BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi

2.1.1 Pengertian Ilmu Komunikasi

Istilah *komunikasi* atau dalam bahasa Inggris *Communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti *sama. Sama* disini maksudnya adalah *satu makna*. Jadi, jika dua orang terlibat dalam komunikasi maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dikomunikasikan, yakni baik si penerima maupun si pengirim sepaham dari suatu pesan tertentu (Effendy, 2002:9).

Berbicara tentang definisi komunikasi, tidak ada definisi yang benar atau yang salah. Seperti juga model atau teori, definisi harus dilihat dari kemamfaatan untuk menjelaskan fenomena yang didefinisikan dan mengevaluasinya. Beberapa definisi mungkin terlalu sempit, misalnya "Komunikasi adalah penyampaian pesan melalui media elektronik", atau terlalu luas, misalnya "Komunikasi adalah interaksi antara dua pihak atau lebih sehingga peserta komunikasi memahami pesan yang disampaikannya.

Banyak definisi komunikasi diungkapkan oleh para ahli dan pakar komunikasi seperti yang di ungkapkan oleh Carl. I. Hovland yang dikutip oleh Effendy dalam buku "Ilmu Komunikasi Teori dan Peraktek" ilmu komunikasi adalah: *Upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegar asas-asas*

penyampain informasi serta pembentukan pendapat dan sikap.(Effendy, 2001:10)

Hovland juga menungkapkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan hanya penyampain informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (*public opinion)* dan sikap publik *(public attitude)* yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting. Tetapi dalam pengertian khusus komunikasi, Hovland mengatakan Komunikasi adalah proses mengubah prilaku orang lain *(communication is the process to modify the behafavior of other individuals).* Jadi dalam berkomunikasi bukan sekedar memberitahu, tetapi juga berupaya mempengaruhi agar seseorang atau sejumlah orang melakukan kegiatan atau tindakan yang diinginkan oleh komunikator, akan tetapi seseorang akan dapat mengubah sikap pendapat atau perilaku orang lain, hal itu bisaterjadi apabila komunikasi yang disampaikanya bersifat komunikatif yaitu komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan harus benar-benar di mengerti dan dipahami oleh komunikan untuk mencapai tujuan komunikasi yang komunikatif.

Menurut wilbur Schramm, seorang ahli komunikasi kenamaan, dalam karyanya "Communication Research In The United States". Menyatakan bahwa komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikastor cocok dengan *kerangka acuan (frame of reference),* yakni panduan pengalaman dan pengertian *(collection of expreiences and meanings)* yang pernah di peroleh komunikan.

Proses komunikasi pada dasarnya adalah proses penyampaian pesan yang dilakukan seseorang komunikator kepada komunikan, pesan itu bisa berupa gagasan, informasi, opini dan lain-lain. Dalam prosesnya Mitchall. N. Charmley memperkenalkan 5 (lima) komponen yang melandasi komunikasi, yaitu sebagai berikut :

- Sumber (*Source*)
- Komunikator (*Encoder*)
- Pertanyaan/Pesan (*Message*)
- Komunikan (*Decoder*)
- Tujuan (*Destination*)

(Susanto, 1988;31)

Unsur-unsur dari proses komunikasi diatas, merupakan faktor penting dalam komunikasi, bahwa pada setiap unsur tersebut tersebut oleh para ahli komunikasi dijadikan objek ilmiah untuk ditelaah secara khusus. Proses komunikasi dapat diklasifikasikan menjadi 2 bagian, yaitu :

1. Komunikasi Verbal

   Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis symbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan wicara yang kita sadari termasuk ke dalam kategori pesan verbal disengaja, yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. Bahasa dapat juga dianggap sebagai suatu system kode verbal.

2. Komunikasi non verbal

> Secara sederhana pesan non verbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata. Menurut Larry A. Samovar dan Richard E. Porter, komunikasi non verbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsang verbal) dalam suatu setting komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima. (Mulyana, 2000 : 237)

Untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat dilancarkan secara efektif, para peminat komunikasi seringkali mengutip paradigma yang ditemukan oleh Harold Lasswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society.* Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjalaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut *Who Say What In Whice Channel To Whom Whit What Effec?.*

Jadi menurut paradigma tersebut, Lasswell mengartikan bahwa komuniaksi adalah proses penyampain pesan oleh komunikator melalui media yang menimbulkan efek tertentu. dibawah ini adalah penjelasannya:

Tabel 2.1

Model Lasswel

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Siapa (*Who*) ?	Komunikator : Orang yang menyampaikan pesan.
2.	Mengatakan apa (*Says What*) ?	Pesan : Pernyataan yang didukung oleh lambang
3.	Melalui saluran apa (*In Which Channel*) ?	Media : Sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya.
4.	Kepada siapa (*To Whom*) ?	Komunikan : orang yang menerima pesan.
5.	Dengan efek apa (*With What Effect*) ?	Efek : dampak sebagai pengaruh pesan

(Sumber : Effendy, 1993 : 253)

