BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Umum Tentang Ilmu Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti "sama", *communicatio* atau *communicare* yang berarti "membuat sama" (*to make common*). Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama. Para pakar komunikasi mendefinisikan komunikasi secara berbeda, berikut beberapa definisi tentang komunikasi :

Carl I. Hovland (dalam Mulyana 2006: 62) mendefinisakan "Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk merubah perilaku orang lain (komunikan).

Gerald R. Miller (dalam Mulyana, 2006: 62) menjelaskan bahwa " komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaiakan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima".

Sedangkan Harold Laswell (dalam Mulyana 2005:62). Mengemukakan rumusan komunikasi dari unsur- unsur komunikasinya itu sendiri, yaitu :

- *Who, (unsur komunikator yang menyampaikan pesan/informasi)*
- *Says What, (unsur message atau isi pesan yang dikomunikasikan)*
- *In Which Channel, (unsur alat-alat komunikasi atau media yang digunakan)*

- *To Whom, (unsur audience/komunikan yaitu penerima komunikasi)*
- *With What Effect, (unsur pengaruh yang ditimbulkan komunikasi)*

Mengacu kepada pendapat Laswell tersebut, maka sedikitnya terdapat tiga komponen pokok dalam proses komunikasi, yaitu : komunikator, pesan, dan komunikan.

Berdasarkan gambaran diatas kita dapat melihat bahwa pengertian komunikasi begitu kompleks apabila dilihat dari berbagai sudut pandang dan tidak sesederhana yang dibayangkan. Sehingga wajar apabila komunikasi yang merupakan kebutuhan essensial manusia dijadikan suatu ilmu tersendiri. Pengertian komunikasi tidak hanya terbatas pada penyampaian dari komunikator terhadap komunikan, tetapi lebih dari itu setiap kegiatan komunikasi mempunyai media yang mampu menimbulkan suatu efek tertentu bagi tujuan atau sasaran.

2.1.2 Unsur-unsur Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya yang berjudul *Dinamika Komunikasi,* bahwa dari berbagai pengertian komunikasi yang telah ada, tampak adanya sejumlah komponen atau unsur yang dicakup, yang merupakan persyaratan terjadinya komunikasi. Komponen atau unsur-unsur tersebut adalah sebagai berikut:

- Komunikator : Orang yang menyampaikan pesan.
- Pesan : Pernyataan yang didukung oleh lambing.
- Komunikan : Orang yang menerima pesan.
- Media : Sarana atau saluran yang mendukung pesan bila. komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya.
- Efek : Dampak sebagai pengaruh dari pesan. (Effendy, 2002 : 6)

2.1.3 Sifat Komunikasi

Sifat komunikasi ada beberapa macam, yaitu :

1. Tatap muka (*face-to-face*)
2. Bermedia (*Mediated*)
3. Verbal (*Verbal*)
   - Lisan (*Ora*l)
   - Tulisan
4. Non verbal (*Non-verbal*)
   - Gerakan/ isyarat badaniah (*gestural*)
   - Bergambar (*Pictorial*) (Effendy, 2002:7)

Dalam penyampaian pesan, seorang komunikator (pengirim) dituntut untuk memiliki kemampuan dan sarana agar mendapat umpan balik (*Feedback*) dari komunikan (penerima), sehingga maksud dari pesan tersebut dapat di penuhi dengan baik dan berjalan efektif. Komunikasi dengan tatap muka (*face-to-face*) dilakukan antara komunikator dengan komunikan secara langsung, tanpa menggunakan media apapun kecuali bahasa sebagai lambang atau simbol komunikasi bermedia dilakukan oleh komunikator kepada komunikan, dengan menggunakan media sebagai alat bantu dalam menyampaikan pesannya.

Komunikator dapat menyampaikan pesannya secara verbal dan non verbal. Verbal di bagi ke dalam dua macam yaitu lisan (*Oral*) dan tulisan (*Written/printed*). Sementara non verbal dapat menggunakan gerakan atau isyarat badaniah (*gesturual*) seperti melambaikan tangan, mengedipkan mata dan sebagainya, dan menggunakan gambar untuk mengemukakan ide atau gagasannya.

