BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Kata atau istilah komunikasi berasal dari bahasa Inggris yaitu *Communication* dan dalam bahasa latin berasal dari kata *Communicatus* yang artinya berbagi atau menjadi milik bersama. Dengan demikian menurut Lexicographer salah satu ahli kamus bahasa, mengartikan komunikasi yang menunjuk pada suatu upaya yang bertujuan berbagi untuk mencapai kebersamaan.

Istilah komunikasi dalam bahasa Inggris yaitu *communication*, berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama, sama disini maksudnya adalah *sama makna*. Carl I. Hovland mendefinisikan komunikasi sebagai berikut:

"The process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal symbols) to modify the behavior of other individuals (communicatees)." (Proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan perangsang (biasanya lambang bahasa) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikan). (Effendy, 2002: 49).

Sedangkan Jaques, berpendapat bahwa komunikasi adalah: *"Communication is the sum total of directly and indirectly consciouly and unconsciouly transmitted feeling, attitudes, and wishes"*. (Komunikasi

adalah penyampaian segala macam perasaan, sikap kehendak, baik langsung dan tidak langsung, sadar maupun tidak sadar). (Handayani, 1981: 94).

Berdasarkan kedua definisi tersebut di atas dapat dijabarkan bahwa komunikasi bukan hanya sekedar memberitahu, tapi juga mempengaruhi seseorang/sejumlah orang untuk melakukan tindakan tertentu (merubah perilaku orang lain).

Komunikasi yang efektif adalah apabila penerima menginterpretasikan pesan yang diterimanya sebagaimana dimaksudkan oleh pengirim (Supratiknyo, 1995: 34). Apabila telah terjadi kesamaan makna dalam proses komunikasi seperti diuraikan di atas maka akan terjadi saling pengertian antara kedua belah pihak. Dalam proses komunikasi hal yang paling penting adalah pesan. Kiat mengirimkan pesan secara efektif menurut *Johnson* (1981) ada 3 syarat yang harus dipenuhi yaitu:

1. Kita harus mengusahakan agar pesan-pesan yang kita kirimkan mudah dipahami.
2. Sebagai pengirim kita harus memiliki kredibilitas dimata penerima.
3. Kita harus berusaha umpan balik secara optimal tentang pengaruh pesan kata itu dalam diri penerima. Dengan kata lain kita harus memiliki kredibilitas dan terampil mengirimkan pesan. (Supratiknyo,1995: 35).

2.1.2 Tujuan dan Fungsi Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy tujuan dari komunikasi adalah:

1. Perubahan sikap (*attitude change*)
2. Perubahan pendapat (*opinion change*)
3. Perubahan perilaku (*behavior change*)
4. Perubahan sosial (*social change*) (Effendy, 2003: 8)

Sedangkan tujuan komunikasi pada umumnya menurut Cangara Hafied adalah mengandung hal-hal sebagai berikut:

a. Supaya yang disampaikan dapat dimengerti.

   Seorang komunikator harus dapat menjelaskan kepada komunikan (penerima) dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang dimaksud oleh pembicara atau penyampai pesan (komunikator).

b. Memahami orang

   Sebagai komunikator harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkannya. Jangan hanya berkomunikasi dengan kemauan sendiri.

c. Supaya gagasan dapat diterima oleh orang lain

   Komunikator harus berusaha agar gagasan dapat diterima oleh orang lain dengan menggunakan pendekatan yang persuasif bukan dengan memaksakan kehendak.

d. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu

Menggerakkan sesuatu itu dapat berupa kegiatan yang lebih banyak mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu yang kita kehendaki. (Hafied, 2002: 22)

Untuk fungsi dari komunikasi Onong Uchjana Effendy berpendapat sebagai berikut:

1. Menyampaikan informasi (*to inform*)
2. Mendidik (*to educate*)
3. Menghibur (*to entertain*)
4. Mempengaruhi (*to influence*) (Effendy, 2003: 8)

2.1.3 Unsur-unsur Komunikasi

Unsur-unsur komunikasi menurut Charles E. Redfield dalam bukunya yang berjudul Communication In Management, yang dikutip Wursanto dalam bukunya yang berjudul Dasar-Dasar Ilmu Organisasi, mengatakan sebagai berikut :

> *"Administrative communication can best regarded as a form of social or human communication in which there are these five elements: a Communicator (a speaker, sender, issuer), who Transmits (says, sends, issues), Message (order, responts, suggestions), to a Communicatee (addresser, respond, audience) to influence the behavior of the communicate as seen in his Response (replay, reaction)"*. (Wursanto, 2007:156).

Jadi menurut kutipan diatas komunikasi mengandung lima unsur, yaitu :

1. Komunikator (*Communicator*), yaitu memberi berita, yang dalam hal ini dalah orang yang berbicara, pengirim berita atau yang memberitakan.
2. Menyamoaikan berita, dalam hal ini dapat dilakukan dengan cara mengatakan, mengirim atau menyiarkan.
3. Berita-berita yang disampaikan (*Message*), dapat dalam bentu perintah, laporan atau saran.
4. Komunikan (*Comunicate*), yaitu orang yang dituju, pihak penjawab atau para pengunjung. Dengan kata lain orang yang menerima berita.
5. Tanggapan atau reaksi (*Response*), dalam bentuk jawaban atau reaksi (Wursanto, 2007: 157).

Kelima unsur komunikasi tersebut merupakan suatu kesatuan yang utuh dan bulat, dalam arti apabila satu unsur tidak ada maka komunikasi tidak akan terjadi. Dengan demikian masing-masing unsur saling berhubungan dan ada saling ketergantungan. Jadi dengan demikian keberhasilan suatu komunikasi ditentukan oleh semua unsur tersebut.

2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi

2.2.1 Pengertian Komunikasi Organisasi

Komunikasi merupakan suatu kegiatan penyampaian pernyataan manusia dengan lambang-lambang yang mengandung arti. Komunikasi yang efektif hanya dapat tercapai bila pihak-pihak yang terlibat dalam

proses komunikasi memberi arti dan makna yang sama terhadap lambang-lambang yang digunakan dalam kegiatan komunikasi tersebut.

Istilah organisasi bersumber dari kata Latin *organization* yang berasal dari kata kerja yang juga merupakan kata Latin, *organizare*, yang berarti "*to form as or into a whole consisting of independent or coordinated parts*" (membentuk sebagai atau menjadi keseluruhan dan bagian-bagian yang saling bergantung atau terkoordinasi) (Effendy,2003:114).

