BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.1. Pengertian Komunikasi

Istilah komunikas*i* 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 kemanfaatan 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 (2001) dalam buku "Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek" ilmu komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegar

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

Hovland juga mengungkapkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan hanya penyampaian 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 bisa terjadi apabila komunikasi yang disampaikannya bersifat komunikatif yaitu komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan harus benar-benar dimengerti 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 komunikator cocok dengan kerangka acuan *(frame of reference)*, yakni panduan pengalaman dan pengertian *(collection of expreiences and meanings)* yang pernah diperoleh 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. Untuk melihat unsur-unsur komunikasi berikut beberapa unsur komunikasi menurut Cangara:

1. Sumber
2. Pesan
3. Media
4. Penerima
5. Pengaruh (Cangara, 2004:21-25).

1. Sumber : Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau dalam bahasa Inggrisnya disebut *soure, sender, atau encoder*

2. Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Isi pesan bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Dalam istilah asing pesan diterjemahkan dengan kata *message*, *content*, atau *information*.
3. Media ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Saluran atau media komunikasi terbagi atas media massa dan media nir-massa. Nir-massa merupakan komunikasi tatap muka sedangkan media massa menggunakan saluran yang berfungsi sebagai alat yang dapat menyampaikan pesan secara massal.

4. Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara.
5. Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh bisa diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan. (Cangara, 2004:21-25).

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. 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)

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 (Effendy, 2002: 6) 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:

a. Komunikator : Orang yang menyampaikan pesan;
b. Pesan : Pernyataan yang didukung oleh lambang;
c. Komunikan : Orang yang menerima pesan;
d. Media : Sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya;
e. Efek : Dampak sebagai pengaruh dari pesan. (Effendy, 2002:6)

2.1.3 Sifat Komunikasi

Sifat komunikasi menurut Onong Uchana Effendy ada beberapa macam,yaitu:

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).

Dalam penyampaian pesan, seorang komunikator (pengirim) dituntut untuk memiliki kemampuan dan sarana agar mendapat umpan balik (*feedback*) dari komunikan (penerima), sehingga maksud dari pesan tersebut dapat dipenuhi dengan baik dan berjalan efektif. Komunikasi dengan tatap muka (*face-to-face*) dilakukan antara komunikator dengan komunikan secara langsung, tanpa menggunakan media apapun kecuali bahasa sebagai lambang atau simbol komunikasi bermedia dilakukan oleh komunikator kepada komunikan, dengan menggunakan media 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, 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 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. 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.

2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa

2.2.1 Pengetian Komunikasi massa

Untuk memberikan batasan tentang komunikasi massa dan setiap bentuk komunikasi massa memiliki ciri tersendiri. Begitu mendengar istilah komunikasi massa, biasanya yang muncul dibenak seseorang adalah bayangan tentang 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 dua pendapat diatas dapat diartikan komunikasi massa ialah penyebaran pesan dengan menggunakan media yang ditujukan kepada massa yang abstrak, yakni sejumlah orang yang tidak tampak oleh komunikator. Hal ini tidak berarti bahwa komunikasi massa merupakan suatu proses komunikasi yang selalu menggunakan media massa, 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.

Komunikan pada komunikasi massa tidak hanya besar dalam jumlah, tetapi juga memiliki sifat yang heterogen, mereka terdiri dari orang-orang yang berbeda dalam banyak hal. Perbedaan tersebut bisa berupa usia, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, agama dan adat istiadat.

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)

2.2.2. 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)

Mengenai karakteristik komunikasi Massa Wright berpendapat sebagai berikut:

> "Bentuk baru komunikasi dapat dibedakan dari corak-corak yang lama karena memiliki karakteristik utama sebagai berikut: diarahkan pada khalayak yang kreatif, besar, heterogen dan anonim. Pesan disampaikan secara terbuka, seringkali dapat mencapai kebanyakan khalayak secara serentak, bersifat sekilas, komunikator cenderung berada atau bergerak dalam organisasi yang komplek melibatkan biaya besar"
> (Rakhmat, 1992: 189)

2.2.3. Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa secara umum menurut Karlinah dalam Karlinah, dkk seperti yang dikutip oleh Ardianto dan Erdinaya dalam bukunya *Komunikasi Massa*, antara lain adalah :

1. **Fungsi Informasi**

   Media massa adalah penyebar informasi yang merupakan suatu kebutuhan pembaca, pendengar atau pemirsa.

2. **Fungsi Pendidikan**

   Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya, karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik, melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan yang berlaku kepada pemirsa atau pembacanya.

3. **Fungsi Mempengaruhi**

   Fungsi mempengaruhi dari media massa secara implisit terdapat pada tajuk, features, iklan, artikel, dan sebagainya, dimana khalayak dapat terpengaruh oleh iklan-iklan yang ditayangkan di televisi ataupun surat kabar.

4. **Fungsi Proses Pengembangan Mental**

   Untuk mengembangkan wawasan kita membutuhkan berkomunikasi dengan orang lain, karena melalui komunikasi, manusia akan bertambah pengetahuannya dan berkembang intelektualitasnya.

