seorang wartawan menghadapi narasumber yang cenderung diam jika dimintai keterangan?
5. Bagaimana standar keadilan dalam pemberitaan?
6. Mengapa “keganjilan” disebut salah satu objek yang bernilai tinggi dalam pemberitaan?

BAB 10

PENULISAN BERITA

Capaian Pembelajaran

1. Mahasiswa mampu memahami unsur 5W dan 1H sebagai unsur utama penulisan berita.
2. Mahasiswa mampu memahami *straight news* dalam penulisan berita.
3. Mahasiswa mampu memahami *feature news* dalam penulisan berita.
4. Mahasiswa mampu melihat kelebihan dan kelemahan antara *straight news* dan *feature news*.

A. PENGERTIAN BERITA

News atau berita adalah bentuk tulisan nonfiksi berdasarkan sebuah peristiwa faktual. Dalam dunia jurnalistik, *news* dikelompokkan lagi menjadi *spot news*, *straight news*, *interpreted news*, *interpretative news*, *news story* dll. Yang paling pendek disebut *straight news*, yaitu berita singkat padat yang langsung mengabarkan inti berita, tetapi tetap mengandung unsur 5-W 1-H (*who* [siapa], *what* [apa], *when* [kapan], *where* [di mana], *why* [mengapa], *how* [bagaimana]). Jika berita tersebut sangat penting untuk segera diketahui oleh publik disebut *stop press*, sedangkan jika ditayangkan di layar televisi atau melalui corong radio disebut *breaking news*—karena disiarkan sebagai selingan mendadak di sela-sela acara yang sedang berlangsung.

Seperti ungkapan pada bab sebelumnya, bahwa tidak ada media tanpa berita, begitu pun sebaliknya, berita pasti disebarkan oleh media. Akan tetapi, kadang-kadang pembaca dan pendengar tidak mau tahu bagaimana proses berita itu diproduksi. Setiap berita selalu bersumber dari peristiwa, dan semua peristiwa pasti bisa diberitakan.

Karena berita selalu berawal dari peristiwa, maka tugas wartawan adalah menggali peristiwa tersebut (Rohmadi, 2011:29) untuk diinformasikan ke masyarakat umum. Berita yang sering kita baca dan dengar secara umum terbagi atas dua, yakni *straight news* dan *feature news*. Untuk lebih jelasnya, kedua jenis berita tersebut akan diulas sebagai berikut ini.

B. STRAIGHT NEWS

Straight News adalah berita penting yang segera harus disampaikan ke publik. Ia kadang disebut juga *hard news*, *spot news* atau *breaking news*. Jika tidak segera disampaikan, berita itu akan basi dan tidak akan bernilai berita ketika disampaikan lagi.

Straight news disebut berita langsung karena jarak waktu dari peristiwa terjadi dengan penggalan data dan pelaporannya berdekatan (prosesnya tidak lebih dari 24 jam atau tidak lebih dari 2 hari). Jika diberitakan tiga hari setelahnya atau lebih, peristiwa tersebut basi untuk diberitakan.

1. Karakteristik *Straight News*

- a. Berita *straight news* lebih mendasarkan pemberitaannya pada segi aktualitas, informatif dan bukan sebuah kasus atau fenomena (kejadian yang berkelanjutan atau berulang-ulang).
- b. Unsur-unsur yang dipakai dalam *straight news* biasanya menggunakan empat unsur saja, yaitu: *what* (apa yang terjadi), *who* (siapa yang terlibat), *when* (kapan terjadi), dan *where* (dimana terjadi). Sedangkan *why* dan *how* tidak banyak digunakan, walaupun digunakan hanya sebagai penjelas saja.
- c. Deskripsi tulisannya lugas dan langsung ke pokok peristiwa.

- d. Struktur beritanya menggunakan piramida terbalik dengan komposisi: inti berita diletakkan di kepala berita (*lead*/paragraf 1-2), penjas di tubuh berita (*body of text*), dan tidak memerlukan kesimpulan (*ending*). Adapun maksud struktur piramida terbalik, yang pertama-tama ditulis ialah inti berita yang penting, kemudian data yang agak penting, lalu yang setengah penting dan akhirnya data pelengkap yang kurang penting.

2. Jenis-jenis *Straight News*

- a. *Hard News*: yakni berita yang memiliki nilai lebih dari segi aktualitas dan kepentingan atau amat penting segera diketahui pembaca. Berisi informasi peristiwa khusus (*special event*) yang terjadi secara tiba-tiba.
- b. *Soft News*, nilai beritanya di bawah *hard news* dan lebih merupakan berita pendukung.

3. Anatomi Berita dan Unsur-unsurnya

- a. Judul atau kepala berita (*headline*).
- b. Baris tanggal (*dateline*).
- c. Teras berita (*lead* atau *intro*).
- d. Tubuh berita (*body*).

C. *FEATURE NEWS*

Sementara, *feature* adalah jenis tulisan yang lebih bersifat menghibur, isinya kadang-kadang sesuatu yang remeh dan luput dari liputan wartawan *straight news*, tetapi tidak terlalu terikat dengan tenggat waktu. Ia bisa ditulis kapan saja dan di-publish kapan saja. Karenanya, ia awet.

Apa yang disebut *feature*? Dalam ilmu jurnalistik, *feature* merupakan salah satu bentuk tulisan nonfiksi, dengan karakter *human interest* yang kuat. *Feature* adalah

sebuah tulisan jurnalistik juga, namun tidak selalu harus mengikuti rumus klasik 5W + 1 H.

Feature adalah jenis tulisan yang lebih bersifat menghibur, isinya kadang-kadang sesuatu yang remeh dan luput dari liputan wartawan *straight news*, tetapi tidak terlalu terikat dengan tenggat waktu. Ia bisa ditulis kapan saja dan di-publish kapan saja.

Menulis *feature* lebih santai, tidak dituntut tenggat, dan bisa bicara apa saja. Memang konsekuensinya, nilai beritanya tidak 'hard' alias tidak banyak diburu orang. Bagaimanapun orang cenderung pada berita terbaru ketimbang yang santai.

Sebuah *feature* hendaknya ditulis dengan gaya bertutur, deskriptif, sedemikian rupa sehingga susunan kata dan kalimatnya mampu menggambarkan atau melukiskan suatu profil atau peristiwa tertentu. Oleh karena itu, *feature* sesungguhnya sebuah "cerita", tapi bukan cerita mengenai fiksi melainkan mengenai fakta. *A feature is a story about facts, not about fiction* (*feature* ialah cerita tentang fakta, bukan tentang fiksi). Sedangkan karya tulis tentang fiksi disebut novel, cerita pendek.

Bentuk tulisan *feature* tidak terpaku pada bentuk piramida terbalik. Justru mengharapkan pembaca mengikuti dengan saksama dari awal hingga akhir tulisan. Kalau di berita langsung (*straight news*) pembaca cukup membaca paragraf awal tulisan, maka di dalam *feature* justru inti tulisan baru ditemukan bila membaca dari awal hingga akhir. Dalam penulisan *feature* agar tidak tersesat kemana mana, tentukan dulu *angle*/sudut pandang tulisan yang akan memandu arah tulisan.

1. Fungsi *Feature News*

- a. Melengkapi sajian berita langsung (*straight news*).
- b. Pemberi informasi tentang suatu situasi, keadaan, atau peristiwa yang terjadi.

- c. Penghibur dan pengembangan imajinasi yang ¹menyenangkan.
- d. Wahana pemberi nilai dan makna terhadap suatu keadaan atau peristiwa.
- e. Sarana ekspresi yang paling efektif dalam mempengaruhi khalayak.

2. Ciri-Ciri *Feature News*

¹Mengandung segi *human interest*. Tulisan *feature* memberikan penekanan pada fakta-fakta yang dianggap mampu menggugah emosi-menghibur, memunculkan empati dan keharuan. Dengan kata lain, sebuah *feature* juga harus mengandung segi *human interest* atau *human touch*-menyentuh rasa manusiawi. Karenanya, *feature* termasuk kategori *soft news* (berita ringan) yang pemahamannya lebih menggunakan emosi. Berbeda dengan *hard news* (berita keras), yang isinya mengacu kepada dan pemahamannya lebih banyak menggunakan pemikiran.

