BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Mengenai Ilmu Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Secara etimologis istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin yakni C*ommunicare*. Artinya berbicara, menyampaikan pesan, informasi, pikiran, perasaan, gagasan dan pendapat yang dilakukan oleh seorang kepada yang lain dengan mengharapkan jawaban, tanggapan atau arus balik (*feedback*) dari orang yang diajak berbicara tersebut. Komunikasi menurut bahasa Latin yaitu C*ommunicati* (Inggris,*Communication*), artinya pemberitahuan. Kata sifatnya, C*ommunis* (Inggris, *Commonness*), berarti bersama–sama di antara dua orang atau lebih, yang berbicara mengenai kebersamaan, berbagi kepentingan, keinginan, pengetahuan, kepemilikan dan gagasan.

Berdasarkan arti kata komunikasi di atas lebih dipertegas lagi dengan pengertian komunikasi di bawah ini, yaitu

> "Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dalam bentuk lambang bermakna sebagai paduan pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan, imbauan, dan sebagainya, yang dilakukan seseorang kepada orang lain, baik secara langsung (tatap muka) maupun tidak langsung melalui media, dengan tujuan mengubah sikap, pandangan dan prilaku".(Effendy, 1989:60)

Berdasarkan pengertian di atas, C*ommunicare* bisa berarti dua orang atau lebih, yang secara bersama–sama bertemu baik secara langsung

(tatap muka) maupun melalui media atau saluran tertentu (komunikasi antarpribadi), tukar menukar mengenai pengetahuan, pengalaman, pikiran, gagasan dan perasaan (*to make common, sharing*).

Schramm memberikan tambahan bahwa kesamaan pengalaman diantara komunikator dan komunikan, yang berlangsung secara *source* dan *receiver*, komunikator dan komunikan akan mempunyai sudut pandang yang sama mengenai sesuatu pesan. Komunikasi akan efektif apabila komunikator mampu berkomunikasi sesuai dengan komunikannya.

Selain itu pula, seorang komunikator harus mempunyai rencana dan tujuan, tidak saja pesan itu tersampaikan, tapi juga dapat merubah sikap dan pendapat serta mempengaruhi komunikan, hal ini dipertegas dari definisi komunikasi, yaitu

> "Komunikasi atau upaya–upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas penyampaian informasi serta pembentukan sikap dan pendapat". Secara khusus Hovland menjelaskan bahwa "*Communication is the process to modify the behavior of other individual"*, (komunikasi adalah perubah perilaku orang lain). (Hovland dalam Effendy, 1988:113)

Dalam menyampaikan pesan, komunikasi dilakukan tidak terbatas pada komunikasi secara langsung, bisa juga dilakukan melalui media seperti televisi, radio, surat kabar dan lain–lain. Sehingga pesan akan tersampaikan dan tersebar luas tidak terbatas ruang dan waktu, serta mempengaruhi khalayak secara luas pula. Hal ini berdasar pada pengertian komunikasi :

"Komunikasi adalah pengoperan atau penyiaran *(transmitter*) lambang-lambang melalui sebagian besar media komunikasi massa seperti Surat Kabar, Radio, Majalah, Buku dan sebagian besar media komunikasi yang bersifat pribadi percakapan antar insan."(Barelson dalam Effendy, 1986:69).

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

Onong Uchjana Effendy dalam bukunya "Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek" menjelaskan bahwa berkomunikasi memiliki sifat-sifat. Adapun beberapa sifat komunikasi tersebut, yaitu:

1. Tatap muka (*face-to-face*)
2. Bermedia (*Mediated*)
3. Verbal (*Verbal*)
   - Lisan (*Oral*)
   - Tulisan
4. Non verbal (*Non-verbal*)
   - Gerakan/ isyarat badaniah (*gestural*)
   - Bergambar (*Pictorial*)

   (Effendy, 2002:7)

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

Komunikator dapat menyampaikan pesannya secara verbal dan non verbal. Verbal dibagi 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, ataupun 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 oleh lawan berbicara kita serta semua pesan yang kita sampaikan dapat diterima oleh lawan bicara kita dan adanya efek yang terjadi setelah melakukan komunikasi tersebut. Onong Uchjana dalam buku " Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek" mengemukakan beberapa tujuan berkomunikasi, yaitu:

a. Supaya 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 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.

2.2 Tinjauan Mengenai Komunikasi Massa

2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan suatu proses penyampaian pesan komunikasi, informasi melalui media massa baik cetak maupun elektronik, komunikasi massa adalah surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film.

Komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa atau khalayak yang luar biasa banyaknya, tidak terbatas pada penduduk yang ada di suatu daerah melainkan semua orang dinegara yang satu dengan yang lain dapat mengetahui secara langsung apa yang disiarkan oleh media elektronik seperti televisi, radio, internet (satelit), seperti halnya pengertian Komunikasi Massa :

> *"First, mass communication id communication addressed to the masses, to an extremely large audience. This does not mean that the audience includes all people or everyone who reads or everyone who watches television: rather it means an audience that is large and generally rather poorly defined. Second, massa communication is communication mediated by audio and/or visual transmitters. Mass communication is perhaps most easily and most logically defined by its forms: television, radio, newspapers, magazines, films, books, and tape"..*
>
> "Pertama, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang yang menonton televisi, agaknya ini berarti bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar untuk didefinikan. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar–pemancar yang audio dan atau visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya: televisi, radio, surat kabar, majalah, film, buku dan pita. Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa

modern seperti pers, film, radio dan televise". (De Vito dalam Effendy, 1984:21)

Dari pengertian di atas, secara umum sebenarnya komunikasi massa merupakan suatu proses yang melukiskan bagaimana komunikator secara profesional menggunakan teknologi dalam menyebarluaskan pengalamannya yang melampaui jarak untuk mempengaruhi khalayak dalam jumlah yang banyak.