2.1.4 Tujuan Komunikasi

Dalam melakukan proses komunikasi, tentu mempunyai tujuan dalam pelaksanaannya. Adapun tujuan dari komunikasi diantaranya :

1. Perubahan sikap (*to change the attitude*)
2. Mengubah opini opini/pendapat/pandangan (*to change the opinion*)
3. Mengubah perilaku (*to change the behavior*)
4. Mengubah masyarakat (*to change the society*) (Effendy, 2003: 55)

Untuk lebih memahami tujuan komunikasi, Ruslan menyatakan tujuan komunikasi sebagi berikut :

1. Apakah kita ingin menjelaskan sesuatu pada orang lain. Maksudnya apakah kita menginginkan orang lain untuk mengerti dan memahami apa yang kita maksud.
2. Apakah kita ingin agar orang lain menerima dan mendukung gagasan kita. dalam hal ini tentu cara penyampaian akan berbeda dengan cara yang dilakukan untuk menyampaikan informasi atau pengetahuan saja.
3. Apakah kita ingin agar orang lain mengerjakan sesuatu atau agar mereka mau bertindak. (Ruslan, 2003: 11)

2.1.5 Fungsi Komunikasi

Fungsi adalah potensi yang dapat digunakan untuk memenuhi tujuan-tujuan tertentu. Hafied Cangara dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi menjelaskan fungsi komunikasi sesuai tipe komunikasi yakni komunikasi dengan diri sendiri, komunikasi antarpribadi, komunikasi publik, dan komunikasi massa.

Komunikasi dengan diri sendiri berfungsi untuk mengembangkan kreativitas imajinasi, memahami dan mengendalikan diri, serta meningkatkan kematangan berpikir sebelum mengambil keputusan. Fungsi komunikasi antarpribadi adalah berusaha meningkatkan hubungan insani (*human relations*), menghindari dan mengatasi konflik-konflik pribadi, mengurangi ketidakpastian sesuatu, serta berbagai pengetahuan dan pengalaman dengan orang lain.

Komunikasi publik berfungsi untuk menumbuhkan semangat kebersamaan (*solidaritas*), mempengaruhi orang lain, memberi informasi, mendidik, dan menghibur. Komunikasi massa berfungsi untuk menyebarluaskan informasi, meratakan pendidikan, merangsang pertumbuhan ekonomi, dan menciptakan kegembiraan dalam hidup seseorang (Cangara,2004: 55-57).

2.2 Tinjauan Komunikasi Massa

2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa

Menurut Onong Uchjana Effendy , komunikasi massa yaitu komunikasi melalui media massa modern, dan media massa ini adalah surat kabar, radio, film serta televisi. Karena media itulah yang lazim digunakan dalam kegiatan komunikasi massa.

Banyak pakar komunikasi yang mengartikan komunikasi massa dari berbagai sudut pandang, seperti halnya Bittner mengartikan komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*Mass Communication Is Messages Communicated Trough A Mass Medium To A Large Number Of People*).

Menurut Gerbener (1967), "*mass communication is the tehnologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flows of message in industrial societies*".(Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri).(Rakhmat, 2003: 188).

2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa

menurut Dominick yang dikutip oleh Lukiati Komala Erdinaya dalam Komunikasi Massa Suatu Pengantar menyatakan bahwa fungsi komunikasi massa adalah:

- *Surveillance* (Pengawasan)

  Fungsi pengawasan komunikasi massa dibagi dalam bentuk utama, *warning or beware surveillance* (pengawasan peringatan) dan *instrumental surveillance* (pengawasan instrumental).

  Warning or beware surveillance (pengawasan peringatan) terjadi ketika media massa menginformasikan tentang ancaman dari angina topan, meletusnya gunung merapi, kondisi efek yang memperhatikan, tayangan inflasi atau adanya serangan militer. Peringatan ini serta merta menjadi ancaman. *instrumental surveillance* (pengawasan instrumental) adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari.

- *Interpretation* (Penafsiran)

  Fungsi penafsiran hamper sama dengan fungsi pengawasan. Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting.

- *Linkage* (Keterkaitan)

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

- *Transmission of Values* (Penyebaran Nilai)

  Fungsi penyebaran nilai tidak kentara. Fungsi ini juga disebut *socialization* (sosialisasi). Sosialisasi mengacu kepada cara, dimana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Dengan perkataan lain, media mewakili kita dengan model peran yang kita amati dan harapan untuk menirunya.

- *Entertainment* (Hiburan)

  Sulit dibantah lagi bahwa pada kenyataannya hamper semua media menjalankan fungsi hiburan. Fungsi media massa sebagai fungsi menghibur tidak lain tujuannya adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak, karena dengan membaca berita-berita ringan atau melihat tayangan hiburan di televisi dapat membuat pikiran khalayak segar kembali

  (Erdinaya,2005: 15-19).

Sedangkan menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya Komunikasi Dinamika mengutarakan tiga fungsi dari komunikasi massa, diantaranya:

- Menyiarkan informasi (*to inform*),
- Mendidik (*educate*),
- Menghibur (*to entertain*).