¹Mengandung unsur *sastra*. Satu hal penting dalam sebuah *feature* adalah ia harus mengandung unsur sastra. *Feature* ditulis dengan cara atau gaya menulis fiksi. Karenanya, tulisan *feature* mirip dengan sebuah cerpen atau novel-bacaan ringan dan menyenangkan-namun tetap informatif dan faktual. Karenanya pula, seorang penulis *feature* pada prinsipnya adalah seorang yang sedang bercerita.

¹Jadi, *feature* adalah jenis berita yang sifatnya ringan dan menghibur. Ia menjadi bagian dari pemenuhan fungsi menghibur (*entertainment*) sebuah surat kabar.

3. Jenis-Jenis *Feature*

Sekurang-kurangnya, ada sembilan jenis *feature* yang sering ditulis dan dimuat dalam media cetak maupun daring (Highlight Media, 2020).

- a. *Feature* minat insani (*human interest feature*)

- b. *Feature* sejarah (*hystorical feature*)
- c. *Feature* biografi (*biographical feature*)
- d. *Feature* perjalanan (*travelogue feature*)
- e. *Feature* yang mengajarkan keahlian (*how-to-do feature*)
- f. *Feature* ilmiah (*scientific feature*)
- g. *Feature* berita
- h. *Feature* trend terbaru
- i. *Feature* kehidupan

Sementara, menurut Romli (2009), dijelaskan sebelas jenis *feature* secara detail. *Feature* tersebut dapat dilihat berikut ini. *Feature human interest (human interest feature)*, ialah *feature* yang langsung menyentuh keharuan, kegembiraan, kejengkelan atau kebencian, simpati, dan sebagainya. Misalnya, cerita tentang penjaga mayat di rumah sakit, kehidupan seorang petugas kebersihan di jalanan, liku-liku kehidupan seorang guru di daerah terpencil, suka-duka menjadi dai di wilayah pedalaman, atau kisah seorang penjilat yang dapat menimbulkan kejengkelan.

Feature sidebar, ialah *feature* yang memberitakan bagian-bagian lain dari sebuah peristiwa besar yang di dalamnya mengandung unsur *human interest*. Seperti, nasib para pengungsi yang kehilangan rumah ketika banjir bandang menimpa mereka.

Feature biografi (biographical feature). Misalnya, riwayat hidup seorang tokoh yang meninggal, tentang seorang yang berprestasi, atau seseorang yang memiliki keunikan sehingga bernilai berita tinggi. Itu sebabnya, bisa menuliskan tentang profil para pemimpin Islam di masa lalu, misalnya. Atau kamu juga bisa cerita tentang kisahnya al-Khawarizmi, ilmuwan muslim yang menemukan angka nol.

Feature profil (profile features), menceritakan tentang sisi hidup publik figur, organisasi, dan komunitas masyarakat, misalnya berita tentang proses hidup seorang pengusaha sukses yang berawal dari gelandangan, cerita sukses sebuah LSM dalam membangun masyarakat pedalaman, atau cerita *miris* komunitas masyarakat

tertentu. *Profile feature* tidak hanya cerita sukses saja, tetapi juga cerita kegagalan seseorang. Tujuannya agar pembaca dapat bercermin lewat kehidupan orang lain.

Feature perjalanan (travelogue feature). Misalnya menceritakan pengalaman berkesan dari sebuah perjalanan. Misalnya kunjungan ke tempat bersejarah di dalam ataupun di luar negeri, atau ke tempat yang jarang dikunjungi orang. Dalam *feature* jenis ini, biasanya unsur subjektivitas menonjol karena biasanya penulisnya yang terlibat langsung dalam peristiwa/perjalanan itu mempergunakan “aku”, “saya”, atau “kami” (sudut pandang-*point of view*-orang pertama). Ambil contoh tentang perjalanan menunaikan ibadah haji. Perjalanan ke tanah suci itu bisa dituangkan dalam sebuah tulisan bergaya *feature* yang menarik. Itu sebabnya, disarankan untuk membawa buku catatan kecil untuk menuliskan semua peristiwa yang dialami sebagai bahan penulisan.

Feature “dibalik layar” (explanatory features), menceritakan tentang apa yang sebenarnya terjadi di balik suatu peristiwa. Misalnya, cerita/berita tentang fakta-fakta yang menyebabkan buruh mogok kerja.

Feature sejarah (hystorical feature), yaitu *feature* tentang peristiwa masa lalu, namun masih menarik diberitakan masa kini, seperti berita tentang peran Soeharto pada penumpasan PKI yang sering diberitakan media massa menjelang beliau wafat. Misalnya juga peristiwa Keruntuhan Khilafah Islamiyah, sejarah tentang Istana al-Hamra dan benteng Granada. Melihat kejayaan Islam di masa lalu. Sejarah pertama kali Islam masuk ke Indonesia dan sebagainya. Banyak sejarah yang bisa kita tulis dengan jenis *feature* ini.

Feature musiman (seasonal features), bercerita tentang peristiwa unik dan menarik yang terjadi secara rutin, baik setiap tahun, setiap momen, atau setiap musim. Misalnya, cerita riuh-gembira orang-orang kampung ketika lebaran (hari raya Idul fitri) tiba, dsb.

1

Feature tren (trend features), ialah *feature* yang menceritakan tentang gaya hidup komunitas tertentu atau masyarakat pada umumnya dalam jangka waktu tertentu. Misalnya gaya hidup remaja desa ketika HP masuk ke kampung-kampung.

Feature petunjuk praktis (tips), disebut juga *how-to-do feature*, ialah *feature* yang menjelaskan tentang bagaimana suatu perbuatan atau aktivitas dilakukan. Misalnya, tentang bagaimana caranya merawat mobil agar irit bensin, memasak, merangkai bunga, membangun rumah, seni mendidik anak, panduan memilih perguruan tinggi, cara menendarai bajaj, teknik beternak bebek, dan sebagainya.

Feature ilmiah (scientific feature), ialah *feature* mengenai ilmu pengetahuan dan teknologi yang ditandai oleh kedalaman pembahasan dan objektivitas pandangan yang dikemukakan, menggunakan data dan informasi yang memadai. *Feature* ilmu pengetahuan dan teknologi dapat dimuat di majalah teknik, komputer, pertanian, kesehatan, kedokteran, dll. Bahkan surat kabar pun sekarang memberi rubrik *science feature*.

PENDALAMAN MATERI

1. Jelaskan yang dimaksud unsur 5W dan 1H dalam penulisan berita!
2. Jelaskan perbedaan penulisan berita dalam bentuk *straight news* dan *feature news*!
3. Tuliskan satu berita dengan gaya penulisan *straight news*!
4. Mengapa *feature news* ketika dibaca seolah-olah berita itu masih baru terjadi!

BAB 11

JURNALISTIK SASTRA

Capaian Pembelajaran

1. Mahasiswa mampu memahami penulisan berita dengan gaya sastra.
2. Mahasiswa mampu menuliskan contoh berita dengan gaya jurnalistik sastra.
3. Mahasiswa mampu memahami pentingnya sastra dalam bidang jurnalistik.

A. PENGERTIAN JURNALISTIK SASTRA

Sampai pada titik ini, jika ada yang bertanya apakah wartawan yang lebih dahulu muncul di negeri ini baru kemudian sastrawan, maka jawaban yang paling pas adalah sastrawan yang lebih dahulu muncul. Para sastrawan inilah yang kemudian memprakarsai berdirinya institusi-institusi pers di negeri ini.