Dengan menggunakan saluran teknologi, komunikasi massa dipergunakan untuk mengirimkan pesan yang melintasi jarak jauh, misalnya buku, pamflet, majalah, surat kabar, warkat pos, radio, rekaman–rekaman, televisi, poster dan komputer serta aplikasinya jaringan telepon serta satelit (internet).

Dalam melakukan kegiatan komunikasinya, komunikasi massa harus mempunyai karakteristik sebagai komunikasi massa adalah sebagai berikut :

1. Komunikasi satu arah
   Komunikasi massa berbeda dengan komunikasi antar persona satu arah (*Interpersonal Communication* (*one–way communication*) dan dua arah (*two–way Communication*), komunikasi massa berlangsung satu arah (*one way Communication*), Ini berarti bahwa, tidak ada arus balik (*feedback*) dari komunikan kepada komunikator, dalam hal ini wartawan sebagai komunikator tidak akan menerima tanggapan atau pesan dari berita atau informasi yang dipublikasikan dan disiarkannya.
2. Melembaga
   Sebagai saluran komunikasi, media massa merupakan suatu lembaga atau institusi atau organisasi, begitu halnya dengan komunikator melembaga atau *Institusionalized Communicator*.
3. Pesan bersifat umum

Pesan yang disampaikan mengenai hal-hal yang umum terjadi dalam masyarakat, karena komunikasi massa ditujukan untuk umum.

4. Menimbulkan keserempakan *(simultaneity)*
   Keserempakan pada pesan yang disampaikan dan disebarluaskan kepada khalayak, baik isi maupun waktu dari pesan tersebut sama.
5. Heterogen
   Sasaran yang dituju dalam proses komunikasi massa adalah khalayak atau masyarakat luas yang terpencar satu sama lain tidak saling mengenal, karena masing–masing berbeda mulai dari jenis kelamin, usia, agama, idiologi, pekerjaan, pendapatan, pengalaman, kebudayaan, keinginan sampai cita–cita dan sebagainya.
   (Effendy,1992:20)

2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan proses komunikasi baik melalui cetak maupun elektronik yang ditujukan pada khalayak banyak, tentu mempunyai fungsi-fungsi tertentu untuk menunjang tujuannya, adapun menurut buku ***Aneka Suara, Satu Dunia* (*Many Voices One World*)**, dengan Mac Bride sebagai editornya, mengemukakan tentang fungsi komunikasi dalam tiap sistem social :

1. Informasi : pengumpulan, penyimpanan, pemprosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta dan pesan, opini dan komentar yang dibutuhkan seseorang agar dimengerti dan bereaksi terhadap kondisi internasional, lingkungan dan orang lain, serta dapat mengambil keputusan yang tepat.
2. Sosialisasi : penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan seseorang bersikap dan bertindak sebagai

anggota masyarakat yang efektif sehingga ia sadar akan fungsi sosialnya dan berperan aktif di masyarakat.

3. Motivasi : menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong orang menentukan pilihannya dan keinginannya, serta mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama.
4. Perdebatan dan diskusi : menyediakan dan saling menukar fakta dan informasi yang diperlukan, sehingga tercapai persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah publik, menyediakan bukti–bukti yang relevan, untuk kepentingan umum dan agar masyarakat lebih melibatkan diri dalam masalah yang menyangkut kegiatan bersama di tingkat internasional, nasional dan lokal.
5. Pendidikan : pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak, dan pendidikan keterampilan serta kemahiran.
6. Memajukan kebudayaan : penyebarluasan hasil kebudayaan dan seni untuk melestarikan warisan masa lalu, perkembangan kebudayaan dengan memperluas horizon seseorang, membangunkan imajinasi dan mendorong kreativitas serta kebutuhan estetikanya.
7. Hiburan : penyebarluasan sinyal, simbol, suara dan citra dari drama, tari, kesenian, kesusastraan, musik, komedi, olah raga,

permainan dan sebagainya untuk rekreasi dan kesenangan kelompok dan individu.

8. Integrasi : menyediakan bagi bangsa, kelompok dan individu kesempatan memperoleh berbagai pesan yang diperlukan mereka agar mereka dapat saling kenal dan mengerti dan menghargai kondisi, pandangan, dan keinginan orang lain.

Komunikasi massa akan berfungsi dengan baik apabila fungsi–fungsi diatas dapat dijalankan oleh komunikator dalam suatu institusi atau lembaga pers sehingga dapat memberikan sesuatu yang positif untuk kemajuan suatu bangsa dengan kemampuan komunikannya sendiri melalui medium komunikasi massa.

