BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2. 1 Tinjauan Umum Komunikasi Massa

Pentingnya peranan media massa sebagai pemberi informasi kepada khalayak menjadi salah satu faktor penting agar komunikasi yang dilakukan berjalan efektif dan tepat sasaran. Komunikasi dengan menggunakan media massa disebut dengan komunikasi massa.

Komunikasi massa adalah proses penyampaian informasi, ide dan sikap kepada banyak orang, biasanya dengan menggunakan mesin, atau media yang diklasifikasikan ke dalam media massa seperti radio siaran, televisi siaran, surat kabar atau majalah dan film.

2.1.1 Pengertian Komunikasi Massa

Kebutuhan akan informasi di era informasi saat ini, media massa memiliki peranan yang sangat penting bagi tercapainya kebutuhan mengingat proses kehidupan yang terjadi, pada masyarakat modern saat ini sudah tidak lagi mengenal batasan geografis.

Elvinaro bersama Lukiati dalam bukunya Komunikasi Massa Suatu Pengantar, memberikan pengertian bahwa komunikasi massa adalah:

> "Pengertian komunikasi massa , pada satu sisi adalah proses dimana organisasi media memproduksi dan menyebarkan pesan kepada publik secara luas dan pada sisi lain diartikan sebagai entuk komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan anonym melalui media cetak maupun elektronik

> sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.(Elvinaro, 2005:31)"

Komunikasi massa (*mass communication*) dikemukakan oleh Effendy dalam buku Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi adalah:

> "Komunikasi melalui media massa modern, yang meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas, siaran radio dan televisi dan ditujukan kepada umum, dan film yang dipertunjukan digedung-gedung bioskop."(Effendy, 1993:79)

Definisi di atas dapat diketahui bahwa komunikasi massa harus menggunakan media massa sebagai alat penyampaian pesan kepada khalayak luas. Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti kampanye di lapangan luas yang dihadiri oleh puluhan, bahkan ratusan hingga ribuan orang. Jika tidak menggunakan media massa, maka itu tidak termasuk kedalam komunikasi massa. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah radio, televisi, surat kabar, majalah dan film.

2.1.2 Ciri-Ciri Komunikasi Massa

Elvinaro dalam bukunya "Komunikasi Massa Suatu Pengantar" menjelaskan karakteristik media massa yaitu :

a. Komunikator Terlembagakan
b. Pesan Bersifat Umum
c. Komunikannya Anonim dan Heterogen
d. Media Massa Menimbulkan Keserempakan
e. Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan
f. Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah
g. Stimuli Alat Indra "Terbatas"
h. Umpan Balik Tertunda.

Adapun penjelasan karakteristik media massa, sebagai berikut :

a. Komunikator Terlembagakan

Ciri komunikasi yang pertama adalah komunikatornya bergerak dalam sebuah organisasi (lembaga) yang kompleks, nyaris tak memiliki kebebasan individual. Lebih dari itu, pesan-pesan yang disebarkan melalui media massa merupakan hasil kerja sama (*collective)*, komunikatornya disebut sebagai *collective communicator.*

b. Pesan Bersifat Umum

Komunikasi massa bersifat *terbuka* artinya komunikasi massa ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu. Pesan komunikasi massa dapat berupa fakta, peristiwa atau opini. Pesan komunikasi massa yang dikemas dalam bentuk apa pun harus memenuhi kriteria penting atau menarik, atau penting sekaligus menarik bagi sebagian besar komunikan.

c. Komunikannya Anonim dan Heterogen.

Komunikan pada komunikasi massa bersifat anonim dan heterogen. Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Di samping anonim, komunikan komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda, yang dapat dikelompokkan berdasarkan faktor : usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latar belakang budaya, agama dan tingkat ekonomi.

d. Media Massa Menimbulkan Keserempakan

Kelebihan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya, adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapainya relatif banyak dan tidak terbatas. Bahkan lebih dari itu, komunikan yang banyak tersebut secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama pula.

e. Komunikasi mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan

Setiap komunikasi melibatkan unsur isi dan unsur hubungan sekaligus. Pada komunikasi massa yang penting adalah isi. Dalam komunikasi massa, pesan harus disusun sedemikian rupa berdasarkan sistem tertentu dan disesuaikan dengan karakteristik media massa yang akan digunakan.

f. Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah

Komunikasi massa adalah komunikasi dengan menggunakan media massa, karena melalui media massa maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung.

Komunikator yang aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif menerima pesan, namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog. Dengan demikian, komunikasi massa itu bersifat satu arah.

g. Stimuli Alat Indra "Terbatas"
Ciri komunikasi lainnya yang dapat dianggap salah satu kelemahan adalah stimuli alat indra yang "terbatas'. Dalam komunikasi massa, stimuli alat indra bergantung pada jenis media massa. Pada surat kabar dan majalah, pembaca hanya dapat melihat.

h. Umpan Balik Tertunda *(Delayed)*
Komponen umpan balik *(feedback)* merupakan faktor penting dalam bentuk komunikasi. Efektivitas komunikasi dapat dilihat dari *feedback* yang disampaikan oleh komunikan. Tapi pada komunikasi massa *feedback* akan diperoleh setelah komunikasi berlangsung.
(Elvinaro,2005:7-12)

2.1.3 Fungsi Komunikasi Massa

Komunikasi massa atau media massa mempunyai peran yang penting dalam perkembangan kehidupan masyarakat. Untuk hal ini, komunikasi massa mempunyai fungsi bagi masyarakat.

