Generated by Foxit PDF Creator © Foxit Software
http://www.foxitsoftware.com For evaluation only.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Pada dasarnya, manusia merupakan mahluk individu sekaligus mahluk sosial yang membutuhkan interaksi kapan pun dari mulai ia terbangun hingga ia akan tertidur kembali. Oleh karena itu komunikasi merupakan sarana interaksi manusia, tidak akan mungkin adanya interaksi tanpa adanya komunikasi, baik dengan cara yang sederhana maupun menggunakan media yang sangat canggih. Interaksi antara manusia yang menjadikan manusia membentuk masyarakat dengan kebudayaan mereka.

Hafied Cangara mengutip pernyataan Prof. Wilbur Scrhamm yang menyebutkan:

> Bahwa komunikasi dengan masyarakat adalah dua kata kembar yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Sebab tanpa komunikasi tidak mungkin masyarakat terbentuk, sebaliknya tanpa masyarakat maka manusia tidak mungkin dapat mengembangkan komunikasi. (Schramm dalam Cangara, 2008:2).

Jadi sangat jelas komunikasi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia, baik sebagai individu maupun sebagai anggota masyarakat. Ada berbagai macam defenisi atau pengertian dari para ahli mengenai komunikasi.

Generated by Foxit PDF Creator © Foxit Software
http://www.foxitsoftware.com For evaluation only.

Dalam bukunya yang berjudul Pemahaman Teori dan Praktek Jurnalistik, Mondry menjelaskan asal muasal kata komunikasi (*communication*) yang berasal dari kata : *common*, yang berarti 'sama', dengan maksud sama makna, sehingga secara sederhana, dapat dikatakan bahwa komunikasi merupakan proses menyamakan persepsi,pikiran,dan rasa diantara komunikator dengan komunikannya. (2008 : 1).

Mondry juga mengutip pengertian komunikasi yang dikumpulkan oleh Deddy Mulyana (2004) menurut beberapa ahli, antara lain sebagai berikut :

a. Komunikasi merupakan transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, *figure*, grafik, dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang disebut komunikasi (Bernand Berelson dan Gary A. Steiner).

b. Setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai suatu transmisi informasi, terdiri atas rangsangan yang diskriminatif, dari sumber kepada penerima (Theodore M. Newcomb).

c. Komunikasi terjadi jika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk memengaruhi perilaku penerima (Gerald R. Miller).

d. Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud mengubah tingkah laku mereka (Everett M. Rogers).

Generated by Foxit PDF Creator © Foxit Software
http://www.foxitsoftware.com For evaluation only.

e. Cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan : *who say in which channel to whom with what effect ?* (siapa yang mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa, dengan pengaruh bagaimana ? (Harold Lasswell).

(Mulyana dalam Mondry : 2008, 12).

2.1.2 Bentuk Komunikasi

Pada dasarnya, Komunikasi terbagi menjadi 2 Jenis, yaitu, komunikasi verbal dan nonverbal. Mondry (2008) menjelaskannya sebagai berikut :

a. Komunikasi Verbal

Komunikasi Verbal (*verbal communication*) merupakan bentuk komunikasi yang disampaikan kepada pihak lain melalui lisan (*oral*) dan tulisan (*written*). Berbincang dengan orang, menelepon, berkirim surat, membacakan buku, melakukan presentasi diskusi, atau menonton televisi merupakan contoh komunikasi verbal.

b. Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal (*nonverbal communication*) merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan bahasa isyarat atau *body language* sebagai sarana berkomunikasi dengan orang lain. Contoh perilaku nonverbal adalah mengepalkan tinju, menggigit jari sendiri, membuang muka, tersenyum, menjabat tangan atau menggelengkan kepala saat ingin menyampaikan sesuatu. (Mondry, 2008 : 3).

Generated by Foxit PDF Creator © Foxit Software
http://www.foxitsoftware.com For evaluation only.

2.1.3 Komponen Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy (2000), ruang lingkup komunikasi berdasarkan komponennya terdiri dari :

a. Komunikator (*communicator*) dan Komunikan (*communicant*)

Komunikator merupakan individu atau kelompok yang mengambil prakarsa dalam mengadakan komunikasi dengan individu atau kelompok lain. Sedangkan yang dimaksud dengan komunikan adalah penerima memang diharapkan minimal punya pengetahuan luas tentang masalah yang dikomunikasikan. Dapat dikatakan komunikator adalah orang yang memberikan pesan dan komunikan adalah orang yang menerima pesan dari komunikator.

b. Pesan (*message*)

Pesan (*message*) merupakan inti dari perumusan tujuan dan maksud dari komunikator kepada komunikan, pesan ini merupakan unsur yang sangat menentukan dalam keberhasilan komunikasi. Supaya pesan dapat diterima dengan baik, pesan harus memenuhi syarat untuk mudah dimengerti.

c. Saluran (*channel*)

Saluran (*channel*) adalah wahana atau alat untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan baik secara langsung (tatap muka), maupun tidak langsung (melalui media cetak/elektronik, dan lain-lain).