Sejarah mencatat bahwa seorang Mukhtar Lubis, pendiri Harian Indonesia Raya, lebih dahulu dikenal sebagai sastrawan baru kemudian sebagai wartawan. Begitu juga dengan Rosihan Anwar, yang mengawali karier kepenulisannya dari menulis karya sastra. Banyak nama lagi yang pantas diajukan di sini, termasuk tokoh pers yang namanya diabadikan sebagai nama balai wartawan di Kota Medan, Parada Harahap, pada awalnya adalah penulis karya sastra. Media-media cetak yang awalnya menjadi media mainstream, lambat laun menjadi media yang kurang diminati publik ketika rubrik sastra tidak ditemukan di media cetak bersangkutan (Hatees, 2011).

Pers dan sastra memang dua dunia kreatif yang sesungguhnya saling menegasikan. Jika pers sangat mengandalkan fakta yang dikonfirmasi sesuai etika profesi,

maka sastra lebih mengandalkan fiksi yang kuat dipengaruhi imajinasi dan daya fantasi. Tapi, dalam perkembangan saat ini, pers dan sastra telah berkolaborasi dan melahirkan apa yang kemudian dikenal sebagai jurnalisme sastrawi (Hatees, 2011).

Jurnalisme sastrawi merupakan sebuah teknik penulisan karya jurnalistik yang mengandung ragam unsur dalam dunia sastra. Jurnalisme sastrawi memungkinkan bagi publik untuk menikmati fakta-fakta jurnalistik seperti menikmati sebuah karya sastra. Di dalam teknik jurnalistik ini yang diandalkan adalah rasa sastra. Misalnya, karya jurnalistik yang sampai ke tangan pembaca menjadi lebih mirip seperti cerpen dengan kehadiran “aku sebagai tokoh” dan peristiwa yang dirajut sedemikian rupa hingga melahirkan kejutan (*suspense*) yang selalu bisa ditemukan dalam penulisan cerpen misalnya.

Teknik jurnalisme sastrawi ini lahir dari realitas yang menunjukkan tingginya minat pembaca atas karya-karya sastra yang disiarkan di media cetak sehingga melahirkan pembaca-pembaca fanatik yang selalu menunggu kehadiran karya sastra setiap hari Minggu. Fanatisme pembaca karya sastra adalah potensi bagi pengelola institusi pers untuk selalu memanjakan pembacanya dengan menyajikan informasi yang dikemas secara sastrawi selain juga karya sastra itu sendiri.

Sastra dalam dunia penerbitan koran mengajak masyarakat pembaca berpikir dan terlibat dalam persoalan-persoalan masyarakat yang disajikan para sastrawan. Keterlibatan masyarakat terjadi karena kemampuan mereka mengapresiasi karya sastra sudah sangat bagus dan sangat paham bahwa karya sastra bukan sekadar bacaan hiburan mengisi waktu senggang di akhir pekan.

Jurnalistik sastra dapat dikatakan hal baru dalam bidang jurnalistik. Akan tetapi, jika ditelusuri sejarah perkembangan jurnalistik, tampaknya jurnalistik sastra ini merupakan pengembangan dari *feature news* yang telah dibahas pada bab sebelumnya. Jurnalistik sastra dikatakan

baru karena merupakan hibrida dari pola jurnalistik konvensional yang modelnya menggunakan pola piramida terbalik ke pola atau gaya sastra dengan menerapkan elemen-elemen dan kaidah sastra (Putra, 2010:46).

B. ELEMEN JURNALISTIK

Elemen jurnalisme sastra menurut Farid Gaban (Santana, 2005).

1. Akurasi, membuat penulis kredibel.
2. Keterlibatan, memadu reporter untuk menyajikan detail yang merupakan kunci untuk menggugah emosi pembaca.
3. Struktur, tulisan harus mampu menggelar suasana, merancang irama dan memberikan *impact* yang kuat kepada pembaca.
4. Suara, dalam arti posisi penulis dalam tulisan tersebut.
5. Tanggung jawab, penulis harus mampu menampilkan nilai pertanggungjawaban.
6. Simbolisme, setiap fakta yang kecil sekalipun merupakan gagasan yang sengaja disusun karena terkait makna yang lebih dalam.

C. GAYA JURNALISTIK

Penulisan jurnalistik sastra sering ditampilkan dalam berbagai bentuk, bentuk-bentuk tersebut antara lain sebagai berikut ini.

1. Memoir
2. Biografi
3. Esai personal
4. Esai sastra
5. Artikel *feature*
6. Narasi nonfiksi

PENDALAMAN MATERI

1. Jelaskan maksud penulisan berita dengan gaya jurnalistik sastra!
2. Tuliskan satu contoh berita yang bergaya jurnalistik sastra!
3. Mengapa sastra dianggap penting dalam bidang jurnalistik?

BAB 12

FOTO JURNALISTIK

Capaian Pembelajaran

1. Mahasiswa mampu memahami ciri-ciri foto jurnalistik.
2. Mahasiswa mengetahui nilai-nilai dalam foto jurnalistik.
3. Mahasiswa memahami teknik pengambilan gambar dalam foto jurnalistik.

A. PENGERTIAN FOTO JURNALISTIK

Foto jurnalistik merupakan bagian dari dunia jurnalistik yang menggunakan bahasa visual untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat luas dan tetap terikat kode etik jurnalistik. Foto jurnalistik bukan sekadar jepret-jepret semata. Ada etika yang selalu dijunjung tinggi, ada pesan dan berita yang ingin disampaikan, ada batasan batasan yang tidak boleh dilanggar, dan ada momentum yang harus ditampilkan dalam sebuah *frame*. Hal terpenting dari fotografi jurnalistik adalah nilai-nilai kejujuran yang selalu didasarkan pada fakta objektif semata.

Menurut Wijaya (dalam Gani dan Kusumalestari, 2013:47), foto jurnalistik adalah foto yang bernilai berita atau foto yang menarik bagi pembaca tertentu, dan informasi tersebut disampaikan kepada masyarakat sesingkat mungkin. Setiap media pasti menyertakan foto dalam pemberitaannya sebagai salah satu penguat. Bahkan, foto dapat dikatakan sebagai hal wajib hadir memenuhi halaman utama setiap media, terutama media cetak. Oleh karena itu, Gani dan Kusumalestari (2013:47) menyebutkan bahwa foto

jurnalistik merupakan laporan yang mempergunakan kamera untuk menghasilkan bentuk visual.

Para pewartanya harus selalu berada di garis depan. Mereka pun selalu siaga di garis belakang dalam mewartakan sebuah berita kepada masyarakat luas. Pewarta foto juga dituntut sigap dalam menangkap setiap "momentum" dari sebuah peristiwa, membingkainya dengan dalam sebuah gambar yang berbeda dari apa yang dilihat oleh khalayak awam. Juga yang terpenting, mereka harus mengerti dan paham atas peristiwa yang sedang diabadikannya.

B. KARAKTER FOTO JURNALISTIK

Frank P. Hoy (dalam Gani dan Kumalasari, 2013:48) menyebutkan delapan karakteristik foto jurnalistik. Karakteristik tersebut adalah sebagai berikut ini.

1. Foto jurnalistik adalah komunikasi melalui foto.
2. Media foto jurnalistik adalah media cetak koran atau majalah, dan media kabel atau satelit.
3. Kegiatan foto jurnalistik adalah kegiatan melaporkan berita.
4. Foto jurnalistik adalah perpaduan dari foto dan teks foto.
5. Foto jurnalistik mengacu pada manusia.
7. Foto jurnalistik adalah komunikasi dengan orang banyak.
8. Foto jurnalistik merupakan hasil kerja editor foto.
9. Foto jurnalistik bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dalam peyampaian informasi.

C. NILAI FOTO JURNALISTIK

Setidaknya ada 11 unsur yang termasuk dalam nilai foto jurnalistik (Sumadiria dalam Gani dan Kumalasari, 2013:49). Nilai-nilai tersebut adalah sebagai berikut.

1. Keluarbiasaan

2. Kebaruan
3. Akibat
4. Aktual
5. Kedekatan
6. Informasi
7. Konflik
8. Orang penting
9. Ketertarikan manusiawi (*human interest*)
10. Kejutan
11. Seks

D. JENIS-JENIS FOTO JURNALISTIK

1. *Spot news*: foto-foto insidental, tanpa perencanaan. (contoh: foto bencana, kerusuhan, dll).
2. *General news* : foto yang terencana (contoh: foto Sidang Umum MPR, foto olahraga).
3. *Foto Feature*: foto untuk mendukung suatu artikel.
4. *Esai Foto*: kumpulan beberapa foto yang dapat bercerita (Gani dan Kusumalestari, 2013).