Dengan kata lain, secara harfiah organisasi berarti paduan dari bagian-bagian yang saling bergantung satu sama lainnya. Definisi organisasi menurut Rogers dan Rogers yaitu : "Suatu sistem yang mapan dari mereka yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, melalui suatu jenjang kepangkatan dan pembagian tugas" (Rogers dan Rogers dalam Effendy, 2003:114). Rogers dan Rogers memandang organisasi sebagai suatu struktur yang melangsungkan proses pencapaian tujuan yang telah ditentukan, dimana operasi dan instruksi di antara bagian yang satu dengan bagian yang lainnya berjalan secara harmonis, dinamis dan pasti.

> "Suatu pendekatan subjektif memandang organisasi sebagai kegiatan yang dilakukan orang-orang. Organisasi terdiri dari tindakan-tindakan, interaksi, dan transaksi yang melibatkan orang-orang. Organisasi diciptakan dan dipupuk melalui kontak-kontak yang terus-menerus berubah yang dilakukan antara orang-orang antara yang satu dengan lainnya dan tidak eksis secara terpisah dari orang-orang yang perilakunya membentuk organisasi tersebut. Sedangkan pandangan objektif menyarankan bahwa sebuah organisasi adalah sesuatu yang bersifat fisik dan kongkret, dan merupakan struktur dengan batas-

> batas yang pasti. Istilah "organisasi" mengisyaratkan bahwa sesuatu yang nyata merangkum orang-orang, hubungan-hubungan, dan tujuan-tujuan." (Pace dan Faules dalam Mulyana,2005:11).

Pernyataan Pace dan Faules tersebut memperlihatkan bahwa dalam pandangan subjektif organisasi merupakan kegiatan yang dilakukan orang-orang yang satu sama lain saling berinteraksi. Sedangkan pandangan objektif menganggap organisasi mensyaratkan adanya suatu jenjang jabatan ataupun kedudukan yang memungkinkan semua individu tersebut memiliki perbedaan posisi yang jelas, seperti pimpinan, staf pimpinan dan karyawan. Di samping itu, dalam sebuah institusi baik yang komersial maupun sosial, memiliki satu bidang pekerjaan yang menjadi tanggung jawabnya.

> "Redding dan Sanborn mengatakan bahwa komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Yang termasuk dalam bidang ini adalah komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi dari atasan kepada bawahan, komunikasi dari bawahan kepada atasan, komunikasi horizontal atau yang sama tingkatnya dalam organisasi, keterampilan berkomunikasi dan berbicara, mendengarkan, menulis, dan komunikasi evaluasi program." (Redding dan Sanborn dalam Muhammad,2002:65).

Sedangkan Goldhaber (1986) mengemukakan bahwa :"Komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling bergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau selalu berubah-ubah" (Goldhaber dalam Muhammad, 2002:67).

> "Komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai pertunjukan dan pertukaran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarkis antara yang satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan." (Pace dan Faules dalam Mulyana,2005:31).

Definisi di atas memperlihatkan bahwa adanya pertunjukan dan pertukaran pesan antara unit-unit komunikasi. Pertunjukan dan pertukaran pesan merupakan penyampaian dan penerimaan informasi yang menurut Pace dan Faules, dalam penyampaian dan penerimaan informasi ke seluruh unit-unit organisasi merupakan salah satu tantangan besar dalam organisasi. Proses penyampaian dan penerimaan informasi berhubungan dengan aliran informasi.

Dengan landasan pengertian komunikasi dan organisasi sebagaimana yang telah diuraikan di atas, maka terdapat batasan tentang komunikasi organisasi, yaitu komunikasi antar manusia (*human communication*) yang terjadi dalam konteks organisasi. Atau dengan definisi yang disebutkan Goldhaber, komunikasi organisasi diberi batasan sebagai arus pesan dalam suatu jaringan yang sifat hubungannya saling bergantung satu sama lain (*the flow of messages within a network of independent relationship*) (Sendjaja, Rahardjo dan Pradekso,2004:133).

2.2.2 Fungsi Komunikasi Dalam Organisasi

Dalam suatu organisasi baik yang berorientasi komersial maupun sosial, tindak komunikasi dalam organisasi atau lembaga tersebut akan melibatkan empat fungsi, yaitu : fungsi informatif, regular, persuasif dan integratif.

1. Fungsi informatif

   Organisasi dapat dipandang sebagai suatu sistem pemrosesan informasi (*information-processing system*). Maksudnya, seluruh anggota dalam suatu organisasi berharap dapat memperoleh informasi yang lebih banyak, lebih baik dan tepat waktu. Dalam hal ini wartawan HU Galamedia berharap memperoleh informasi mengenai penerapan etika pers yang lebih mendalam agar dapat lebih memahami bagaimana penerapan etika pers yang benar untuk memperoleh kinerja yang lebih baik. Informasi yang didapat memungkinkan setiap anggota/wartawan dalam organisasi dapat melaksanakan pekerjaannya secara lebih pasti.

2. Fungsi regular

   Fungsi regulatif ini berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi. Pada semua lembaga atau organisasi, ada dua hal yang berpengaruh terhadap fungsi regulatif ini. Pertama, atasan atau orang-orang yang berada di tataran manajemen yaitu mereka yang memiliki kewenangan untuk mengendalikan semua

informasi yang disampaikan. Kedua, berkaitan dengan pesan atau *message*. Pesan-pesan regulatif pada dasarnya berorientasi pada kerja. Artinya bawahan membutuhkan kepastian peraturan tentang pekerjaan yang boleh dan tidak boleh untuk dilaksanakan. Begitu juga di HU Galamedia, wartawan membutuhkan peraturan-peraturan yang jelas yaitu etika pers.

3. Fungsi persuasif

   Dalam mengatur suatu organisasi, kekuasaan dan kewenangan tidak akan selalu membawa hasil sesuai dengan yang diharapkan. Adanya kenyataan ini, maka banyak pimpinan yang lebih suka untuk mempersuasi bawahannya daripada *member* perintah. HU Galamedia memiliki kepemimpinan yang mampum mempersuasif wartawan agar melaksanakan atau menerapkan etika pers dalam bekerja.