2.3 Tinjauan Mengenai Media Massa

2.3.1 Pengertian Media Massa

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

2.3.2 Karakteristik Media Massa

Sedangkan karakteristik media massa sendiri meliputi :

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

(Romli, 2005:5)

2.3.3 Bentuk-bentuk Media Massa

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

2.4 Tinjauan Mengenai Jurnalistik

2.4.1 Pengertian Jurnalistik

Komunikasi dan jurnalistik merupakan suatu studi spesialisasi ilmu yang tidak dapat dipisahkan karena kegiatan tersebut merupakan bagian dari komponen komunikasi yang terdapat pada bentuk atau *scope* komunikasi, jurnalistik sebagai Ilmu Komunikasi Massa terdapat dalam bentuk komunikasi. Studi komunikasi terdiri dari 3 katagori

"Bentuk Spesialisasi

1. Media
2. Efek
3. Bentuk spesialisasi komunikasi :
   a. Komunikasi antar persona yaitu pernyataan manusia yang ditujukan kepada sasaran tunggal
   b. Komunikasi kelompok yaitu pernyataan manusia yang ditujukan kepada kelompok tertentu atau suatu kumpulan manusia yang mempunya antar hubungan sosial yang nyata
   c. Komunikasi massa yaitu pernyataan manusia yang ditujukan kepada massa". (Palapah, 1983:11)

Media massa (TV, Radio, Koran dan Majalah), identik dengan sarana penampilan dan penyebaran hasil kerja jurnalistik. Oleh karena itu dari segi kegiatannya Jurnalistik sering disamakan dengan pers yaitu kegiatan kewartawanan dalam mencari, menyusun, menulis, menyunting dan menerbitkan (mempublikasikan) berita di media massa (baik cetak maupun elektronik).

Dilihat dari sejarahnya, jurnalistik dimulai dengan adanya "*acta diurna*", yang artinya "kegiatan dari hari ke hari", istilah itu lahir pada jaman Romawi; jaman pemerintahan Julius Caesar, saat itu di lokasi kerajaan dipasang papan putih yang kerap ditempelkan pengumuman-pengumuman atau berita–berita khususnya senat (*acta senatus*) dan laporan–laporan Dewan Perwakilan Rakyat (*acta diurna*). Karena adanya permintaan dari masyarakat kemudian pengumuman meluas dan disahkan dan disebarluaskannya melalui "*kurier*", kurier itulah yang pada akhirnya disebut "*diurna*" atau "*diurnarius*".

Sedangkan kata Jurnalistik sendiri pada dasarnya berasal dari bahasa Belanda "*journalistiek*" yang dalam bahasa Inggrisnya

"*journalism*" yang bersumber dari perkataan "journal" terjemahan dari bahasa Latin "diurna" yang berarti "harian atau setiap hari". Jurnalistik berasal dari kata *journalism* (Inggris), berasal dari *journal* atau *de jour* (Prancis), berarti catatan atau berita harian di mana segala berita pada hari itu termuat dalam lembaran (kertas) yang tercetak. Semua berita tercetak di atas kertas dengan mesin cetak *press* maka istilah pers digunakan untuk kegiatan yang sama dengan jurnalistik.

> "Jurnalistik berarti kegiatan mengelola berita, mulai dari peliputan peristiwa melalui penyusunan pesan berita sampai penyebaran berita yang sudah tuntas kepada khalayak. Komunikasi jurnalistik adalah komunikasi yang berkaitan dengan kegiatan pemberitaan melalui media massa pers, radio dan televisi". (Effendy,1989: 195.)

Secara gamblang jurnalistik didefinisikan sebagai keterampilan atau kegiatan mengulang bahan berita mulai dari peliputan sampai kepada penyusunan yang layak disebarluaskan kepada masyarakat. Adapun keterampilan itu sendiri meliputi kegiatan mencari, mengumpulkan, menyeleksi dan mengolah informasi yang mengandung nilai berita serta menyajikan kepada khalayak melalui media massa periodik baik cetak maupun elektronik.

2.4.2 Unsur–unsur Jurnalistik

Agar sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai dalam proses mencari, mengumpulkan, menyeleksi dan menyebarkannya kepada khalayak diperlukan unsur–unsur jurnalistik, adalah sebagai berikut :

> "Jurnalisme adalah segala bentuk pengumpulan, penulisan, penafsiran, pemprosesan, penyebaran berita dan ulasan mengenai berita kepada kelompok pemerhati berupa informasi dan hiburan umum yang sistematik dan dapat dipercaya untuk diterbitkan di suratkabar, majalah dan disiarkan di stasion siaran".(Mappatoto,1993:70–71)

Proses jurnalistik harus dilakukan secara sistematis mulai dari memperoleh dan menulis fakta, didukung pula dengan professional sebagai wartawan baik dalam meliput suatu peristiwa yang terjadi yang mengandung nilai berita, maupun idealisme sebagai wartawan untuk mencari kebenaran, serta ketelitian dan sikap kritis dan serba ingin tahu yang harus dipertahankan.

Oleh karena itu, seorang jurnalis surat kabar harus memiliki *skill* atau keterampilan yang berlandaskan teoritis, pendidikan dengan mengutamakan kecepatan, ketepatan, kebenaran, kejujuran, keadilan, keseimbangan dan tidak berprasangka (praduga tak bersalah), sehingga informasi yang disuguhkan tidak akan merugikan baik untuk institusinya maupun personalnya.