Elvinaro dalam bukunya yang berjudul "Komunikasi Massa Suatu Pengantar" yang mengutip dari Dominick menyebutkan fungsi komunikasi massa ialah:

a. *Surveillance*
b. *Interpretation*
c. *Linkage*
d. *Transmission of value*
e. *Entertainment*

Adapun penjelasan fungsi komunikasi, sebagai berikut :

a. *Surveillance* (Pengawasan)

   Fungsi pengawasan komunikasi massa dibagi dalam bentuk utama: (1) *warning of beware surveillance* (pengawasan peringatan) yaitu fungsi pengawasan peringatan terjadi ketika media massa menginformasikan tentang ancaman (2) *instrumental surveillance* (pengawasan instrumental) yaitu penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari.

b. *Interpretation* (Penafsiran)
   Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Tujuan penafsiran media ingin mengajak para pembaca atau pemirsa untuk memperluas wawasan dan membahasnya lebih lanjut.

c. *Linkage* (Pertalian)
   Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk *linkage* (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu. Kelompok-kelompok yang memiliki kepentingan yang sama tetapi terpisah secara geografis dipertalikan atau dihubungkan oleh media.

d. *Transmission of values* (Penyebaran Nilai-Nilai)
   Fungsi ini juga disebut *socialization* (sosialisasi). Sosialisasi mengacu kepada cara, dimana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar dan dibaca. Media massa memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang diharapkan mereka. Dengan perkataan lain, media mewakili kita dengan model peran yang kita amati dan harapan untuk menirunya.

e. *Entertainment* (Hiburan)
   Sulit dibantah lagi bahwa pada kenyataanya hampir semua media menjalankan fungsi hiburan. Fungsi dari media massa sebagai fungsi sebagai menghibur tiada lain tujuannnya adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak, karena dengan membaca berita-berita ringan atau melihat tayangan hiburan di televisi dapat membuat pikiran khalayak segar kembali.
   (Elvinaro,2005:15-17)

2. 2 Tinjauan Mengenai Media Massa

2.2.1 Pengertian Media Massa

Menurut Asep Syamsul M Romli dalam bukunya yang berjudul "Jurnalistik Terapan" disebutkan bahwa media massa (*mass media*) merupakan singkatan dari Media Komunikasi Massa merupakan *channel of mass communication*, yaitu saluran, alat, atau sarana yang dipergunakan dalam proses komunikasi massa.

2.2.2 Karakteristik Media Massa

Dalam buku *Jurnalistik Terapan* Asep Syamsul M Romli menyebutkan karakteristik media massa meliputi :

1. Publisitas, disebarluaskan pada khalayak.
2. Universalitas, pesannya bersifat umum.
3. Priodisitas, tetap atau berkala.
4. Kontinuitas, berkesinambungan.
5. Aktualitas, berisi hal-hal baru (Romli, 2005:5)

2.2.3 Bentuk – Bentuk Media Massa

Menurut Ardianto Elvinaro dalam bukunya "Komunikasi Massa Suatu Pengantar", pada dasarnya media massa dapat dibagi menjadi dua kategori, yakni media massa cetak dan media massa elektronik. Media cetak yang dapat memenuhi kriteria tersebut adalah surat kabar dan majalah. Sedangkan media elektronik yang memenuhi kriteria media massa adalah radio siaran, televisi, film, media *online* (internet). (Elvinaro, 2007:103)

2. 3 Tinjauan Umum Mengenai Pers

2.3.1 Pengertian Pers

Pers berasal dari perkataan Belanda *pers* yang artinya menekan atau mengepres. Kata pers merupakan padanan dari kata *press* dalam bahasa Inggris yang juga berarti menekan atau mengepres. Secara harfiah kata *pers* atau *press* mengacu pada pengertian komunikasi yang dilakukan dengan perantaraan barang cetakan. Sekarang kata *pers* atau *press* digunakan untuk merujuk semua kegiatan jurnalistik, terutama kegiatan yang berhubungan dengan menghimpun berita. Pers dan jurnalistik dapat diibaratkan sebagai jiwa dan raga. Pers adalah aspek raga, karena ia berwujud, konkret dan nyata, sedangkan jurnalistik adalah aspek jiwa, karena ia abstrak, merupakan kegiatan, dan menghidupi aspek pers.

Romli dalam buku "Jurnalistik Terapan Pedoman Kewartawanan dan Kepenulisan" yang mengutip dari Leksikon Komunikasi menjelaskan bahwa pers memiliki banyak arti yaitu:

1. Usaha percetakan atau penerbitan.
2. Usaha pengumpulan atau penyiaran berita.
3. Penyiaran berita melalui media massa.
4. Orang-orang yang bergerak dalam penyiaran berita.
5. Media penyiaran, yaitu media massa.
6. Ada pula pendapat, pers merupakan singkatan dari persurat kabaran.
   (2002:7)

Sumadiria dalam bukunya yang berjudul "Jurnalistik Indonesia"menjelaskan bahwa pers adalah :

> "Pers dalam arti sempit hanya merujuk kepada media cetak berkala : surat kabar, tabloid, dan majalah. Sedangkan dalam arti

> luas, pers bukan hanya menunjuk pada media cetak berkala melainkan juga mencakup media elektronik auditif dan media elektronik audiovisual barkala yakni radio, televisi, film dan media on line internet. Pers dalam arti luas disebut media massa." (2005:31)

Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Pokok Pers No. 40/1999, yang terdapat di buku Sumadiria yang berjudul "Jurnalistik Indonesia" menyatakan bahwa pers adalah :

> "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." (2005:31)

Definisi di atas, bahwa Pers merupakan lembaga sosial sekaligus wahana komunikasi massa yang *out put-nya* berupa kegiatan jurnalistik yakni mencari, memperoleh, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi, memberikan gambaran yang sangat jelas dimana ada keterkaitan antara jurnalistik dan pers. Sebenarnya kaitan antara pers dan jurnalistik adalah pers sebagai lembaga atau organisasi yang menyebarkan berita sedangkan jurnalistik lebih kepada praktek atau kegiatan menyebarkan berita.

Pers dapat memengaruhi dan juga merubah opini masyarakat karena bertindak sebagai komunikator massa. Agar pers dapat dipercaya oleh masyarakat, maka pers harus berusaha menyampaikan informasi yang faktual dan aktual serta terperinci. Masyarakat sebagai konsumen pers

sangat selektif didalam memilih informasi karena mereka mencari informasi sesuai dengan apa yang mereka butuhkan.