2.1.2 Unsur-unsur Komunikasi

Dalam melakukan komunikasi setiap individu berharap tujuan dari komunikasi itu sendiri dapat tercapai dan untuk mencapainya ada unsur-unsur yang harus di pahami, 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 lambang;
- 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

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya "Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek" menjelaskan dalam berkomunikasi memiliki sifat-sifat adapun beberapa sifat komunikasi tersebut:

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)

Komuniktor (pengirim pesan) dalam menyampaikan pesan kepada komunikan (penerima pesan) dituntut untuk memiliki kemampuan dan pengalaman agar adanya umpan balik *(feddback)* dari sikomunikan itu sendiri, dalam penyampain pesan komunikator bisa secara langsung (face-to-face) tanpa mengunakan media apapun, komunikator juga dapat menggunakan bahasa sebagai lambang atau simbol komunikasi bermedia kepada komunikan, media tersebut 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

Setiap individu dalam berkomunikasi pasti mengharapkan tujuan dari komunikasi itu sendiri, secara umum tujuan berkomunikasi adalah mengharapkan adanya umpan yang diberikan opleh lawan berbicara kita serta semua pesan yang kita sampaikan dapat diterima oleh lawan bicara kita dan adanya efek yang terjadi setelah melakukan komunikasi tersebut. Menurut Onong Uchjana dalam buku " Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek" mengatakan ada pun beberapa tujuan berkomunikasi:

a. Supaya gagasan kita dapat diterima oleh orang lain dengan pendekatan yang persuasive bukan memaksakan kehendak.
b. Memahami orang lain, kita sebagai pejabat atau pimpinan harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkannya, jangan mereka menginginkan arah ke barat tapi kita memberi jalur ke timur.
c. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu, menggerakkan sesuatu itu dapat bermacam-macam mungkin berupa kegiatan yang dimaksudkan ini adalah kegiatan yang banyak mendorong, namun yang penting harus diingat adalah bagaimana cara yang terbaik melakukannya.
d. Supaya yang kita sampaikan itu dapat dimengerti sebagai pejabat ataupun komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) atau bawahan dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang kita maksudkan.(Effendy, 1993 : 18)

Jadi secara singkat dapat dikatakan tujuan komunikasi itu adalah mengharapkan pengertian, dukungan, gagasan dan tindakan. Serta tujuan yang utama adalah agar semua pesan yang kita sampaikan dapat dimengerti dan diterima oleh komunikan.

2.1.5 Komunikasi Massa

Untuk membatasi tentang komunikasi massa dan setiap bentuk komunikasi massa memiliki ciri tersendiri. Istilah komunikasi massa sudah tidak asing lagi di dengar oleh masyarakat dan kebanyakan orang berpendapat bahwa komunikasi massa adalah sesuatu yang berhubungan dengan surat kabar, radio, televisi atau film. Banyak pakar komunikasi yang mengartikan komunikasi massa dari berbagai sudut pandang, seperti halnya Onong Uchjana Effendy mengartikan 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. Dengan kalimat yang lugas Bittner mengatakan, "*Mass Communication Is Messages Communicated Trough A Mass Medium To A Large Number Of People*", (komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang). (Rahkmat, 1991 : 188)

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa adalah salah satu bentuk penyampaian pesan dengan menggunakan media, dan si komunikator hanya menyampaikan pesan tanpa mengetahui siapa dan dari golongan mana pesan tersebut diterima. Tetapi tidak dapat dikatakan sebagai proses komunikasi massa. Ada kalanya proses komunikasi terjadi dengan menggunakan media massa tetapi tidak dapat dikatakan sebagai proses komunikasi massa.

Penerima pesan dalam komunikasi massa tidak hanya besar dalam jumlah, tetapi memiliki sifat yang berbeda, mereka terdiri dari orang-orang yang berbeda dalam segala hal, baik itu usia, jenis kelamin, tingkat sosial, jenis pekerjaan, agama dan lain sebagainya.

Sedangkan menurut Jay Black dan Frederick C. Whitney (1988) disebutkan;

> *"Mass communication is aprocess whereby mass-produced message are transmitted to large, anonymous, and heterogeneous masses of receivers* (Komunikasi massa adalah sebuah proses dimana pesan-pesan yang diproduksi secara massal / tidak sedikit itu disebarkan kepada massa penerima pesan yang luas, anonim dan heterogen)". (Nurudin, 2003:11)

2.1.5.1 Karakteristik Komunikasi Massa

Dalam komunikasi massa terdapat juga ciri-ciri khusus yang Seperti yang dikatakan oleh Severin dan Tankard Jr dikaitkan dengan pendapat Devito, maka komunikasi massa mempunyai ciri-ciri khusus yang disebabkan oleh sifat-sifat komponennya, ciri-cirinya sebagai berikut :

1. Komunikasi massa berlangsung satu arah

   Ini berarti bahwa tidak terdapat arus balik dari komunikan kepada komunikator, dengan kata lain perkataan komunikator tidak mengetahui tanggapan para pembacanya terhadap pesan atau berita yang disiarkan.

2. Komunikasi pada komunikasi massa melembaga

   Yakni suatu institusi atau organisasi, oleh karena itu komunikatornya melembaga, mempunyai lebih banyak kebebasan.