E. TEKNIK PENGAMBILAN GAMBAR

1. **Entire** (keseluruhan), mengambil gambar keseluruhan lingkungan termasuk manusianya. Cara ini dianggap banyak fotografer jurnalistik baik untuk mengenalkan subjek foto dan lingkungannya kepada para pembaca.
2. **Details** (kerincian), bergeraklah maju mendekati objek untuk melihat lebih detail, ajak subjek untuk berinteraksi, perhatikan mata, rambut, apa yang dia pakai. Ambil visual yang kuat sebagai ciri khusus dari subjek dan atur komposisi yang bagus.
3. **Frame** (bingkai), aturlah melalui *viewfinder* komposisi yang enak dilihat dengan memperhatikan elemen di sekeliling subjek, baik *background* maupun *foreground* .

4. **Angle** (sudut pengambilan), atur sudut pengambilan dari berbagai sudut, bisa dari atas, bawah, dekat atau jauh, samping kiri atau kanan subjek.
5. **Time** (waktu), ambil kesempatan secepatnya jangan menunda waktu karena bisa saja peristiwa tersebut tidak terulang lagi, atau kesempatan ini akan diambil orang lain. Dalam bahasa fotografi, cara ini biasa disebut *moment in time* yang tepat (Gani dan Kusumalestari, 2013).

PENDALAMAN MATERI

1. Jelaskan ciri-ciri foto jurnalistik!
2. Nilai-nilai apa yang harus dimuat dalam foto jurnalistik?
3. Bagaimana teknik pengambilan gambar dalam foto jurnalistik!

BAB 13

PENULISAN KREATIF

Capaian Pembelajaran

1. Mahasiswa mampu memahami pengertian penulisan kreatif.
2. Mahasiswa mampu membedakan jenis-jenis karangan ilmiah populer.
3. Mahasiswa mampu membedakan opini dan esai sebagai tulisan kreatif.
4. Mahasiswa mampu mengetahui ciri-ciri penulis opini dan esai.
5. Mahasiswa mampu menunjukkan artikel berupa opini esai.

A. PENGERTIAN PENULISAN KREATIF

Menulis itu seperti merajut, perlu kesabaran dan ketelitian dalam mengorganisir ide-ide menjadi satu wacana yang utuh.

Ada banyak pengertian dan definisi penulisan kreatif yang bertebaran di internet. Hampir semua penulis aktif selalu memberi definisi masing-masing tentang penulisan kreatif. Hal ini wajar, sebab menulis merupakan hal yang dilakukan dengan cara pribadi, dan kreatif dapat bermakna relatif bagi setiap orang. Yang jelasnya, menulis kreatif dapat diartikan sebagai proses pengungkapan ide-ide secara menarik dengan berbagai gaya penulisan. Tulisan kreatif dapat dituangkan dalam bentuk esai dengan gaya formal, setengah formal, atau bahkan gaya tidak formal.

Gaya-gaya formal dapat ditemukan di media-media cetak maupun daring. Misalnya di media daring, kita dapat menemukan tulisan kreatif yang bergaya formal di

Kompasiana.com. Sementara, gaya penulisan kreatif yang tidak formal dapat ditemukan di Mojok.co. Gaya semi formal tentu berada di tengah gaya formal dan tidak formal atau perpaduan antara gaya formal dan tidak formal.

B. KARANGAN ILMIAH POPULER

Karangan ilmiah populer merupakan jenis karangan ilmiah yang biasanya dipublikasikan di media, baik media cetak (koran, majalah, tabloid) maupun media *online* (*blog* dan majalah *online*). Gaya bahasanya sedikit berbeda dengan gaya bahasa karangan ilmiah. Sesuai dengan namanya, karangan ilmiah populer tentu menggunakan bahasa yang populer. Itulah salah satu perbedaan mendasar antara bahasa karangan ilmiah dan karangan ilmiah populer.

Karangan ilmiah populer sering juga disebut dengan istilah *artikel*. Secara ukuran dan jumlah kata, artikel biasanya antara 700 hingga 1.500 kata. Bentuknya lebih padat. Artikel ditulis untuk membahas berbagai hal secara singkat. Untuk itu, ada 5 jenis artikel (Suhendi, 2014:22 dan Soeseno, 1982:5) berdasarkan isi atau hal yang dibahas. Artikel tersebut adalah artikel eksploratif, artikel eksplanatif, artikel deskriptif, artikel prediktif, dan artikel preskriptif. Artikel ilmiah juga tidak terlalu jauh berbeda dengan artikel ilmiah populer. Hanya tempat publikasinya yang berbeda. Bahkan, menurut Wibowo (2013:5), menulis artikel dengan gaya populer membuat artikel ilmiah lebih enak dibaca karena mudah dinarasikan secara komunikatif. Hal ini senada dengan yang dikatakan Dalman (2016:136) bahwa salah satu ciri penulisan populer adalah cepat ditangkap oleh pembaca.

Khusus dalam media cetak, Sumadiria (2009:2) membagi lima jenis artikel, yakni tajuk rencana, karikatur, pojok, kolom, dan surat pembaca. Tajuk rencana adalah opini dalam bentuk editorial sebagai pendapat resmi satu media terhadap satu persoalan aktual. Karikatur agak berbeda karena opini tersebut disampaikan dalam bentuk

gambar yang biasanya berisi kritik yang dituangkan secara lucu atau jenaka. Istilah pojok hanya digunakan oleh media tertentu. Pojok serupa dengan tajuk rencana yang biasa memuat peristiwa kontroversial untuk dikomentari oleh redaktur dan dimuat secara menarik. Kolom lebih mirip dengan istilah opini yang biasa memuat pandangan pribadi penulis terhadap persoalan aktual. Surat pembaca adalah opini singkat yang memuat pendapat pembaca. Surat pembaca ini langsung ditulis sendiri oleh pengirim, dalam hal ini pembaca suatu media.

Menurut Trim (2016:17), karangan dapat dibagi menjadi karangan ilmiah populer dapat dibagi menjadi beberapa jenis artikel, yakni (1) opini dan (2) esai. Kedua tulisan ini memiliki persamaan dan perbedaan. Akan tetapi, yang paling menonjol perbedaannya adalah opini gaya bahasanya lebih mengarah ke karangan ilmiah akademik sedangkan esai lebih mengarah ke tulisan prosa akademik.

1. Opini

Menurut KBBI (Sugono, dkk., 2008), opini adalah pikiran, pendapat, dan pendirian; sedangkan esai adalah karangan prosa yang membahas suatu masalah secara sepintas dari sudut pandang pribadi. Secara gamblang, opini dan esai dapat dilihat perbedaannya di bawah ini.

Opini ditulis untuk berargumentasi, menganalisis, dan menggambarkan atau mendeskripsikan suatu fakta, kejadian, atau ide yang kita pahami. Sedapat mungkin untuk memberikan solusi atau pendapat. Kehadirannya diharapkan untuk menyelesaikan masalah. Oleh karena itu, sasarannya adalah akal manusia. Karena opini merupakan salah satu karangan argumentasi, maka opini harus menyampaikan fakta sebagai evidensi (Keraf, 1989:100) sehingga pembaca merasa yakin tentang informasi dalam tulisan tersebut.

Opini cukup sederhana. Ide awal berdasarkan pengamatan penulis terhadap suatu masalah. Kemudian ide

atau masalah itu dibumbuhi dengan teori. Dapat mengutip pendapat pakar tertentu untuk mengomentarnya. Kemudian ditutup dengan simpulan sebagai solusi dari pelbagai teori.