(Effendy, 2006: 54)

2.3 Tinjauan Tentang Media Massa

Media massa (*mass media*) singkatan dari media komunikasi massa dan merupakan *channel of mass* yaitu saluran, alat atau sarana yang dipergunakan dalam proses komunikasi massa, karakteristik media massa itu meliputi :

1. Publisitas, disebarluaskan kepada khalayak.
2. Universalitas, kesannya bersifat umum.
3. Perioditas, tetap atau berkala.
4. Kontinuitas, berkesinambungan.
5. Aktualitas, berisi hal-hal baru.
   (Romly, 2005 : 5)

Isi media massa secara garis besar terbagai atas tiga kategori : berita, opini, feature. Karena pengaruhnya terhadap massa (dapat membentuk opini publik), media massa disebut “kekuatan keempat” (*The Four Estate*) setelah lembaga eksekutif, legistatif, yudikatif. Bahkan karena idealisme dengan fungsi sosial controlnya media massa disebut-sebut “musuh alami” penguasa. (Romly, 2005: 5)

Media yang termasuk kedalam kategori media massa adalah surat kabar, majalah, radio, TV dan film. Kelima media tersebut dinamakan “*The Big Five Of Mass Media*” (lima besar media massa), media massa sendiri terbagi dua

macam, media massa cetak (*printed media*), dan media massa elektronik (*electronic media*). Yang termasuk media massa elektronik adalah radio, TV, film (*movie*), termasuk CD. Sedangkan media massa cetak dari segi formatnya dibagi menjadi enam yaitu :

1. Koran atau surat kabar (ukuran kertas broadsheet atau ½ plano)
2. Tabloid (½ broadsheet)
3. Majalah (½ tabloid atau kertas ukuran polio atau kuarto)
4. Buku (½ majalah)
5. Newsletter (polio atau kuarto, jumlah halaman lazimnya 4 – 8 halaman)
6. Buletin (½ majalah jumlah halaman lazimnya 4 – 8)
   (Romly, 2005 : 5)

2.4 Tinjauan Tentang Surat Kabar

2.4.1 Pengertian Surat Kabar

Surat kabar di Indonesia hadir dalam berbagai bentuk yang jenisnya bergantung pada frekuensi terbit, bentuk, kelas ekonomi pembaca, peredarannya serta penekanan isinya. Pengertian surat kabar menurut Onong Uchjana Effendy adalah lembaran tercetak yang memuat laporan yang terjadi di masyarakat dengan ciri-ciri terbit secara periodic, bersifat umum, isinya termasa/actual, mengenal apa saja di seluruh dunia yang mengandung nilai-nilai untuk diketahui khalayak pembaca (Effendy, 2004 : 241)

Sedangkan Menurut Kurniawan Junaidi yang dimaksud dengan surat kabar adalah :

> "Sebutan bagi penerbitan pers yang masuk dalam media massa tercetak berupa lembaran berisi tentang berita-berita, karangan-karangan dan iklan serta diterbitkan secara berkala, bisa harian, mingguan, bulanan serta diedarkan secara umum, isinya pun harus actual, juga harus bersifat

universal, maksudnya pemberitaanya harus bersangkut-paut dengan manusia dari berbagai golongan dan kalangan". (Junaidi, 1991 : 105)

2.4.2 Fungsi Surat Kabar

Pada jaman modern sekarang ini, surat kabar tidak hanya mengelola berita, tetapi juga aspek-aspek lain untuk isi surat kabar. Karena itu fungsi surat kabar sekarang meliputi berbagai aspek, yaitu :

a. Menyiarkan informasi
   Adalah fungsi surat kabar yang pertama dan utama khalayak pembaca berlangganan atau membeli surat kabar karena memerlukan informasi mengenai berbagai hal mengenai peristiwa yang terjadi, gagasan atau pikiran orang lain, apa yang dilakukan orang lain, apa yang dikatakan orang lain dan lain sebagainya.

b. Mendidik
   Sebagai sarana pendidikan massa (Mass Education), surat kabar memuat tulisan-tulisan yang mengandung pengetahuan, sehingga khalayak pembaca bertambah pengetahuannya. Fungsi mendidik ini bisa secara implicit dalam bentuk berita, bisa juga secara eksplisit dalam bentuk artikel atau tajuk rencana. Kadang-kadang cerita bersambung atau berita bergambar juga mengandung aspek pendidikan.

c. Menghibur
   Hal-hal yang bersifat hiburan sering dimuat surat kabar untuk mengimbangi berita-berita berat (Hard News) dan artikel yang berbobot. Isi surat kabar yang bersifat hiburan bisa berbentuk cerita pendek, cerita bersambung, cerita bergambar, teka-teki silang, pojok, karikatur, tidak jarang juga berita mengandung minat insani (Human Interest) dan kadang-kadang tajuk rencana.