3. Pesan pada komunikasi massa bersifat umum

   Media ditujukan kepada umum dan mengenai kepentingan umum, tidak ditujukan kepada sekelompok orang tertentu. Media massa tidak akan menyiarkan suatu pesan yang tidak menyangkut kepentingan umum.

4. Media komunikasi massa menimbulkan keserempakan

   Ciri ini merupakan yang paling hakiki dibandingkan dengan media komunikasi lainnya.

5. Komunikasi massa bersifat heterogen

   Komunikasi adalah khalayak yang merupakan kumpulan anggota masyarakat yang terlibat dalam proses komunikasi massa sebagai sasaran yang dituju komunikator bersifat heterogen dalam keberadaannya secara terpecah-pecah, dimana satu sama lain tidak saling mengenal dan tidak memiliki kontak pribadi, masing-masing berbeda dalam berbagai hal, jenis kelaminnya, usia, agama, ideologi, pekerjaan, pendidikan, pengalaman hidup, kebudayaan, pandangan hidup, keinginan, cita-cita dan sebagainya.

   (Effendy, 1984 : 23-24)

2.2 Tinjauan tentang Jurnalistik

2.2.1 Pengertian Jurnalistik

Pengertian istilah jurnalistik dapat ditinjau dari tiga sudut pandang: harfiyah, konseptual, dan praktis. Secara harfiyah, jurnalistik (*journalistic*) artinya kewartawanan atau kepenulisan. Kata dasarnya "jurnal" (*journal*), artinya laporan atau catatan, atau *"jour"* dalam bahasa Prancis yang berarti "hari" (*day*). Asal-muasalnya dari bahasa Yunani kuno, *"du jour"* yang berarti hari, yakni kejadian hari ini yang diberitakan dalam lembaran tercetak.

Secara konseptual, jurnalistik dapat dipahami dari tiga sudut pandang: sebagai proses, teknik, dan ilmu, meliputi :

1. Sebagai proses, jurnalistik adalah "aktivitas" mencari, mengolah, menulis, dan menyebarluaskan informasi kepada publik melalui media massa. Aktivitas ini dilakukan oleh wartawan (jurnalis).
2. Sebagai teknik, jurnalistik adalah "keahlian" (*expertise*) atau "keterampilan" (*skill*) menulis karya jurnalistik (berita, artikel, feature) termasuk keahlian dalam pengumpulan bahan penulisan seperti peliputan peristiwa (reportase) dan wawancara.
3. Sebagai ilmu, jurnalistik adalah "bidang kajian" mengenai pembuatan dan penyebarluasan informasi (peristiwa, opini, pemikiran, ide) melalui media massa. Jurnalistik termasuk ilmu terapan (*applied science*) yang dinamis dan terus berkembang sesuai

> dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dan dinamika masyarakat itu sendiri. Sebaga ilmu, jurnalistik termasuk dalam bidang kajian ilmu komunikasi, yakni ilmu yang mengkaji proses penyampaian pesan, gagasan, pemikiran, atau informasi kepada orang lain dengan maksud memberitahu, mempengaruhi, atau memberikan kejelasan.

Secara praktis, jurnalistik adalah proses pembuatan informasi atau berita (*news processing*) dan penyebarluasannya melalui media massa. Dari pengertian kedua ini, kita dapat melihat adanya empat komponen dalam dunia jurnalistik: informasi, penyusunan informasi, penyebarluasan informasi, dan media massa.

2.2.2 Ilmu Jurnalistik

Ilmu jurnalistik adalah bagian dari ilmu publisistik (to publish = publikasi). Publisistik sendiri merupakan bagian dari ilmu komunikasi. Makna jurnalistik adalah hal ihwal yang berhubungan dengan persurat-kabaran (media massa cetak = pers). Secara lebih sederhana, jurnalistik sering diartikan sebagai ilmu tentang tulis-menulis di media massa. Padanan ilmu jurnalistik adalah pengetahuan kewartawanan. Hingga jurnalis juga dipadankan dengan wartawan, yang merupakan profesi untuk memperoleh informasi guna disebarluaskan ke masyarakat melalui media massa cetak. Sekarang profesi jurnalis / wartawan tidak hanya terkait dengan media massa cetak, melainkan juga radio, televisi, kantor berita dan multi media (web site).

Karya jurnalistik mulai dibuat sejak jaman Mesir Kuno, yakni ketika kultur manusia mengenal peradaban menulis. Bentuk tulisan yang pertama berkembang adalah reportase (to report = melaporkan). Peninggalan karya jurnalistik tertua (1.500 SM), berupa manuskrip berhuruf hieroglyph di atas daun papyrus (paper = kertas) dan relief dinding batu di salah satu kuil di Mesir. Isi manuskrip adalah perjalanan seorang Raja Mesir (Fira'un) untuk menaklukkan kota Megido (sekarang Lebanon). Pada jaman Julius Caesar (Romawi, 100 - 44 SM), laporan pandangan mata dari medan perang ditulis dan dipasang secara periodik di papan pengumuman di kota. Menuliskan hasil perjalanan, juga dilakukan oleh para "jurnalis" Cina kuno yang berlayar bersama para pedagang dan penyebar agama Budha.