Generated by Foxit PDF Creator © Foxit Software
http://www.foxitsoftware.com For evaluation only.

d. Efek (*effect*)

Dampak atau efek yang terjadi pada komunikan (penerima) setelah menerima pesan dari komunikator, seperti perubahan sikap, bertambahnya pengetahuan, dan lain-lain. (Effendy: 2000, 6).

Berdasarkan komponen-komponen tersebut untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat dilancarkan secara efektif, para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigma Harold Lasswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society*. Dalam karyanya, Lasswell bahwa cara terbaik untuk menerangkan komunikasi adalah sebagai berikut : *who say in which channel to whom with what effect ?* (siapa yang mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa, dengan pengaruh bagaimana ?). Berikut penjelasannya:

Tabel 2.1

Model Lasswell

No.	Pertanyaan	Jawaban
	Siapa (Who) ?	Komunikator : orang yang menyampaikan pesan
	Mengatakan Apa (Say What) ?	Pesan : Pernyataan yang didukung oleh lambang
	Melalui Saluran Apa (In Which Channel) ?	Media : sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikan jauh atau

Generated by Foxit PDF Creator © Foxit Software
http://www.foxitsoftware.com For evaluation only.

		banyak jumlahnya
	Kepada Siapa (To whom) ?	Komunikan : orang yang menerima pesan
	Dengan Efek Apa (With What Effect) ?	Efek : dampak sebagai pengaruh pesan

Sumber : Effendy, 1993 : 253

2.1.4 Tujuan Komunikasi

Dalam menyampaikan informasi dan mencari informasi kepada mereka, agar apa yang kita sampaikan dapat dimengerti sehingga komunikasi kita laksanakan dapat tercapai. Pada umumnya komunikasi mempunyai beberapa tujuan, antara lain :

a. Agar gagasan kita dapat diterima oleh orang lain dengan pendekatan yang persuasif bukan memaksakan kehendak

b. Memahami orang lain, kita sebagai pejabat atau pimpinan harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkan, jangan mereka menginginkan ke arah barat tapi kita memberi jalur ke timur.

c. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu, menggerakan sesuatu itu dapat bermacam-macam mungkin berupa kegiatan yang banyak mendorong, namun yang penting harus diingat adalah bagaimana yang terbaik melakukannya.

d. Agar yang kita sampaikan itu dapat dimengerti sebagai pejabat ataupun komuniaktor, harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) atau

Generated by Foxit PDF Creator © Foxit Software
http://www.foxitsoftware.com For evaluation only.

bawahan dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang kita maksudkan. (Effendy, 1993 :18).

2.2 Tinjauan Komunikasi Massa

2.2.1 Definisi Komunikasi Massa

Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (cetak atau elektronik). Sebab, awal dari perkembangannya saja komunikasi berasal dari pengembanagn kata *media of mass communication* (media komunikasi massa). Jadi yang dimaksud media massa adalah saluran yang dihasilkan oleh teknologi modern, bukan media tradisional seperti kentongan, angklung, gamelan, dan lain-lain. Jelas disini media massa menunjuk pada hasil produk teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa. (Nurudin, 2007 : 3-4).

Lebih jelasnya, Elvinaro dan kawan-kawan dalam karyanya yang berjudul Komunikasi Massa (Suatu Pengantar), mengutip berbagai definisi komunikasi massa dari beberapa ahli. Antara lain :

1. Gerbber (1967) mengatakan "*mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of massages in industrial societies*". Artinya komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinue serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri. (Rakhmat dalam Elvinaro, dkk : 2007, 3).

Generated by Foxit PDF Creator © Foxit Software
http://www.foxitsoftware.com For evaluation only.

2. Menurut Meletzke, komunikasi massa diartikan sebagai setiap bentuk komunikasi yang menyampaikan pernyataan secara terbuka melalui meida penyebaran teknis secara tidak langsung dan satu arah pada publik yang tersebar. (Rakhmat dalam Elvinaro, dkk : 2007 : 3-4). Istilah tersebar menunjukan bahwa komunikan sebagai pihak penerima pesan tidak berada di satu tempat, melainkan tersebar di berbagai tempat.
3. Sementara itu menurut Joseph A. Devito, beliau merumuskan definisi komunikasi massa serta tentang media yang digunakan. Ia mengemukakan definisinya dalam dua item :
    a. Komunikasi massa adalah komunikasi yang ditunjukan kepada massa, kepada khalayak yang khalayaknya meliputi seluruh penduduk atau semua yang menonton televisi, tetapi ini berarti besar dan pada umumnya banyak.
    b. Komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang audio dan atau visual. (Effendy dalam Elvinaro, dkk : 2007, 5-6).