5. **Fungsi Adaptasi Lingkungan**

   Setiap manusia berusaha untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya untuk dapat bertahan hidup. Proses komunikasi membantu manusia dalam proses penyesuain tersebut.

6. **Fungsi Memanipulasi Lingkungan**

   Memanipulasi lingkungan artinya berusaha untuk mempengaruhi. Setiap orang berusaha untuk saling mempengaruhi dunia dan orang-

orang yang ada di sekitarnya. Dalam fungsi manipulasi, komunikasi digunakan sebagai alat kontrol utama dan pengaturan lingkungan.

2.3 Tinjauan Tentang Jurnalistik

2.3.1 Pengertian Jurnalistik

Kegiatan *Jurnalistik* (*journalistic)* sebenarnya sudah lama dikenal oleh manusia di dunia ini. Karena tanpa kita sadari kegiatan *Jurnalistik* selalu hadir dan ada di tengah–tengah masyarakat, sejalan dengan kegiatan pergaulan hidup yang dinamis, terutama sekali dalam masyarakat modern sekarang ini.

Dalam perjalanannya, *Jurnalistik* sebagai suatu disiplin ilmu telah mengalami perkembangan yang hebat. Di mulai dari jaman jayanya kerajaan Romawi Kuno saat di bawah kekuasaan Raja Julius Caesar. Pada masa itu kegiatan *Jurnalistik* dilakukan oleh para budak belian yang disuruh oleh majikannya untuk mengutip informasi tentang segala peristiwa hari itu yang berkaitan dengan status atau kegiatan usaha majikannya dan diberitakan dalam *acta diurna (*rangkaian kata hari itu) yang di pasang di Forum Romanum (Stadion Romawi).

Kata *jurnal* sendiri berasal dari bahasa Prancis, *journal* yang berarti catatan harian.hampir sama bunyi ucapannya dengan kata yang di temukan pada bahasa Latin, *diurna.* yang mengandung arti hari ini. Adapun kata *istik* merujuk kepada masalah Estetika yang berarti ilmu pengetahuan tentang keindahan. Keindahan yang dimaksud adalah mewujudkan berbagai produk

seni dan keterampilan dengan menggunakan yang di perlukan seperti, kayu, batu, kertas, cat, atau suara. Dalam hal ini meliputi semua macam bangunan, kesusastraan dan musik.

Dengan demikian secara Etimologi, *Jurnalistik* dapat di artikan sebagai suatu karya seni dalam hal membuat catatan tentang peristiwa sehari-hari, karya yang mana memiliki kaindahan dan dapat menarik perhatian khalayak sehingga dapat di nikmati dan di manfaatkan untuk kebutuhan hidup.

Menurut Astrid S. Susanto dalam bukunya, *komunikasi massa* (1986:73) *Jurnalistik* adalah sebagai kejadian pencatatan dan atau pelaporan serta penyebaran tentang kejadian sehari - hari. Begitu pula dengan Onong Uchana Effendy (1981:102) yang mengatakan bahwa *Jurnalistik* merupakan kegiatan pengolahan laporan harian yang menarik minat khalayak, mulai dari peliputan sampai dengan penyebaran kepada masyarakat. Dan lebih ringkas lagi Djen Amar (1984:30) mendefinisikan *Jurnalistik* sebagai kegiatan mengumpulkan, mengolah, dan menyebarkan berita kepada khalayak seluas - luasnya dengan secepat - cepatnya.

Secara umum *Jurnalistik* dapat di artikan sebagai teknik mengolah berita, mulai dari mencari berita sampai dengan menyebarkankannya kepada khalayak yang membutuhkan.segala sesuatu yang dianggap menarik dan penting untuk khalayak, bisa di jadikan bahan berita untuk di sebarluaskan kepada masyarakat, dengan menggunakan sebuah media. Seperti yang di

ungkapkan oleh Sumadiria, dalam bukunya Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Feature, Jurnalistik adalah:

> "Kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan dan menyebarkan berita melalui media berkala kepada khalayak dengan secepat-cepatnya (Sumadiria,2005;3)".

Dari pengertian di atas dapat dikatakan bahwa *Jurnalistik* adalah sebuah proses pencarian berita sampai berita tersebut disebarluaskan kepada khalayak dengan menggunakan media berkala. Terkait dengan hubungan antara *jurnalistik* dan *pers*, kita harus mengetahui dulu apa arti dari pers itu sendiri. Adapun istilah *pers* adalah berasal dari istilah asing. Yang pada aslinya adalah di tulis dengan kata *press,* yang berarti 'percetakan'atau 'mesin cetak'.