Ilmu jurnalistik berkembang sejak abad XV, bersamaan dengan diketemukannya mesin cetak oleh Johann Gutenberg dari Jerman. Sejak itu berkembanglah penerbitan buku. Selain buku juga terbit media berkala secara periodik dan dicetak massal untuk dijual ke masyarakat luas. Bersamaan dengan berkembangnya media massa cetak, berkembang pulalah ilmu jurnalistik. Apakah untuk menjadi wartawan profesional, seseorang harus memiliki pendidikan formal seperti halnya dokter, pengacara, akuntan publik, pilot dan awak kapal? Tidak harus. Siapa pun bisa berprofesi sebagai wartawan, asalkan memiliki keterampilan sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh media massa tempatnya bekerja (wartawan tetap) dan yang akan dikirimi tulisan/foto (wartawan free lance, kontributor tetap). Jadi profesi

wartawan berbeda dengan dokter, pengacara, akuntan publik, pilot dan awak kapal yang harus memiliki pendidikan khusus dengan standar internasional.

2.3 Tinjauan Tentang Media Massa

2.3.1 Pengertian Media Massa

Media Massa (*Mass Media*) adalah sarana komunikasi massa (*channel of mass communication*). Komunikasi massa sendiri artinya proses penyampaian pesan, gagasan, atau informasi kepada orang banyak (publik) secara serentak.

Ciri-ciri (karakteristik) medi massa adalah disebarluaskan kepada khalayak luas (publisitas), pesan atau isinya bersifat umum (universalitas), tetap atau berkala (periodisitas), berkesinambungan (kontinuitas), dan berisi hal-hal baru (aktualitas).

Jenis-jenis media massa adalah Media Massa Cetak (*Printed Media*), Media Massa Elektronik (*Electronic Media*), dan Media Online (Cybermedia). Yang termasuk media elektronik adalah radio, televisi, dan film. Sedangkan media cetak –berdasarkan formatnya— terdiri dari koran atau suratkabar, tabloid, newsletter, majalah, buletin, dan buku. Media Online adalah website internet yang berisikan informasi- aktual layaknya media massa cetak.

2.3.2 Ilmu Media Massa

Media massa atau kadang hanya disebut sebagai media, adalah peralatan (sarana) untuk menyebarkan informasi ke masyarakat. Media massa ada yang bersifat komersial (dijual dan menerima iklan). Ada pula yang bersifat non komersial dan dibiayai oleh lembaga penyelenggaranya. Biasanya media massa non komersial diselenggarakan oleh lembaga-lembaga kenegaraan, keagamaan, pemerhati lingkungan dan sosial kemasyarakatan, atau sebagai alat promosi dan PR bagi perusahaan besar. Misalnya majalah maskapai penerbangan yang ditaruh di masing-masing kursi pesawat.

Saat ini kita mengenal media massa cetak, media massa radio, media massa film (bioskop), media massa televisi, kantor berita, media massa luar ruang (poster, spanduk, billboard, balon) dan multi media (internet/web site).

Yang paling terkait dengan pekerjaan jurnalistik adalah media massa cetak, radio, tivi dan kantor berita. Sementara film, media luar ruang dan multi media kurang terkait dengan kerja jurnalistik secara langsung.

Media massa yang paling berpengaruh saat ini adalah televisi. Sebab daya jangkau televisi sangat luas, serentak dan cepat. Nomor dua media massa cetak. Media massa radio pernah berperan sangat besar pada waktu perang dunia I maupun II. Sebab pada saat itu media televisi belum berkembang seperti sekarang. Media kantor berita biasanya hanya berbentuk buletin atau

kalau sekarang berupa web site. Fokus kantor berita internasional saat ini adalah fotografi.

Tidak mungkin. Sebab masing-masing memiliki kekuatan yang tidak tergantikan. Contohnya media radio yang pernah sangat berpengaruh pada era perang dunia II, kemudian surut karena terdesak media televisi pada tahun 1980an. Namun media radio kembali menemukan perannya ketika lalulintas di kota besar menghadapi masalah kemacetan. Di sinilah radio kembali memegang peranan penting dan menemukan pasarnya. Media radio cocok untuk masyarakat/orang yang sedang melakukan sesuatu hingga tidak mungkin membaca atau menonton tivi. Misalnya mereka yang sedang mengemudikan mobil, bekerja di pabrik, kebun dll.

2.4 Tinjauan Tentang Media Cetak

Yang dikatagorikan sebagai media massa cetak adalah koran, tabloid, majalah, bulletin, jurnal dan news letter. Media massa cetak diterbitkan secara periodik, dengan nama penerbitan sama, diberi nomor serta tanggal terbit dan memuat isi yang bersifat faktual. Sementara buku tidak terbit secara periodik dan memuat isi yang tidak bersifat faktual.

Periodisasi terbitnya media massa cetak pada umumnya adalah: harian, mingguan, dua mingguan, bulanan, dua bulanan, tiga bulanan, empat bulanan, tengah tahunan dan tahunan. Media massa yang terbit harian, umumnya koran. Sementara yang terbitnya dua bulanan sampai setahun sekali umumnya jurnal.