2.3.2 Fungsi Pers

Mahi M. Hikmat di dalam bukunya yang berjudul "Etika dan Hukum Pers" menjelaskan empat fungsi pers, yaitu :

a. Informasi (*to inform*)
b. Mendidik (*to educate*)
c. Rekreasi/Penghibur (*to entertaint*)
d. Kontrol Social (*to influence*)

Penjelasan ke empat fungsi dapat diuraikan sebagai berikut :

a. Informatif (*to inform*)
   Fungsi informatif yaitu memberikan informasi, atau berita kepada khalayak dengan cara yang teratur. Pers menghimpun beritayang dianggap berguna dan penting bagi orang banyak, kemudian menuliskanya dalam kata-kata, dan menyebarkanya ke publik. Setiap informasi yang disampaikan tentu harus memenuhi kriteria dasar suatu berita, yakni actual, akurat, factual, menarik atau penting, benar, lengkap-utuh, jelas, jernih, jujur, adil, berimbang, relevan, bermanfaat, etis, dan syarat berita lainnya. Dalam prinsip jurnalistik, syarat utama berita tersebut serring dirumuskan dalam 5W+1H *(what, who, where, when, why*, dan *how)*. Sebuah berita atau informasi dianggap lengkap jika keenam pertanyaan tersebut sudah terjawab dengan komplit.
b. Mendidik (*to educate*)
   Dalam konsep yang ideal, penyampaian informasi yang disebarluaskan pers dapat memberikan pendidikan kepada masyarakat, khususnya pembaca, pendengar, atau penonton. Dalam konteks ini, fungsi pers mendidik bermakna bahwa pers harus menyampaikan informasi yang berperan positif dalam mengembangkan khazanah ilmu pengetahuan. Informasi yang disebarkan pers sejatinya memberikan dampak positif, baik pada ranah kognitif, afektif, maupun psiomotorik pembaca, pendengar, dan penonton. Dengan fungsi ini pula, pers harus dapat berperan sebagai guru yang memberikan pencerahan terhadap muridnya (pembaca, pendengar, penonton). Pers setiap hari melaporkan berita, memberikan tinjauan atau analisis atas berbagai peristiwa

dan kecendrungan yang terjadi, serta ikut berperan dalam mewariskan nilai – nilai luhur universal, nilai – nilai dasar nasional, dan kandungan budaya local dari satu generasi ke generasi berikutnya secara estafet.

c. Rekreasi/Penghibur (*to entertaint*)
   Fungsi pers yang ketiga lebih melekat pada media elektronik : radio dan televisi. Bahkan sebelum hadirnya televisi dan radio yang bervisi *news,* fungsi menghibur merupakan fungsi utama. Walaupun begitu bagi sebagian media besar elektronik, ampai saat ini fungsi menghibur tetap merupakan fungsi yang dominan. Bahkan kalau di persentasekan sebagian besar televisi dan radio menjalankan fungsi hiburannya di atas 80% dari 100% acara yang mereka tayangkan. Fungsi ini memang mengamanatkan pers harus mampu memerakan dirinya sebagai wahana rekreasi yang menyenangkan sekaligus menyehatkan bagi semua lapisan masyarakat, khususnya bagi pembaca, pendengar atau penontonya. Dalam media cetak, fungsi menghibur ini pun dilakukan dengan memuat kisah-kisah dunia, baik yang nyata dalam bentuk feature atau fiksi berupa cerpen atau cerita beersambung, puisi, berita acara hiburan, berita seputar selebritis, humor, komik, dan lain sebagainya.
d. Kontrol Social (*to influence*)
   Pers menjadi bagian yang memberikan kontribusi sesuai visinya membenarkan yang benar dan meluruskan yang salah. Pers berfungsi sebagai kontrol dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Hal ini di beberapa Negara, seperti Indonesia, melahirkan pers sebagai lembaga kekuatan ke empat dalam konsep pemisahan kekuasaan dari *Montisque* atau dalam sistem pembagian kekuasaan seperti di Indonesia. Oleh karena itu, pers mendapat julukan *four estate* ; pers adalah pilar demokrasi ke empat setelah legislatif, eksekutif, dan yudikatif. Dalam kerangka ini, kehadiran pers dimaksudkan untuk mengawasi atau mengontrol kekuasaan legislatif, eksekutif, dan yudikatif agar kekuasaan mereka tidak menjadi korup dan absolute. Di Negara-negara yang menganut paham demokrasi, pers mengemban fungsi sebagai pengawas pemerintah dan masyarakat *(watchdoug function).* Pers juga harus bersikap *independent* atau menjaga jarak yang sama terhadap semua kelompok dan organisasi yang ada.
   (Hikmat, 2011 : 54-57)

2. 4 Konstruksi Sosial Media Massa

Istilah konstruksi sosial atas realitas sosial menjadi terkenal sejak di perkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann melalui bukunya yang berjudul "*The Social Construction of Reality : A Treatise in the Sociological of Knowledge*" (1966). Ia menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, dimana individu menciptakan secara terus menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif. (Bungin 2008:13)

Ide dasar semua teori dalam paradigma definisi sosial sebenarnya memiliki pandangan bahwa manusia adalah aktor yang kreatif dari realitas sosial. Artinya, tindakan manusia tidak sepenuhnya ditentukan oleh norma-norma, kebiasaan-kebiasaan, nilai-nilai, dan sebagainya, yang kesemuanya itu tercakup dalam fakta sosial. (Bungin,2008:11)

Manusia dalam banyak hal memiliki kebebasan untuk bertindak di luar batas kontrol struktur di mana individu melalui respons-respons terhadap stimulus dalam dunia kognitifnya. Dalam proses sosial, individu manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang bebas di dalam dunia sosialnya.

Realitas sosial tidak berdiri sendiri tanpa kehadiran individu, baik di dalamnya maupun di luar realitas tersebut. Realitas sosial itu memiliki makna, manakala realitas sosial dikonstruksi dan dimaknakan secara subyektif oleh individu lain sehingga memantapkan realitas itu secara obyektif. Individu mengkonstruksi realitas sosial, dan merekonstruksinya

dalam dunia realitas, memantapkan realitas itu berdasarkan subjektivitas individu lain dalam institusi sosialnya.