Mesin cetak inilah yang memungkinkan untuk terbitnya sebuah surat kabar, sehingga orang-orang mengatakan *pers* itu adalah surat kabar. Dari gambaran tersebut kita dapat memahami adanya dua pengertian umum dari *pers*. Yang pertama, arti *pers* secara sempit adalah "Persurat kabaran yang menjalankan kegiatan *Jurnalistik*". Sedangkan yang kedua, arti *pers* secara luas adalah "Suatu lembaga kemasyarakatan yang menjalankan kegiatan *Jurnalistik*". Hubungan antara pers dan jurnalistik menurut Suhandang didalam bukunya Pengantar Jurnalistik, Seputar Organisasi, Produk dan Kode Etik, Pers dan Jurnalistik secara luas adalah:

> "Merupakan suatu kesatuan (Institusi) yang bergerak dalam bidang penyiaran informasi, hiburan, keterangan dan penerangan tadi dengan maksud muntuk memenuhi kebutuhan hati nurani manusia sebagai makhluk sosial dalam kehidupan sehari-hari (Suhandang, 2004;40)".

Oleh karena itu, kalau berbicara mengenai pers mau tidak mau kita harus pula mempelajari ilmu tentang Jurnalistik. Dengan kata lain, pers sangat erat hubungannya dengan Jurnalistik. Pers sebagai media komunikasi massa tidak akan berguna apabila semua sajiannya sangat jauh dari prinsi - prinsip Jurnalistik. Seperti juga dikemukakan oleh Effendy, dalam buku Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi Pers adalah :

> "lembaga atau badan atau organisasi yang menyebarkan berita sebagai karya jurnalistik kepada khalayak. Pers dan jurnalistik dapat di ibaratkan sebagai raga dan jiwa. Pers adalah aspek raga, karena ia berwujud, konkret, nyata; oleh karena itu ia dapat di beri nama. Sedangkan jurnalistik adalah aspek jiwa, karena ia abstrak, merupakan kegiatan, daya hidup, menghidupi aspek pers. (Effendy, 2003;90)".

Dari pengertian di atas, dapat dikatakan pers merupakan suatu kesatuan, pers tidak mungkin dapat beroperasi tanpa jurnalistik, dan sebaliknya jurnalistik tidak akan membuat suatu karya berita tanpa adanya pers.

2.4 Tinjauan Tentang Surat Kabar

2.4.1. 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)

2.4.2 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 periodic, bersifat umum, isinya termasa/actual, mengenal apa saja di seluruh dunia yang mengandung nilai-nilai untuk diketahui khalayak pembaca". (Effendy, 1993: 241)

2.4.3 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 ciri saja dari keempat ciri tersebut, bukanlah surat kabar.

2.4.4 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:

a. 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.

b. 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.

c. 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.

d. 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, 2005:149)

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:

a. Pers dapat memperluas cakrawala pemandangan. Melalui surat kabar orang dapat mengetahui kejadian-kejadian yang dialami di negara-negara lain.
b. Pers dapat memusatkan perhatian khalayak dengan pesan-pesan yang ditulisnya. Dalam masyarakat modern gambaran kita tentang lingkungan yang jauh diperoleh dari pers dan media massa lainnya, masyarakat menilai menggantungkan pengetahuan pers dan media massa.
c. Pers mampu meningkatkan aspirasi. Dengan penguasaan media, suatu masyarakat dapat mengubah kehidupan mereka dengan cara meniru apa yang disampaikan oleh media tersebut.
d. Pers mampu menciptakan suasana membangun. Melalui pers dan media massa dapat disebarluaskan informasi kepada masyarakat, ia dapat memperluas cakrawala, pemikiran serta membangun simpati, memusatkan perhatian pada tujuan pembangunan sehingga tercipta suasana pembangunan yang serasi dan efektif. (Rachmadi, 1990:17-18)

Dengan demikian surat kabar telah membawa banyak perubahan pada kehidupan individu dan masyarakatlewat 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.

2.5 Tinjauan Tentang Berita

2.5.1 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:

a. 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).
b. 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).
c. 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)

Dari ke tiga definisi diatas maka berita 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)

2.5.2 Jenis-jenis Berita

Ada sejumlah jenis berita yang dikenal di dunia jurnalistik, yang paling popular dan menjadi menu utama surat kabar adalah:

1. Berita Langsung
2. Berita Opini
3. Berita Interpretatif
4. Berita Mendalam
5. Berita Penjelasan
6. Berita Penyelidikan (Romly, 2003 : 40-46)

- Berita opini (*opinion news*) yaitu berita mengenai pendapat, pernyataan, atau gagasan seseorang, biasanya pendapat para cendekiawan, sarjana, ahli, atau pejabat, mengenai suatu peristiwa.