2.4.3 Peran dan Fungsi Jurnalistik

Berbagai peranan dan fungsi jurnalistik memperlihatkan apa yang dapat dilakukan oleh pers dan media massa sebagai agen perubahan sosial dan pembaharu masyarakat. Dalam hubungannya dengan pencarian informasi kemudian menyebarluaskannya kepada

khalayak, secara umum, untuk lebih jelasnya dijabarkan sebagai berikut:

1. *To Inform* adalah memberikan informasi atau kabar kepada masyarakat atau pembaca melalui tulisan–tulisannya pers memberikan informasi yang beraneka ragam.
2. *To educate* adalah memberikan pendidikan melalui tulisan atau pesan yang mendidik masyarakat atau *audience* pembaca.
3. *To controle* adalah memberikan berbagai kritik membangun kepada pihak-pihak yang melakukan penyimpangan, mempunyai pengaruh yang sangat kuat dan luas. Karena lembaga pers sebagai kekuatan keempat. Dalam kaitannya sebagai pilar keempat (*the fourh state*) dalam sistem politik–ekonomi, pers dan jurnalistik berfungsi sebagai Penyalur aspirasi masyarakat banyak yaitu Pembentuk kecendrungan (*trend setter*) pendapat masyarakat, Kelompok penekan *(pressure group*) yang dapat turut mempengaruhi dan mewarnai kebijakan politik negara (*public policy decision making),* pembela kebenaran dan keadilan.(Samantho,2002:64)
4. *To bridge* adalah penghubung atau menjembatani antara masyarakat dengan pemerintah begitupun sebaliknya.

5. *To entertaint* adalah memberikan hiburan, kepuasan, kesenangan, keberhasilan.

Jika dicermati bahwa "Jurnalistik" dan "Media Massa", sama–sama bermuara pada dunia kewartawanan dan kepenulisan. Kedua istilah itu berkaitan erat satu sama lain dan tidak dapat dipisahkan. Perbedaan makna di antara istilah itu sebagai berikut : Pengertian Jurnalistik lebih mengarah pada "aktivitas" atau proses kerja kewartawanan dan kepenulisan. Media massa mengarah pada benda atau "produk aktivitas" tersebut tempat dituangkan atau disiarkannya aktivitas kewartawanan dan kepenulisan.

Dalam kegiatan jurnalistik, ciri dan sifat media sangat berpengaruh pada komponen-komponen komunikasi lainnya. Oleh karena itu baik, jurnalistik surat kabar akan berbeda dengan jurnalistik majalah, dan berbeda pula dengan jurnalistik radio serta berbeda pula dengan jurnalistik televisi dan tentunya ada kesamaan diantara keempat ciri dan sifat jurnalistik, sebagai berikut :

1. Periodisitas
   Dalam suatu penerbitan pers, hasilnya surat kabar harus diselenggarakan secara teratur dan terus menerus, muncul dengan nama surat kabar harian, mingguan dan tengah bulanan.
2. Universalitas
   Surat kabar ditujukan untuk kepentingan umum yang disebarluarkan keseluruh lapisan masyarakat, surat kabar tersebut berisi berita–berita mengenai segala aspek kehidupan manusia, mulai dari politik, ekonomi, perdagangan, sosial budaya, olah raga sampai pada hal yang terkecil.
3. Objektivitas

Merupakan nilai etik dan moral yang harus dipegang teguh oleh surat kabar dalam menjalankan profesi jurnalistiknya, sehingga berita yang disuguhkan dapat dipercaya dan menarik perhatian pembaca serta menyajikan hal–hal yang faktual apa adanya, sehingga kebenaran isi berita yang disampaikan dapat dipertanggungjawabkan.

4. Afinitas
   Adanya hubungan timbal balik antara penyelenggara surat kabar dengan pembacanya sehingga komunikasi dapat berlangsung dua arah mulai dari berita–berita yang disajikan oleh penyelenggara surat kabar dengan keinginan pembaca.(Palapah,1983:110).

2.5 Tinjauan Umum Mengenai Pers

2.5.1 Pengertian Pers

Pers adalah lembaga sosial (*social institution*) atau lembaga kemasyarakatan yang merupakan subsistem dari sistem pemerintahan di negara di mana ia beroperasi, bersama-sama dengan subsistem lainnya.

Ditinjau dari teori sistem, pers merupakan sistem terbuka yang probabilistik. Terbuka artinya bahwa pers tidak bebas dari pengaruh lingkungan; tetapi di lain pihak pers juga mempengaruhi lingkungan probabilistik. Mati hidupnya pers atau lancar tidaknya kehidupan pers di suatu negara dipengaruhi bahkan ditentukan oleh sistem politik pemerintahan di negara di mana pers itu beroperasi.

Pers mempunyai dua pengertian, yakni pers dalam arti sempit dan dalam arti luas. Pers dalam arti yang sempit adalah media massa cetak seperti surat kabar, majalah, tabloid, dan sebagainya. Sedangkan pers dalam arti luas meliputi media massa elektronik antara lain televisi, radio, sebagai media yang menyiarkan karya Jurnalistik.

Jadi tegasnya, Pers adalah lembaga atau badan atau organisasi yang menyebarkan berita sebagai karya Jurnalistik kepada khalayak. Pers dan Jurnalistik dapat diibaratkan sebagai raga dan jiwa. Pers adalah aspek raga, karena ia berwujud, konkret, nyata. Dengan demikian pers dan jurnalistik merupakan dwitunggal, Pers tidak mungkin beroperasi tanpa Jurnalistik, sebaliknya Jurnalistik tidak akan mungkin mewujudkan suatu karya berita tanpa pers.