Paradigma konstruktivis menjelaskan bahwa realitas merupakan konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu. Akhirnya, dalam pandangan paradigma definisi sosial, realitas adalah hasil ciptaan manusia kreatif melalui kekuatan konstruksi sosial terhadap dunia sosial di sekelilingnya.

Bungin dalam bukunya "Konstruksi Sosial Media" Massa yang mengutip dari Berger dan Luckman menjelaskan bahwa :

> "Konstruksi sosial adalah sebuah proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi yang terjadi antara individu di dalam masyarakat. Ketiga proses tersebut terjadi secara simultan membentuk dialektika, serta menghasilkan realitas sosial berupa pengetahuan umum, konsep, kesadaran umum, dan wacana publik. Konstruksi sosial dibangun oleh individu dan masyarakat secara dialektika. Dan yang dimaksud konstruksi sosial itu adalah realitas sosial yang berupa realitas obyektif, subyektif, maupun simbolis". (2008:212)

Teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas terjadi secara simultan melalui tiga proses sosial yaitu eksternalisasi, objektivitas, dan internalisasi. Tiga proses ini terjadi di antara individu satu dengan individu lainnya dalam masyarakat. Eksternalisasi (penyesuaian diri) dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia. Objektivitas, yaitu interaksi sosial yang terjadi dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi. Dan internalisasi yaitu proses di mana individu mengidentifikasi dirinya dengan lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial tempat individu menjadi anggotanya. (Bungin, 2008:15)

Substansi teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas adalah pada proses simultan yang terjadi secara alamiah melalui bahasa dalam kehidupan sehari-hari pada sebuah komunitas primer dan semi-sekunder. Substansi "teori konstruksi sosial media massa" adalah pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan cepat dan sebenarnya merata. Realitas terkonstruksi itu juga membentuk opini. (Bungin, 2008:193)

Atas dasar pemikiran semacam itulah kaum konstruksionis memiliki pandangan tersendiri dalam melihat wartawan, media dan berita. Konsep mengenai konstruksionisme ini diperkenalkan oleh Peter L.Berger dan Luckmann melalui "The Social Construction of Reality, A Treatise in the Sociological of Knowledge" (1966). Ia menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, di mana individu menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif. (Bungin,2008:13)

2. 5 Tinjauan Umum Mengenai Radio

2.5.1 Pengertian Radio

Radio sebagai bentuk media massa elektronik merupakan jenis media elektronik yang pertama kali dikenal oleh masyarakat luas sebelum kemunculan televisi dan internet seperti saat ini. Media yang paling jauh dapat menjangkau suatu daerah adalah media radio. Melalui media radio, beragam informasi mengenai suatu peristiwa dapat disampaikan secara

cepat dan diterima oleh siapa saja. Radio kini sudah sangat dekat sekali dengan masyarakat umum dan sekarang ini radio sudah berkembang pesat di Bandung. Radio sudah digemari oleh masyarakat umum karena radio bisa menemani dalam kegiatan atau aktivitas kita sehari-hari dan juga bisa menemani di saat waktu luang. Radio mempunyai sifat-sifat khas yang sekaligus menjadi kekuatan yang dimilikinya dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada masyarakat. Banyak acara radio yang disiarkan dengan target pendengar (segmen) masing-masing, ada segmen untuk remaja, anak muda, orang tua bahkan sudah terdapat stasiun radio yang sasaran pendengarnya anak-anak. Pada saat ini sudah banyak radio yang mempunyai ciri khas masing-masing dan semua berpacu agar mendapatkan pendengar sebanyak mungkin. Radio siaran sebagai unsur dari proses komunikasi mempunyai ciri dan sifat yang berbeda dengan media massa lainnya. Berbeda dengan surat kabar yang merupakan media cetak, juga dengan film yang bersifat media optik. Televisi jika ada kesamaan hanya dalam sifat yang elektronik, terdapat perbedaan, yakni radio bersifat audial, televise bersifat audiovisual. Penyampaian pesan yang dilakukan oleh radio siaran hanya berupa bahasa lisan sehingga membuat para pendengar berimajinasi dengan sendirinya.

Radio adalah sebuah media yang digunakan untuk memberikan hiburan kepada pendengarnya melalui lagu dan informasi yang disampaikan sesuai dengan segmentasi Radio siaran itu sendiri. Didalam buku Radio Siaran teori & praktek menuliskan:

> “faktor ke-3 yang menyebabkan Radio siaran memiliki kekuasaan, ialah daya tariknya yang kuat yang dimilikinya. daya tarik ini ialah disebabkan sifatnya yang serba hidup berkat 3 unsur yang ada padanya, yakni musik, kata-kata dan efek suara . (Effendy, 1991:77)

Onong U. Effendy menyatakan mengenai dunia Radio siaran memiliki kekuatan untuk mempengaruhi massa atau khalayak, yaitu: Radio siaran diberi julukan The Fifth Estate disebabkan daya kekuatannya dalam mempengaruhi massa khalayak . (Effendy, 1991:74)

Selanjutnya kekuatan massa atau khalayak pada dunia Radio siaran disebabkan oleh beberapa faktor yang dijabarkan, yaitu:

1. Daya Langsung
   Untuk mencapai sasarannya, yakni pendengar, isi program acara yang akan disampaikan tidaklah mengalami proses kompleks. Sebagai contoh adanya propaganda yang disiarkan Radio siaran pada masa PD II yang dilakukan oleh Jerman pada masa itu, sehingga masyarakat dapat terpengaruh langsung oleh propaganda yang disiarkan Radio ditiap-tiap Negara jajahannya, jika dibandingkan dengan penggunaan pamflet pada masa itu. Daya langsung merupakan kemampuan Radio siaran yang dapat meliput secara langsung mengenai suatu kejadian yang sedang berjalan.
2. Daya Tembus
   Daya tembus dalam arti kata, tidak mengenal jarak dan rintangan. Dipedesaan kita masih dapat menikmati Radio siaran yang sama dengan di kota. Tetapi hal ini tergantung dari seberapa kuat pancaran gelombang yang disiarkan oleh tiap-tiap stasiun Radio siaran.
3. Daya Tarik
   Daya tarik Radio siaran disebabkan sifatnya yang serba hidup, berkat unsur yang ada pada Radio siaran, yakni musik, kata-kata dan efek suara seperti yang telah digambarkan diatas. (Effendy, 1991:75-77).