- Berita langsung (*straight news*) adalah laporan peristiwa yang ditulis secara singkat, padat, lugas, dan apa adanya. Ditulis dengan gaya memaparkan peristiwa dalam keadaan apa adanya, tanpa ditambah dengan penjelasan, apalagi interpretasi. Berita langsung dibagi menjadi dua jenis: berita keras atau hangat (*hard news*) dan berita lembut atau ringan (*soft news*).
- Berita interpretaif (*interpretative news*) adalah berita yang dikembangkan dengan komentar atau penilaian wartawan atau nara sumber yang kompeten atas berita yang muncul sebelumnya sehingga merupakan gabungan antara fakta dan interpretasi. Berawal dari informasi yang dirasakan kurang jelas atau tidak lengkap arti dan maksudnya.
- Berita mendalam (*depth news*) adalah berita yang merupakan pengembangan dari berita yang sudah muncul, dengan pendalaman hal-hal yang ada di bawah suatu permukaan. Bermula dari sebuah berita yang masih belum selesai pengungkapannya dan bisa dilanjutkan kembali (*follow up system*). Pendalaman dilakukan dengan mencari informasi tambahan dari narasumber atau berita terkait.
- Berita penjelasan (*explanatory news*) adalah berita yang sifatnya menjelaskan dengan menguraikan sebuah peristiwa secara lengkap, penuh data. Fakta diperoleh dijelaskan secara rinci dengan beberapa argumentasi atau pendapat penulisnya. Berita jenis ini biasanya panjang lebar sehingga harus disajikan secara bersambung dan berseri.

- Berita penyelidikan (*investigative news*) dalah berita yang diperoleh dan dikembangkan berdasarkan penelitian atau penyelidikan dari berbagai sumber. Disebut pula penggalian karena wartawan menggali informasi dari berbagai pihak, bahkan melakukan penyelidikan langsung ke lapangan, bermula dari data mentah atau berita singkat. Umumnya berita investigasi disajikan dalam format tulisan *feature*. (Romly, 2003 : 40-46).

Selain jenis-jenis berita diatas, dikenal pula jenis-jenis berita lainnya, antara lain :

1. Berita Singkat (*spot news*), yaitu berita atau laporan peristiwa yang sedang bterjadi secara langsung atau siaran langsung.

2. Berita Basi, yaitu berita yang sudah tidak actual lagi.

3. Berita Bohong (*libel*), yaitu berita yang tidak benar atau tidak faktual sehingga menjurus pada kasus pencemaran nama baik.

4. Berita Foto, yaitu laporan peristiwa yang ditampilkan dalam bentuk foto lepas, tidak ada kaitan dengan tulisan yang ada di sekelilingnya.

5. Berita Kilat (*news flash*), yaitu berita yang penting segera diketahui publik, dimuat di halaman depan surat kabar.

6. Berita Pembuka Halaman (*opening news*), yaitu berita atau tulisan yang ditempatkan di bagian awal atau paling atas halaman surat kabar, semacam berita utama (*headline*) (Romly, 2003 : 47).

2.5.3 Nilai Berita

Suatu berita memiliki nilai layak berita jika didalamnya ada unsur kejelasan (*clarity*) tentang kejadiannya, ada unsur kejutannya (*surprise*), Ada unsur kedekatannya (*proximity*) secara geografis, serta ada dampak (*impact*) dan konflik personalnya.

Tetapi, kriteria tentang nilai berita ini sekarang sudah lebih disederhanakan dan disistimatiskan sehingga sebuah unsur kriteria mencangkup jenis-jenis berita yang lebih luas, dalam buku Jurnalistik Terapan Asep Syamsul M Romli (2003 : 37), mengemukakan unsur-unsur nilai berita yang sekarang dipakai dalam memilih berita, unsur-unsur tersebut adalah :

1. **Aktualitas,** peristiwa terbaru, terkini, terhangat (*up to date*), sedang atau baru saja terjadi (*recent events*).
2. **Faktual** (*factual*), yakni ada faktanya (*fact*), benar-benar terjadi bukan fiksi (rekaan, khayalan, atau karangan). Fakta muncul dari sebuah kejadian nyata (*real event*), pendapat (*opinion*), dan pernyataan (*statement*).
3. **Penting,** besar kecilnya dampak peristiwa pada masyarakat (*consequences*), artinya, peristiwa itu menyangkut kepentingan banyak atau berdampak pada masyarakat.
4. **Menarik,** artinya memunculkan rasa ingin tahu (*curiousity*) dan minat membaca (*interesting*). Peristiwa yang biasanya menarik

perhatian pembaca, disamping actual, factual, dan penting, juga bersifat :

5. **Menghibur,** yakni peristiwa lucu atau mengandung unsur humor yang menimbulkan rasa ingin tertawa atau minimal tersenyum.
6. **Mengandung Keganjilan,** peristiwa yang penuh keanehan, keluarbiasaan, atau ketidaklaziman.
7. **Kedekatan (*proximity*),** peristiwa yang dekat baik secara geografis maupun emosional.
8. ***Human Interest,*** terkandung unsur menarik empati, simpati atau menggugah perasaan khalayak yang membacanya.
9. **Mengandung unsur seks,** yakni peristiwa yang berkaitan dengan kebutuhan biologis atau nafsu seksual manusia.
10. **Konflik**, pertentangan, dan ketegangan. (M Romli 2003 : 37)

2.5.4 Isi Berita

Untuk mengetahui unsur-unsur yang membuat isi suatu berita layak dimuat. Sekiranya perlu menyimak isi dari pasal 5 Kode Etik Jurnalistik Wartawan Indonesia :

> "Wartawan Indonesia menyajikan berita secara *berimbang* dan *adil*, mengutamakan kecermatan dan ketepatan, serta tidak mencapurkan fakta dan opini sendiri. Tulisan berisi interpretasi dan opini wartawan agar disajikan dengan menggunakan nama jelas penulisnya. "