d. Mempengaruhi
   Mempengaruhi adalah fungsinya yang keempat yakni fungsi mempengaruhi yang menyebabkan surat kabar memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat. Fungsi mempengaruhi dari surat kabar secara implicit terdapat pada berita, sedang secara eksplisit terdapat pada tajuk rencana dan artikel. Fungsi mempengaruhi khusus untuk bidang perniagaan pada iklan-iklan yang dipesan oleh perusahaan-perusahaan. (Effendy, 1986 : 122-123)

Fungsi yang paling menonjol pada surat kabar adalah informasi. Sebab surat kabar harus memenuhi rasa keingintahuan khalayak akan setiap peristiwa

yang terjadi di sekitarnya. Namun, fungsi hiburan surat kabar tidak terabaikan karena tersedia rubrik artikel ringan, *feature*, cerita bergambar, serta cerita bersambung. Begitu pula dengan fungsi mendidik dan mempengaruhi akan ditemukan pada artikel ilmiah, tajuk rencana atau editorial dan rubrik opini. Fungsi pers, khususnya surat kabar pada perkembangannya bertambah, yakni sebagai alat kontrol sosial yang konstruktif (Erdinaya, 2005:104).

2.5 Tinjauan Tentang Berita

2.5.1 Pengertian Berita

Kata "berita" sendiri berasal dari kata sangsekerta, *vrit* (ada atau terjadi) atau *vritta* (kejadian atau peristiwa). Kamus Besar Bahasa Indonesia menyebutkan, Berita adalah "laporan tercepat mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat".Berita dalam bahasa Inggris disebut *News*. Dalam *The Oxford Paperback Dictionary* terbitan Oxford University Press (1979), *news* diartikan sebagai "informasi tentang peristiwa terbaru".

Adapun definisi berita yang dikemukakan para pakar komunikasi dan jurnalistik :

- Berita adalah suatu kenyataan atau ide yang benar dan dapat menarik perhatian sebagian besar pembaca (Dean M Lyle Spencer).
- Berita adalah sesuatu yang terkini (baru) yang dipilih oleh wartawan untuk dimuat dalam surat kabar sehingga dapat menarik atau mempunyai makana dan dapat menarik minat bagi pembaca (Willard C. Bleyer).
- Berita adalah sesuatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta yang punya arti penting dan baru terjadi, yang dapat menarik perhatian pembaca surat kabar yang memuat hal tersebut (William S. Maulsby).
- Berita adalah laporan pertama dari kejadian penting dan dapat menarik perhatian umum (Eric C. Hepwood).

- Berita adalah laporan tercepat dari suatu peristiwa atau kejadian yang faktual, penting, dan menarik bagi sebagian besar pembaca serta menyangkut kepentingan mereka (Micthel V. Charnley).
  (Romli, 2003 ; 35).
  Sedangkan menurut *The New Glorier Webster International Dictionary*, berita adalah:

1. Informasi hangat tentang sesuatu yang telah terjadi, atau tentang sesuatu yang belum diketahui sebelumnya.
2. Berita adalah informasi yang disajikan oleh media semisal surat kabar, radio dan televis.
3. Berita adalah sesuatu atau seseorang yang dipandang oleh media merupakansubjek yang layak untuk diberitakan.
   (Hikmat, Purnama Kusumaningrat, 2005 : 39)

2.5.2. Jenis-jenis Berita

Ada sejumlah jenis berita yang dikenal di dunia jurnalistik, yang paling popular dan menjadi menu utama surat kabar adalah :

1. Berita Langsung (*Straight News*)

   Berita langsung adalah laporan peristiwa yang ditulis secara singkat, padat, lugas, dan apa adanya. Berita langsung dibagi lagi menjadi dua, yaitu berita keras atau hangat (*Hard News*) dan berita lembut atau ringan (*Soft News*). *Hard News* adalah laporan peristiwa besar atau sangat menggemparkan, memiliki nilai lebih dari segi aktualitas dan kepentingan pada khalayak. *Soft News* setingkat dibawah *Hard News* dari segi aktualitas dan kepentingan. *Soft News* merupakan pendukung yang berisi informasi peristiwa atau gagasan sederhana, tidak berat, dan tidak menggemparkan.

2. Berita Opini

   Berita opini yaitu berita mengenai pendapat, pernyataan, atau gagasan seseorang. Berita opini juga dominan hadir di surat kabar.

3. Berita Interpretatif

   Berita interpretatif adalah berita yang dikembangkan dengan komentar atau penilaian wartawan atau narasumber yang kompeten atas berita yang muncul sebelumnya, sehingga merupakan gabungan antara fakta dan interpretatif. Berawal dari informasi yang dirasakan kurang jelas atau tidak lengkap arti dan maksudnya.