2.5.3 Keunggulan Radio

Radio tidak kalah saing dengan media informasi dan hiburan yang lain seperti televisi, surat kabar, majalah, maupun tabloid. Selain murah dan mudah, keunggulan Radio adalah sebagai berikut :

a. Cepat dan langsung

   Radio merupakan sarana tercepat dalam penyampaian informasi dibandingkan TV atau Koran. Peristiwa yang baru saja terjadi bisa didapatkan dan langsung disampaikan kepada pendengar tanpa proses yang rumit.

b. Akrab

   Radio adalah alat yang akrab dengan pemiliknya. Jarang ada sekelompok orang mendengarkan siaran Radio di suatu tempat. Biasanya, seseorang mendengar Radio di kamar tidur, di dapur, atau di dalam mobil.

c. Dekat

   Radio begitu dekat dengan pendengarnya. Penyiar Radio menyapa para pendengar secara personal. Sang penyiar seakan berbicara dengan satu orang pendengar, bukan banyak pendengar.

d. Hangat

   Paduan kata-kata, lagu, dan efek suara dalam siaran Radio begitu terasa hangat dan mampu memengaruhi emosi pendengarnya, memberikan semangat hidup, menghibur dikala sedih dengan lagu-lagu, betrindak seakan teman baik bagi pendengar.

e. Tanpa batas

Siaran Radio bisa disimak oleh siapa saja, menembus batas-batas geografis, demografis, suku, ras, agama, dan antar golongan, juga kelas sosial. Hanya tunarungu yang tidak mampu menikmati siaran Radio.

2.5.4 Kelemahan Radio

Selain kelebihan, Radio juga memiliki kelemahan dibandingkan media massa lainnya. Kelemahan-kelemahan itu adalah sebagai berikut :

a. Selintas

Siaran Radio cepat hilang dan gampang dilupakan. Pendengar tidak dapat mengulang apa yang diucapkan sang penyiar Radio semudah membalikkan kertas majalah atau Koran.

b. Global

Sajian informasi Radio bersifat global, tidak detail. Oleh karena itu, angka-angka pun dibulatkan. Misalkan, ada berita tentang 253 orang karyawan pabrik sepatu di PHK secara sepihak maka sang penyiar akan mengatakan dua ratus orang lebih karyawan abrik sepatu di PHK secara sepihak .

c. Batasan waktu

Waktu siaran Radio terbatas, umumnya siaran dibuka mulai pukul 05.00-24.00, maksimal 20 jam bila memungkinkan.

d. Beralur linier

Program acara disajikan dan dinikmati pendengar berdasarkan urutan yang sudah ada. Tidak seperti Koran atau majalah, pembaca bisa langsung kehalaman tengah atau terakhir sesuai yang diinginkan.

e. Mengandung gangguan

Saat mendengarkan program acara Radio, pendengar terkadang mengalami gangguan secara teknis. Misalnya, suara yang timbul-tenggelam atau tidak jelas.

2. 6 Tinjauan Umum Mengenai Berita

2.6.1 Pengertian Berita

Sumadiria dalam bukunya yang berjudul "Jurnalistik Indonesia" menyatakan bahwa berita adalah :

> 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 on line internet.(Sumadiria, 2005:65)

Pernyataan di atas mengungkapkan bahwa berita bukan hanya menunjuk pada pers atau media massa dalam arti sempit dan "tradisional", melainkan juga pada radio, televisi dan internet atau media massa dalam arti luas dan modern. Berita pada awalnya hanya "milik" surat kabar. Tetapi sekarang, berita telah menjadi "darah-daging" radio, televisi dan

internet. Berita telah tampil sebagai kebutuhan dasar (basic need) masyarakat modern di seluruh dunia.

Berbicara mengenai proses jurnalistik maupun berita maka tidak lepas dari wartawan yang berperan mencari berita. Wartawan atau jurnalis adalah orang yang terlibat dan bertugas mencari, mengumpulkan, dan mengolah informasi menjadi naskah berita untuk disiarkan melalui media massa.

Naskah berita ditulis dengan menggunakan pola penulisan piramida terbalik (inverted pyramid) dan mengacu kepada 5W+1H. agar berita lengkap, akurat dan memenuhi standar teknis jurnalistik. Artinya berita mudah disusun dalam pola yang sudah baku, dan mudah dipahami isinya oleh pembaca. Dalam teknik melaporkan (to report) wartawan tidak boleh memasukan pendapat pribadi dalam berita yang ditulis, dibacakan, atau ditayangkannya. Naskah berita ditulis dengan menggunakan rumus 5W+1H, yaitu:

f. What = apa yang terjadi
g. Who = siapa yang terlibat dalam peristiwa itu
h. When = kapan peristiwa itu terjadi
i. Where = dimana peristiwa itu terjadi
j. Why = mengapa peristiwa itu sampai terjadi
k. How = bagaimana jalannya peristiwa itu
(Effendy, 2003:253)

Tugas seorang wartawan adalah mencari berita (news hunting), dapat dilakukan dengan beberapa teknik yakni reportase. Reportase adalah kegiatan jurnalistik berupa meliputi langsung ke lapangan, ke Tempat Kejadian Perkara (TKP). Wartawan mendatangi langsung tempat kejadian

atau peristiwa, lalu mengumpulkan fakta dan data seputar peristiwa tersebut. Fakta dan data yang dikumpulkan harus memenuhi unsur-unsur berita 5W+1H.

Peliputan berita memerlukan proses wawancara (interview) dengan sumber berita atau nara sumber (interview). Wawancara bertujuan menggali informasi, komentar, opini, fakta atau data tentang peristiwa dengan mengajukan pertanyaan kepada narasumber.

Sumber berita dalam wawancara harus dapat dipercaya dan menyebutkan nama sumber tersebut. Nara sumber yang tidak menyebutkan identitasnya merupakan isu yang tidak bisa dipertanggungjawabkan. Jika memperoleh nara sumber yang salah maka akan berdampak negatif atau menurunnya tingkat kepercayaan khalayak terhadap kredibilitas surat kabar tersebut.