Komunikasi massa akan lebih udah dan lebih logis jika mendefinisikannya menurut bentuknya, seperti televisi, radio siaran, surat kabar, majalah, dan film.

2.2.2 Karakteristik Komunikasi Massa

Masih dalam karya yang sama, Elvinaro dan kawan-kawan merumuskan karakteristik komunikasi massa sebagai berikut :

Generated by Foxit PDF Creator © Foxit Software
http://www.foxitsoftware.com For evaluation only.

1. Komunikator Terlembaga

Ciri komunikasi massa yang pertama adalah komunikatornya. Kita sudah memahami bahwa komunikasi massa itu menggunakan media massa, baik cetak maupun elektronik. Jadi, komunikasi massa itu melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks.

2. Pesan Bersifat Umum

Komunikasi massa itu bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan tidak ditunjukan untuk sekelompok orang tertentu. Oleh karenanya, pesan komunikasi massa bersifat umum. Pesan komunikasi massa dapat berupa fakta, peristiwa atau opini. Pesan komunikasi massa dikemas dalam bentuk apapun, sehingga memenuhi kriteria penting dan menarik, atau penting sekaligus menarik, bagi sebagian besar komunikan.

3. Komunikannya Anonim dan Heterogen

Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikannya (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak bertatap muka. Disamping itu komunikan komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda yang dapat dikelompokan berdasarkan faktor : usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latar belakang budaya, agama dan tingkat ekonomi.

Generated by Foxit PDF Creator © Foxit Software
http://www.foxitsoftware.com For evaluation only.

4. 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.

5. Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan

Dimensi isi menunjukan muatan atau isi komunikasi, yaitu apa yang dikatakan, sedangkan dimensi hubungan yang menunjukan bagaimana cara mengatakannya, yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu. Sementara Rakhmat (2003) menyebutkan sebagai proporsi unsur isi dan unsur hubungan. (Elvinaro, dkk : 2007, 7-10).

2.3 Tinjauan Tentang Pers

2.3.1 Definisi Pers

Istilah pers berasal dari bahasa Belanda, yang berarti dalam bahasa Inggris berarti *press*. Secara harfiah pers berarti cetak, dan secara maknafiah berarti penyiaran secara tercetak atau publikasi secara dicetak (Effendy,1994).

Dalam perkembangannya pers mempunyai dua pengertian, yakni pers dalam pengertian luas dan pers dalam pengertian sempit. Pers dalam pengertian luas meliputi segala penerbitan, bahkan termasuk pers elektrolit, radio siaran, dan televisi siaran. Sedangkan pers dalam arti sempit hanya terbatas pada pers cetak, yakni surat kabar, majalah, dan buletin kantor berita.

Generated by Foxit PDF Creator © Foxit Software
http://www.foxitsoftware.com For evaluation only.

Dalam pasal 1 poin pertama pada Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers yang dimaksud dengan 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. (UU No.40 Tahun 1999 dalam Tebba : 2005,183-184).

Sedangkan menurut Kamus Bahas Jurnalistik, Pers berasal dari kata *press* yang berarti :

1. Usaha percetakan atau penerbitan
2. Usaha pengumpulan atau penyiaran berita atau informasi
3. Penyiaran berita melalui media massa
4. Orang-orang yang bergerak dalam penyiaran berita
5. Media penyiaran atau media massa
6. Singkatan dari persuratkabaran. (Romli: 2008,102).

2.3.2 Fungsi Pers

Mondry mengutip pendapat Kusumaningrat (2006) yang mengemukakan fungsi pers sebagai berikut :

1. Fungsi Normatif

Fungsi Normatif merupakan fungsi memberi informasi melalui berita secara teratur kepada khalayak. Pers menghimpun berita yang dianggap

Generated by Foxit PDF Creator © Foxit Software
http://www.foxitsoftware.com For evaluation only.

berguna dan penting agi orang banyak dan kemudian menulisnya. Pers tentu akan memberitakan berbagai kejadian pada hari itu, memberitakan berbagai pertemuan atau berbagai pengangkatan pejabat dikantor pemerintahan.

2. Fungsi Kontrol

Pers yang bertanggung jawab tentu akan masuk ke balik "panggung" kejadian, menyelidiki pekerjaan pemerintah atau perusahaan. Pers harus memberitakan apa yang berjalan baik dan berjalan tidak baik. Fungsi "anjing penjaga" (*watchdog*) atau fungsi kontrol ini harus dilakukan pers dengan lebih aktif daripada kelompok masyarakat lain.