Dari ketentuan yang ditetapkan Kode Etik Jurnalistik Wartawan Indonesia itu menjadi jelas bahwa berita pertama-tama harus cermat dan tepat atau dalam bahasa jurnalistik harus akurat, selain cermat dan tepat,

berita juga harus lengkap (*complete*) dalam hal ini menggunakan elemen 5W+1H: *What* (apa yang sedang terjadi), *Where* (dimana hal itu terjadi), *When* (kapan peristiwa itu terjadi), *Who* (siapa yang terlibat dalam peristiwa itu), *Why* (kenapa hal itu terjadi), dan *How* (bagaimana peristiwa itu terjadi), adil (*fair*) dan berimbang (*balanced*). Kemudian berita harus tidak mencampurkan fakta dan opini sendiri atau dalam bahasa akademis disebut objektif, serta berita harus tepat (*current*), ringkas (*concise*) dan jelas (*clear*) dalam pemakaian gaya bahasa yang digunakan.

2.6 **Tinjauan Tentang Fenomena**

> "Fenomena adalah tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya prilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan sebagainya, secara utuh dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah." (Lexy J. Moleong, 2006:6)

2.7 Tinjauan Tentang Wartawan

> "Wartawan adalah profesi yang dituntut untuk mengungkap kebenaran dan menginformasikan kepada publik seluas mungkin temua-temuan dari fakta-fakta yang berhasil digalinya. Apa adanya, tanpa rekayasa dan tanpa tujuan-tujuan subjektif tertentu, selain semata-mata demi pembangunan keidupan dan peradaban kemanusiaan yan baik". (Djatmika, 2004:25)

Menurut Djuroto Wartawan adalah "seseorang yang bertugas mencari, mengumpulkan dan mengolah informasi menjadi berita, untuk disiarkan melalui media massa". (Djuroto, 2000:22)

Adapun pengertian wartawan menurut Gunardi adalah

> "Karyawan yang melakukan kegiatan kewartawanan yang berhubungan dengan pengumpulan, pengolahan dan penyiar dalam bentuk

> fakta, pendapat, ulasan dan gambar-gambar untuk perusahaan pers, radio, televisi dan film. Kewartawan adalah pekerja atau kegiatan atau usaha yang sah yang berhubungan dengan pengumpulan, pengolahan dan penyiaran dalam bentuk fakta, pendapat, tulisan, radio, televisi, dan film". (Gunardi, 1998:122)

Sedangkan pengertian wartawan menurut Effendy adalah

> "Seorang petugas media massa surat kabar, majalah, radio, atau televisi yang profesinya mengelola pemberitaan yakni meliput peristiwa yang terjadi dimasyarakat, menyusun kisah berita, dan menyebarluaskan berita yang sudah tuntas kepada khalayak". (Effendy, 1989:195)

Fungsi pers atau wartawan menurut pasal 2 UU No. 40 tahun1999 tentang pers sebagaiman di kutip oleh Djatmika dikatan bahwa : "fungsi pers adalah sebagai media informasi, pendidikan, hiburan dan kontrol sosial, serta memperjuangkan keadilan dan kebenaran. " (Djatmika,2004:11-12).

Sedangkan fungsi pers atau wartawan menurut Sumadiria terdapat lima fungsi pers yang berlaku secara universal yaitu:

1. **Informasi** (*to inform*)

   fungsi pertamanya adalah menyampaikan infomsi scepat-cepatnya kepada masyarakat yang seluas-luasnya. Setiap informasi yang disampaikan harus memenuhi kriteria dasar : aktual, akurat, faktual, menarik atau penting, benar, lengkap-utuh, jelas-jernih, jujur-adil, berimbang, relevan, bermanfaat dan etis.

2. **Edukasi** (*to educate*)

   Apapun informasi yang disebarluaskan pers hendaknya dalam kerangka mendidik (to educate). Pers setiap hari melaporkan berita, memberikan tinjauan atau analisis atas berbagai peristiwa dan kecenderungan yang terjadi, serta ikut berperan dalm mewariskan nilai-nila luhur universal,

nilai-nilai dasar nasional, dan kandungan budaya lokal dari suatu generasi ke generasi berikutnya secara estafet.

3. **Koresi** (*to influence*)

   Dalam Negara demokratis, pers mengemban fungsi sebagai pengawas pemerintah dan masyarakat (*watchdog function*). Pers akan senatiasa menyala ketika melihat berbagai penyimpangan dan ketidakadilan dalam suatu masyarakat atau Negara. Dengan fungsi kontrol sosial (*social control*) yang dimilkinya itu, pers bisa disebut sebagai institusi sosial yang tidak pernah tidur, ia juga bersifat independent atau menjaga jarak yang sama terhadap semua kelompok dan organisasi yang ada.

4. **Rekreasi** (*to intertaint*)

   Pers harus mampu memerankan dirinya sebagai wahana rekreasi yang menyenangkan sekaligus menyehatkan bagi semua lapisan masyarakat. Pers harus menjadi sahabat setiap pembaca yang menyenangkan.