4. Berita Mendalam

   Berita mendalam ialah berita yang merupakan pengembangan dari berita yang sudah muncul, dengan pendalaman hal-hal yang ada di bawah suatu permukaan. Bermula dari sebuah berita yang masih belum selesai pengungkapannya dan bisa dilanjutkan kembali (*foolow up system*). Pendalaman dilakukan dengan mencari informasi tambahan dari narasumber atau berita terkait.

5. Berita Penjelasan

   Berita penjelasan adalah berita yang sifatnya menjelaskan dengan menguraikan sebuah peristiwa secara lengkap, penuh data. Fakta yang diperoleh dijelaskan secara rinci dengan beberapa argumentasi atau pendapat penulisnya. Berita jenis ini biasanya panjang lebar sehingga harus disajikan secara bersambung atau berseri.

6. Berita Penyelidikan

   Berita penyelidikan yaitu berita yang diperoleh dan dikembangkan berdasarkan penelitian atau penyelidikan dari berbagai sumber. Disebit pula berita penggalian karena wartawan menggali informasi dari berbagai

pihal, bahkan melakukan penyelidikan langsung ke lapangan, bermula dari data mentah atau berita singkat. Umumnya berita investigasi disajikan dalam format tulisan *feature* berita (*news feature*) (Romli, 2005: 40-46).

2.5.3 Konstruksi Berita

Sebuah berita harus mencakup fakta dan data sebuah peristiwa yang mengandung enam unsur yang menjadi rumus penulisan berita, yakni 5W + 1H. Dalam segi isi, pada umumnya penulisan berita langsung (*Straight News*) harus mengacu pada struktur piramida terbalik, yaitu penulisan dengan mengemukakan bagian berita (fakta, data) yang dianggap paling penting, kemudian diikuti bagian-bagian yang dianggap agak penting, kurang penting, dan seterusnya (Romli, 2005: 50).

Dalam berita terdapat susunan penulisan yang terdiri dari empat bagian, yaitu:

a. *Headline*, yaitu kepala berita atau judul berita.
b. *Dateline*, yaitu waktu dan nama tempat berita dibuat atau diperoleh.
c. *Lead* atau teras berita.
d. *News Body*, yakni tubuh atau isi berita. (Romli, 2005: 51)

Dalam penulisan berita, seorang wartawan dituntut untuk menyampaikan informasi kepada khalayak dengan memudahkan penyampaiannya melalui tulisan. Sesuai dengan tujuan kegiatan jurnalistik dalam rangka mempengaruhi khalayaknya, unsur keindahan sajian produknya sangat diutamakan. Indah dalam arti dapat diminati dan dinikmati. Karena itu selain dibentuk dalam berbagai jenis,

berita pun disajikan dengan konstruksi tertentu. Dalam hal ini keseluruhan bangunan naskah berita terdiri atas tiga unsur yaitu :

1. *Headline* (Judul Berita)

Penulisan judul berita (*Headline*) dimungkinkan jika *angle* (sudut pandang) sudah ditentukan. Judul berita bukan hanya sekedar judul. Judul berita merupakan hal yang penting dan cermin dari isi berita yang disajikan. Judul berita memiliki tiga fungsi bermacam-macam dan sangat penting sekali, yaitu:

- Memberi Identitas

  Surat kabar memiliki berita yang bermacam-macam. Maka dari itu disetiap berita diperlukan pembedaan antara berita yang satu dengan berita yang lain dengan memberi judul.

- Mempermudah Pembaca

  Dengan adanya judul pada setiap berita akan mempermudah pembaca dalam memilih berita yang ingin dibaca.

- Menarik Perhatian Pembaca

  Judul berita juga berfungsi menarik perhatian pembaca. Ada pendapat, gagal menulis judul, berarti gagal pula menarik minat atau perhatian pembaca. Sering kali terjadi, ada berita yang sebenarnya bagus dan mempunyai nilai berita yang tinggi. Namun karena penulisan judul tidak menarik, berita tersebut jadi dilewatkan pembaca. (Widodo, 1997: 52).

Karena judul berita adalah daya tarik pertama bagi pembaca, maka judul berita yang baik harus memenuhi delapan syarat, diantaranya:

1. Provokatif

   Provokatif berarti judul yang dibuat harus mampu membangkitkan minat dan perhatian sehingga khalayak tergoda untuk membaca. Dengan kata lain, seberapa besar judul tersebut menarik perhatian khalayak. Sifatnya psikologis. Fungsinya sangat strategis dan taktis. kita mencubit wilayahafeksi, intuisi dan emosi mereka. Dalam bahasa pemasaran, judul adalah iklan. Bagi dan didalam dunia industry modern, iklan menjadi penentu sukses-gagalnya pemasaran suatu produk ke tengah-tengah masyarakat global. Bagi mereka, tak ada produk yang baik tanpa iklan yang baik.