Periodisasi yang paling banyak digunakan, selain harian adalah mingguan dan bulanan. Biasanya tabloid dan majalah menggunakan pola terbit mingguan dan bulanan.

Media massa cetak dibuat dengan cara mencari dan mengumpulkan bahan, baik bahan tertulis, gambar dan foto. Pekerjaan ini dilakukan oleh para wartawan. Bahan itu diolah menjadi tulisan oleh redaksi, untuk selanjutnya ditata dalam halaman-halaman penerbitan, dibuat film dan plate lalu dicetak, untuk majalah harus dijilid dan kemudian diedarkan. Baik secara cuma-cuma maupun dijual.

Media massa cetak diedarkan secara cuma-cuma oleh lembaga kenegaraan/pemerintahan, keagamaan, perusahaan dll. Media massa cetak yang diedarkan secara komersial, bisa dijual di agen koran/majalah (di lapak), dijual para pengasong di jalan raya, di toko buku dan dilanggan oleh konsumen. Pelanggan bisa menerima penerbitan media massa melalui jasa pos, hantaran atau loper yapin redaksi.

Wartawan dan redaksi adalah jenis pekerjaan yang berbeda. Wartawan adalah jenjang profesi. Sama dengan dosen, dokter, pengacara dll. yang jenjangnya sangat tergantung dari keahlian dan prestasinya dalam menjalankan profesi. Sementara redaktur (desk), redaktur pelaksana, pemimpin redaksi, redaktur pracetak dan sekretaris redaksi berikut para wakilnya adalah jenjang struktural. Hingga bisa saja penghasilan seorang wartawan senior dalam satu perusahaan pers, lebih tinggi dari redaktur bahkan

redaktur pelaksananya. Sama halnya dengan di rumah sakit atau perguruan tinggi, yang gaji dokter spesialis atau guru besarnya lebih tinggi dari kepala bagian atau kepala jurusan.

Caranya harus dengan menulis berita, hasil reportase, artikel feature atau bentuk tulisan lain dan mengirimkannya ke media massa. Semakin sering karya seseorang dimuat media massa, maka kredibilitasnya akan semakin baik. Namun yang bisa benar-benar menjadi wartawan/penulis lepas, dalam arti hidup dari honorarium menulis, hanyalah mereka yang sudah mampu meraih status sebagai wartawan senior.

Tidak bisa. Sebab mereka lebih lazim disebut sasterawan. Yang mereka tulis pun karya fiksi. Istilah penulis lepas, lazim digunakan hanya untuk menyebut penulis berita, artikel dan feature yang tidak terikat bekerja di satu perusahaan pers.

2.5 Tinjauan Tentang Internet

2.5.1 Definisi Internet

Sampai saat ini belum ada persetujuan yang pasti mengenai pengertian Internet. Hal ini dikarenakan defini internet mungkin berbeda maknanya antara dahulu, sekarang dan akan datang. Namun demikian ada beberapa ahli yang mengemukakan pendapatnya mengenai Internet.

> "Internet merupakan jaringan longgar dari ribuan komputer yang menjangkau jutaan orang di seluruh dunia"(*Laquey* dalam *Ardianto* dan *Erdinaya*, 2005:141)."

Adapun pakar lain mengemukakan sebagai berikut :

> "Internet adalah sebuah jaringan komputer yang terdiri dari berbagai macam ukuran jaringan komputer diseluruh dunia mulai dari sebuah PC, jaringan-jaringan lokal berskala kecil, jaringan-jaringan kelas menengah hingga jaringan-jaringan utama yang menjadi tulang punggung Internet*"* (*Taryana*, 1999-2001 : 2)."

Sehingga dapat disimpulkan bahwa Internet merupakan sebuah perkakas sempurna untuk menyiagakan dan mengumpulkan sejumlah besar orang secara elektronis. Informasi mengenai suatu peristiwa tertentu dapat ditransmisikan secara langsung, sehingga membuatnya menjadi suatu piranti yang sangat efektif.

2.5.2 Sejarah Singkat Internet

Dewasa ini internet secara cepat menjadi ajang utama bisnis komputasi rumah dan sejumlah lembaga di berbagai negara termasuk Indonesia. Sejumlah teknologi yang berhubungan dengannya telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari kita, dan akan berlanjut untuk mengubah cara kita hidup dan bekerja.

Menurut Laquey (Ardianto dan Erdinaya,2005:142) asal mula Internet adalah tercipta oleh suatu ledakan tak terduga di tahun 1969, yaitu dengan lahirnya Arpanet, suatu proyek eksperimen Kementrian Pertahanan Amerika Serikat bernama DARPA (Department Of Defense Advanced Research Project Agency). Misi awalnya sederhana, yaitu mencoba menggali teknologi jaringan yang dapat menghubungkan para peneliti dengan berbagai sumber daya jauh sperti sistem komputer dan pangkalan data yang besar. Arpanet

berhasil membantu membudidayakan sejumlah jaringan lainnya, yang berhubungan. Setelah dalam kurun waktu 25 tahun kemudian sistem ini berevolusi menjadi suatu "*organisme*" yang semakin luas perkembangannya, yang mencakup puluhan juta orang dan ribuan jaringan.