3. Fungsi Interpretatif

Pers memberikan bimbingan bagi khalayak. Pers harus menjelaskan kepada masyarakat tentang arti suatu kejadian. Ini dapat dilakukan pers melalui tulisan pada tajuk rencana (editorial) atau tulisan-tulisan latar belakang.

4. Fungsi Menghibur

Para wartawan atau reporter menulis atau menuturkan kisah-kisah dunia dengan hidup dan menarik. Mereka menyajikan humor, drama dan musik, atau berbagai hal yang berkaitan dengan seni lainnya, termasuk pariwisata dan makanan. Semua kegiatan yang sifatnya menghibur (*entertaint*)

5. Fungsi Regeneratif

Pers berfungsi menceritakan bagaimana sesuatu dilakukan dimasa lampau, bagaimana dunia ini dijalankan sekarang, bagaimana sesuatu itu

Generated by Foxit PDF Creator © Foxit Software
http://www.foxitsoftware.com For evaluation only.

diselesaikan dan apa yang dianggap dunia itu benar atau salah. Jadi, pers membantu menyampaikan warisan sosial kepada generasi baru supaya terjadi proses regenerasi dari angkatan tua kepada angkatan muda.

6. Fungsi Pengawalan Hak-Hak Warga Negara

Pers juga berfungsi sebagai mengawal dan mengamankan hak-hak pribadi seseorang. Demikian pula bila terdapat massa yang berunjuk rasa misalnya, pers harus menjaga baik-baik, jangan sampai timbul tirani golongan mayoritas, golongan yang menguasai dan menekan golongan minoritas.

7. Fungsi Ekonomi

Pers melayani sistem ekonomi melalui iklan yang tersedia di media massa itu. Tanpa media elektronik verupa televisi, radio dan kini internet, juga tanpa media cetak seperti surat kabar, tabloid dan majalah, tentu sangat berat mengembangkan perekonomian sepesat sekarang ini. Dengan menggunakan iklan, penawaran akan berlangsung dari tangan ke tangan sehingga produk dan jasa dapat dijual.

8. Fungsi Swadaya

Pers mempunyai kewajiban memupuk kemampuannya sendiri, supaya dapat membebaskan dirinya dari berbagai pengaruh, seperti tekanan-tekanan dalam bidang keuangan. Bila media elekronik seperti radio, televisi dan media cetak seperti surat kabar berada di bawah tekanan soal keuangan, samahalnya dengan menempatkan diri di bawah kehendak siapa saja yang mampu membayarnya sebagai balas jasa. Karena itu, guna

Generated by Foxit PDF Creator © Foxit Software
http://www.foxitsoftware.com For evaluation only.

memelihara kebebasannya yang murni, pers juga berkewajiban memupuk kekuatan permodalannya sendiri.

2.4 Tinjauan Surat Kabar

2.4.1 Definisi Surat kabar

Media massa banyak sekali macamnya, mulai dari media elektronik seperti televisi dan radio dan media cetak seperti majalah, surat kabar, tabloid, buletin, tabloid, sampai buku. Dalam pembahasan penelitian, peneliti akan membahas tentang tinjauan media cetak khususnya surat kabar. Surat kabar adalah media massa pertama yang ditemukan pada masanya, ini merupakan bukti dari arti pers (*press*) yang secara harfiah berarti cetak. Surat kabar pertama kali terbit secara teratur di Jerman dan kemudian berkembang di negara-negara Eropa lainnya. (Kusumaningrat dalam Mondry: 2008, 29).

Menurut Totok Djuroto dalam bukunya yang berjudul Manajemen Penerbitan Pers yang dimaksud dengan surat kabar adalah kumpulan berita, artikel, cerita, iklan, dan sebagainya yang dicetak dalam lembaran kertas ukuran plano, terbit secara teratur, bisa setiap hari atau seminggu satu kali. (2002, 11). Sedangkan menurut kamus jurnalistik, surat kabar harian yaitu media massa cetak berukuran *broadsheet* yang terbit stiap hari.

Generated by Foxit PDF Creator © Foxit Software
http://www.foxitsoftware.com For evaluation only.

2.4.2 Fungsi Surat kabar

Berdasarkan diktat pelatihan jurnalistik (1999), fungsi surat kabar terbagi menjadi 5 bagian. Yaitu :

1. *Publishing the news* (menerbitkan atau menyiarkan berita)

   Beritanya harus dilaporkan secara lengkap agar pembaca puas membacanya. Hal ini dimaksudkan untuk tidak menimbulkan hal-hal yang tidak diinginkan sesuai dengan pernyataan bahwa berita harus diterbitkan secara teliti.