Pada zaman modern sekarang ini, Jurnalistik tidak hanya mengelola berita tetapi juga aspek-aspek lain untuk isi surat kabar. Karena itu fungsinya bukan lagi menyiarkan informasi tetapi juga mendidik, menghibur, dan mempengaruhi agar khalayak melakukan kegiatan tertentu. Fungsi-fungsi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Fungsi menyiarkan informasi

   Menyiarkan informasi adalah fungsi surat kabar yang pertama dari yang utama. Khalayak berlangganan atau membeli surat kabar karena memerlukan informasi mengenai berbagai hal di bumi ini.

2. Fungsi mendidik

   Fungsi kedua dari surat kabar adalah mendidik. Sebagai sarana pendidikan massa (*Mass Education*), surat kabar memuat tulisan yang mengandung pengetahuan, sehingga pembaca bertambah pengetahuannya.

3. Fungsi menghibur

   Hal-hal yang bersifat hiburan sering dimuat surat kabar untuk mengimbangi berita-berita (*hard news*) dan artikel-artikel yang berbobot. Maksud pemuatan isi yang mengandung hiburan, semata-mata untuk melemaskan ketegangan pikiran setelah para pembaca dihidangkan dengan bertita atau artikel yang bersifat isi beritanya berat.

4. Fungsi mempengaruhi

   Fungsi mempengaruhi menyebabkan surat kabar memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat. Fungsi mempengaruhi pada surat kabar secara implisit terdapat pada berita, sedang secara eksplisit terdapat pada tajuk rencana dan artikel.

   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)

2.6 Tinjauan Mengenai Fotografi

2.6.1 Pengertian Fotografi

Istilah fotografi pertama kali dikemukakan oleh seorang ilmuwan inggris, Sir John Herschell pada tahun 1839. Fotografi berasal dari kata *photos* (sinar/cahaya) dan *graphos* (mencatat/melukis). Secara harfiah fotografi berarti mencatat atau melukis dengan sinar atau cahaya. Pada awalnya fotografi dikenal dengan lukisan matahari, karena sinar matahari yang digunakan untuk menghasilkan image. Saat ini, fotografi telah melekat erat dengan fungsi komunikasinya dan model ekspresi visual yang menyentuh kehidupan manusia di berbagai bidang.

Foto secara luas telah digunakan oleh surat kabar, majalah, buku, dan televisi untuk menyampaikan informasi dan iklan produk atau jasa. Aplikasi praktis fotografi bias ditemukan di sekitar pekerjaan manusia dari astronomi hingga kedokteran sampai industri. Fotografi memperpanjang penglihatan manusia pada objek yang tak terlihat karena terlalu kecil atau terlalu jauh, atau peristiwa yang dapat berakibat kerusakan pada mata jika dilihat dengan mata telanjang. Sebuah kamera dapat digunakan dlokasi yang berbahaya bagi manusia, foto dapat menjadi objek seni yang mengeksplorasi kondisi manusia dan estetika. Bagi jutaan orang, fotografi merupakan hobi yang menyenangkan atau menjadikannya sebagai lahan pekerjaan.

Fotografi adalah seni, yaitu pemotretan yang menghasilkan karya foto yang indah dan bernilai seni tinggi. Bias dinikmati oleh masyarakat luas sehingga membuat penikmatnya tertawan oleh keindahan, kekaguman, dan pengalaman batin akibat kesan yang ditimbulkan oleh foto tersebut.

Foto yang bernilai seni, tidak harus foto suatu pemandangan alam yang indah, atupun wajah cantik seorang gadis. Tapi foto yang bernilai seni bias berupa foto situasi desa yang kumuh atau wajah seorang tua keriput. Keindahan suatu foto dapat dipengaruhi oleh beberapa factor; peralatan memotret, situasi pemotretan, objek yang dipotret, dan yang paling utama adalah fotografer yang memotret.

Ada dua macam fotografer, yaitu fotografer amatir dan fotografer professional. Fotografer amatir menjadikan fotografi sebagai hobi, kesenangan pribadi, masalah biaya tidak menjadi soal, yang penting hatinya senang, terhibur dan gembira.

Fotografer profesional menjadikan fotografi sebagai profesi, pekerjaan untuk mencari uang. Biasanya fotografer profesional memb ekali diri dengan keahlian fotografi yang memadai.

2.6.2 Proses fotografi

Proses fotografi terdapat pada peristiwa ketika emulsi film terkena cahaya. Sinar yang sampai pada film setelah melewati sebuah lensa yang berfungsi memancarkan bayangan dari objek apa yang akan ditangkap atau berada di muka lensa. Bayangan *(image)*. Laten image

pada film tidak dapat dilihat secara kasat mata tetapi perlu melalui proses pencucian film terlebih dahulu yang kita kenal dengan film negatif atau gambar negatif.

2.7 Tinjauan Mengenai Foto Berita

2.7.1 Pengertian Foto Berita

Foto jurnalistik atau foto berita menurut Guru Besar Universitas Missouri , AS, Cliff Edorn adalah paduan kata *words* and *pictures*. Sementara menurut editor majalah *Life* dari 1937-1950, Wilson Hicks, kombinasi dari kata dan gambar yang menghasilkan satu kesatuan komunikasi saat ada kesamaan antara latar belakang pendidikan dan social pembacanya.