2. Singkat-Padat

   Singkat dan padat berarti langsung, tegas, terfokus, menukik pada pokok intisari berita, tidak bertele-tele. Bagi pers , judul yang singkat sangat diperlukan, paling tidak karena dua alasan. Pertama, karena keterbatasan tempat pada halaman-halaman media. Kedua, karena situasi dan waktu yang dimiliki pembaca sangat terbatas dan bergegas. Secara teknis, judul berita yang baik tidak lebih dari 4-7 kata.

3. Relevan

   Relevan artinya berkaitan atau sesuai dengan pokok susunan pesan terpenting yang ingin disampaikan. Tidak menyimpang dari teras berita. Judul yang baik harus diambil dari dari teras berita. Sedangkan teras berita

yang baik harus mencerminkan keseluruhan uraian berita. Bagaimanapun, judul berita sangat berlainan dengan judul yang biasa kita temukan pada karya-karya fiksi seperti cerita pendek atau novel. Pada cerita pendek, setiap kata yang terdapat dalam bangunan cerita dapat kita jadikan judul.

4. Fungsional

   Fungsional sendiri berarti setiap kata yang terdapat pada judul bersifat mandiri, berdiri sendiri, tidak bergantung pada kata yang lain, serta memiliki arti yang tegas dan jelas. Kata-kata yang madiri itu melahirkan satu kesatuan pengertian dan makna yang utuh. Tidak saling menolak atau saling menegaskan.

5. Formal

   Formal berarti resmi, langsung pada pokok masalah, sekaligus menghindari basa-basi dan eufimisme yang tidak perlu. Berita harus ditulis dengan teknik melaporkan. Formal berarti resmi, langsung menukik pada pokok permasalahan. Formal juga berarti judul berita yang kita buat tidak mendayu-dayu, tidak meliuk-liuk, tidak ragu-ragu, tidak lunak apalagi mendua (ambigu). Sekali lagi, berta adalah laporan tentang fakta apa adanya.

6. Representatif

   Representatif berarti judul berita yang sudah kita tetapkan memang mewakili dan mencerminkan teras berita. Dengan kata lain tidak meleceng pada pokok permasalahan atau pemberitaan.

7. Menggunakan Bahasa Baku

   Merujuk pada bahasa bagu menyentuh pada identitas terpenting sebuah berita. Karakteristik dan profesionalisme media sedikit-banyak tercermin pada bahasa yang digunakan pada judul berita.

8. Spesifik

   Spesifik berarti judul berita harus menggunakan kata khusus dan jangan mengandung kata-kata umum. Sebab kata umum mampu memberikan makna yang luas. Kata-kata khusus ialah kata-kata yang sempit ruang lingkupnya. Makin umum, makin kabur gambaranya dalam angan-angan. Sebaliknya, makin khusus, makin jelas dan tepat (Sumadiria: 2005: 122-125).

2. *Lead* (Teras Berita)

Lead adalah sari dari berita yang merupakan laporan singkat yang bersifat klimaks dari peristiwa yang dilaporkannya. Untuk memenuhi rasa ingin tahu pembacanya secara cepat, *lead* disusun sedemikian rupa sehingga bisa menjawab pertanyaan hakiki yang selalu timbul dari hati nurani pembacanya, atau pendengan radio dan penonton televisi, yaitu pertanyaan yang dirumuskan sebagai 5W + 1H (*What, Who, When, Where, Why,* dan *How*). Dengan demikian, baik pembaca, pendengar, atau pun penonton akan segera tahu mengenai persoalan pokok dari peristiwa yang dilaporkannya.

Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) menganjurkan sepuluh pedoman penulisan tentang teras berita, diantaranya:

1. Teras berita yang menempati alinea atau paragraf pertama harus mencerminkan pokok terpenting berita. Aline atau paragraf itu dapat terdiri dari lebih satu kalimat, akan tetapi sebaiknya jangan sampai melebihi tiga kalimat.
2. Teras berita, dengan mengingat sifat bahasa Indonesia, jangan mengandung lebih dari 30 dan 45 perkataan. Apabila teras berita itu singkat, misalnya terdiri dari 25 perkataan atau kurang dari itu, maka hal itu lebih baik.
3. Teras berita harus ditulis begitu rupa sehingga:
    a) Mudah ditangkap dan cepat dimengerti, mudah diucapkan dengan radio, televisi, dan mudah diingat.
    b) Kalimat-kalimatnya singkat, sederhana susunannya, mengindahkan bahasa baku serta ekonomi bahasa, jadi menjauhkan kata-kata mubazir.
    c) Jelas melaksanakan ketentuan “satu gagasan dalam satu kalimat”.
    d) Tidak mendomplengkan atau memuatkan sekaligus semua unsur 3A dan 3M (apa-siapa-mengapa dan bilaman-dimana-bagaimana).
    e) Dibolehkan memuat lebih dari satu unsur dari 3A dan 3M.
4. Hal-hal yang tidak begitu mendesak, namun berfungsi sebagai penambah atau pelengkap keterangan, hendaknya dimuat dalam badan berita.
5. Teras berita sesuai dnegan naluri manusia yang ingin segera tahu apa yang telah terjadi, sebaiknya mengutamakan unsur “apa”.