4. Fungsi integratif

   Setiap organisasi berusaha untuk menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat melaksanakan tugas dan pekerjaan yang lebih baik. Di HU Galamedia ada dua saluran komunikasi yang dapat mewujudkan hal tersebut, yaitu saluran komunikasi formal seperti penerbitan khusus dalam sebuah organisasi tersebut (*newsletter*, *bulletin*) dan laporan kemajuan organisasi; juga saluran komunikasi informal seperti perbincangan antarpribadi selama masa istirahat kerja, pertandingan olahraga ataupun kegiatan darmawisata

2.3 Surat Kabar

2.3.1 Pengertian Surat Kabar

Pada awalnya surat kabar sering kali diidentikkan dengan pers namun karena pengertian pers sudah semakin luas, dimana televisi dan radio sekarang ini sudah dikategorikan sebagai pers juga, maka muncul pengertian pers dalam arti luas dan sempit. Dalam pengertian pers luas pers meliputi seluruh media massa, baik cetak maupun elektronik. Sedangkan dalam arti sempit, pers hanya melipui media massa tercetak saja, salah satunya adalah surat kabar.

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

Selain menurut Kurniawan Junaidi definisi surat kabar juga dikemukakan oleh George Fox Mott yaitu :

1. Suatu lembaga masyarakat yang punya fasilitas dan target masing-masing.
2. Suatu pelayanan masyarakat atau melayani masyarakat untuk kepentingan-kepentingan informasi.
3. Pemimpin yang bertujuan untuk memimpin pada masyarakat yang menyangkut nilai-nilai moral, etika dan lain-lain.

4. Penghubung antara masyarakat dalam menyampaikan informasi-informasi.
5. Penjual pengetahuan menyerap berbagai informasi dan pengetahuan lalu menyebarkannya kepada masyarakat.

Surat kabar di Indonesia hadir dalam berbagai bentuk yang jenisnya bergantung pada frekuensi terbit, bentuk, kelas ekonomi pembaca, peredarannya serta penekanan isinya.

Selain pendapat di atas pengertian surat kabar juga dikemukakan Onong Uchjana Effendy yaitu : "Lembaran tercetak yang memuat laporan yang terjadi di masyarakat dengan ciri-ciri terbit secara periodik, bersifat umum, isinya termasa atau aktual, mengenal apa saja di seluruh dunia yang mengandung nilai-nilai untuk diketahui khalayak pembaca". (Effendy, 1993 : 241).

2.3.2 Ciri-ciri Surat Kabar

Pada umumnya kalau kita berbicara mengenai surat kabar sebagai salah satu jenis media cetak, maka kita pun harus mengetahui ciri-ciri dari surat kabar itu sendiri yaitu :

- Publisitas

  Publisitas adalah penyebaran kepada publik atau khalayak, karena diperuntukkan khalayak, maka sifat surat kabar adalah umum.

- Perioditas (Kontinuitas)

  Adalah keteraturan terbitnya surat kabar, bisa satu kali sehari, bisa dua kali sehari bisa pula satu kali atau dua kali seminggu.

- Universalitas

  Universalitas adalah kesemestaan isinya, aneka ragam dan dari seluruh dunia.

- Aktualitas

  Aktualitas adalah kecepatan laporan tanpa mengesampingkan kebenaran berita". (Effendy, 1986 : 120)

Dibandingkan dengan media elektronik yang menyiarkan pemberitaan seperti radio dan televisi, ditinjau dari ilmu komunikasi sifat surat kabar menurut Effendy (2001), yakni:

1. Terekam

   Artinya berita-berita yang disiarkan oleh surat kabar tersusun dalam alinea, kalimat, dan kata-kata yang terdiri atas huruf-huruf, yang di cetak pada kertas.

2. Menimbulkan perangkat mental secara aktif

   Karena berita surat kabar mengunakan bahasa dengan huruf "mati" diatas kertas, maka pembaca harus menggunakan perangkat mentalnya secara aktif. Maka, wartawan harus menggunakan bahasa yang umum dan lazim untuk memudahkan pembaca dalam mencernanya.

3. Pesan menyangkut kebutuhan komunikan

   Dalam proses komunikasi, pesan yang disampaikan kepada komunikan menyangkut teknik transmisinya agar mengenai sasarannya dan mencapai tujuannya.

4. Efek sesuai dengan tujuan

   Efek yang diharapkan dari pembaca surat kabar bergantung pada tujuan si wartawan sebagai komunikator".

   (Effendy, 2001 : 155-158)

Demikianlah empat ciri surat kabar dapat dikatakan empat syarat yang harus dipenuhi surat kabar.

2.3.3 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
b. Mendidik
c. Menghibur
d. Mempengaruhi

(Effendy, 1986 : 122-123)

Fungsi surat kabar yang salah satunya mendidik diharapkan banyak membantu pertumbuhan dan pengetahuan masyarakat, akan tetapi sifat

mendidik yang harus dimiliki oleh sebuah surat kabar tidak tampak pada surat kabar-yang baru muncul pada sekarang ini. Surat kabar yang ada sekarang hanya mengedepankan sisi hiburan saja dibandingkan dengan mendidik lewat media massa.

Selain hal tersebut di atas surat kabar sebagai media massa mempunyai peranan yang sangat penting dalam masyarakat seperti dikatakan oleh Yakob Oetomo yaitu :

> "Berbagai penelitian mengungkapkan orang mambaca surat kabar, hal itu merupakan sarana untuk hidup, pers menjadi perabot rumah tangga yang lebih dalam maknanya dari perabot meja dan kursi, pers menjadi sarana hidup sebab untuk hidup orang perlu mengetahui lingkungannya dan berkomunikasi dengan lingkungannya, untuk masyarakat semakin luas, kompak serta pesatnya perkembangan pers menjadi sarana disamping berbagai media massa lainnya". (Oetomo, 1986 : 47)

Arti pentingnya surat kabar terletak pada fungsi utamanya dalam melengkapi berita bagi para pembacanya, sebagai agen perubahan sosial. Menurut Schramm surat kabar atau pers dapat melakukan peran-peran sebagai berikut :

a. Pers dapat memperluas cakrawala pemandangan. Melalui surat kabar orang dapat mengetahui kejadian-kejadian yang dialami di negara-negara lain.
b. Pers dapat memusatkan perhatian khalayak dengan pesan-pesan yang ditulisnya. Dalam masyarakat modern gambaran kita tentang lingkungan yang jauh diperoleh dari pers dan media massa lainnya,

masyarakat menilai menggantungkan pengetahuan pers dan media massa.

c. Pers mampu meningkatkan aspirasi. Dengan penguasaan media, suatu masyarakat dapat mengubah kehidupan mereka dengan cara meniru apa yang disampaikan oleh media tersebut.

d. Pers mampu menciptakan suasana membangun. Melalui pers dan media massa dapat disebarluaskan informasi kepada masyarakat, ia dapat memperluas cakrawala, pemikiran serta membangun simpati, memusatkan perhatian pada tujuan pembangunan sehingga tercipta suasana pembangunan yang serasi dan efektif". (Rachmadi, 1990:17-18).