Penggunaan Internet saat ini mencakup berbagai kalangan, para pengelola media massa (penerbit surat kabar dan majalah, radio siaran dan televisi), penerbit buku, artis, guru dan dosen, pustakawan, penggemar komputer dan pegusaha. Alasan penggunaannya pun beraneka ragam, mulai sekedar untuk berkomunikasi hingga mengakses informasi dan data yang penting. Sebagian besar komputer dan jaringan yang tersambungkan ke Internet masih berkaitan dengan masyarakat pendidikan dan penelitian. Kenyataan ini tidaklah mengejutkan karena internet memang lahir dari benih penelitian. Namun semakin banyak Universitas kini bekerja sama dengan kalangan bisnis untuk mengembangkan berbagai katalog dan arsip *online*.

Pertumbuhan dan kelarisan internet ini perlu dipahamai. Di satu sisi internet dapat dibandingkan dengan perkembangan mesin faksimili pada akhir dasawarsa 1980-an. Nilai yang ditawarkan internet dapat dikiaskan sebagai jalan raya dengan transportasi berkecapatan tinggi yang memperpendek perjalanan atau diibaratkan sebagai sebuah perpustakaan yang dapat dikunjungi setiap saat, dengan kelengkapan buku, sumber informasi, dan kemungkinan penelusuran informasi yang tak terbatas.

Informasi penting yang tersedia di internet jumlahnya terus meningkat. Ini mencakup berbagai arsip gratis dan arsip umum, katalog perpustakaan, layanan pemerintah, dan sebagainya. Informasi yang menarik, yepat waktu dan cermat sangat penting untuk jurnalisme yang baik. Dalam seabad terakhir, pekerjaan seorang wartawan ditentukan oleh peluangnya mendapatkan informasi.

Sama halnya dengan telepon, yang memungkinkan wartawan mewawancarai orang dimana pun orang itu berada, jaringan komunikasi elektronik juga memungkinkan wartawan mencari dimana seseorang berada dan mendapatkan informasi dari berbagai tempat di seluruh dunia. Singkatnya, informasi melalui jaringan komputer (internet) memudahkan wartawan menjalankan tugasnya dimana pun dia berada.

2.6 Tinjauan Tentang Media Online

Media *online* adalah media massa yang dapat kita temukan di internet. Sebagai media massa, media online juga menggunakan kaidah-kaidah jurnalistik dalam sistem kerja mereka. Perbedaan antara media cetak dan media *online* terlihat jelas pada medianya.

Tabel 2.2

Perbedaan Teknis Media Cetak dengan Media *Online*

Unsur	Media Cetak	Media *Online*
Pembatasan panjang	Biasanya panjang naskah telah dibatasi, misalnya 5 – 7 halaman kuarto diketik 2	Tidak ada pembatasan panjang naskah, karena halaman web bisa menampung naskah yang sepanjang

naskah	spasi.	apapun. Namun demi alasan kecepatan akses, keindahan desain dan alasan-alasan teknis lainnya, perlu dihindarkan penulisan naskah yang terlalu panjang.
Prosedur naskah	Naskah biasanya harus di-ACC oleh redaksi sebelum dimuat.	Sama saja. Namun ada sejumlah media yang memperbolehkan wartawan di lapangan yang telah dipercaya untuk meng-upload sendiri tulisan-tulisan mereka.
Editing	Kalau sudah naik cetak (atau sudah di-film-kan pada proses percetakan), tak bisa diedit lagi.	Walaupun sudah *online*, masih bisa diedit dengan leluasa. Tapi biasanya, editing hanya mencakup masalah-masalah teknis, seperti merevisi salah ketik, dan seterusnya.
Tugas desainer atau layouter	Tiap edisi, desainer atau layouter harus tetap bekerja untuk menyelesaikan desain pada edisi tersebut.	Desainer dan programmer cukup bekerja sekali saja, yakni di awal pembuatan situs web. Selanjutnya, tugas mereka hanya pada masalah-masalah maintenance atau ketika perusahaan memutuskan untuk mengubah desain dan sebagainya. Setiap kali redaksi meng-upload naskah, naskah itu akan langsung "masuk" ke desain secara otomatis.
Jadwal terbit	Berkala (harian, mingguan, bulanan, dua mingguan, dan sebagainya).	Kapan saja bisa, tidak ada jadwal khusus, kecuali untuk jenis-jenis tulisan/rubrik tertentu.
Distribusi	Walau sudah selesai dicetak, media tersebut belum bisa langsung dibaca oleh khalayak ramai sebelum melalui proses distribusi.	Begitu di-upload, setiap berita dapat langsung dibaca oleh semua orang di seluruh dunia yang memiliki akses internet.