Ada delapan karakter foto jurnalistik yang menurut Frank P. Hoy, dari Sekolah Jurnalistik dan Telekomunikasi Walter Cronkite, Universitas Arizona, pada bukunya yang berjudul *Photojurnalism The Visual Approach* adalah sebagai berikut.

1. Foto jurnalistik adalah komunikasi melalui foto (*communication photograpy*). Komunikasi yang dilakukan akan mengekspresikan pandangan wartawan foto terhadap suatu subjek, tetapi pesan yang disampaikan bukan ekspresi pribadi.

2. Medium foto jurnalistik adalah media cetak Koran atau majalah, dan media kabel atau satelit juga internet seperti kantor berita (*wire service*).
3. Kegiatan foto jurnalistik adalah kegiatan melaporkan berita.
4. Foto jurnalistik adalah paduan dari foto dan teks foto.
5. Foto jurnalistik mengacu pada manusia. Manusia adalah subjek, sekaligus pembaca fotojurnalistik.
6. Foto jurnalistik adalah komunikasi dengan orang banyak (*mass audiences*). Ini berarti pesan yang disampaikan harus singkat dan harus segera diterima orang yang beraneka ragam.

2.7.2 Jenis-Jenis Foto Berita

Jenis-jenis foto berita dapat diketahui melalui kategori yang dibuat Badan Foto Jurnalistik Dunia (*World Press Photo Foundation*) pada lomba foto tahunan yang diselenggarakan bagi wartawan diseluruh dunia. Kategori itu adalah sebagai berikut.

1. Spot Photo

Foto spot adalah foto yang dibuat dari peristiwa yang tidak terjadwal atau tidak terduga yang diambil oleh si fotografer langsung di lokasi kejadian . misalnya, foto peristiwa kecelakaan, kebakaran, perkelahian, dan perang. Karena dibuat dari peristiwa yang jarang terjadi dan menampilkan konflik serta ketegangan maka foto spot harus segera disiarkan. Dibutuhkan keberuntungan pada

fotografer dalam hal posisi dan keberadaannya, serta keberanian saat membuat foto. Memperlihatkan emosi subjek yang difotonya sehingga memancing juga emosi pembaca.

2. *General News Photo*

   Adalah foto-foto yang diabadikan dari peristiwa yang terjadwal, rutin, dan biasa. Temanya bisa bermacam-macam, yaitu politik, ekonomi, dan humor. Contoh, foto presiden menganugerahkan Bintang Mahaputra, menteri membuka pameran, badut dalam pertunjukan, dan lain-lain.

3. *People in the News Photo*

   Adalah foto tentang orang atau masyarakat dalam suatu berita. Yang ditampilkan adalah pribadi atau sosok orang yang menjadi berita itu. Bias kelucuannya, nasib dan sebagainya. Contoh, foto Ali Abbas, anak korban bom pada perang irak, atau foto mantan Presiden AS Ronald Reagan yang kepalanya botak setelah menjalani operasi dikepalanya, foto Juned korban kecelakaan peristiwa tabrakan kereta api di Bintaro, dan sebagainya. Tokoh-tojoh pada foto *people in the news* bisa tokoh populer atau bisa tidak, tetapi kemudian menjadi populer setelah foto itu dipublikasikan.

4. *Daily Life Photo*

   Adalah foto kehidupan sehari-hari manusia dipandang dari segi kemanusiawiannya (*human interest*). Misalnya, foto tentang pedagang gitar.

5. *Portrait*

   Adalah foto yang menampilkan wajah seseorang secara *close up* dan "mejeng". Ditampilkan karena adanya kekhasan pada wajah atau kekhasan lainnya.

6. *Sport Photo*

   Adalah foto yang dibuat dari peristiwa olahraga. Karena olahraga berlangsung pada jarak tertentu antara atlet dengan penonton dan fotografer, dalam pembuatan foto olahraga dibutuhkan perlengkapan yang memadai, misalnya lensa yang panjang serta kamera yang menggunakan *motor drive*. Menampilkan gerakan dan ekspresi atlet dan hal lain yang menyangkut olahraga. Contoh, petenis wanita, Venus Williams, mengembalikan bola kepada adiknya, Serena Williams.

7. *Science and Technology Photo*

   Adalah foto yang diambil dari peristiwa-peristiwa yang ada kaitannya dengan ilmu pengetahuan dan teknologi. Misalnya, foto penemuan *microchip* computer baru, foto proses pengkloningan domba, dan sebagainya. Pada pemotretan tertentu membutuhkan

perlengkapan khusus, misalnya lensa micro atau film *x-ray*, misalnya untuk pemotretan organ di dalam tubuh.

8. *Art and Culture Photo*

   Adalah foto yang dibuat dari peristiwa seni dan budaya. Misalnya, pertunjukan Iwan Fals di panggung, kegiatan artis di belakang panggung, dan sebagainya.

9. *Social and Environment*

   Adalah foto-foto tentang kehidupan sosial masyarakat serta lingkungan hidupnya. Contoh, foto penduduk di sekitar Kali Manggarai yang sedang mencuci piring, foto asap buangan kendaraan di jalan, dan sebagainya.

2.7.3 Syarat Foto Berita

Syarat foto berita, setelah mengandung berita secara fotografi, bagus (fotografis), syarat lain lebih kepada, foto harus mencerminkan etika atau norma hukum, baik dari segi pembuatannya maupun penyiarannya.