Dengan demikian surat kabar telah membawa banyak perubahan pada kehidupan individu dan masyarakat lewat berita-berita dan artikel yang disajikan, serta iklan-iklan yang ditawarkan dengan berbagai bentuk dan tulisan yang menarik, cakrawala pandangan seseorang menjadi bertambah, sehingga dapat tercipta aspirasi untuk membenahi diri dan lingkungannya.

2.3.4 Jenis-jenis Surat Kabar

Menurut Elvinaro, 2005:106 surat kabar dapat dikelompokkan pada berbagai kategori sebagai berikut :

1. Dilihat dari Ruang Lingkup

– Surat Kabar Nasional

– Surat Kabar Regional

– Surat Kabar Lokal

2. Ditinjau dari Bentuk

– Surat Kabar Harian

– Tabloid

3. Dilihat dari Bahasa

– Surat Kabar Berbahasa Indonesia

– Surat Kabar Berbahasa Inggris

– Surat Kabar Berbahasa Daerah

Namun jika dilihat dari segmentasinya surat kabar terbagi menjadi dua bagian yaitu menengah keatas dan menengah kebawah dengan pertimbangan berita yang dimuat pada surat kabar tersebut.

2.4 Tinjauan Tentang Komunikasi Interpersonal

2.4.1 Pengertian Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran informasi di antara seseorang dengan paling kurang seorang lainnya atau biasanya di antara dua orang yang dapat langsung diketahui balikannya. (Muhammad, 2005:158-159).

Menurut Devito (1989), komunikasi interpersonal adalah penyampaian pesan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang, dengan berbagai dampaknya dan dengan peluang untuk memberikan umpan balik segera (Effendy,2003:30).

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal atau nonverbal. Komunikasi interpersonal ini adalah komunikasi yang hanya dua orang, seperti suami istri, dua sejawat, dua sahabat dekat, guru-murid dan sebagainya (Mulyana, 2000:73)

Menurut Effendi, pada hakekatnya komunikasi interpersonal adalah komunikasi antar komunikator dengan komunikan, komunikasi jenis ini dianggap paling efektif dalam upaya mengubah sikap, pendapat atau perilaku seseorang, karena sifatnya yang dialogis berupa percakapan. Arus balik bersifat langsung, komunikator mengetahui tanggapan komunikan ketika itu juga. Pada saat komunikasi dilancarkan, komunikator mengetahui secara pasti apakah komunikasinya positif atau negatif, berhasil atau tidaknya. Jika ia dapat memberikan kesempatan pada komunikan untuk bertanya seluas-luasnya (Sunarto, 2003:13).

2.4.2 Klasifikasi Komunikasi Interpersonal

Redding yang dikutip Muhammad (2004:159-160) mengembangkan klasifikasi komunikasi interpersonal menjadi interaksi intim, percakapan sosial, interogasi atau pemeriksaan dan wawancara.

a. Interaksi intim termasuk komunikasi di antara teman baik, anggota famili, dan orang-orang yang sudah mempunyai ikatan emosional yang kuat.
b. Percakapan sosial adalah interaksi untuk menyenangkan seseorang secara sederhana. Tipe komunikasi tatap muka penting bagi pengembangan hubungan informal dalam organisasi. Misalnya dua orang atau lebih bersama-sama dan berbicara tentang perhatian, minat di luar organisasi seperti isu politik, teknologi dan lain sebagainya.
c. Interogasi atau pemeriksaan adalah interaksi antara seseorang yang ada dalam kontrol, yang meminta atau bahkan menuntut informasi dari yang lain. Misalnya seorang karyawan dituduh mengambil barang-barang organisasi maka atasannya akan menginterogasinya untuk mengetahui kebenarannya.
d. Wawancara adalah salah satu bentuk komunikasi interpersonal di mana dua orang terlibat dalam percakapan yang berupa tanya jawab. Misalnya atasan yang mewawancarai bawahannya untuk mencari informasi mengenai suatu pekerjaannya.

2.4.3 Tujuan Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal mungkin mempunyai beberapa tujuan. Di sini akan dipaparkan 6 tujuan, antara lain (Muhammad, 2004:165-168) :

a. Menemukan Diri Sendiri.

b. Menemukan Dunia Luar.

c. Membentuk Dan Menjaga Hubungan Yang Penuh Arti.

d. Mengubah Sikap Dan Tingkah Laku.

e. Untuk Bermain, Kesenangan, dan untuk membantu.

2.4.4 Efektivitas Komunikasi Interpersonal

Efektivitas Komunikasi Interpersonal dimulai dengan lima kualitas umum yang dipertimbangkan yaitu:

1. Keterbukaan (*openness*)
2. Empati (*empathy*)
3. Sikap mendukung (*supportiveness*)
4. Sikap positif (*positiveness*)
5. Kesetaraan (*equality*)

(Devito, 1997:259-264)

2.4.5 Aplikasi Efektivitas Komunikasi Interpersonal Antara Pemimpin Redaksi dengan wartawan Di HU Galamedia Bandung

1. Keterbukaan (*openness*)

   Antara pemimpin redaksi (komunikator) HU Galamedia dan wartawan (komunikan) terdapat saling keterbukaan mengenai pesan atau permasalahan yang disampaikan saat komunikasi sedang berlangsung sehingga akan mudah diperoleh suatu persamaan makna dalam komunikasi. Serta pemimpin redaksi menyampaikan pesan penerapan etika pers dalam bentuk yang terbuka kepada wartawan.

2. Empati (*empathy*)

   Wartawan HU Galamedia memiliki empati terhadap apa yang disampaikan oleh pemimpin redaksi, sehingga wartawan tergugah untuk melaksanakan pesan penerapan etika pers.

3. Sikap mendukung (*supportiveness*)

   Sikap mendukung merupakan suatu hal yang sangat penting untuk mencapai tujuan dari suatu komunikasi. Dalam hal ini wartawan HU Galamedia memiliki sikap mendukung pesan penerapan etika pers yang disampaikan oleh pemimpin redaksi (Komunikator).

4. Sikap positif (*positiveness*)

   Sikap positif wartawan HU Galamedia terhadap pesan penerapan etika pers akan mengakibatkan wartawan melaksanakan etika pers dengan sunggu-sungguh untuk memperoleh hasil kerja yang lebih baik.