Beberapa ciri tulisan opini akan ditampilkan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Ciri-Ciri Opini

No.	Konsep	Ide
1.	Sedapat mungkin untuk memberikan solusi atau pendapat.	Ide awal berdasarkan pengamatan penulis terhadap suatu masalah.
2.	untuk berargumentasi menganalisis, dan mendeskripsikan suatu fakta, kejadian, atau ide yang kita pahami.	Ide atau masalah itu dibumbuhi dengan teori.
3.	Kehadirannya diharapkan untuk menyelesaikan masalah.	Dapat mengutip pendapat pakar tertentu untuk mengomentarnya.
4.	Sasarannya adalah akal manusia.	Ditutup dengan simpulan sebagai solusi dari pelbagai teori.

2. Esai

Esai merupakan karangan prosa yang membahas suatu masalah secara sepintas lalu dari sudut pandang pribadi penulisnya (KBBI:381). Sementara, opini adalah pikiran, pendapat, dan pendirian (KBBI). Esai ditulis untuk menghibur. Tidak menyelesaikan masalah. Tidak perlu ada solusi. Hanya hadir untuk mengemukakan masalah. Mengingatkan bahaya atau manfaat sesuatu. Sasarannya adalah naluri manusia. Esai, ibarat main karambol. Jika kita ingin memasukkan bola di lubang kiri, kita dapat memukul dari arah kanan. Nanti pantulannya yang membawa bola itu masuk di lubang kiri.

Esai melakukan kritikan tetapi tidak secara langsung. Esai hanya menghibur orang termasuk orang yang

disinggung. Esai yang sukses adalah esai yang mampu menyinggung orang tetapi tidak membuat orang yang disinggung itu merasa tersinggung. Esai ditulis relatif pendek sesuai sudut pandang penulisnya (Rokhmansyah, dkk., 2018:103). Montaigne (dalam Dahlan, 2016:12) mengatakan bahwa esai adalah cerminan, meditasi, percobaan dalam pengungkapan gagasan yang diekspresikan secara licin dengan bahasa yang “lentur”.

Ciri-ciri tulisan esai (Kuncoro, 2009) dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Ciri-Ciri Esai

No.	Konsep	Ide
1.	Esai ditulis untuk menghibur.	Esai melakukan kritikan tetapi tidak secara langsung.
2.	Tidak menyelesaikan masalah.	Esai hanya menghibur orang termasuk orang yang disinggung.
3.	Tidak perlu ada solusi.	Esai yang sukses adalah esai yang mampu menyinggung orang tetapi tidak membuat orang yang disinggung itu merasa tersinggung.
4.	Hadir untuk mengemukakan masalah.	Esai ibarat permainan karambol.
5.	Mengingatkan bahaya atau manfaat sesuatu.	Jika kita ingin memasukkan bola di lubang kiri, kita dapat memukulnya dari arah kanan.
6.	Sasarannya adalah naluri manusia.	Nanti pantulannya yang akan membawa bola itu masuk ke lubang kiri.

Untuk lebih jelasnya, berikut ini ditampilkan beberapa bentuk perbedaan antara opini dan esai.

Tabel 3. Perbedaan Opini dan Esai

No.	Opini	Esai
1.	Sumber: otak kiri	Sumber: emosi/perasaan
2.	Fakta: 80%	Fakta: 20%
3.	Imajinasi: 20%	Imajinasi: 80%
4.	Data: empirik	Data: imajinatif
5.	Proses: ilmiah	Proses: nuraniah
6.	Bahasa: informatif	Bahasa: ekspresif
7.	Tujuan: meng-ia-kan, meng-tidak-kan, menganalisis	Tujuan: menghibur, menyindir, mengingatkan
8.	Bergelut dengan dunia luar	Bergelut dengan dunia dalam
9.	Menggarap fakta	Menguntai makna
10.	Bergelut dengan pemberitaan	Berkiprah dengan perenungan
11.	Diukur berdasarkan banyaknya informasi dan fakta logika yang dikemukakan kepada pembaca	Diukur berdasarkan banyaknya makna dan hikmah yang dapat diendapkan pembaca
12.	Membuat pembaca mengetahui lebih banyak	Membuat pembaca untuk menghayati lebih intens
13.	Menambah wawasan dan kapasitas otak	Menambah kearifan dan kapasitas nurani

C. CONTOH TULISAN OPINI DAN ESAI

1. Tulisan Opini

Eufemisme: Sopan Santun yang Menipu

Ungkapan bahwa bahasa adalah milik masyarakat sebagai pemakai bahasa, kini semakin jelas keberadaannya. Penggunaan bahasa-bahasa kiasan sudah semakin lancar. Hal ini dapat dilihat di berbagai media cetak dan elektronik. Perkembangan bahasa memang tidak bisa dibendung lagi. Misalnya eufemisme atau penghalusan bahasa adalah salah satu bentuk pemakaian bahasa dalam masyarakat yang sudah semakin lancar penggunaannya. Mungkin karena

tuntutan zaman yang mengharuskan atau karena pola pikir masyarakat pemakai bahasa yang selalu berubah-ubah.

Kelancaran penggunaan bahasa tersebut merupakan akibat dari kebebasan berbahasa yang dimiliki oleh setiap individu tanpa ada sanksi yang mengikat jika ada pelanggaran terjadi. Kebebasan itu diartikan sebagai sebuah kesempatan untuk berekspresi melalui bahasa. Memang hal ini dapat memberi corak tersendiri dalam rekaman sejarah perjalanan bahasa Indonesia di tengah-tengah banyaknya penggunaan bahasa daerah serta maraknya penggunaan bahasa asing sebagai salah satu kebanggaan tersendiri bagi pemakainya.

Selain itu, kebebasan berbahasa ini juga sangat ditentukan oleh prinsip pragmatik sebuah bahasa. Pada dasarnya, prinsip ini mengartikan bahwa bahasa bukan sebagai sebuah aturan yang dapat mengikat setiap pemakainya tetapi lebih menitikberatkan bahasa sebagai alat komunikasi bagi individu. Aturan atau ejaan ditempatkan pada nomor yang paling bawah, yang terpenting bagaimana bahasa itu dapat dimengerti oleh orang yang membaca atau mendengarnya.

Salah satu bentuk kebebasan tersebut adalah penggunaan gaya bahasa tersendiri oleh setiap individu. Gaya bahasa tersebut bukan lagi dilihat dari jenis kelompok sosial pemakainya, melainkan kadang-kadang gaya bahasa perorangan yang menonjol. Istilah *sosiolinguistik* mengatakan bahwa bahasa seperti yang dipraktikkan setiap individu tersebut dinamakan *idiolek*. Dengan *idiolek* ini, seseorang dapat diketahui hanya dengan gaya bahasanya yang khas dan unik. Ilmu *psikolinguistik* dapat dengan jelas membedakan gaya bahasa ini terkait dengan jiwa atau kebiasaan seseorang. Hanya lewat bahasa seseorang dapat dengan mudah diketahui karakternya.

Kembali ke persoalan berbahasa yang selalu diikuti oleh munculnya gaya bahasa tersendiri. Salah satu gaya bahasa yang menjadi pusat perhatian penulis saat ini adalah gaya bahasa *eufemisme* seperti yang telah disinggung pada awal tulisan ini. Hal inilah yang membuat penulis memilih judul *Eufemisme: Sopan Santun yang Menipu*.

Eufemisme merupakan acuan yang berupa ungkapan yang tidak menyinggung perasaan atau ungkapan halus untuk menggantikan acuan yang dirasakan menghina atau tidak menyenangkan. Intinya, mempergunakan kata-kata

dengan arti baik. Eufemisme juga sering diartikan sebagai ungkapan yang bersifat tidak berterus terang.

Eufemisme atau juga pseudo eufemisme menjadi motif dorongan di belakang perkembangan peyorasi. Eufemisme berlatar belakang sikap manusiawi karena dia berusaha menghindari agar tidak menyakiti atau menyinggung perasaan orang lain. Seandainya tidak ada eufemisme mungkin akan terjadi depresi makna atau perendahan makna.