Dari segi sifatnya, ada satu kemiripan antara media online dengan media elektronik seperti radio dan televisi. Mereka selalu dituntut untuk menyajikan

berita yang paling *up to date* secepat mungkin. Mereka juga biasanya tidak perlu menunggu hingga seluruh data terkumpul. Begitu ada data, walau hanya sedikit, mereka langsung melaporkannya. Jika ada perkembangan baru mengenai peristiwa tersebut, mereka melaporkannya lagi, demikian seterusnya. Karena itu, aturan penulisan di dalam media *online* cenderung lebih bebas, tidak terlalu terpaku pada kaidah-kaidah bahasa dan jurnalistik yang berlaku umum.

2.7 Tinjauan Tentang Berita

2.7.1 Pengertian berita

Sesungguhnya berita adalah hasil rekonstruksi tertulis dari realitas sosial yang terdapat dalam kehidupan. Itulah sebabnya ada orang yang beranggapan bahwa penulisan berita lebih merupakan pekerjaan merekonstruksikan realitas sosial ketimbang gambaran dari realitas itu sendiri. Saya sendiri setuju dengan anggapan ini. Bagaimanapun, tidak ada seorang pun yang sanggup merekonstruksikan realitas sosial memiliki empat muka, maka yang sering diungkap para wartawan hanya dua muka.Hal ini diakui sendiri oleh Thoriq Hadad, wartawan eks Tempo. Dalam sebuah perbincangan dengan saya di Surabaya, 6 Agustus 1994. Thoriq Hadad mengatakan bahwa apa yang diungkapkan Tempo dalam pemberitaannya hanya sekitar 60% dari apa yang diketahui Tempo. Sudah begitu, pemerintah masih menganggap Tempo tidak bisa menahan diri.

Lalu, bagaimana mendefinisikan berita, Untuk keperluan definisi berita, bisa saja dikutip pendapat Nancy Nasution, yakni: Laporan tentang peristiwa-peristiwa yang terjadi, yang ingin diketahui oleh umum, dengan sifat-sifat aktual, terjadi di lingkungan pembaca, mengenai tokoh terkemuka, akibat peristiwa tersebut berpengaruh terhadap pembaca (Dalam Basuki 1983:1).

Bisa juga dikutipkan pendapat W.J.S. Purwadarminta, yang mengatakan bahwa berita adalah laporan tentang satu kejadian yang terbaru (ibid). Kedua pengertian ini menimbulkan pendapat bahwa tidak semua yang tertulis dalam surat kabar atau majalah bisa disebut sebagai berita. Iklan dan resep masakan tidak bisa disebut berita. Yang disebut berita adalah laporan tentang sebuah peristiwa. Dengan perkataan lain, sebuah peristiwa tidak akan pernah menjadi berita bila peristiwa tersebut tidak dilaporkan.

2.7.2 Nilai-nilai berita

Tidak semua laporan tentang kejadian pantas dilaporkan kepada khalayak. Pertengkaran antara suami-istri orang kebanyakan tidak perlu dilaporkan kepada khalayak. Di samping merupakan peristiwa rutin, kedua peristiwa tersebut juga tidak memiliki nilai berita.

“Kriterianya hanya satu, yaitu peristiwa yang memiliki nilai berita. Nilai berita sendiri, menurut Julian Harriss, Kelly Leiter dan Stanley Johnson, mengandung delapan unsur, yaitu: konflik, kemajuan, penting, dekat, aktual,

unik, manusiawi, dan berpengaruh “(Harriss, Leiter dan Johnson 1981:29-33). Artinya, sebelum seseorang melaporkan sebuah peristiwa, ia perlu mengkonfirmasikannya dengan kriteria-kriteria tersebut.

- Konflik

  Informasi yang menggambarkan pertentangan antar manusia, bangsa dan negara perlu dilaporkan kepada khalayak. Dengan begitu khalayak mudah untuk mengambil sikap.

- Kemajuan

  Informasi tentang kemajuan ilmu pengatahuan dan teknologi senantiasa perlu dilaporkan kepada khalayak. Dengan demikian, khalayak mengetahui kemajuan peradapan menusia. Penting Informasi yang penting bagi khalayak dalam rangka menjalani kehidupan mereka sehari-hari perlu segera dilaporkan kepada khalayak.

- Dekat

  Informasi yang memiliki kedekatan emosi dan jarak geografis dengan khalayak perlu segera dilaporkan. Makin dekat satu lokasi peristiwa dengan tempat khalayak, informasinya akan makin disukai khalayak.

- Aktual

  Informasi tentang peristiwa yang unik, yang jarang terjadi perlu segera dilaporkan kepada khalayak. Banyak sekali peristiwa yang

unik, misalnya mobil bermain sepak bola, perkawanan manusia dengan gorila, dan sebagainya.

- Manusiawi

  Informasi yang bisa menyentuh emosi khalayak, seperti yang bisa membuat menangis, terharu, tertawa, dan sebagainya, perlu dilaporkan kepada khalayak. Dengan begitu, khalayak akan bisa meningkatkan taraf kemanusiaannya.