2. *Commeting On the news* (memberikan komentar terhadap suatu berita)

   Fungsi ini memungkinkan si pembaca menemukan maksud dari suatu berita dan apa yang dikatakan orang lain tentang berita itu.

3. *Entertaining Readers* (menghibur pembaca)

   Bahwa hasil dari artikel-artikel dalam surat kabar banyak dibaca oleh pembaca karena artikel-artikel itu dapat memberikan hiburan kepada pembaca.

4. *Helping Readers* (menolong pembaca bagaimana cara menggunakan sesuatu)

   George Fox Mott dalam buku "New Survey Of Jornalism" menyatakan bahwa surat kabar membantu dalam hal pemimpin dan pelayanan, juga resensi film dan buku.

5. *Publishing Advertising* (menerbitkan atau menyiarkan barang dan jasa yang ditawarkan kepada publik dengan menyewa ruang dan waktu.

Dimana surat kabar menyediakan kolom yang digunakan sebagai tempat iklan barang-barang yang dikeluarkan oleh beberapa perusahaan sebagai ajang promosi, keuntungan dari iklan inilah surat kabar mampu menjual surat kabarnya

Generated by Foxit PDF Creator © Foxit Software
http://www.foxitsoftware.com For evaluation only.

dengan harga murah. Sebab salah satu penghasilan dari surat kabar adalah pemasukan dari iklan yang ditampilkan (Diktat Jurnalistik 1999:17-18). [1]

2.4.3 Ciri-Ciri Surat Kabar

1. Publisitas

Artinya bahwa surat kabar diperuntukkan umum; karenanya berita, tajuk rencana, artikel dan sebagainya harus menyangkut kepentingan umum. Mungkin saja ada instansi atau organisasi, misalnya sebuah universitas, yang menerbitkannya secara berkala dalam bentuk dan dengan kualitas kertas seperti harian umum, tapi penerbitan tersebut tidak berpredikat surat kabar atau pers sebab diperuntukkan bagi sivitas akademika universitas itu.

2. Universalitas

Universalitas sebagai ciri lain surat kabar menunjukkan bahwa surat kabar harus memuat aneka berita mengenai kejadian-kejadian di seluruh dunia dan tentang segala aspek kehidupan manusia. Untuk memenuhi ciri-ciri inilah maka surat kabar besar melengkapi dirinya dengan wartawan-waratawan khusus mengenai bidang tertentu, menempatkan koresponden di kota penting, baik dalam negeri untuk meliput berita nasional maupun di luar negeri guna meliput berita internasional. Untuk itu ada wartawan olah raga, politik, ekonomi, kriminalitas, wartawan kebudayaan, perang dan sebagainya.

---

[5] *Andriana, Deni. 2010. Minggu 30 Mei 2010. 11:04:07 WIB. Fungsi Surat Kabar. http://deniborin.blogdetik.com*

Generated by Foxit PDF Creator © Foxit Software
http://www.foxitsoftware.com For evaluation only.

3. Aktualitas

Maksudnya adalah kecepatan penyampaian laporan mengenai kejadian di masyarakat kepada khalayak. Aktualitas adalah terjemahan dari bahasa Belanda *actualiteit*. Bagi surat kabar, aktualitas ini merupakan faktor sangat penting sebab menyangkut persaingan dengan surat kabar lain, dan berkaitan nama baik surat kabar bersangkutan. Aktualitas surat kabar harian dalam hitungan 24 jam menimbulkan konsekuensi harus menyesuaikan diri dengan radio dan televisi yang menyiarkan beritanya setiap jam. Bahkan ada peristiwa yang disiarkan oleh radio atau televisi pada saat peristiwa itu berlangsung, misalnya siaran olah raga misalnya kejuaraan bulutangkis atau perebutan Thomas Cup di sebuah kota di luar negeri. Kecepatan pelaporan peristiwa seperti itu tidak lagi diukur dalam hitungan detik atau menit, apalagi jam dan hari.

Terkalahkannya surat kabar oleh media elektronik dalam hal kecepatan seperti itu menimbulkan konsekuensi pada jurnalistik surat kabar, untuk menyusun beritanya sedemikian rupa. Sehingga bobotnya tidak pada hal-hal yang sudah diketahui khalayak dari radio dan televisi tadi.

Bagi jurnalistik surat kabar, menyusun berita mengenai peristiwa seperti itu lebih sulit, karena segalanya sudah disiarkan oleh media massa lainnya. Di sini *depth reporting* (laporan mendalam) dengan memasukkan segi human interest (rasa manusiawi) akan lebih berperan.