Namun di balik semua itu, eufemisme ini dapat mengaburkan makna sehingga makna semula tidak terwakili lagi oleh bentuk atau konsep yang menggantikannya. Pergeseran makna ini tentu akan memberikan pengaruh terhadap masyarakat pemakai bahasa.

Tujuan awal yang baik eufemisme ini adalah untuk bersopan santun. Namun, di balik semua itu ada hal-hal yang keluar dari tujuan semula tersebut. Kadang-kadang ada bagian eufemisme yang penggunaannya sudah berlebihan sehingga apa yang ingin disampaikan tidak dapat tertangkap secara tepat oleh pembaca atau pendengar. Memang tujuan penggunaan eufemisme tersebut adalah untuk bersopan santun tetapi ada juga yang bisa menipu. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa eufemisme adalah sopan santun yang menipu.

Hal itu tidak dapat dipungkiri karena banyak orang-orang tertentu yang pandai menggunakan bahasa dan berlindung di balik eufemisme tersebut. Banyak pula di antara penggunanya merasa aman dengan pemanfaatan gaya bahasa seperti ini.

Salah satu contoh eufemisme yang berlebihan adalah frasa *kekurangan pangan*. Frasa ini konsep sebenarnya adalah kelaparan, tetapi karena penggunaannya berlebihan sehingga eufemisme ini menimbulkan makna atau konsep lain terhadap pembaca. Konsep lain ini muncul karena adanya pergeseran makna dari makna sebelumnya. Akhirnya masyarakat pembaca menganggap hal ini adalah sebuah kewajaran dan tidak menimbulkan rasa prihatin terhadap korban kelaparan yang dimaksud.

Pada masa orde baru pemerintah merasa riskan mengatakan *rakyat miskin*. Mereka cenderung menggantinya atau mengeufemismekan dengan frasa *masyarakat prasejahtera*, *masyarakat prasejahtera 1*, *2*, dst. Akhirnya, dampak yang dirasakan melalui penggunaan eufemisme ini

adalah negara Indonesia terkesan tidak memiliki rakyat miskin karena dunia telah terbohongi oleh sebuah bahasa.

Namun apa terjadi saat ini, semua hal itu terhapuskan setelah bangsa Indonesia memasuki orde reformasi. *Rakyat miskin* atau *keluarga miskin* justru menjadi predikat rebutan setiap masyarakat karena siapapun yang tergolong di dalamnya pasti akan mendapatkan bantuan langsung tunai (BLT). Sekarang banyak yang mengaku sebagai keluarga miskin. Frasa *keluarga prasejahtera* kini telah tergantikan menjadi *keluarga miskin* atau diakronimkan menjadi *gakin*.

Lain halnya dengan istilah *wanita tuna susila* (WTS) dan *pekerja seks komersial* yang merupakan penghalusan dari kata *pelacur* juga menimbulkan penafsiran lain. Penggunaan istilah WTS telah memberikan sedikit rasa aman oleh pelakunya karena mereka seakan-akan terlindungi oleh sebuah bahasa. Sementara penggunaan kata *pekerja seks* memberikan arti bahwa seakan-akan perbuatan melacur itu diakui sebagai sebuah pekerjaan yang legal.

Contoh ini membuat penulis semakin yakin bahwa bahasa adalah salah satu unsur yang memiliki andil cukup besar dalam kehidupan masyarakat. Eufemisme ini dapat pula sarat akan kepentingan golongan atau bernilai politik. Seperti kondisi yang telah terjadi dan masih akan terjadi lagi yakni, pemilihan kepala daerah/walikota dan pemilu 2009 nanti sangat rawan dengan bahasa-bahasa penghalusan yang sarat dengan kepentingan tertentu. Banyak kandidat yang berkampanye dengan menunggangi bahasa sebagai alat untuk mencapai tujuannya.

Dahulu kenaikan harga bahan pokok selalu ditentang dengan aksi demo atau unjuk rasa oleh masyarakat. Namun, sekarang aksi-aksi unjuk rasa semacam itu dapat diredam hanya dengan dua kata, yakni mengganti dengan frasa penyesuaian tarif atau penyesuaian harga. Masyarakat pun hanya diam mendengar dan membacanya. Akhirnya kenaikan harga dapat dimaklumi.

Bahkan ketika korupsi mantan Menteri Kelautan dan Perikanan era pemerintahan Megawati Soekarnoputri yang baru mencuat di pertengahan tahun 2007 lalu dapat berhenti begitu saja tanpa ada pihak yang bersalah. Menurut berbagai pihak yang terkait kasus ini, katanya kasus itu telah *diselesaikan secara kekeluargaan*. Mungkin dapat dibayangkan, jika sesuatu yang diselesaikan secara kekeluargaan tentu tidak ada pihak yang bersalah atau

dijatuhi hukuman. Frasa *diselesaikan secara kekeluargaan* inilah yang dapat meredam dan mengaburkan makna untuk tujuan kepentingan tertentu. Sebenarnya masih banyak penggunaan eufemisme ini yang sudah mengaburkan makna, misalnya: *berkoalisi* dieufemismekan menjadi *bersilaturahmi*, *penggusuran* menjadi *penertiban*, *kelaparan* menjadi *kekurangan pangan*, *busung lapar* menjadi *gizi buruk*, *korupsi* menjadi *kesalahan prosedur*, dll.

2. Tulisan Esai

Daeng Gattang, Lelaki Penjual Bakso

Sore menjelang magrib, kira-kira pukul 17.15, tiba-tiba perut Arriy terasa pedis dan lapar. Mungkin energi makan siang lima jam yang lalu sudah habis diserap oleh aktivitas tubuhnya. Arriy tidak memiliki banyak waktu untuk berpikir mencari tempat makan yang cepat saji. Setelah keluar di depan rumahnya, Arriy melihat penjual bakso dorong keliling. Langsung saja Arriy memanggil penjual bakso tersebut untuk mengusir rasa laparnya.

“Mas! Mas! Mas! Cepat-Ki ke sini Mas!”

Penjual bakso tersebut dengan segera dan cepat menuju arah Arriy memanggil. Diparkirlah gerobak baksonya di depan rumah Arriy. Arriy pun dengan segera memesan bakso satu porsi.

“Mas! Bakso-Ta satu mangkok! Cepat-cepat-Ki nah Mas! Lapar *sekalima* ini.”

“Iya, tunggu sebentar ya”, kata penjual bakso.

“Ok Mas!”, balas Arriy dengan buru-buru.

Beberapa saat kemudian, penjual bakso menyodorkan semangkuk bakso kepada Arriy. Arriy pun dengan segera melahap bakso itu. Sambil makan bakso, Arriy bercakap-cakap santai dengan penjual bakso tersebut. Banyak hal yang ditanyakan Arriy tentang diri penjual bakso tersebut.

“Tinggal di mana-Ki Mas?”, Tanya Arriy kepada penjual bakso.

“Di Kandeaji, *dekatji* dari sini,” kata si penjual bakso.

Memang rumah Arriy hanya berada di sebelah kanal Jalan Kandeaji Makassar. Arriy tinggal di perumahan Sapiria Garden, samping Masjid Al-Markas Al-Islami. Berarti antara

rumah Arriy dan penjual bakso tersebut hanya dibatasi oleh kanal yang dihubungkan dengan sebuah jembatan.

“Berapa tahun *mi* di Makassar Mas?” Tanya lagi Arriy kepada penjual bakso.

“Saya lahir di Makassar Mas, sekolah dan besar di Makassar.”

“O...berarti bisa-*Ki* bahasa Makassar Mas?” Tanya Arriy.

“Ya, *nassami, kullelah*. Orang Makassar aslija”, jawab penjual bakso.

“Jadi siapa nama-*Ta* Mas?”

“Daeng Gattang”

“Wah, orang Makassar-*ji-Ki pale*, baru saya dari tadi panggil mas terus.”

“He..he...dari tadi juga saya mau tegur, tidak enak kurasa dipanggil mas terus padahal saya tidak suka dipanggil mas. Kayak orang Jawa saja.”

“Jadi, *kalo* ada orang yang beli bakso, baru *napanggil* Mas-*Ki*, biasaji Kita tegur?”