5. **Mediasi** (*to mediate*)

   Mediasi artinya penghubung, bisa juga disebut pasilitator atau mediator. Dengan fungsi mediasi, pers mampu menghubungkan tempat yang satu dengan tempat yang lain, peristiwa yang satu dengan peristiwa yang lain atau orang yang satu dengan orang yang lain pada saat yang sama.(Sumadiria, 2005: 32-35)

   Dari status pekerjaannya, wartawan dibedakan menjadi tiga. wartawan tetap, wartawan pembantu dan wartawan lepas (*free lince*).

- Wartawan tetap adalah wartawan yang bekerja di suatu media massa (cetak dan elektronik) dan diangkat menjadi pegawai tetap diperusahaan itu. Istilah wartawan tetap adalah mereka yang mendapat gaji tetap, tunjangan, bonus, fasilitas dan kesehatan sebagaimana karyawan lain dengan hak dan kewajiban yang sama.
- Wartawan pembantu adalah wartawan yang bekerja di suatu perusaahan pers (cetak dan eletoronik), tetapi tidak diangkat sebagai wartawan tetap. Mereka diberi honorarim yang disepakati, diberi surat tugas (kartu pers) serta diberi tugas sesuai kemapuannya dan dapat mewakili penerbitannya bisa meliput suatu peristiwa. Wartawan yang tidak terikat pada suatu perusahaan baik media cetak maupun elektronik. Mereka Bebas mengirimkan beritannya ke berbagai media massa. Jika berita atau tulisannya dimuat, mereka mendapatakan honorarium (Djuroto, 2004: 22–23)

  Dalam perusahaan penerbitan pers, wartawan merupakan ujung tombak dai usahanya. Mereka yang paling banyak mensuplai bahan berita untuk penyajian setiap harinya. Karena itu, biasanya seorang wartawan dilengkapi dengan peralatan komunikasi yang bisa mendukung dan mempercepat tugasnya dalam mencari dan mengirim berita (tape recorder, telepon genggam, radio panggil).

2.8 Tinjauan Tentang Istilah “wartawan ronda”

Beberapa tahun terakhir ini telah beredar dengan sebutan ““wartawan ronda”” yang melakukan pemerasan agar seseorang atau suatu kelompok individu mengeluarkan materi (uang) dengan ancaman keburukan orang itu akan disebarluaskan. Orang-orang seperti itu bukanlah wartawan melaikan oknum-oknum yang menyalah gunakan profesi wartawan, merekalah yang dapat merusak citra profesi wartawan. Kenapa dikatakan “wartawan ronda” “Ronda” diistilahkan sebagai petugas patroli mengawasi jalanya roda pemerintahan yang sering disalah gunakan atau menyelewengkan oleh oknum pejabat untuk kepentingan pribadi atau korupsi yang makin merajalela di daerah Cianjur. Menurut Sodikin Anggota Dewan

Ada ciri-ciri yang membedakan antara wartawan amplop dan “wartawan ronda”. Tapi keduanya juga punya persamaan. Wartawan amplop adalah wartawan yang sebagian besar penghasilannya berasal dari amplop sumber berita, baik amplop itu diperoleh dengan cara meminta atau sekedar hasil pemberian dari sumber berita. Wartawan amplop bisa dilakukan oleh WTS (wartawan tanpa surat kabar) atau wartawan yang bekerja di perusahaan pers skala kecil yang tidak peduli dengan kesejahteraan para wartawannya. Di luar kategori ini, wartawan amplop juga dilakukan oleh wartawan yang bekerja di perusahaan pers yang sudah mapan, tetapi wartawan dan perusahaan pers tersebut kurang memedulikan penegakan etika jurnalitik, terutama soal larangan menerima uang/suap dari sumber berita.

Sedangkan “wartawan ronda” adalah orang yang pekerjaaanya memeras tetapi berkedok sebagai wartawan. Mereka ini mirip dengan intel gadungan atau polisi gadungan yang pekerjaaanya hanya menakut-nakuti masyarakat, tapi ujung-ujungnya adalah meminta uang.

Menurut tokoh masyarakat Kecamatan Bojong Picung Kabupaten Cianjur, Pak Ojik Sunarko, Masyarakat sudah lama risih dan terganggu dengan keberadaan wartawan gadungan, atau “wartawan ronda” yakni orang yang mengaku wartawan menyalahgunakan profesi wartawan dengan tujuan mencari uang, Kasus-kasus korupsi, penyeludupan, pembuangan limbah, pembalakan hutan, pengerukan dan penjualan pasir, perdagangan wanita dan anak-anak (*trafficking*) perjudian dan pelacuran, kejahatan *cybercrime, black market* dan sebagainya menyebabkan orang gampang tergoda dan silau dengan materi. (wawancara 23 Mei 2011)