Sebenarnya, selain ketiga ciri tersebut terdapat ciri lain dari surat kabar, yaitu periodisitas yang berarti suatu penerbitan disebut surat kabar jika terbitnya secara periodik, teratur. Tidak menjadi soal apakah terbitnya itu sehari sekali,

Generated by Foxit PDF Creator © Foxit Software
http://www.foxitsoftware.com For evaluation only.

seminggu sekali, sehari dua kali atau tiga kali seperti di negara-negara maju, syaratnya ialah harus teratur.[2]

2.4.4 Kelebihan dan Kelemahan Surat Kabar

1. Kelebihan Surat Kabar

Setiap media memiliki kelebihan dan kelemahan masing-masing,begitu pula dengan media cetak khususnya surat kabar. Menurut Mondry dalam bukunya, surat kabar secara umum dibandingkan dengan televise dan radio (media elektronik) terletak dari 'daya tahan' informasi. Surat kabar memiliki kelebihan yang tidak dimiliki surat kabar lain, hasil cetakan tersebut permanen dan bisa disimpan sehingga pembaca bisa mengulanginya, sampai mengerti isi pesan yang disampaikan, tanpa biaya tambahan. (Lazore dalam Mondry, 2008 : 21).

Mondry juga mengatakan, surat kabar harian memiliki kelebihan khusus lagi bila dibandingkan dengan media lainnya, sesuai periodesasi terbitnya, informasi surat kabar berkesinambungan. Informasi yang disampaikan surat kabar lebih 'lengkap' dibandingkan dengan radio atau televisi. Dengan halaman yang cukup banyak, informasi tentang suatu peristiwa dapat diberitakan secara mendalam, dari berbagai sisi, sedangkan radio dan televisi butuh jam tayang khusus untuk melakukan hal tersebut. Berikut kelebihan surat kabar :

a. *Market coverage* tinggi. Mampu sampai ke pelosok daerah serta mempunyai distribusi yang fleksibel.

---

[2] *apenta.com. Minggu 30 Mei 2010.11.30.11 WIB.Karakteristik Surat Kabar. buletinku.com/index.php?option=com_content*

Generated by Foxit PDF Creator © Foxit Software
http://www.foxitsoftware.com For evaluation only.

b. Harga relatif murah, sehingga mampu dikonsumsi oleh segala lapisan masyarakat.

c. *Comparison Shopping* (*catalogue product*). Kebiasaan audience sebelum belanja selalu memperhatikan koran sebagai referensi.

d. Karakter yang kuat, karena memiliki berita-berita yang aktual sesuai dengan perkembangan pemikiran masyarakat yang semakin dewasa.

e. Mempunyai target pasar sendiri sesuai dengan khalayak pembacanya.

f. Dapat dibeli tanpa harus menjadi pelanggan/eceran.

g. Ada ruang beriklan/space yang khusus buat produk.

h. Fleksibel ketika menjadi bagian dari iklan produk.[3]

2. Kelemahan Surat Kabar

Selain memiliki kelebihan, surat kabar juga memiliki kelemahan seperti media massa lainnya. Antara lain :

a. Lambat dan Tidak Langsung

Kelebihan media elektronik sebenarnya adalah kelemahan media cetak. Informasi media cetak tidak bisa cepat dan langsung. Berita surat kabar baru akan diterima khalayak sesuai periodesasinya.

---

[3] *dekavetiga.blogspot.com. Minggu 30 Mei 2010. 11:35:04 WIB. Karakter Surat Kabar. belajardekavetiga.blogspot.com*

Generated by Foxit PDF Creator © Foxit Software
http://www.foxitsoftware.com For evaluation only.

b. ‘Jauh’

Informasi yang disampaikan media cetak terkesan ‘jauh’ karena pembaca tidak dapat mengetahui secara langsung peristiwa seperti yaang disampaikan media elektronik.

c. Tidak Akrab

Tidak adanya penyiar yang menyampaikan, namun harus ‘disiarkan’ oleh diri sendiri. Sebagai sumber informasinya, jajaran redaksi tidak ada yang akrab dengan pembaca, bahkan mungkin tidak kenal sama sekali. Berbeda dengan penyiar atau pembaca berita televise atau radio.

2.5 Tinjauan Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani Kuno yang berarti ‘seni perang’. Suatu strategi mempunyai dasar-dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang dituju. Jadi, pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan (Umar:2003,30).

Menurut Stephanie K. Markus, seperti yang dikutip oleh Sukristono (1995) dan dituangkan kembali pada *Strategic Management in Action* oleh Husein Umar, strategi di definisikan segabai suatu proses penentuan rencana para pimpinan puncak yang berfokus pada jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut tercapai.Lebih khususnya lagi, misalnya dua pakar strategi Hamel dan Prahalad (1995) yang mengangkat kompetensi inti sebagai hal penting :

Generated by Foxit PDF Creator © Foxit Software
http://www.foxitsoftware.com For evaluation only.