Di Indonesia, etika yang mengatur foto jurnalistik ada pada kode etik yang disebut Kode Etik Jurnalistik. Pasal-pasal yang mengatur hal ini ada, khususnya pada pasal 2 dan 3.

Pasal 2 berisi pertanggungjawaban yang antara lain: wartawan Indonesia tidak menyiarkan hal-hal yang sifatnya destruktif dan dapat merugikan bangsa dan Negara, hal-hal yang sifatnya

destruktif dan dapat merugikan bangsa dan negara, hal-hal yang dapat menimbulkan kekacauan, hal-hal yang dapat menyinggung perasaan susila, agama, kepercayaan atau keyakinan seseorang atau sesuatu golongan yang dilindungi undang-undang.

Sementara pada pasal 3 berisi cara pemberitaan dan menyatakan pendapat, antara lain disebutkan bahwa wartawan Indonesia menempuh jalan dan cara yang jujur untuk memperoleh bahan-bahan berita. Wartawan Indonesia meneliti kebenaran suatu berita atau keterangan sebelum menyiarkannya dengan juga memperhatikan kredibilitas sumber berita. Di dalam menyusun suatu berita, wartawan Indonesia membedakan antara kejadian (fakta) dan pendapat (opini).

Contoh penerapan dari pasal-pasal yang ada pada kode etik tersebut, yaitu misalnya dalam pembuatan foto tentang kecelakaan atau pembunuhan, tidak boleh menampakkan wajah korban, melainkan ditutupi koran atau sesuatu, atau diambil dari jarak agak jauh. Contoh lain, foto-foto pengadilan yang dibuat dari belakang orang yang diadili, bukan dari depan, selama status orang tersebut masih tersangka, untuk menghindari penghukuman yang dilakukan oleh wartawan (*trial by the press*).

Lalu foto-foto yang bersifat pornografi juga tidak boleh disiarkan. Foto yang dibuat dengan teknik manipulasi computer (grafis) juga tidak boleh disiarkan kalau tidak berdasarkan kebenaran.

2.8 Tinjauan Mengenai Wartawan

2.8.1 Pengertian Wartawan

Istilah jurnalis baru muncul di Indonesia setelah masuknya pengaruh ilmu komunikasi yang cenderung berkiblat ke Amerika Serikat. Istilah ini kemudian berimbas pada penamaan seputar posisi-posisi kewartawanan. Misalnya, "redaktur" menjadi "editor."

Pada saat Aliansi Jurnalis Independen berdiri, terjadi kesadaran tentang istilah jurnalis ini. Menurut aliansi ini, jurnalis adalah profesi atau penamaan seseorang yang pekerjaannya berhubungan dengan isi media massa. Jurnalis meliputi juga kolumnis, penulis lepas, fotografer, dan desain grafis editorial. Akan tetapi pada kenyataan referensi penggunaannya, istilah jurnalis lebih mengacu pada definisi wartawan.

Sementara itu wartawan, dalam pendefinisian Persatuan Wartawan Indonesia, hubungannya dengan kegiatan tulis menulis yang di antaranya mencari data (riset, liputan, verifikasi) untuk melengkapi laporannya. Wartawan dituntut untuk objektif, hal ini berbeda dengan penulis kolom yang bisa mengemukakan subjektivitasnya.

2.8.2 Asal dan ruang lingkup istilah Wartawan

Dalam awal abad ke-19, jurnalis berarti seseorang yang menulis untuk jurnal, seperti Charles Dickens pada awal kariernya.

Dalam abad terakhir ini artinya telah menjadi seorang penulis untuk koran dan juga majalah.

Banyak orang mengira jurnalis sama dengan reporter, seseorang yang mengumpulkan informasi dan menciptakan laporan, atau cerita. Tetapi, hal ini tidak benar karena dia tidak meliputi tipe jurnalis lainnya, seperti kolumnis, penulis utama, fotografer, dan desain editorial.

Tanpa memandang jenis media, istilah jurnalis membawa konotasi atau harapan keprofesionalisme dalam membuat laporan, dengan pertimbangan kebenaran dan etika.

2.9 Tinjauan Mengenai Angle

Ada Beberapa Angle dalam dunia fotografi dalam mengambil suatu gambar sebuah foto, yaitu :

- Eye Level Angle = Foto dari sudut pengambilan setinggi mata, karena kita terbiasa melihat dengan sudut pandang ini sehingga foto yg dihasilkan nyaman untuk dilihat. Jika memotret orang lain dengan eye level angle usahakan kita memotret sejajar dengan mata orang yg kita potret, bukan mata kita.
- Low Angle : motret dari bawah subjek, efek yg dihasilkan adalah kita ingin subjek yg kita potret menjadi lebih penting, besar, kuat, berkuasa, megah dll.

- High Angle : motret dari atas subjek, efek yg dihasilkan adalah kita ingin agar orang yang melihat foto tersebut merasa lebih penting, berkuasa, besar dan sedang mengamati subjek yg dipotret. Tapi tidak selalu seperti itu, biasanya hasil akhir perasaannya malah kebalik, misalnya ketika kita motret makro ulet bulu yg sangat cantik warna-warni atau serangga lain dari high angle, yg terjadi malah kita merasa kecil di bawah alam dan keagungan Pencipta.
-

2.10 Tinjauan Mengenai Objektivitas

2.10.1 Pengertian Objektivitas

Objektivitas pada umumnya berkaitan dengan berita dan informasi. Objektivitas merupakan nilai sentral yang mendasari disiplin profesiyang dituntut oleh para wartawan sendiri. Dengan demikian, objektivitas diperlukan untuk mempertahankan kredibilitas (McQuail, 1987,hal.129).