Daerah Cianjur seluruh desa mendapatkan batuan dari pemerintah yaitu program beras murah untuk rakyat miskin (raskin) untuk masyarakat kurang mampu yang harganya sesuai ketetapan pemerintah dan tidak boleh di lebih lebihkan. Contoh pengurus / RT melebihkan harga karena alasan ongkos ojeg dari desa ke kampung masing-masing, sekalipun itu alasan oprasional tetap sudah melanggar ketentuan yang berlaku karena para “wartawan ronda” tugasnya hanya mencari-cari kesalahan, mereka mendapatkan informasi dari keterangan masyarakat bahwa harga beras di jual tidak sesuai aturan, senjata ampuh bagi mereka para “wartawan ronda” untuk membidik sasaran empuk yaitu kepala Desa

ujung ujungnya si “wartawan ronda” di kasih uang tutup mulut karena prakteknya tida sesuai prosedur pembangunan jalan jalan desa dari Project PNPM bayak pengaspalan jalan Desa yang kurang layak yang membuat kualitas jalan menjadi cepat rusak kasus seperti ini sering menjadi sasaran para “wartawan ronda” untuk menggugat pekerjaan pemborong karena tidak sesuai prosedur mereka para “wartawan ronda” berorientasi mencari permasalahan, pihak pemborong di kondisikan untuk mengasih imbalan/sogokan kepada “wartawan ronda” agar sama sama aman.

Masyarakat Cianjur terkenal sebagai pahlawan devisa, maraknya bisnis penjualan manusia untuk dijadikan tenaga kerja diluar negri secara legal dan ilegal masih banyak sekali khususnya di kec. Bojong Picung. di balik suburnya praktek industri tenaga kerja itu meningkatnya permasalahan di daerah Cianjur dari mulai maslah rumah tangga, gugatan cerai, harta gono gini, perselingkuhan dan banyaknya pernikahan antara orang Cianjur dan orang asing yang harus di urus secara rumit yang dimanfaatkan secara terorganisir oleh para “wartawan ronda”.

Banyak pernikahan siri antara warga Bojong Picung dengan orang asing yang di akui oleh agama dan tidak di akui secara resmi oleh pemerintah, pernikahan siri tersebut dan akhirnya suami dan keluarga yang bersangkutan sering jadi objek pemerasan para “wartawan ronda”, RT/RW setempat di datangi “wartawan ronda” yang bermodus respon aduan dari masyarakat bahwa ada pasangan tidak jelas setatusnya mereka tingal serumah di kampung tersebut para “wartawan ronda” menakut-nakuti dengan tindakan tersebut melanggar hukum,

karena pernikahan itu tidak ada sura-surat yang menguatkan mereka sebagai pasangan suami istri yang resmi, dari situlah “wartawan ronda” menyiasati agar kasus ini tida di perpanjang lebar karna sudah jelas merekalah yang salah. RT/RW ikut terbawa kepermasalahan karena di anggap mendukung praktek kumpul kebo, akhirnya semua yang bersangkutan menawarkan perdamaian untuk menghentikan kasus tersebut yaitu dengan uang tutup mulut atau amplop

Maraknya bisnis tenaga kerja di Cianjur banyak kasus (tkw) tenaga kerja wanita, berangkat ke luar negeri dan bernasib naas tidak di bayar dengan layak sesuai kesepakatan awal para “wartawan ronda” mengejar seponsor atau agensi penyaluran tenaga kerja Indonesia, sponsor atau agensi, apakah penyaluranya legal atau ilegal seperti biasa para “wartawan ronda” mencari kesalahan dan mengondisikan tidak di perpanjang kasus tersebut, karena sudah pasti akan kalah bila di uruskan kepersidangan ujung-ujungnya pihak yang merasa bersalah akan menawarkan perdamaian yang artinya sogokan untuk kasusnya di hentikan.

“wartawan ronda” dari kelas teri sampai kelas kakap terus beroperasi di wilayah Cianjur tindakan mereka memang keterlaluan karena mereka juga berani memburu narasumber atau pejabat yang akan diperasnya. Malah beberapa di antaranya berani beroperasi secara terbuka. Terutama di tempat-tempat yang dianggap ‘’basah’’ seperti bea cukai, kantor samsat, pelabuhan, dan bahkan sampai ke kantor pemerintah di Cianjur

Ada ciri-ciri yang membedakan antara wartawan amplop dan “wartawan ronda”. Tapi keduanya juga punya persamaan. Wartawan amplop adalah

wartawan yang sebagian besar penghasilannya berasal dari amplop sumber berita, baik amplop itu diperoleh dengan cara meminta atau sekedar hasil pemberian dari sumber berita. Wartawan amplop bisa dilakukan oleh (wts) wartawan tanpa surat kabar atau wartawan yang bekerja di perusahaan pers skala kecil yang tidak peduli dengan kesejahteraan para wartawannya. Di luar kategori ini, wartawan Amplop juga dilakukan oleh wartawan yang bekerja di perusahaan pers yang sudah mapan. tetapi wartawan dan perusahaan pers tersebut kurang memedulikan penegakan etika jurnalitik, terutama soal larangan menerima uang/suap dari sumber berita. ““wartawan ronda”” adalah orang yang pekerjaanya memeras tetapi berkedok sebagai wartawan.