- Berpengaruh

  Informasi mengenai peristiwa yang berpengaruh terhadap kehidupan orang banyak perlu dilaporkan kepada khalayak. Misalnya informasi tentang operasi pasar Bulog, informasi tentang banjir, dan sebagainya. Jumlah unsur nilai berita yang harus dipenuhi setiap peristiwa sebelum dijadikan berita berbeda pada setiap penerbitan pers. Ada surat kabar yang menetapkan hanya lima unsur nilai berita. Tetapi, ada juga yang enam unsur. Yang jelas, makin banyak sebuah peritiwa memiliki unsur nilai berita, makin besar kemungkinan beritanya disiarkan oleh penerbitan pers.

2.7.3 Jenis-jenis berita

"Kalau kita sepakat bahwa yang menjadi bahan dasar berita adalah realitas sosial dalam bentuk peristiwa, maka jelas peristiwa itu bermacam-macam. Da peristiwa orang berseminar. Ada pula peristiwa pembunuhan. Bahkan ada peristiwa pembatalan SIUPP. Untuk memudahkan penggolongan

jenis-jenis berita berdasarkan peristiwa yang terjadi dalam kehidupan manusia, Maryono Basuki membagi berita berdasarkan: sifat kejadian; masalah yang dicakup; lingkup pemberitaan; dan sifat pemberitaan "(Basuki 1983:5).

1. Berdasarkan sifat kejadian. Terdapat empat jenis berita, yaitu:
    - Berita yang sudah diduga akan terjadi.
    - Berita tentang peristiwa yang terjadi mendadak sontak.
    - Berita tentang peristiwa yang direncanakan akan terjadi.
    - Berita tentang gabungan peristiwa terduga dan tidak terduga.

2. Berdasarkan masalah yang dicakup.

    Secara umum, terdapat empat aspek kehidupan manusia, yaitu: aspek sosial, ekonomi, politik, dan kebudayaan. Tetapi, seiring dengan perkembangan masyarakat, keempat aspek ini terasa tidak memadai lagi. Ia perlu dipecah lagi menjadi berbagai aspek. Karena itu, tidak ada salahnya menggolongkan jenis berita berdasarkan masalah yang dicakup menurut jumlah kementrian yang ada dalam Kabinet Pembangunan.

    Jenis-jenis berita tersebut menjadi: berita dalam negeri, berita luar negeri, berita hukum, berita sosial, berita pendidikan dan kebudayaan, berita pertanian, berita lingkungan hidup, berita perumahan, berita pemuda dan oleh raga, berita transmigrasi, berita kesehatan, berita ilmu pengetahuan, berita kopersi, berita pertanahan,

berita penerangan, berita perindustrian, berita perbankan, berita perhubungan, berita perdagangan, berita kehutanan, berita agama, berita pertambangan, dan berita pangan.

3. Berdasarkan Lingkup

Pemberitaan. lingkup pemberitaan, dibagi menjadi empat bagian, yaitu lokal, regional, nasional, dan internasional. Sebuah berita disebut berlingkup lokal kalau peristiwa yang dilaporkannya terjadi di sebuah kabupaten dan akibatnya hanya dirasakan di daerah itu, atau paling-paling di kabupaten lain dalam propinsi yang sama. Sebuah berita disebut berlingkup nasional kalau pelaporan peristiwa yang terjadi di satu negara dapat dirasakan di Negara lain.

Berdasarkan sifat pemberitaan. Sifat berita bisa dilihat dari isinya.

Ada isi berita yang memberitahu, mendidik, menghibur, memberikan contoh, mempengaruhi, dan sebagainya. Bisa saya sebuah berita mempunyai sifat lebih dari satu. Tetapi, sifat berita yang terutama adalah memberitahu.

2.7.4 Struktur berita

Struktur berita sangat ditentukan oleh format berita yang akan ditulis. Struktur berita langsung berbeda dengan beritaringan dan berita kisah. Tetapim, untuk berita langsung, menurut Bruce D. Itule dan Douglas A.

Anderson, struktur yang lazim hanya satu, yaitu piramida terbalik (Itule dan Anderson 1987: 62-63).

Lead menunjukkan bagian permulaan berita yang paling penting. Sedangkan piramida terbalik menunjukkan begian yang penting dari sebuah berita pada bagian awal dan makin ke bawah makin kurang penting. Dengan perkataan lain, seiring dengan menyempitkan piramida terbalik, berkurang pula arti penting beritanya. Struktur seperti ini, di samping memudahkan mengenali inti berita, juga memudahkan pemotongan bagian yang tidak mungkin termuat. (Sumber: Ditjen Pendidikan Tinggi Dep P dan K, 1978: 148)

Struktur (1) pada gambar memperlihatkan bahwa semua bagian berita sama pentingnya. Struktur ini sering menyertakan sub judul pada bagian body. Struktur(1) juga cocok untuk menyajikan berita secara kronologis. Sedangkan struktur (2) memperlihatkan body, yang semakin ke bawah semakin berkurang bobotnya.

Struktur-struktur berita di atas bisa dipandang sebagai kerangka berita, yang akan diisi dengan fakta. Dalam mengisi kerangka berita, satu hal yang perlu diperhatikan adalah keterkaitan ide yang dikandung satu alinea dengan ide yang dikandung alinea berikutnya.