2.6.2 Jenis Jenis Berita

Jenis-jenis berita menurut Sumadiria dalam bukunya "Jurnalistik Indonesia" adalah sebagai berikut :

1. *Straight news report* adalah laporan langsung mengenai suatu peristiwa. Berita memiliki nilai penyajian objektif tentang fakta-fakta yang dapat dibuktikan. Biasanya, berita jenis ini ditulis dengan unsur-unsur yang dimulai dari what, who, when, where, why, dan how (5W+1H).
2. *Depth news report* merupakan laporan yang sedikit berbeda dengan straight news report. Reporter (wartawan) menghimpun informasi dengan fakta-fakta mengenai peristiwa itu sendiri sebagai informasi tambahan untuk peristiwa tersebut. Jenis laporan ini memerlukan pengalihan informasi, bukan opini reporter. Fakta-fakta yang nyata masih tetap besar.

3. *Comprehensive news* merupakan laporan tentang fakta yang bersifat menyeluruh ditinjau dari berbagai aspek. Berita menyeluruh, sesungguhnya merupakan jawaban terhadap kritik sekaligus kelemahan yang terdapat dalam berita langsung (straight news). Berita menyeluruh, mencoba menggabungkan berbagai serpihan fakta itu dalam satu bangunan cerita peristiwa sehingga benang merahnya terlihat dengan jelas.
4. *Interpretative report* lebih dari sekadar straight news dan depth news. Berita interpretatif biasanya memfokuskan sebuah isu, masalah atau peristiwa-peristiwa kontroversial. Namun demikian, focus laporan beritanya masih berbicara mengenai fakta yang terbukti bukan opini. Dalam jenis laporan ini, reporter menganalisis dan menjelaskan. Karena laporan interpretative bergantung kepada pertimbangan nilai dan fakta, maka sebagian pembaca menyebutnya sebagai "opini".
5. *Feature story* berbeda dengan straight news, depth news, atau interpretative news. Dalam feature, penulis mencari fakta untuk menarik perhatian pembacanya. Penulis feature menyajikan suatu pengalaman pembaca (reading experiences) yang lebih bergantung pada gaya (style) penulisan dan humor daripada pentingnya informasi yang disajikan.
6. *Depth reporting* adalah pelaporan jurnalistik yang bersifat mendalam, tajam, lengkap dan utuh tentang suatu peristiwa fenomenal atau aktual. Dengan membaca karya pelaporan mendalam orang akan megetahui dan memahami dengan baik duduk perkara suatu persoalan dilihat dari berbagai perspektif atau sudut pandang. Pelaporan mendalam ditulis oleh tim, disiapkan dengan matang, memerlukan waktu beberapa hari atau minggu, dan membutuhkan biaya peliputan cukup besar.
7. *Investigative reporting* berisikan hal-hal yang tidak jauh berbeda dengan laporan interpretatif. Berita jenis ini biasanya memusatkan pada sejumlah masalah dan kontroversi. Namun demikian, dalam laporan investigative, para wartawan melakukan penyelidikan untuk memperoleh fakta yang tersembunyi demi tujuan. Pelaksanaannya sering illegal atau tidak jelas.
8. *Editorial writing* adalah pikiran sebuah institusi yang diuji di depan sidang pendapat umum. Editorial adalah penyajian fakta dan opini yang menafsirkan berita-berita yang penting dan memengaruhi pendapat umum.

   (Sumadiria 2005:69-71)

2.6.3 Nilai-nilai Berita

Ada beberapa unsur atau aspek yang dijadikan acuan untuk menentukan nilai berita suatu kejadian atau fakta. Sumadiria dalam bukunya **"**Jurnalistik Indonesia" menjelaskan kriteria umum nilai berita yaitu :

1. Keluarbiasaaan (*unusualness*), yaitu sesuatu yang luar biasa. Kalangan praktisi jurnalistik sangat meyakini, semakin besar suatu peristiwa, semakin besar pula nilai berita yang ditimbulkannya. Di dunia ini banyak peristiwa yang masuk kategori luar biasa, seperti pesawat terbang meledak di udara, gunung meletus yang menelan korban jiwa. Peristiwa-peristiwa itu, selalu mendapat tempat utama dalam dunia jurnalistik karena menimbulkan dampak besar bagi manusia.

2. Kebaruan (n*ewness*), yaitu semua apa yang terbaru. Apa saja perubahan penting yang terjadi dan dianggap berarti seperti berita mengenai pemilihan presiden.

3. Akibat (*impact*), yaitu segala sesuatu yang berdampak luas. Suatu peristiwa tidak jarang menimbulkan dampak besar dalam kehidupan masyarakat seperti kenaikan harga bahan bakar minyak (BBM) bagaimanapun sangat berpengaruh dan memiliki akibat yang besar bagi masyarakat.

4. Aktual (*timeliness*), yaitu peristiwa yang sedang terjadi atau sedang terjadi.

5. Kedekatan (*proximity*). Di sini berita mempunyai nilai ketika adanya kedekatan. Kedekatan mengandung dua arti. Kedekatan geografis dan kedekatan psikologis. Kedekatan geografis menunjuk pada suatu peristiwa yang terjadi di sekitar tempat tinggal kita. Kedekatan psikologis lebih banyak ditentukan oleh tingkat ketertarikan pikiran, perasaan, atau kejiwaan seseorang dengan suatu objek peristiwa atau berita.

6. Informasi (*information*). Berita adalah informasi. Menurut Wilbur Schramm, informasi adalah segala yang bisa menghilangkan ketidakpastian.

7. Konflik (*conflict*). Berita adalah konflik atau segala sesuatu yang mengnadung unsur atau sarat dengan dimensi pertentangan.

8. Orang Penting (*public figure, news maker*), yaitu mengenai orang-orang penting, orang-orang ternama, pesohor, selebriti, figur publik. Mereka di mana pun, ucapan dan tingkah lakunya selalu menarik untuk dibuat berita.