5. Kesetaraan (*equality*)

   Kesetaraan dalam komunikasi interpersonal dalam hal ini komunikator (pemimpin redaksi) HU Galamedia menganggap dirinya setara dengan wartawan sehingga pesan lebih mudah disampaikan kepada wartawan karena wartawan merasa tidak terdapat perbedaan dengan pemimpin redaksi, perbedaan disini yaitu perbedaan kekedudukan.

2.5 Tinjauan Tentang Jurnalistik

2.5.1 Pengertian Jurnalistik

Secara etimologis, jurnalistik berasal dari kata *journ.* Dalam bahasa Prancis, journ berarti catatan atau laporan harian. Secara sederhana jurnalistik diartikan sebagai kegiatan yang berhubungan dengan pencatatan atau pelaporan setiap hari. Dalam leksikon komunikasi dirumuskan, jurnalistik adalah pekerjaan mengumpulkan, menulis, menyunting, dan menyebarkan berita dan karangan untuk surat kabar, majalah, dan media massa lainnya seperti radio dan televisi (Kridalaksana, 1977: 44).

F. Fraser Bond dalam *An Introduction to Journalism* (1961:1) menulis pengertian jurnalistik sebagai berikut: “jurnalistik adalah segala bentuk yang membuat berita dan ulasan mengenai berita sampai pada kelompok pemerhati.”

Erik Hodgins, Redaktur Majalah *Time*, menyatakan pengertian jurnalistik sebagai berikut: “Jurnalistik adalah pengiriman dari sini ke sana

dengan benar, seksama, dan cepat, dalam rangka membela kebenaran dan keadilan berpikir yang selalu dapat dibuktikan" (Suhandang: 2004: 23).

Onong Uchjana Effendy mengemukakan, secara sederhana jurnalistik dapat didefinisikan sebagai teknik mengolah berita mulai dari mendapatkan bahan sampai kepada menyebarluaskannya kepada masyarakat (2003: 95). Secara teknis, jurnalistik adalah kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan menyebarkan berita melalui media berkala kepada khalayak seluas-luasnya dengan secepat-cepatnya.

2.5.2 Bentuk Jurnalistik

Dari segi bentuk dan pengelolaannya, jurnalistik dibagi ke dalam tiga bagian besar:

1. Jurnalistik Media Cetak (*News Paper and Magazine*), meliputi jurnalistik surat kabar harian, jurnalistik surat kabar mingguan, jurnalistik tabloid harian, jurnalistik tabloid mingguan, dan jurnalistik majalah.
2. Jurnalistik Media Elektronik Auditif (*Radio Broadcast Journalism*) merupakan jurnalistik radio siaran.
3. Jurnalistik Elektronoik Audiovisual (*Television Journalism*), jurnalistik televisi siaran.
4. Jurnalistik media *online* (Internet).

2.6 Tinjauan Tentang Etika Profesi

2.6.1 Pengertian Etika profesi

Untuk mengetahui pengertian etika profesi, maka terlebih dahulu kita harus tahu apa itu etika dan profesi. Etika adalah ilmu yang membicarakan masalah baik dan buruknya perilaku manusia dalam kehidupan bersama. Secara etimologis, istilah "profesi" (bahasa Inggris: *profession*) bersumber dari bahasa latin *professi,* yang secara harfiah berarti "sumpah keagamaan". Kini, pengertian profesi tersebut tidak hanya mengandung makna keagamaan lagi, tetapi keilmuan (Effendy, 1986). Pendapat lain mengartikan kata *proffesio* sebagai "pengakuan" atau "pernyataan di depan umum", atau semacam kesaksian di depan umum.

Dalam buku yang berjudul *Etika Pers profesionalis Dengan Nurani,* Alex Sobur mengatakan bahwa:

> "Kata *profesi, professio, profession,* atau *profesional* tidak menunjukkan pekerjaan, keahlian , serta mata pencaharian dan yang serupa semata-mata. Kata tersebut sebenarnya berarti lebih luas daripada hanya pekerjaan, mata pencaharian, dan keahlian tertentu." (Lanur, dalam *basis,* 12, Desember 1985:442)

Dengan memahami berbagai terminologis, *profesi* dapat diartikan sebagai "jabatan atau kedudukan, khususnya yang mensyaratkan pendidikan yang ekstensif dalam suatu cabang ilmu" (Effendy, 1986). Atau "pekerjaan yang didasarkan pada keahlian suatu disiplin ilmu, yang dapat diaplikasikan, baik pada manusia maupun benda dan seni" (Hamzah, 1992:18).

Dari pernyataan tersebut di atas, maka pengertian etika profesi dapat dirumuskan sebagai "cabang ilmu etika yang secara kritis dan sistematis merefeleksikan permasalahan moral yang melekat pada suatu profesi." Etika profesi juga dapat dipahami sebagai nilai-nilai dan asas-asas moral yang melekat pada pelaksanaan fungsi profesional tertentu dan wajib diperhatikan oleh pemegang profesi tersebut (Sudarminta,1990).

2.6.2 Kode Etik Profesi dan Idealisme Profesi

Biasanya setiap himpunan profesi merumuskan semacam kode etik. Kode adalah sistem pengaturan-pengaturan (*system of rules*), sedangkan etik adalah norma perilaku (Atmadi, 1985: 61). Kode etik merupakan tuntunan, bimbingan atau pedoman moral kesusilaan untuk suatu profesi yang disusun oleh para anggota profesi itu sendiri dan mengikatnya dalam mempraktekkannya.

Pada dasarnya, apa yang disebut kode etik profesi itu tidak sama dengan etika profesi karena sejumlah aturan yang dikumpulkan dalam kode etik profesi dapat mempunyai berbagi maksud. Maksud kode etik paling sederhana adalah supaya menjadi ukuran bagi keputusan masing-masing orang profesional. Kode etik sebenarnya, rincian lebih lanjut dari norma-norma yang lebih umum, yang dirumuskan dan dibahas dalam etika profesi. Kode etik merinci lebih jauh dan dengan demikian, memperjelas serta mempertegas norma-norma tersebut, dengan memilih dari berbagai

kemungkinan penetaan norma-norma yang paling dibutuhkan dalam praktek pelaksanaan profesi yang bersangkutan.

