BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan kegiatan sehari-hari manusia, karena memang manusia membutuhkan informasi. Komunikasi adalah salah satu syarat bagi berlangsungnya hubungan antar manusia atau interaksi sosial diantara sesama manusia, karena pada dasarnya, manusia adalah makhluk sosial yang harus selalu berkomunikasi dengan manusia lain. Oleh karena itu, komunikasi merupakan hal yang biasa terjadi di dalam kehidupan manusia. Seseorang melakukan komunikasi karena ingin mengadakan hubungan dengan lingkungannya.

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

Carl I. Hovland dalam Deddy Mulyana mendefinisakan "Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk merubah perilaku orang lain (komunikan). (2002: 62)

Gerald R. Miller dalam Deddy Mulyana menjelaskan bahwa " komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaiakan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima". (2002: 62)

Sedangkan Harold Laswell dalam Deddy Mulyana Mengemukakan rumusan komunikasi dari unsur- unsur komunikasinya itu sendiri, yaitu :

- *Who, (unsur komunikator yang menyampaikan pesan/informasi)*
- *Says What, (unsur message atau isi pesan yang dikomunikasikan)*
- *In Which Channel, (unsur alat-alat komunikasi atau media*
- *yang digunakan)*
- *To Whom, (unsur audience/komunikan yaitu penerima komunikasi)*
- *With What Effect, (unsur pengaruh yang ditimbulkan komunikasi)*.

(2003:62).

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

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

2.1.2 Unsur-unsur Komunikasi

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 *(feedback)* 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 dapat disimpulkan 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

Komunikasi massa merupakan salah satu bentuk dari komunikasi, karena memang 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)

2.1.6 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 Media Massa

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

1. Publisitas, disebarluaskan kepada khalayak.
2. Universalitas, kesannya bersifat umum.
3. Perioditas, tetap atau berkala.
4. Kontinuitas, berkesinambungan.
5. Aktualitas, berisi hal-hal baru. (Romly, 2002 : 5)

Isi media massa secara garis besar terbagai atas tiga kategori : berita, opini, *feature*. Karena pengaruhnya terhadap massa (dapat membentuk opini publik), media massa disebut "kekuatan keempat" (*The Four Estate*) setelah lembaga eksekutif, legistatif, yudikatif. Bahkan karena idealisme dengan fungsi sosial controlnya media massa disebut-sebut "musuh alami" penguasa. (Romly, 2002: 5)

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

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

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

   (Romly, 2002 : 5)

2.3 Tinjauan Tentang Surat Kabar

2.3.1 Surat kabar sebagai salah satu jenis media massa

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

Kebanyakan surat kabar mengandalkan hidupnya dari iklan, bahkan kenaikan harga kertas Koran sebagai bahan baku utama surat kabar sering kali tidak mengakibatkan kenaikan harga jual surat kabar per eksemplar secara proporsional. Kehadiran iklan dalam media cetak dengan kata lain telah mampu mensubsidi harga eceran surat kabar.

Selama tahun 1970-1985 diketahui ternyata lebih banyak surat kabar dan majalah gulung tikar karena tidak mendapatkan iklan, sekalipun di Indonesia budaya membaca belum terlalu memasyarakat. Surat kabar merupakan media utama yang banyak digunakan dalam periklanan di Indonesia, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti :

1. Jangkauan distribusi surat kabar tidak dibatasi.
2. Jangkauan media lainnya, radio dan televisi dibatasi.
3. Harga satuan surat kabar murah dan dapat dibeli eceran.

(Kasali, 1995 : 100)

2.3.2 Pengertian Surat Kabar

Pada awalnya surat kabar sering kali diidentikan 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 actual, juga harus bersifat

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

Definisi surat kabar menurut 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.

   (Junaidi, 1991 : 105)

Surat kabar di Indonesia hadir dalam berbagai bentuk yang jenisnya bergantung pada frekuensi terbit, bentuk, kelas ekonomi pembaca, peredarannya serta penekanan isinya. Sementara pengertian surat kabar menurut Onong Uchjana Effendy adalah :

"Lembaran tercetak yang memuat laporan yang terjadi di masyarakat dengan ciri-ciri terbit secara periode, bersifat umum, isinya termasa/aktual, mengenal apa saja di seluruh dunia yang mengandung nilai-nilai untuk diketahui khalayak pembaca". (Effendy, 1993 : 241)

2.3.3 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)

Demikianlah empat ciri surat kabar dapat dikatakan empat syarat yang harus dipenuhi surat kabar. Penelitian yang tidak mempunyai salah satu cirri saja dari keempat ciri tersebut, bukanlah surat kabar.

2.3.4 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 :

1. **Menyiarkan informasi**

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

2. **Mendidik**

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

3. **Menghibur**

   Hal-hal yang bersifat hiburan sering dimuat surat kabar untuk mengimbangi berita-berita berat (Hard News) dan artikel yang berbobot. Isi surat kabar yang bersifat hiburan bisa berbentuk cerita

pendek, cerita bersambung, cerita bergambar, teka-teki silang, pojok, karikatur, tidak jarang juga berita mengandung minat insani (Human Interest) dan kadang-kadang tajuk rencana.