“Kadang-kadang *ji. Mauka* kurasa marah, tapi rata-rata *ji* penjual bakso dipanggil mas. Jadi apa boleh buat, *na* memang pekerjaanku yang bikin saya dipanggil mas.”

“Ya, resikonya memang. Karena penjual bakso kan memang rata-rata orang Jawa *ji* semua. Jadi pasti *dikirame-Ki* juga orang Jawa.” Kata Arriy.

Berdasarkan penggalan cerita di atas, dapat ditemukan satu masalah yang sering diabaikan oleh masyarakat dalam transformasi budaya saat ini. Kadang-kadang sapaan selalu diidentifikasi dengan pekerjaan yang berujung pada suku tertentu. Misalnya profesi menjual bakso yang selalu diidentifikasi dengan sapaan “mas” yang melekat pada budaya orang Jawa.

Generalisasi pekerjaan tersebut juga sudah merambah ke hampir semua jenis pekerjaan yang sifatnya melayani masyarakat khususnya yang berupa bisnis makanan dan pakaian. Contoh lain, para pelayan toko yang sering disapa oleh pembeli dengan panggilan “mbak”, padahal penjaga toko tersebut bukan orang Jawa. Anehnya, para penjaga toko tidak merasa keberatan dengan sapaan itu dan sepertinya telah merasa senang dengan sapaan itu.

Transformasi budaya yang terlihat dalam sapaan adalah akibat pemusatan informasi yang semua bersumber dari pulau Jawa khususnya di Jakarta. Pusat media nasional dan

informasi semua bertempat di Jakarta sebagai pusat ibukota. Pemusatan itu kadang-kadang dileluconkan dengan sebutan “Jawasasi” atau “Jakartasasi”.

Hampir semua konsep pembangunan dirancang di Jakarta. Metode pendidikan pun semua dikonsept di Jakarta sehingga tentu budaya Jakarta dan Jawa yang sangat berpengaruh. Pengaruh itu akan menyebar lewat berbagai media ke seluruh pelosok tanah air. Konsep-konsep tersebut dengan mudah diterima oleh seuruh masyarakat karena masyarakat menganggap itulah yang benar dan gaul karena intensitas kemunculannya sangat tinggi di setiap media.

Pertanyaanya sekarang, mampukah masyarakat di Sulawesi Selatan mengubah persepsi budaya yang melabelisasi setiap jenis pekerjaan dengan identifikasi suku tertentu? Mampukah masyarakat mengubah sapaan *mas* dan *mbak* ke dalam sapaan yang berbudaya Bugis-Makassar?

3. Karangan Esai

GOMBAL

“Tidak perlu kau merayuku dengan kata-kata manis. Cukup melihat senyummu saja, itu sudah menjadi gombal yang paling gombal. Bahkan, gombal di antara gombal-gombal yang lain”. Begitu kataku ketika diminta menilai dirinya. Sungguh tak bisa berkata banyak.

“Akh, bisa aja Mas. Aku justru merasa tergombal dengan kata-katamu”, responnya setelah mendengar kata-kataku.

“Ehh, tunggu dulu. Jangan langsung menyerah. Karena pergombalan baru dimulai”, sambungku lagi menimpali perkataannya.

Akhh, gombal. Satu kata yang sering menyiksa manusia tetapi kadang-kadang dirindukan. Gombal dalam kondisi tertentu bisa berwajah malaikat; tetapi bisa pula berwajah iblis. Kadang-kadang bisa memotivasi; kadang-kadang pula bisa menjerumuskan.

Sesungguhnya, manusia secara diam-diam menyukai gombal karena sebenarnya manusia menyukai ketidakpastian. Perempuan cantik, yang jelas-jelas memang

cantik akan merasa tidak percaya ketika ada lelaki yang mengatakannya, “kamu cantik”. Bagi yang tidak cantik, jika dikatakan bahwa dia cantik, akan merasa dirinya cantik meskipun sebenarnya dia tidak cantik. Sungguh sebuah ketidakpastian.

Gombal memberi bumbu-bumbu ringan bagi kejujuran berupa ujian untuk bertahan. Kadang-kadang kejujuran akan terasa nikmat dan bermakna jika terlebih dahulu diawali dengan gombal. Akan tetapi, jika kejujuran tidak dapat lolos menerima ujian dari gombal, akan muncul musibah bagi gombal itu sendiri.

Gombal bersaudara angkat dengan mitos. Akan tetapi, gombal lebih kejam daripada mitos. Mengapa? Karena mitos memang berangkat dari ketidakpastian sementara gombal berangkat dari kepastian menjadi ketidakpastian. Mitos dapat mencegah dan memperbaiki, namun gombal justru dapat merusak yang sudah baik.

Gombal tumbuh subur bersama dinamika peradaban manusia. Mulut membencinya; tetapi telinga merindunya. Gombal akan semakin susah dikubur sebab gombal adalah kebutuhan manusia yang tidak pernah disadari.

Membunuh gombal sama dengan membunuh nafsu manusia. Gombal hidup dan bersemi bersama jiwa manusia itu sendiri. Rasa ingin di-gombal-lah yang membedakan manusia dengan malaikat. Jika manusia sudah sama sekali tidak ingin digombal, hampirlah seperti malaikat.

Kadang-kadang gombal seperti motivasi super yang bisa mendorong, menggeser, bahkan mengangkat manusia dari posisinya. Jika gombal berada pada waktu dan tempat yang tepat, dia akan menjadi penolong, penyelamat, dan penyemangat hebat bagi manusia. Namun, jika berada pada waktu dan tempat yang tidak tepat, dia akan menjadi boomerang bagi pemberi dan penerimanya. Sangat berisiko.

Gombal zaman dulu sering berlindung di balik nama besar “retorika”. Wujudnya bermacam-macam. Bisa berupa pujian, sanjungan, doa, pidato, doktrin, atau diskusi. Jalurnya pun berbeda-beda. Bisa atas nama persahabatan, kekeluargaan, atau bahkan silaturahmi. Biasanya dibungkus kotak “basa basi”.

Gombal yang sangat hebat akan mampu melumpuhkan logika. Bulir-bulir nalar rontok seketika mendengarnya. Yang sakit merasa sehat. Yang lemah merasa kuat. Yang salah

bisa benar. Yang samar-samar bisa menjadi terang atau bahkan semakin kabur.

Gombal yang kekinian tampil semakin hebat. Gombal ini biasa muncul dalam bentuk gambar, video, tulisan, bahkan benda-benda yang disulap seketika menjadi “gula-gula”. Hebatnya lagi, gombal kekinian ini lebih populer disebut oleh orang-orang pintar sebagai “citra”.

PENDALAMAN MATERI

1. Jelaskan pengertian penulisan kreatif!
2. Jelaskan perbedaan karangan ilmiah dan karangan ilmiah populer!
3. Jelaskan ciri-ciri opini sebagai sebuah tulisan kreatif!
4. Tuliskan satu esai singkat sesauai ciri-cirinya!
5. Jelaskan perbedaan penggunaan bahasa antara penulisan opini dan esai!

DAFTAR PUSTAKA

- Akim, S. (2007). "Manajemen Keredaksian". <http://www.stefanusakim.wordpress.com> (diakses 17-06-2021).
- Arifin, A. (2010). *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas*. Cetakan ke-9. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Dahlan, M. (2016). *Inilah Esai: Tangkas Menulis Bersama Para Pesohor*. Yogyakarta: I:BOEKOE.
- Dalman. (2016). *Menulis Karya Ilmiah*. Cetakan Keenam. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Dewabrata, A. M. (2004). *Kalimat Jurnalistik*. Jakarta: Kompas.
- Farikhah, S., & Wahyudhiana. (2018). *Manajemen Pendidikan*. Sleman: Aswaja Pressindo.
- Gani, R., & Kusumalestari, R. R. (2013). *Foto Jurnalistik: Sebuah Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Harahap, A. S. (2019). "Teknik Wawancara Bagi Reporter dan Moderator di Televisi". *Komunikologi*. Volume 16, Nomor 1, Maret 2019.
- Hasanah, H. (2016). "Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial)". *Jurnal At-Taqaddum*. Volume 8, Nomor 1, Juli 2016.
- Hatees, B. (2011). "Simbiosis Pers dan Sastra". budiphatees.blogspot.com. (diakses 22-06-2021).
- Ishwara, L. (2011). *Jurnalistik Dasar*. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara.

- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Edisi Kelima. Aplikasi daring resmi Badan Pengembangan Bahasa dan Perbukuan, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.
- Keraf, G. (1989). *Argumentasi dan Narasi*. Jakarta: PT Gramedia.
- Kinoysan, A. (2013). *Jadi Penulis Produktif*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kuncoro, M. (2009). *Mahir Menulis. Kiat Jitu Menulis Artikel Opini, Kolom, dan Resensi Buku*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kuncoro, M. (2017). *Mudah Menulis Buku: Tips Praktis untuk Pemula*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kusmadi & Samsuri. (2011). *UU Pers dan Peraturan-Peraturan Dewan Pers*. Dewan Pers.
- Kusmana, S. (2014). *Kreativitas Menulis*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Kusumaningrat, H., & Kusumaningrat P. (2016). *Jurnalistik: Teori dan Praktik*. Cetakan Ketujuh. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muhtadi, A. S. (2016). *Pengantar Ilmu Jurnalistik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Mulyana, D. (2017). *Manajemen Biaya: Menyingkapi Lingkungan Bisnis Kontemporer*. Tasikmalaya: Lembaga Penelitian, Pengabdian pada Masyarakat, dan Penjaminan Mutu Pendidikan Universitas Siliwangi.
- Naim, G. (2017). *Proses Kreatif Penulisan Akademik: Panduan untuk Mahasiswa*. Tulungagung: Akademia Pustaka.
- Priyono. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Sidoarjo: Zifatama Publishing.
- Putra, M. S. (2010). *Literary Journalism: Jurnalistik Sastrawi*. Jakarta: Salemba Humanika.

- Rahardi, R. K. (2011). *Bahasa Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Rohmadi, M. (2011). *Jurnalistik Media Cetak: Kiat Sukses Menjadi Penulis dan Wartawan Profesional*. Surakarta: Cakrawala Media.
- Rokhmansyah, A., Rijal, S., & Purwanti. (2018). *Bahasa Indonesia untuk Perguruan Tinggi*. Semarang: Unnes Press.
- Romli, A. S. M. (2009). *Jurnalistik Praktis: Untuk Pemula*. (Edisi Revisi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Romli, A. S. M. (2011). "Sejarah Jurnalistik". <http://www.romeltea.com> (diakses 24-09-2011).
- Romli, A. S. M. (2018a). "Jurnalistik Radio: Pengertian, Prinsip, Karakteristik, Produksi Berita". <http://www.romeltea.com> (diakses 01-06-2021).
- Romli, A. S. M. (2018b). "Jurnalistik Online: Pengertian, Prinsip, Karakteristik". <http://www.romeltea.com> (diakses 01-06-2021).
- Romli, A. S. M. (2019). "Dasar-dasar Jurnalistik Televisi". <http://www.romeltea.com> (diakses 01-06-2021).
- Romli, A. S. M. (2020). "Pengertian Online atau Daring". <http://www.romeltea.com> (diakses 01-06-2021).
- Siswanto, W. (2014). *Cara Menulis Cerita*. Yogyakarta: Aditya Media Publishing.
- Sobur, A. (2009). *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Cetakan Keenam. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Soeseno, S. (1982). *Teknik Penulisan Populer*. Jakarta: PT Gramedia.
- Sugono, D. dkk. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia: Edisi Keempat*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Suhandang, K. (2016). *Pengantar Jurnalistik: Seputar Organisasi, Produk, dan Kode Etik*. Edisi Revisi. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Suhendi. (2014). *Cara Dahsyat Menulis Artikel*. Bekasi: Gramata Publishing.
- Sumadiria, AS. H. (2009). *Menulis Artikel dan Tajuk Rencana: Panduan Praktis Penulis dan Jurnalis Profesional*. Cetaka Kelima. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sumadiria, AS. H. (2016a). *Bahasa Jurnalistik: Panduan Praktis Penulis dan Jurnalis*. Cetakan Keenam. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sumadiria, AS. H. (2016b). *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature*. Cetakan Keenam. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Syah, S. (2014). *Membincang Pers, Kepala Negara, dan Etika Media: Sorotan Atas Produk dan Perilaku Media di Era Demokrasi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Trim, B. (2016). *Menulispedia: Panduan Menulis untuk Mereka yang Insaf Menulis*. Cetakan I. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Undang Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers.
- Wibowo, W. (2013). *Menulis Artikel Ilmiah yang Komunikatif: Strategi Menembus Jurnal Akademik Bereputasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

PROFIL PENULIS



Syamsul Rijal, S.S., M.Hum. lahir pada tanggal 17 Maret 1984 di Macorawalie, Kecamatan Panca Rijang, Kabupaten Sidrap, Sulawesi Selatan. Pendidikan dasarnya hingga menengah atas diselesaikan di kampung kelahirannya, yakni di SDN 4 Macorawalie, SMP N 1 Panca Rijang, dan SMA N 1 Panca Rijang Kabupaten Sidrap. Setelah tamat SMA, penulis mulai kuliah di Makassar, yakni jurusan Sastra Indonesia Fakultas Sastra Universitas Hasanuddin pada tahun 2003. Bekal perkuliahan jurnalistik di kampus tidak disia-siakan untuk dimanfaatkan belajar menulis. Bekal ini semakin diperkuat dengan mengikuti beberapa diklat jurnalistik, salah satunya yang diadakan oleh Unit Kegiatan Pers Mahasiswa Unhas. Keterampilan jurnalistiknya semakin diasah dengan aktif mengelola penerbitan kampus di himpunannya, yakni Lentera '03 milik Ikatan Mahasiswa Sastra Indonesia Fakultas Sastra Unhas. Selain itu, penulis juga pernah mengelola media penerbitan Medikop yang diterbitkan oleh UKM Koperasi Mahasiswa Unhas.

Sejak mahasiswa, penulis aktif mengirim tulisan di media penerbitan kampus milik Unhas, yakni Identitas. Beberapa karya tulis jurnalistiknya pernah dimuat di koran lokal di Makassar, seperti harian Fajar dan Tribun Timur. Setelah menamatkan strata duanya di jurusan Bahasa Indonesia Program Pascasarjana Unhas, penulis mulai mempraktikkan teori-teori jurnalistiknya dengan mengajarkan mata kuliah Jurnalistik di Universitas Pancasakti Makassar. Aktivitas mengajarkan mata kuliah Jurnalistik berlanjut setelah penulis berpindah ke Universitas Mulawarman. Hal inilah yang membuat penulis

semakin terdorong menyelesaikan buku ajar Jurnalistik sebagai bahan dan pedoman dalam mengajar. Sejak mengajar di Universitas Mulawarman, Samarinda Kalimantan Timur, penulis semakin aktif menulis di media massa. Beberapa kali tulisannya dimuat di Kaltim Post, Berau Post, dan Samarinda Pos. Hingga tahun 2021 ini, penulis telah menerbitkan dua buku, yakni buku *Bahasa Daerah di Kalimantan Utara* dan buku kedua yang berjudul *Perbedaan dan Keramahan Budaya*. Selain mengajar, penulis juga ditugaskan sebagai Sekretaris Pusat Mata Kuliah Pengembangan Kepribadian (Pusat MPK-LP3M) Universitas Mulawarman. Hal-hal lain yang berkaitan dengan penulis, dapat dikomunikasikan melalui email rijalpaddaitu@yahoo.com.

sr

47 - Jurnalistik Pengelolaan Bahasa dalam Media.pdf

ORIGINALITY REPORT

8%

SIMILARITY INDEX

8%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

www.terapioksidans.com

Internet Source

4%

2

tabloiddetak.blogspot.com

Internet Source

4%

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 4%