Kode etik adalah pemandu sikap dan perilaku, bilamana kode etik tersebut telah menjadi fungsi nurani. Kode etik profesi merupakan milik kelompok profesi itu sendiri dan pedoman perilaku yang mereka susun demi kepentingan mereka bersama. Karena itu, yang wajib menjatuhkan sanksi terhadap mereka yang melanggar adalah kelompok profesi itu sendiri.

Ada sejumalah sifat yang harus dimilki kode etik, yaitu: (1) kode etik harus rasional, tetapi tidak kering dari emosi, (2) kode etik harus konsisten, tetapi tidak kaku, dan (3) kode etik harus bersifat universal (Gunawan, 1991:20). Ricahard DeGeorge dan John Kultgen (dalam Johannesen, 1991:180-181), secara lebih rinci mengusulkan sepuluh pedoman untuk pengembangan kode etik formal yang sehat sebagai berikut:

1. Kode etik harus memperjelas pernyataan-pernyataan yang merupakan sasaran ideal untuk diperjuangkan, tetapi tidak sepenuhnya dapat dicapai dan pernyataan-pernyataan mana yang merupakan kondisi minimum yang harus dipenuhi untuk dianggap etis dan menghindari hukuman.
2. Dalam keadaan biasa, kode etik seharusnya tidak memerlukan kebajikan heroik, pengorbanan luar biasa, atau melakukan hal yang benar apapun halangannya.

3. Bahasa kode etik harus jelas dan spesifik, sebaliknya kesamaran dan kerancauan bahasa harus dikurangi.
4. Ketentuan kode etik haru masuk akal, artinya hubungan antar ketentuan harus jelas mengenai urutan, prioritas dan cakupannya.
5. Kode etik harus melindungi kepentingan masyarakat umum, kepentingan orang-orang yang dilayani kelompok itu. Kode etik tersebut tidak boleh swalayan. Kode etik tersebut tidak boleh melindungi kepentingan kelompok dengan mengorbankan masyarakat.
6. Ketentuan kode etik harus melebihi peringatan umum terhadap kebohongan dan penipuan untuk memfokuskan pada sisi-sisi fungsi kelompok. Yang merupakan godaan-godaan tertentu untuk para anggotanya.
7. Kode etik harus merangsang kelanjutan diskusi dan refleksi yang membawa perubahan atau revisi.
8. Kode etik profesi atau bisnis hendaknya memberi petunjuk etika bagi profesi tersebut sebagai keseluruhan, bukan hanya bagi anggota secara individu.
9. Kode etik harus memperjelas prinsip-prinsip moral yang berlaku, nilai-nilai etika yang mendasari ketentuan-ketentuan seperti keadilan, kewajaran, penghargaan terhadap hak orang lain, dan

mempertimbangkan konsekuensi-konsekuensi suatu tindakan terhadap semua yang dipengaruhinya.

10. Kode etik harus dapat dilaksanakan dan dijalankan.

2.7 Tinjauan Tentang Teori Kinerja Gibson

Teori kinerja Gibson (Gibson, 1996: 124) menyatakan bahwa terdapat tiga kelompok yang mempengaruhi kinerja yaitu:

1. Variabel Individu

   Terdiri dari dari kemampuan, keterampilan, latar belakang, dan demografis. Kemampuan dan keterampilam merupakan faktor utama yang mempengaruhi perilaku individu. Demografis terdiri dari umur, etnis, dan jenis kelamin mempunyai hubungan langsung dengan perilaku dan kinerja. Latar belakang terdiri dari keluarga, tingkat sosial dan pengalaman.

2. Variabel Organisasi

   Terdiri dari sumber daya, kepemimpinan, imbalan, struktur dan desain yang ada dalam suatu organisasi dan akan menentukan kinerja dari karyawannya. Hal ini terlihat dengan adanya aturan yang jelas.

3. Variabel Psikologi

   Terdiri dari persepsi, sikap, kepribadian, belajar dan motivasi. Banyak dipengaruhi oleh keluarga, tingkat sosial, pengalaman kerja sebelumnya dan variabel demografis.

Ketiga hal tersebut di atas akan mempengaruhi perilaku kerja karyawan yang pada akhirnya berpengaruh pada kerja personel karyawan.

2.8 Tinjauan Tentang Efektivitas

Efektif memiliki arti berhasil/tepat guna. Efektif merupakan kata dasar, sementara kata sifat dari efektif adalah efektivitas. Sedangkan menurut Haryani, komunikasi yang efektif mempunyai faktor-faktor yang terdiri dari komunikator dan pesan yang disampikan kepada komunikan (Haryani, 2001: 26-28). Efektivitas memiliki pengertian pencapaian sasaran yang berkaitan dengan tujuan yang telah ditetapkan. Selain itu, efektivitas berarti daya pesan untuk mempengaruhi atau tingkat kemampuan pesan untuk mempengaruhi komunikan. Menurut Rakhmat dalam Puspawati (2002: 15) pesan yang efektif harus memiliki syarat-syarat sebagai berikut:

1. Adanya kesamaan dalam mempermudah proses-proses penyandian (*decoding*) yakni proses menterjemahkan lambang-lambang yang diterima menjadi gagasan.
2. Adanya kesamaan membantu membangun premis yang sama (persepsi).
3. Adanya kesamaan menyebabkan komunikan tertarik pada komunikator.

2.9 Tinjauan tentang Etika Pers

2.9.1 Pengertian Etika Pers

Etika pers dapat dirumuskan bahwa pada hakikatnya, etika pers itu adalah etika dari semua orang yang terlibat dalam kegiatan pers. Dengan demikian maksud etika pers dalam pembahasan ini adalah salah satu atau semua pengertian berikut: Etika pers adalah falsafah di bidang moral pers, yaitu bidang yang mengenai kewajiban-kewajiban pers dan tentang apa yang merupakan pers yang baik dan pers yang buruk, pers yang benar dan pers yang salah, pers yang tepat dan pers yang tidak tepat. Atau etika pers adalah ilmu atau studi tentang peraturan-peraturan yang mengatur tingkah laku pers, atau dengan perkataan lain, etika pers itu berbicara tentang apa yang seharusnya dilakukan oleh orang-orang yang terlibat dalam kegiatan pers. Atau etika pers mempermasalahkan bagaimana seharusnya pers itu dilaksanakan agar dapat memenuhi fungsinya dengan baik.