4. Mempengaruhi

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

Selain hal tersebut diatas surat kabar sebagai media massa mempunyai peranan yang sangat penting dalam masyarakat seperti dikatakan oleh Oetomo "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 :

1. Pers dapat memperluas cakrawala pemandangan. Melalui surat kabar orang dapat mengetahui kejadian-kejadian yang dialami di negara-negara lain.
2. 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.
3. Pers mampu meningkatkan aspirasi. Dengan penguasaan media, suatu masyarakat dapat mengubah kehidupan mereka dengan cara meniru apa yang disampaikan oleh media tersebut.
4. 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.

2.4 Tinjauan Tentang Berita

2.4.1 Pengertian Berita

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

Adapun definisi berita yang dikemukakan para pakar komunikasi dan jurnalistik

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

- Berita adalah laporan pertama dari kejadian penting dan dapat menarik perhatian umum (Eric C. Hepwood).
- Berita adalah laporan tercepat dari suatu peristiwa atau kejadian yang faktual, penting, dan menarik bagi sebagian besar pembaca serta menyangkut kepentingan mereka (Micthel V. Charnley).

(Romli, 2003 ; 35)

Sedangkan menurut *The New Glorier Webster International Dictionary*, berita adalah:

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

(Hikmat, Purnama Kusumaningrat, 2005 : 39)

2.5 Tinjauan Tentang Rubrik

Rubrik sendri diartikan alokasi halaman untuk memuat tulisan-tulisan tertentu yang setema. Nama halaman tersebut berisikan tulisan-tulisan bertema khusus, karena memang dalam media cetak rubrik merupakan bagian-bagian dari suatu berita agar khalayak atau pembaca tidak terlalu bingung untuk mencari informasi yang di perlukan. Dalam Kamus Bahasa Indonesia yang disusun oleh Poerwadarminta dijelaskan Rubrik adalah kepala (ruangan) karangan dalam surat kabar, majalah, dan lainya sebagainya dalam Kamus Komunikasi Onong Uchjana

effendi mengatakan bahwa: Istilah Rubrik dalam bahasa Belanda berarti ruangan pada halaman surat kabar, majalah, atau media cetak lainya, mengenai suatu aspek atau kegiatan dalam kehidupan masyarakat’’. (Effendy, 1989;316)

2.6 Tinjauan Berita feature

2.6.1 Pengertian feature

Feature merupakan salah cara penulisan berita, selain penulisan berita langsung atau straight news. Secara umum feature adalah sebuah tulisan berita yang menarik dengan penyajian lebih panjang lebar lebih panjang berita biasa dengan pengembangan kretifitas penulisannya dalam mempengaruhi emosi pembacanya. Penulisan feature menjadi salah satu keunggulan media cetak di tengah pesaingnya dengan media elektronika, melalui penulisan feature wartawan bias mengekspresikan kemampuan terbaiknya dalam menulis. Semua bahan yang diperoleh dalam liputan di lapangan bias di tumpahkan dalam penulisan yang panjang yang tentunya terdapat unsur *human-touch.* Dengan demikian masalah-masalah yang tidak terungkap dalam news bias di tamping dalam feature.

Tulisan fature yang lebih menitik beratkan pada hal menarik karena terdapat unsur *human-touch,* ciri pengenal *feature* terletak pada penetrasi imaginasinya bukan pada pemisahnya dari kebenaran dan pada pelonggaran kebenarannya, tetapi pada penembusannya ke dalam kebenaran yang khas dan khusus yang menggugah perasaan ingin tahu, perasaan simpati, perasaan skeptis, perasaan humor, perasaan cemas, atau perasaan takjub orang.

2.6.2 Ciri – ciri Feature

1. Ungkapan kretifitas penulisanya terutama dalam memilih sudut pandang, dengan ruang yang lebih luas di tulis dalam halaman yang lebih besar .
2. Subjektifitas penulisanya untuk memasuki emosi dan pikiranya, penulis bias masukan opininya berdasarkan pengalaman di lapangan meskipun tidak terlalu dominan.
3. Informatif dan memberi kesadaran baru mengenai sebuah masalah, penggamabaran yang jelas dan menyeluruh mengenai suatu masalah akan mudah membangkitkan opini pembaca.
4. Tidak mudah basi dalam arti berita feature bisa menarik pembacanya karena memang di bubuhi unsur menarik dan human touch sehingga pembaca dapat merasakan apa yang di sampaikan dalam sebuah berita feature , tetap menarik meskipun kejadinya berlangsung lama.
5. Tulisan lebih panjang, karena mengungkap dan menggambarkan peristiwa secara gambling, eksplorasi kemampuan penulis itu tetap berada pada koridor data dan pakta, karena feature bukan karangan fiksi seperti novel atau cerpen, tapi sebuah tulisan yang berdasarkan kondisi ril di lapangan.

2.6.3 Unsur-unsur Feature

1. Diskripsi

Mampu menjelaskan masalah secara jelas dengan menggambarkan fisik suatu obyek secara terinci melalui pengamatan panca indera, mata, hidung telinga, lidah.