> "Strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan. Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari APA YANG DAPAT TERJADI dan bukan dimulai dari APA YANG TERJADI…." (Hamel dan Prahalad dalam Umar : 2003,31).

Sedangkan menurut Willha F. Blueck dan Lawarence Jaunch yang dikutip oleh Djaslim Saladin dalam bukunya Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan (2000). Definisi dari strategi ialah sebuah rencana yang disatukan, luar dan terintegrasi, yang menghubungkan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. (2000, 3).

Kesimpulan dari pengertian yang dituangkan oleh Willha F. Blueck dan Lawarence Jaunch terdapat tiga poin penting dari strategi, yaitu :

a. Adanya *rencana* tindakan yang dirancang untuk mencapai tujuan
b. Adanya analisis terhadap *lingkungan*
c. Strategi dirancang untuk *tujuan* dan sasaran dicapai. (Blueck dan Jaunch dalam Saladin, 2000:3-4).

Pernyataan diatas juga diperkuat oleh Iman Mulyana yang dikutip oleh Husein Umar yang menjelaskan :

> "Adalah ilmu dan seni menggunakan kemampuan bersama sumber daya dan lingkungan secara efektif yang terbaik. Terdapat unsur penting dalam pengertian strategi, yaitu *kemampuan*, *sumber daya, lingkungan, dan tujuan*.
> Rumusan strategi paling tidak mesti memberikan informasi apa yang akan dilakukan, mengapa dilakukan demikian, siapa yang bertanggung jawab dan mengoperasikan, berapa besar biaya dan lama waktu pelaksanaan, hasil apa yang akan diperoleh." (Mulyana dalam Umar, 2003:31).

Generated by Foxit PDF Creator © Foxit Software
http://www.foxitsoftware.com For evaluation only.

Dari beberapa definisi diatas, strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana teknik operasionalnya.

2.6 Tinjauan *Depth Reporting* (Reportase Mendalam)

Pada era informasi saat ini, dunia jurnalis semakin berperan untuk memproduksi berbagai informasi yang aktual, faktual, dan objetifitas. Dalam mendapatkan informasi diperlukan teknik peliputan atau reportase yang menunjang sehingga dihadirkan berita sesuai dengan konsumsi khalayak. Untuk wartawan surat kabar berbeda dengan media elektornik seperti televisi, karena pemberitaan yang disajikan tidak langsung perlu melalui proses yang panjang. Oleh karenanya diperlukan teknik *depth reporting* (reportase atau laporan mendalam) sehingga menghasilkan yang mendalam pula.

Teknik *depth reporting* sendiri merupakan pengembangan lanjutan jurnalisme Amerika Serikat, hal ini diakibatkan oleh adanya upaya perluasan riset dan wawancara. MV. Kamath dalam Santana (2009) mendefinisikan *depth reporting* kedalam beberapa definisi,antara lain :

a. *Depth reporting* ialah segala sesuatu yang membuat pembaca tahu mengenai seluruh aspek yang terjadi pada sebuah subjek dari kepastian informasi yang diberikan, termasuk latar belakang dan atsmofernya.
b. *Depth reporting* menekankan kisah berita dengan semacam ketelitian detil dan latar belakang. Pembaca tidak hanya

Generated by Foxit PDF Creator © Foxit Software
http://www.foxitsoftware.com For evaluation only.

diberitahu mengenai apa yang terjadi melaikan mengapa hal itu dapat terjadi.

c. *Depth reporting* mengartikan pemberitahuan kepada pembaca inti kisah sesungguhnya, secara mendalam (lengkap), seimbang dan terorganisir dengan kelengkapan latar belakang.
d. *Depth reporting* ialah pelaporan sederhana yang bagus dalam hal akurasi dan detil pengamatannya.
e. *Depth reporting* menunjukan pengembangan pemberitaan dan penjelasannya secara signifikan melalui foto-foto yang mengilustrasikan pengisahannya.
f. *Depth reporting* ialah perencanaan liputan yang hendak mengantisipasi pemberitaan yang sifatnya *the news is fresh*.
g. *Depth reporting* bukan pekerjaan satu orang melainkan produk dari kerja tim.
h. *Depth reporting* menyepakati fakta-fakta yang harus dijelaskan, bukan opini.
i. *Depth reporting* tidak meninggalkan begitu saja pertanyaan-pertanyaan yang diajukan pembaca.
j. *Depth reporting* bukan hendak mempresentasikan fakta-fakta didalam pendekatan pertamanya, melainkan hendak memasuki sebuah penyelidikan (*delves*) yang orisinal, logis, memasuki berbagai tekanan dan kepentingan, membuat pembca paham bukan kepada siapa dan apa, namun bagaimana, dan yang terpenting, mengapa.
k. *Depth reporting* ialah penggalian dibaawah permukaan dan mengangkat fakta-fakta bukan sebagi sesuatu yang segera tampak, melainkan hendak memberi kontribusi pada pemahaman terhadap sebuah kisah. (Kamath dalam Santana : 2009,288-289).