Sumber etika pers adalah kesadaran moral. Maksud kesadaran moral pers adalah pengetahuan tentang baik dan buruk, benar, dan salah, tepat dan tidak tepat, bagi oramg-orang yang terlibat dalam kegiatan pers. Bahwa harus ada etika dalam pergaulan hidup, baik yang tersurat maupun tersirat, tidak ada orang yang memperdebatkannya. Di dalam kehidupan pers pun dirasa perlu adanya norma-norma etik tertentu, sebagaimana halnya dalam bidang-bidang keprofesian lainnya, jika keprofesian itu memang banyak bergantung ketat atau longgarnya standar etik yang dianut, serta

dipertahankan oleh yang bersangkutan. Selain itu, tentu saja keharusan adanya jiwa pengabdian serta persiapan-persiapan teknis dan mental bagi pelaksanaan suatu profesi.

2.9.2 Batasan Pembahasan Bidang Etika Pers

Pembahasan etika selalu berhubungan dengan soal keharusan yakni upaya untuk menemukan dan mencari hal-hal yang baik dan buruk. Pers yang etis adalah pers yang memberikan informasi dan fakta yang benar dari berbagai sumber sehingga khalayak pembaca dapat menilai sendiri informasi tersebut. Berdasarkan aspek ini, kita dapat melihat betapa luasnya bidang etika pers. Mulai dari pencarian, pengorganisasian sampai penulisan berita.

Batasan pembahasan mengenai etika pers dalam UU No. 40/1999 adalah sebagai berikut:

1. Fungsi pers (Bab III, Pasal 3)
2. Hak Pers (Pasal 4)
3. Kewajiban Pers (Pasal 5)
4. Peranan Pers

2.10 Tinjauan Tentang Kinerja

Kinerja adalah sesuatu yang dicapai, prestasi kerja yang diperlihatkan, kemampuan kerja (DEPDIKBUD, 2007: 714). Menurut Prof. Dr. Payaman Simanjuntak di situs *http://www.nakertrans.go.id*, dalam informasi hukum vol. 3 tahun VII, 2005. Ia menjelaskan kinerja individu atau wartawan adalah tingkat pencapaian atau hasil kerja seseorang dari sasaran yang harus dicapai atau tugas yang harus dicapai/tugas yang harus dilaksanakan dalam kurun waktu tertentu. Sedangkan menurut Prawiro Sentono, kinerja seorang wartawan akan baik bila ia mempunyai *skill* (keahlian) yang tinggi, bersedia bekerja karena gaji atau diberi upah sesuai dengan perjanjian, mempunyai harapan masa depan yang lebih baik (Hasibuan, 1996: 76).

Kinerja menurut A.A Anwar Prabu Mangku Negara yaitu: kinerja (prestasi kerja) adalah hasil secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya (Mangku Negoro, 2000: 67). Kinerja merupakan penampilan hasil kerja pegawai baik secara kuantitas maupun kualitas. Kinerja dapat berupa penampilan kerja perorangan maupun kelompok (Ilyas, 1993).

Adapun faktor yang mempengaruhi pencapaian kinerja menurut A.A Anwar Prabu Mangku Negara adalah faktor kemampuan yang meliputi kemampuan potensi dan kemampuan *reality* atau *knowledge/skill*. Selain itu, ada juga kemampuan motivasi yaitu terbentuk dari sikap (*attitude*) seorang pegawai dalam

menghadapi situasi kerja. Motivasi merupakan kondisi yang terarah untuk mencapai tujuan organisasi (Mangku Negara, 2006:67).

Menurut Notoatmojo bahwa kinerja tergantung pada kemampuan pembawaan (*ability*), kemampuan yang dapat dikembangkan (*capacity*). Bantuan untuk terwujudnya perfomance, insentif materi maupun non materi (*incentive*), lingkungan (*environment*), dan evaluasi (*evaluation*). kinerja dipengaruhi oleh kualitas fisik individu (ketrampilan dan kemampuan, pendidikan dan keserasian), lingkungan (termasuk insentif dan noninsentif) dan teknologi.

2.10.1 Klasifikasi Kinerja

Dalam pengukuran atau penilaian suatu kinerja dibutuhkan suatu klasifikasi tertentu, yang dapat menjadi patokan atau batasan dalam menilai. Dalam situs *www.bantul.go.id/web* menjelaskan terdapat beberapa poin yang dapat menjadi batasan dalam menilai suatu kinerja yaitu:

1) Masukan (*Inputs*) adalah segala sesuatu yang dibutuhkan agar pelaksanaan kegiatan danprogram dapat berjalan atau dalam rangka menghasilkan output, misalnya sumber daya manudia, dana, material, waktu, teknologi, dan sebagainya.
2) Keluaran (*Outputs*) adalah segala sesuatu berupa produk/jasa (fisik/nonfisik) sebagai hasil langsung dari pelaksanaan suatu kegiatan dan program berdasarkan masukan yang digunakan.

3) Hasil (*Outcomes*) adalah segala sesuatu yang mencerminkan berfungsinya keluaran kegiatan pada jangka menengah. Outcomes merupakan ukuran seberapa jauh setiap produk/jasa dapat memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat.
4) Manfaat (*Benefits*) adalah kegunaan suatu keluaran yang dirasakan langsung oleh masyarakat dapat berupa tersedianya fasilitas yang dapat diakses oleh publik.
5) Dampak (*Impack*) adalah ukuran tingkat pengaruh sosial, ekonomi, lingkungan atau kepentingan umum lainnya yang dimulai oleh capaian kinerja setiap indikator dalam suatu kegiatan. Indikator-indikator tersebut secara langsung atau tidak langsung dapat mengidentifikasikan sejauhmana keberhasilan pencapaian sasaran.

2.10.2 Aplikasi Klasifikasi Kinerja

Dari poin-poin tersebut, jika diaplikasikan ke dalam bidang jurnalistik, khususnya kerja para wartawan dan tema penelitian ini, maka penyusun dapat mengartikannya sebagai berikut:

1. *Inputs*, masukan berarti etika pers yang menjadi acuan/pedoman wartawan dalam bekerja.
2. *Outputs*, keluaran yang berarti hasil dari kerja wartawan (berita/tulisan) yang mengacu pada etika pers.

3. Hasil (*Outcomes*), adalah segala sesuatu yang mencerminkan berfungsinya keluaran, yang berarti berita yang telah diterbitkan. Outcomes merupakan ukuran seberapa jauh kualitas setiap produk/jasa (berita/tulisan) yang layak dan dapat memenuhi kebutuhan dan harapan redaksi.
4. Manfaat (*Benefits*) adalah memudahkan atau menyulitkan seorang wartawan dalam melakukan pekerjaannya dalam menghasilkan berita/tulisan.
5. Dampak (*Impact*) adalah ukuran tingkat pengaruh sosial, ekonomi, lingkungan atau kepentingan umum lainnya yang dimulai oleh pencapaian kinerja setiap indikator dalam suatu kegiatan.