6. Teras berita juga dapat dimulai dengan unsur “siapa”, karena hal ini selalu menarik perhatian manusia. Apalagi kalau “siapa” itu seorang yang menjadi tokoh di bidang kegiatan dan lapangannya.
7. Teras berita jarang mempergunakan unsur “bilamana” pada permulaan berita. Sebab unsur waktu jarang merupakan bagian yang menonjol dalam suatu kejadian.
8. Urutan dalam teras berita sebaiknya unsur tempat dulu, kemudian disusul oleh unsur waktu.
9. Unsur “bagaimana” dan unsur “mengapa” diuraikan dalam badan berita. Jadi tidak dalam teras berita.
10. Teras berita dapat dimulai dengan kutipan pernyataan seseorang (*quotation lead*) asalkan kutipan itu bukan suatu kalimat yang panjang.

(Kusumaningrat, 2005: 326)

Didasarkan pada penekanan atau penonjolan salah satu unsur 5W + 1H nya *lead* suatu berita disusun dalam enam bentuk yaitu :

a. ***What Lead,*** apabila yang ditekankan atau ditonjolkan dalam uraian *lead* itu mengenai macam atau bentuk kejadian. *Lead* demikian selalu dimulai dengan jawaban terhadap pertanyaan *what* dari dari peristiwa yang diberitakannya itu.
b. ***Who Lead***, apabila pokok pembicaraan dalam uraian *lead* atau beritanya adalah orang-orang yang terlibat dalam peristiwa yang diberitakannya. Misalnya orang-orang yang menjadi korban atau penyebab terjadinya peristiwa itu, atau mereka yang terlibat dalam

penyelesaian peristiwa tersebut. Maka tuturan *lead* nya pun dimulai dengan nama orang atau kata ganti orang, atau nama lembaga, dan hal-hal yang dianggap melembaga.

c. ***When Lead***, yaitu lead yang disusun untuk menonjolkan waktu dimana peristiwa yang diberitakan itu terjadi. Sudah barang tentu penuturannya pun diawali dengan informasi dimana saat-saat peristiwa itu terjadi.

d. ***Where Lead,*** ialah *lead* yang menonjolkan tempat dimana peristiwa yang diberitakan itu terjadi. Selanjutnya diikuti oleh informasi lain yang bisa menjawab pertanyaan unsur-unsur 5W + 1H.

e. ***Why Lead,*** lebih mementingkan sebab musabab terjadinya peristiwa yang diberitakannya. *Lead* tersebut mengawali tuturannya dengan mengemukakan jawaban atas pertanyaan “mengapa pertistiwa itu bisa terjadi”. Setelah itu baru informasi lainnya untuk melengkapi keterangan yang ditutur oleh unsur-unsur 5W + 1H.

f. ***How Lead,*** mengawali tuturannya dengan menjelaskan bagaimana peristiwa yang diberitakan itu bisa terjadi. *Lead* ini lebih menonjolkan berlangsungnya dan kelanjutan dari peristiwa ketimbang jawaban terhadap pertanyaan unsur-unsur 5W + 1H.

3. *Body* (Tubuh atau Kelengkapan Berita)

Setelah kita menemukan *headline* dan *lead* dari suatu naskah berita, berikutnya kita jumpai apa yang disebut *body* berita. Pada bagian ini, kita jumpai semua keterangan secara rinci dan dapat melengkapi serta memperjelas fakta atau data yang disuguhkan dalam *lead* tadi. Rincian keterangan atau penjelasan dimaksud adalah hal-hal yang belum terungkapkan pada *lead*-nya. Karena tu bagian *body* ini sering pula disebut "sisa berita".

Menurut Asep Syamsul M. Romli dalam Jurnalistik Terapan mengatakan bahwa, yang harus diperhatikan dalam meulis *body* berita antara lain konsistensi penggunaan kalimat (aktif, pasif) dan gaya bahasa jurnalistik yang langsung ke masalah, tidak bertele-tele atau berbunga-bunga, hemat kata, dan kalimatnya pendek-pendek serta mudah dipahami (Romli, 2005:55).

Namun demikian keterangan-keterangan itu disajikan dalam bentuk uraian cerita dengan menggunakan gaya penyajian yang bisa memikat para pembaca maupun pendengar atau penontonnya. Sebab, walaupun hanya merupakan "sisa", penjelasan itu tetap harus bisa diminati khalayak. Karena itu pula harus disajikan dengan menarik perhatian khalayak.