9. Kejutan (*surprising*). Kejutan adalah sesuatu yang datangnya tiba-tiba, di luar dugaan, tidak direncanakan, di luar perhitungan, tidak diketahui sebelumnya. kejutan bisa menunjuk pada ucapan dan perbuatan manusia, bisa juga menyangkut binatang dan perubahan yang terjadi pada lingkungan kita.

10. Ketertarikan Manusiawi (*human interest*), di sini kadang-kadang suatu peristiwa tak menimbulkan efek berarti pada seseorang, sekelompok atau bahkan lebih jauh lagipada suatu masyarakat, tetapi telah menimbulkan getaran pada suasana hati, suasana kejiwaan dan alam perasaannya seperti contohnya humor yang disampaikan para mubalig seperti KH Abdullah Gymnastiar.

11. Seks (*sex*), sepanjang sejarah peradaban manusia, segala hal yang berkaitan dengan perempuan, pasti menarik dan menjadi sumber berita. Seks memang identik dengan perempuan. Segala macam berita tentang perempuan, tentang seks, selalu banyak peminatnya, selalu dinanti dan bahkan dicari.
(Sumadiria, 2006:80-92)

2.6.4 Karakteristik Berita

Selain unsur-unsur dan nilai-nilai berita, wartawan juga harus memperhatikan karakteristik berita. Hikmat dalam bukunya "Jurnalistik Teori dan Praktik" menjelaskan karakteristik berita, yaitu:

1. Akurat, yaitu menulis fakta secara benar, baik yang menyangkut nama orang, nama tempat, nama binatang, nama tumbuhan, nama benda, maupun yang menyangkut waktu, dan jumlah gelar, jabatan, pangkat dan lain-lain.

2. Objektif dan jujur, yaitu fakta yang dilaporkan apa adanya (tanpa prasangka dan pesan 'sponsor').

3. Seimbang, yaitu kejadian / fakta terutama yang melibatkan dua atau lebih pihak, dilaporkan secara seimbang, baik secara kuantitatif atau secara kualitatif.
4. Ringkas dan jelas, yaitu kejadian / fakta dilaporkan secara jelas dan relatif ringkas.
5. Berita harus hangat, yaitu fakta yang disampaikan haruslah merupakan berita yang selalu hangat, dengan kata lain bukan merupakan informasi yang lama.
   (Hikmat, 2007:47)

2.6.5 Konsep Berita

George Fox Mott dalam *New Survey of Journalism* yang di kutip oleh Sumadiria dalam buku Jurnalistik Indonesia menjelaskan beberapa konsep berita sebagai berikut:

a. Berita sebagai Laporan Tercepat
   Berita adalah laporan tercepat yang disiarkan oleh surat kabar, radio, televisi atau media online internet mengenai opini atau fakta atau kedua-duanya, yang menarik perhatian dan dianggap penting oleh sebagian terbesar khalayak pembaca, pendengar atau pemirsa. Prinsip kecepatan dalam melaporkan berita, mengharuskan para reporter dan editor mampu bekerja dengan cepat. Namun harus diimbangi pula dengan kelengkapan dan ketelitian, kecermatan dan ketepatan, sehingga berita apa pun yang dilaporkan tetap faktual, benar dan akurat, dan tidak malah membingungkan khalayak pembaca.
b. Berita sebagai Rekaman
   Rekaman tidak hanya berlaku untuk radio. Untuk suart kabar, tabloid dan majalah dan lain sebagianya, berita juga mengandung arti rekaman peristiwa. Ia dinyatakan dalam berbagai bentuk tulisan dan laporan, foto dan gambar dalm untain kata dan kalimat yang tersusun dengan rapi dan baik, jelas cermat. Sifatnya terdokumentasikan.
c. Berita sebagai Fakta Objektif
   Berita adalah laporan tentang fakta secara apa adanya *(das Sein)* dan bukan laporan tentang fakta yang seharusnya *(das Sollen)*. Sebagai fakta, berita adalah reskontruksi peristiwa melalui prosedur jurnalistik yang sangat ketat dan terukur. Dalam teori jurnalistik ditegaskan, fakta-fakta yang disajikan media kepada khalayak sesungguhnya merupakan tangan kedua *(second hand*

reality). Realitas tangan pertama adalah fakta atau peristiwa itu sendiri *(first reality).*

d. Berita sebagai Interpretasi
   rjadi berita yang diliput dan dilaporkan media hanya serpihan-serpihan fakta yang belum berbicara. Tugas media adalah membuat fakta yang seolah membisu itu menjadi dapat berbicara sendiri kepada khalayak pembaca, pendengar atau pemirsa dalam bahasa yang enak dibaca dan mudah dicerna. Untuk itu, redaksi menyajikan analisis berita, menyelenggarakan wawancara dengan para ahli, menggelar diskusi, dan memberikan interpretasi terhadap berbagai fenomena dan fakta yang muncul, antara lain melalui artikel dan tajuk rencana.
e. Berita sebagai Sensasi
   Tahap paling awal dalam penerimaan informasi adalah sensasi. Sensasi adalah pengalaman elementer yang segera, yang tidak memerlukan penguraian verbal, simbolis, atau konseptual dan terutama sekali berhubungan dengan kegiatan alat indra. Sensasi itu sendiri merupakan bagian dari persepsi. Menurut Desiderato (1976:129), persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.
f. Berita sebagai Minat Insani
   Dengan adanya berita pada media massa bermaksud menggalang dan membangkitkan atensi serta motivasi kita untuk tetap bersatu, tetap bersaudara, tetap saling berkomunikasi dan saling mencintai. Tidak ada tragedi paling dahsyat di dunia ini kecuali tragedi kemanusiaan. Dengan kemampuan yang dimilikinya, media massa terpanggil untuk senantiasa menumbuhkan kepekaan sosial masyarakat.
g. Berita sebagai Ramalan
   Berita sesungguhnya tidak sekadar melaporkan perbuatan atau keadaan yang kasat mata. Berita sekaligus juga mengisyaratkan dampak dari perbuatan atau keadaan itu. Berita sanggup ,memberikan interpretasi, prediksi dan konklusi. Pandangan semacam ini mewajibkan siapa pun yang kerap berhubungan dengan media massa, untuk tidak lari ke "dunia uji nyali" melalui "berbagai penampakan" yang mungkin menyesatkan.
h. Berita sebagai Gambaran
   Dalam dunia jurnalistik dikenal aksioma: satu gambar seribu kata *(one picture one thousand word)*. Jadi, betapa dahsyatnya efek sebuah gambar dibandingkan dengan kata-kata. Sekarang, tulis Muhtadi (1999:102), dalam dunia persuratkabaran, gambar karikatur merupakan salah satu alat yang digunakan untuk memengaruhi khalayak setelah kolom editorial dan artikel. Sikap dan bahkan perilaku publik dapat digerakkan dengan bantuan gambar karikatur. Sebab gambar, foto dan karikatur merupakan