2.11 Tinjauan Tentang Wartawan

2.11.1 Pengertian Wartawan

Seperti yang tertuang dalam Undang-undang No. 11/1996 tentang ketentuan-ketentuan pokok pers, Bab I, pasal I, ayat (4) yang disebut wartawan itu adalah karyawan yang melakukan pekerjaan kewartawanan secara kontinu. Sementara kewartawanan adalah "pekerjaan/kegiatan/usaha yang sah yang berhubungan dengan pengumpulan, pengolahan, penyiaran dalam bentuk fakta, pendapat, ulasan gambar-gambar dan lain sebagainya untuk perusahaan pers, radio, televisi, dan film." Jadi wartawan pada dasarnya adalah setiap

orang yang berurusan dengan warta atau berita. Atau, seperti yang tercantum dalam Undang-undang No. 40/1999 tentang pers, Bab I, pasal I, ayat 4: wartawan adalah orang yang secara teratur melaksanakan kegiatan jurnalistik. (Sobur: 2001: 99)

Dengan demikian, siapa pun yang melakukan pekerjaan berkaitan dengan warta atau berita, bisa disebut wartawan. Baik mereka yang bekerja pada surat kabar, majalah, radio, televisi, film maupun kantor berita. Mereka yang bekerja di surat kabar atau majalah, biasanya disebut sebagai wartawan media cetak. Sebaliknya, mereka yang bekerja sebagai wartawan di radio, televisi, dan film disebut sebagai wartawan media elektronik. Sedangkan yang bekerja di kantor-kantor berita disebut wartawan kantor berita.

Wartawan, menurut Adinegoro ialah orang yang hidupnya bekerja sebagai anggota redaksi surat kabar, baik yang duduk dalam redaksi dengan bertanggung jawab terhadap surat kabar maupun di luar kantor redaksi sebagai koresponden, yang tugasnya mencari berita, menyusunnya, kemudian megirimkannya kepada surat kabar yang dibantunya, baik berhubungan tetap maupun tidak tetap dengan surat kabar yang memberi nafkahnya.

Bahkan, James Gordon Bennet, pendiri surat kabar *The News York Herald*, menyebutkan:

> "Wartawan sebagai separoh Diplomat, separoh Detektif. Dikatakan separoh diplomat karena wartawan harus pandai bergaul dengan semua orang. Seperti halnya seorang diplomat, seorang wartawan harus bisa bergaul dengan berbagai tipe manusia yang berlainan sifat dan wataknya. Dikatakan separoh detektif karena wartawan harus mempunyai hidung panjang untuk mencium (nose for news) apa yang akan atau mungkin terjadi dan harus pandai mencium tempat yang terdapat sumber-sumber berita". (Lubis, 1963: 67).

Selain itu Alex Sobur dalam bukunya yang berjudul Etika Pers Profesionalisme Dengan Nurani mengatakan bahwa ada dua jenis wartawan berdasarkan tugas yang dikerjakannya, yaitu reporter dan editor. Istilah reporter berasal dari kata report yang berarti laporan dan orangnya disebut pelapor, jurnalis, wartawan, atau reporter. Jadi, seperti yang dikatakan Rosihan Anwar, "reporeter ialah orang yang mencari, menghimpun, dan menulis berita, dan menempatkannya dalam koran." (Anwar, 1996: 1).

2.11.2 Profesi Kewartawanan

Dalam kode etik wartawan Indonesia bisa kita jumpai dua kata profesi. *Pertama,* pada pembukaan, alenia kedua yang berbunyi:

> "Mengingat Negara Republik Indonesia adalah negara berdasar atas hukum sebagaimana diamanatkan dalam penjelasan Undang-Undang dasar 1945 seluruh wartawan Indonesia menjunjung tinggi konstitusi dan menegakkan kemerdekaan pers yang bertanggung jawab, mematuhi norma-norma profesi kewartawanan, memajukan kesejahteraan umum dan mencerdaskan kehidupan bangsa, serta memperjuangkan ketertiban dunia berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi, dan keadilan sosial berdasarkan Pancasila". (Kode Etik Wartawan Indonesia).

Kedua, pada Bab I kepribadian dan integritas, pasal 1, disebutkan: "wartawan Indonesia beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berjiwa Pancasila, taat kepada Undang-Undang Dasar 1945, ksatria, menjunjung tinggi harkat dan martabat manusia dan lingkungannya, mengabdi kepada kepentingan bangsa dan negara serta terpercaya dalam mengemban profesinya" (Kode Etik Wartawan Indonesia).

Apapun istilah profesi, umumnya para wartawan melihat dunia mereka (dunia kewartawanan) sebagai sebuah profesi. Seorang wartawan adalah seorang profesional, itulah sebabnya orang yang merasa terpanggil untuk menjalankan profesi ini umumnya mempunyai kebanggaan yang mereka pertahankan dengan cara apapun dan melindungi citranya dari berbagai gangguan dan ancaman yang akan merusaknya.

Profesionalisme menyangkut kecakapan, keterampilan, pengetahuan umum dan khusus. Profesionalisme bahkan juga mempertajam kepekaan tentang aturan permainan, kode etik tingkah laku. Bahkan, pers tidak pernah mampu berkomunikasi jika kehilangan idealismenya, kehilangan komitmen-komitmennya mengenai hal-hal yang mulia, indah, yang membangun kesejahteraan, yang memperkuat rasa keadilan dan kesetiakawanan masyarakat.

2.11.3 Standar Profesi Wartawan

Ada enam standar profesi wartawan sejati (*real journalist*) :

1. *Well selected*, maksudnya wartawan harus terseleksi dengan baik.
2. *Well educated*, artinya wartawan harus terdidik dengan baik setidaknya melalui tahap pendidikan kewartawanan dan pelatihan jurnalistik yang terpola dan terarah secara baik.
3. *Well trained*, artinya wartawan terlatih dengan baik.
4. *Well equipped*, maksudnya wartawan dilengkapi dengan perlengkapan yang memadai agar dapat bekerja secara optimal.
5. *Well paid*, yakni wartawan digaji secara layak. Jika tidak jangan harap "budaya amplop" bisa diberantas.
6. *Well motivated*, artinya memiliki motivasi yang baik ketika menerjuni dunia kewartawanan motivasi disini lebih pada idealisme bukan materi.