Dari segala definisi tersebut, Kamath menekankan bahwa *depth reporting* ialah ”mengabarkan kepada kita mengenai keseluruhan apa yang terjadi dari kisah yang terjadi”. Namun bukan pula pelaporan harus selalu menjadi berpanjang-panjang dengan sekian ribu kata. *Depth reporting* memfokuskan pada definisi ketatnya upaya menyajikan *background information* (latar belakang informasi) yang begitu detail. Sedangkan mengenai tujuan adanya *depth reporting* adalah untuk mendapatkan ”kelengkapan pengisahan (*complete stories*) – pengisahan

Generated by Foxit PDF Creator © Foxit Software
http://www.foxitsoftware.com For evaluation only.

dengan subtansi". Untuk itu berbagai kegiatan peliputan yang dikerjakan wartawan dan didefinisikan oleh jurnalisme semuanya merupakan masuk ke dalam perangkat *depth reporting*. (Santana:2009,290).

Sedangkan menurut Mitchell V.Charnley dikutip oleh Shahab, peliputan mendalam merupakan laporan mendalam untuk memenuhi kebutuhan pembaca akan informasi penting berkaitan dengan kesejahteraan masyarakat. Ini merupakan alat yang paling disukai untuk menunjukan tanggung jawab sosial seorang wartawan atau reportase (Charnley dalam Shahab, 2000 : 45).

2.6.1 Perbedaan dan Pengertian Jenis Laporan Lain

Ada beberapa perbedaan yang membedakan antara *depth reporting* dengan jenis laporan lainnya, misalnya dengan cara kerja untuk memperoleh *straight news*. Secara umum cara kerjanya hanya memberitahukan apa yang terjadi dipermukaan tanpa ada pendalaman lebih lanjut mengenai hal yang diberitakan. Berikut lebih jelas perbedaannya.

Tabel 2.2

Perbedaan *Straight* dan *Depth news*

No	Straight News	Depth News
1	Dapat dilakukan oleh satu orang wartawan	Dilakukan oleh tim wartawan (yang melibatkan redaktur dalam perencanaan)
2	Hanya peristiwa baru (aktual)	Dapat mengangkat peristiwa

Generated by Foxit PDF Creator © Foxit Software
http://www.foxitsoftware.com For evaluation only.

		lama
3	Menekankan pada 5 W + 1 H (*who, what, where, when, why, how*)	Menekankan pada *why* (mengapa) dan *how* (bagaimana)
4	Strukturnya piramida terbalik	Strukturnya balok tegak.
5	Deskripsinya lugas, hanya mengemukakan fakta-fakta yang perlu untuk kejelasan berita.	Deskripsinya analitis, banyak mengungkapkan fakta-fakta penting dan pendukung untuk kejelasan berita.
6	Irama atau lenggang cerita terkesan terburu-buru.	Lebih mendalam dalam menguraikan fakta.

Sumber : Suradji, Muchammad. 2008. Minggu 30 Mei 2010. 11:04:06 WIB Materi Diklat Jurnalistik. http://www.Rakyatku.multiply.com.

Untuk lebih memahami perbedaan *depth reporting* dari segi pengertian hasil berita yang ditampilkan (berita mendalam), berikut pengertian yang dikutip dari *Jurnalistik Praktis* karya Asep Syamsul M.Romli.

1. *Straight News* adalah berita langsung, apa adanya, ditulis secara singkat dan lugas. Sebagian besar halaman depan surat kabar dan yang menjadi berita utama (*headline*) merupakan berita jenis ini.
2. *Depth News* adalah berita mendalam, dikembalikan dengan pendalaman hal-hal yang ada dibawah suatu permukaan.

Generated by Foxit PDF Creator © Foxit Software
http://www.foxitsoftware.com For evaluation only.

3. *Investigation News* adalah berita yang dikembangkan berdasarkan pendapat atau penilaian wartawan berdasarkan fakta yang ditemukan dilapangan.
4. *Opinion News* adalah berita mengenai pendapat seseorang, biasanya pendapat para cendikiawan, sarjana, ahli, atau pejabat, mengenai suatu hal, peristiwa, kondisi poleksusbudhankam (politik, ekonomi, sosial, budaya, pertahanan, dan keamanan), dan lain sebagainya. (2006 : 37).