2. Fantasi

Mampu membangkitkan bayangan pembaca mengenai sebuah fakta yang di tampilkan melalui penulisan yang menarik.

3. Anekdot

Menampilkan kutipan kisah lucu sebagai penyegar, bias kutipan dialog, kutipan lagu, kutipan syair dan lainnya.

2.7 Tinjauan Tentang Gaya Bahasa

Bahasa yang digunakan para penulis dan jurnalis bias saja sama, akan tetapi gayanya pasti berlainan, cara khas dalam menyatakan pikiran dan perasaan dalam bentuk tulisan atau lisan. Kekhasan dari gaya bahasa ini terletak pada pemilihan kata-katanya yang tidak secara langsung menyatakan makna yang sebenarnya. Gaya bahasa adalah bahasa indah yang dipergunakan untuk meningkatkan efek dengan jalan memperkenalkan serta memperbandingkan suatu benda atau hal tertentu dengan benda atau hal lain yang lebih umum. penggunaan gaya bahasa

tertentu dapat mengubah serta menimbulkan konotasi tertentu (Dale, 1971:220 dalam Tarigan, 1985:5).

Gaya bahasa adalah cara mempergunakan bahasa secara imajinatif, bukan dalam pengertian secara kalamiah, (proses menghasilkan citra, mental dan ide). (Warriner, 1979:602). Sebuah gaya bahasa yang baik harus mengandung tiga unsur yaitu :

1. **Kejujuran** dalam bahasa, tulis Keraf, berarti kita mengikuti aturan-aturan, kaidah-kaidah yang benar dan baik dalam berbahasa.
2. **Sopan-santun**, adalah menghormati pembaca yang diajak bicara, khususnya pendengar atau pembaca.
3. **Menarik**, yaitu memunculkan rasa ingin tahu dan minat pembaca, Menghibur, yakni peristiwa lucu atau mengandung unsur humor yang menimbulkan rasa ingin tertawa atau minimal tersenyum.

   (Sumadiria,2006:146).

2.7.1 Gaya Bahasa Perbandingan

Gaya bahasa perbandingan mencoba membandingkan dua hal yang sama atau dua hal yang berbeda, gaya bahasa perbandingan mencakup sepiluh jenis yaitu :

1. Perumpamaan yaitu membandingkan dua hal yang berbeda sehingga dianggap memiliki unsur-unsur persamaan diantara keduanya.
2. Metafora yaitu pemakaian kata-kata bukan arti sebenarnya, melainkan sebagai lukisan yang berdasarkan persamaan atau perbandingan.

3. Personifikasi yaitu mengandaikan benda-benda mati, termasuk gagasan atau konsep-konsep yang abstrak, berprilaku seperti manusia yang bisa menggerakan seluruh tubuhnya, barkata-kata, bernyanyi, bersiul, berlari, menari, melihat dan mencium.
4. Depersonifikasi yaitu merupakan kebalikan dari personifikasi dengan mengandaikan manusia atau segala hal yang hidup, bernyawa, sebagai benda-benda mati yang kaku beku.
5. Alegori yaitu cerita yang dikisahkan dalam lambang-lambang, tempat atau wadah, objek-objek atau gagasan-gagasan yang diperlambangkan.
6. Antitesis yaitu yang mengadakan perbandingan antara dua antonim dengan kata-kata yang mengandung cirri-ciri semantik yang bertentangan.
7. Pleonasme dan Tautologi yaitu pemakaian kata yang mubazir atau berlebihan yang sebenarnya tidak perlu, sedangkan Tautologi penegasan terhadap suatu hal yang mengandung unsur perulangan tetapi dengan menggunakan kata-kata yang lain.
8. Perifrasis memepergunakan kata-kata lebih banyak dari pada yang dibutuhkan
9. Antisipasi penetapan kata yang mendahului tentang sesuatu yang masih akan dikerjakan atau akan terjadi, antisipasi atau prolepsis sebenarnya lebih banyak ditemukan dalam bahasa tutur atau bahasa percakapan.

10. Koreksio yaitu yang berwujud semula ingin menegaskan sesuatu, tetapi kemudian, memeriksa dan memperbaikinya mana yang salah.

2.7.2 Gaya Bahasa Pertentangan

Gaya bahasa pertentangan, membandingkan dua hal yang berlawanan atau bertolak belakang (Tarigan, 1985: 55-82), Gaya bahasa pertentangan mencakup 12 jenis yaitu :

1. Hiperbola
2. Litotes
3. Ironi
4. Oksimoron
5. Satire
6. Ineundo
7. Antifrasis
8. Paradoks
9. Klimaks
10. Antiklimaks
11. Sinisme
12. Sarkasme

2.7.3 Gaya Bahasa Pertautan dan Perulangan

Gaya bahasa pertauatan ialah menunjukan adanya hubungan pertautan atau pertalian di antara dua hal yang sedang dibicarakan, sedangkan perulangan yaitu yang mengandung perulanga bunyi suku kata, kata, frasa atau bagian kalimat yang di anggap penting untuk memberi tekanan dalam sebuah konteks yang sesuai.(Tarigan, 1985: 180)