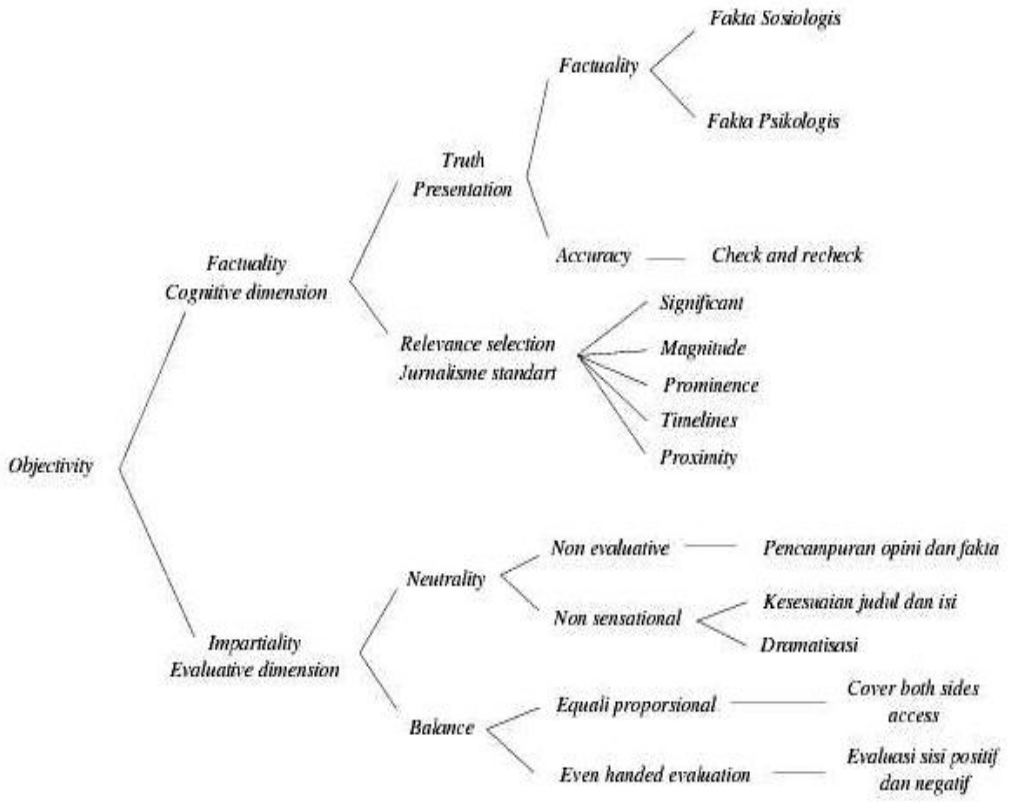
Objektivitas pemberitaan adalah penyajian berita yang benar, tidak berpihak dan berimbang (Siahaan,2001,hal.100). Menurut Ashadi Siregar, mengukur objektivitas pemberitaan pada dasarnya sejauh mana fakta social identik dengan wacana fakta media. Sebab berita adalah fakta sosial yang direkontruksikan untuk kemudian diceritakan. Cerita tentang fakta sosial itulah yang ditampilkan dalam media cetak. Motif

khalayak menghadapi media adalah mendapatkan fakta social. Untuk itu, prinsip utama dalam jurnalisme adalah objektivitas (Siahaan,2001,hal.66).

Sedangkan menurut Atkins (1977) perspektif mengenai objektivitas yaitu jurnalis haruslah tidak memihak dalam mengumpulkan, memperoses dalam memberikan berita yang dapat menjadi nyata dan konkrit sehingga dapat dibuktikan oleh pembacanya (De Beer & Merrill,2004,hal.168).

Jadi, informasi dikatakan objektif jika akurat, jujur, lengkap, sesuai dengan kenyataan, bisa diandalkan, dan memisahkan fakta dengan opini. Informasi harus seimbang juga adil, dalam artian melaporkan perspektif-perspektif alternatifdalam sifat yang tidak sensasional dan tidak bias (Bungin,2004,hal.154).

J Westherstahl pada tahun 1983 mengembangkan dasar bagi meneliti dan menukur objektivitas penderitaan, yang kemudian dirinci lebih lanjut oleh McQuail. Berikut kerangka objektivitas yang telah dirinci lebih lanjut oleh McQuail (Siahaan, 2001).



Gambar 2.1 : Skema Kerangka Objektivitas

Sumber: Imawan, Teguh., Jacky, M., Purnomo, Tjahjo., & Siahaan, Hotman (2001, p.69)

Objektivitas adalah penyajian berita yang benar, tidak berpihak, dan berimbang. Indikator yang digunakan adalah dimensi *truth* (yakni tingkatan sejauh mana fakta yang disajikan benar atau bisa diandalkan/ *reliable*), relefansi (yakni tingkatan sejauh mana relefansi aspek-aspek fakta yang diberitakan dengan standar jurnalistik/ *newsworthiness*), dan ketidakberpihakkan (*impartiality*), yakni tingkatan sejauh mana fakta-fakta yang diberikan bersifat netral dan berimbang (Siahaan,2001,hal.100).