Adapun kiat untuk bisa menarik perhatian khalayaknya, dikenal adanya empat cara penyajian *body* berita, yaitu:

a. Berbentuk Piramid. *Body* berita dimaksud dalam bentuk untaian cerita yang dimulai dengan hal-hal yang kurang penting, kemudian meningkat kepada hal-hal yang penting, dan diakhiri dengan hal yang terpenting atau klimaks dari peristiwa yang diberitakannya.

b. Berbentuk Kronologis. *Body* berita dimaksud tampaknya hampir sama dengan bentuk yang pertama tadi. Bahkan sepintas lalu seperti tidak ada bedanya sedikit pun. Padahal sesuai dengan istilahnya, *kronologis*, yang menjadi dasar konstruksinya adalah rentetan jalannya peristiwa yang diberitakannya. Jadi bukan kepentingan dari fakta peristiwanya. Seluruh naskah *body* berita dibangun dengan diawali oleh paparan dari permulaan peristiwanya, dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan jalannya peristiwa itu. Semua dikemukakan secara rinci apa adanya yang terdapat dan terlibat dalam peristiwa.

c. Bentuk Piramid Terbalik (*Inverted Pyramid*). *Body* berita ini merupakan kebalikan dari bentuk yang pertama. Bentuk b*ody* dimaksud dibangun dengan mendahulukan gal yang sangat penting (*klimaks*) dari peristiwanya. Selanjutnya diikuti oleh hal-hal yang penting, dan diakhiri oleh hal-hal yang kurang penting atau tidak penting.

d. Berbentuk Block Paragraph. Dalam bentuk *body* berita ini semua bagian dari peristiwa yang diberitakannya dianggap sama pentingnya. Jadi tidak diurut berdasarkan derajat kepentingan maupun kronologisnya, melainkan didasarkan pada apa yang teringat pada benak si penulisnya saja, atau sesuai dengan terkaitnya masalah berikut dengan masalah yang lebih dulu dikemukakan.(Suhandang,2004:131-137)

2.5 Tinjauan Tentang Agenda Setting

Dalam bukunya Komunikasi Massa, Lukiati Komala Erdinaya mengatakan bahwa *Agenda Setting Model* (model penataan agenda) menghidupkan kembali jarum hipodermik, tetapi fokus penelitian telah bergeser dari efek pada sikap danpendapat kepada efek kesadaran dan efek pengetahuan. Asumsi dasar dari teori ini, menurut Cohen adalah membentuk persepsi khalayak tentang apa yang dianggap penting. Dengan teknik pemilihan dan penonjolan, media memberikan *test case* tentang isu apa yang lebih penting (Erdinaya, 2005: 73).

Agenda setting model untuk pertama kali ditampilkan oleh M.E Mc. Combs dan D.L. Shaw dalam "Public Opinion Quarterly" terbitan tahun 1972, berjudul "The Agenda-Setting Function of Mass Media". Kedua pakar tersebut mengatakan bahwa "jika media memberikan tekanan pada suatu peristiwa, maka media itu akan mempengaruhi khalayak untuk menganggapnya penting" (Effendy,2005:287).

Sementara itu Manhein dalam pemikiran tentang konseptualisasi agenda yang potensial untuk memahami proses agenda setting menyatakan bahwa agenda setting meliputi tiga agenda, yaitu agenda media. Agenda khalayak, agenda kebijaksanaan, masing-masing agenda itu mencakup dimensi-dimensi sebagai berikut:

1. Untuk agenda media dimensi-dimensi:
    a. *Visibility* (visibilitas), jumlah dan tingkat menonjolnya berita
    b. *Audience salience*, tingkat menonjol bagi khalayak relevansi isi berita dengan kebutuhan khalayak

c. *Valance* (valensi) menyenangkan atau tidak menyenangkan cara pemberitaan bagi suatu peristiwa.

2. Untuk agenda khalayak, dimensi-dimensi:
    a. *Familiarty,* keakraban derajat kesadaran khalayak akan topik tertentu.
    b. *Personal salience*, penonjolan pribadi relevansi kepentingan dengan ciri pribadi.
    c. *Favorability*, kesenangan pertimbangan senang atau tidak senang akan topik berita.
3. Untuk agenda kebijaksanaan, dimensi-dimensi:
    a. *Support* (dukungan) kegiatan menyenangkan bagi posisi suatu berita tertentu.
    b. *Likelihood of action* (kemungkinan kegiatan) kemungkinan pemerintah melaksanakan apa yang diibaratkan.
    c. *Fredom of action* (kebebasan bertindak) nilai kegiatan yang mungkin dilakukan oleh pemerintah (Effendy, 2004:288-289).