> pesan-pesan yang hidup sekaligus menghidupkan deskriptif verbal lainnya. Karena itu, surat kabar dan majalah hanya akan menjadi lembaran-lembaran mati yang membosankan jika hadir tanpa foto dan gambar.
> (Sumadiria, 2005:72-79)

2. 7 Tinjauan Umum *Citizen Journalism*

2.7.1 Pengertian Mengenai *Citizen Journalism*

Citizen Journalism pada dasarnya tidak ada yang berubah *Citizen Journalism* pada dasarnya tidak ada yang berubah, dari kegiatan jurnalisme yang didefinisikan seputar aktivitas mengumpulkan, mengolah, dan menyebarluaskan berita. *Citizen Journalism* intinya melibatkan kegiatan seperti itu, hanya saja kalau dalam pemaknaan jurnalisme konvensional yang melakukan aktivitas tersebut adalah wartawan, kini *public* (masyarakat) juga bisa ikut serta melakukan hal-hal yang biasa dilakukan wartawan di lembaga media. (Suwandi, 2010:29)

Citizen Journalism adalah bentuk spesifik dari *Citizen Media* dengan *content* yang berasal dari publik. Di Indonesia, istilah yang dimunculkan untuk *Citizen Journalism* adalah partisipatoris atau Journalisme warga. (Suwandi, 2010:29-30)

Menurut Pandan Yudhapramesti dalam buku "Mengamati Fenomena *Citizen Journalism*" menjelaskan *Citizen journalism* yang juga dikenal dengan beragam nama lain sepereti *participatory journalism* atau *grassroot journalism* adalah jurnalisme orang biasa. Seseorang, tanpa memandang latar balakang pendidikan dan keahlian, dapat

merencanakan, menggali, mengolah, dan mempresentasikan informasi, berupa tulisan, gambar, foto, tuturan (laporan lisan), video, dan lain-lain dalam *Citizen journalism*. (Yudhapramesti, 2007:35)

2.7.2 Jenis-jenis *Citizen Journalism*

Pandan Yudhapramesti mengatakan *Citizen journalism* bukanlah konsep yang sederhana yang dapat dipublikasikan secara sederhana pada seluruh organisai pemberitaan. *Citizen journalism* memiliki konsep yang kompleks dengan beragam variasi. Seperti yang dikutip oleh Pandan Yudhapramesti dalam buku "Mengamati Fenomena *Citizen Journalism*" Steve Outing, senior editor pada the Poynter Institute for Media Studies, mengklasifikasikan *Citizen journalism* kedalam 11 kategori, yaitu :

1. *Citizen journalism* yang membuka ruang untuk komentar publik, dimana pembaca atau khalayak bisa bereaksi, memuji, mengkritik, atau menambahkan bahan tulisan jurnalis profesional. Pada media cetak konvensional, jenis ini bisa kita kenal sebagai ruang surat pembaca.
2. Menambahkan pendapat masyarakat sebagai bagian dari artikel yang ditulis. Warga diminta untuk menuliskan pengalamannya, pada sebuah topik utama liputan yang dilaporkan jurnalis.
3. Kolaborasi antara jurnalis profesional dengan nonjurnalis yang memiliki kemampuan dalam materi yang dibahas, sebagai bantuan dalam mengarahkan atau memeriksa keakuratan artikel. Terkadang profesional nonjurnalis ini dapat juga menjadi kontributor tunggal yang menghasilkan artikel tersebut.
4. *Bloghouse* warga. Melalui blog, orang bisa berbagi cerita tentang dunia, dan bisa menceritakan dunia berdasarkan pengalaman dan sudut pandangnya.
5. *Newsroom citizen transparency blogs*, merupakan blog yang disediakan sebuah organisasi media sebagai upaya transparansi, dimana pambaca bisa memasukan keluhan, kritik, atau pujian atas pekerjaan media tersebut.
6. *Stand-alone citizen journalism site*, yang melalui proses *editing*. Sumbangan laporan dari warga, biasanya tentang hal-

hal yang sifatnya sangat lokal, yang dialamai langsung oleh warga. Editor berperan untuk menjaga kualitas laporan, dan mendidik warga (kontributor) tentang topik-topik yang menarik dan layak untuk dilaporkan.

7. *Stand-alone citizen journalism site*, yang tidak melalui proses *editing*.
8. Gabungan *stand-alone citizen journalism website* dan edisi cetak.
9. *Hybrid: Pro + Citizen journalism*. Suatu kerja organisasi media yang menggabungkan pekerjaan jurnalis profesional dengan jurnalis warga. Situs *Ohmy News*, Radio Elshinta, atau Radio Mara FM Bandung termasuk ke dalam kategori ini. Dalam *Ohmy News*, kontribusi berita tidak otomatis diterima sebagai sebuah berita. Editor berperan dalam menilai dan memilih berita yang akan diangkat kehalaman utama.
10. Penggabungan antara jurnalis profesional dan jurnalis warga dalam satu atap, dimana *website* membeli tulisan dari jurnalis profesional dan menerima tulisan jurnalis warga.
11. Model Wiki, dimana pembaca adalah juga editor. Setiap orang bisa menulis artikel dan setiap orang bisa memberi tambahan atau komentar terhadap komentar yang terbit. (Yudhapramesti, 2007:38-40)