“wartawan ronda” ini mirip dengan intel gadungan atau polisi gadungan yang pekerjaanya hanya menakut-nakuti masyarakat, tapi ujung-ujungnya adalah meminta uang. ““wartawan ronda”” biasanya memiliki media yang biasanya jadwal terbitnya tidak jelas dan isi medianya (iklan dan berita) adalah hasil negosiasi dengan sumber berita. Termasuk negosiasi pemerasan “wartawan ronda” adalah wujud anomali masyarakat, Ini jelas jelas sebuah penyimpangan profesi wartawan yang sesungguhnya, Keberadaan ““wartawan ronda”” jelas merugikan dan meresahkan masyarakat pemberian uang kepada wartawan akan membuat independensi wartawan tergadai.

Keberadaan ““wartawan ronda”” selain mencemarkan profesi wartawan, mereka juga menutup akses informasi yang berguna bagi masyarakat. Sebab berita-berita tentang korupsi yang diketahui ““wartawan ronda”” hanya dijadikan

komoditas bisnis oleh ““wartawan ronda”” oknum wartawan seperti ini bisa di dijerat dengan Pasal 368 Kitab Undang-undang Hukum Pidana (KUHP) tentang pemerasan.

“wartawan ronda” berani beroperasi karena ada tiga hal, yaitu:

1. karena sumber berita masih menyediakan amplop untuk wartawan, dengan demikian “wartawan ronda” punya alasan utuk menuntut “hak” yang sama.

2. “wartawan ronda” berani beroperasi karena ada sumber berita yang bisa diperas, yaitu para pejabat atau perusahaan yang bermasalah.

3. Lemahnya kontrol dari masyarakat.

Sejak diberlakukannya UU 40/l999, secara otomatis negara tak punya kontrol terhadap media. Dengan liberalisasi media, siapa saja bisa mendirikan usaha pers, termasuk mereka yang bermodal dengkul. Wartawan merupakan sebuah profesi yang penuh tanggung jawab dan resiko, untuk menjadi wartawan seseorang harus siap mental dan fisik. Menurut coleman hartwell yang dikutip oleh Asep Syamsul M. Romli, dalam bukunya yang berjudul *jurnalistik terapan* menulis :

> “seorang yang tidak mengetahui cara untuk mengatasi masalah dan tidak mempunyai keinginan untuk bekerja dengan orang lain, tidak sepantasnya menjadi wartawan. Hanya mereka yang merasa bahwa hidup ini menarik dan mereka yang ingin membantu memajukan kota dan dunia yang patut terjun dibidang jurnalistik”.

Empat kriteria untuk mutu pekerjaan sebagai profesi (Dja'far Asegaf 1985:19) yaitu:

1. Harus terdapat kebebasan dalam pekerjaan tadi
2. Harus ada panggilan dan keterikatan dengan pekerjaan itu
3. Harus ada keahlian (*expertise*)
4. Harus ada tanggung jawab yang terikat pada kode etik pekerjaan.

Wartawan adalah seorang profesional, seperti halnya seorang pengacara dan ia memiliki keahlian tersendiri yang belum tentu dimiliki oleh profesi lain seperti mencari, mengolah dan menulis berita. Ia juga mempunyai tanggung jawab dan kode etik tertentu yang harus dijadikan pedoman selama menjalankan profesi.

Kemudahan pendirian usaha pers inilah yang dimanfaatkan para petualang. Mereka ini mendirikan "perusahaan pers" untuk kepentingannya sendiri dan tidak peduli dengan amanat uu 40/l999 seperti memenuhi hak masyarakat untuk mengetahui, menegakkan demokrasi dan memperjuangkan keadilan (pasal 6). Wartawan Indonesia tidak menyalahgunakan profesi dan tidak menerima suap menyalahgunakan profesi adalah segala tindakan yang megambil ke untungan pribadi atas informasi yang di peroleh saat bertugas sebelum informasi tersebut menjadi pengetahuan umum. Suap adalah segala pemberian dalam bentuk uang ,benda atau pasilitas dari pihak lain yang mempengaruhi indenpendensi.

2.9 Tinjauan Tentang Kualitas

Dalam kaidah jurnalistik, proses pembuatan berita tidak bisa dilakukan secara asal-asalan. Terdapat hukum-hukum mengatur dalam pembuatannya, ada batasan-batasan yang harus dijadikan pegangan untuk membuat sebuah berita yang berkualitas. Dalam jurnalistik, hal tersebut lazim dikatakan sebagai nilai berita. Nilai berita adalah unsur-unsur yang membuat sebuah berita menarik untuk dilihat dan menstimulir untuk dibaca.

Dalam buku "Jurnalistik Teori dan Praktek", Hikmat Kusumaningrat memaparkan tentang acuan yang bisa dijadikan parameter sebuah berita yang berkualitas. Parameter tersebut terangkum dalam nilai-nilai berita, yaitu :

- Aktualitas (*Timeliness*)

  Berita tak ubahnya seperti es krim yang gampang meleleh, bersamaan dengan berlalunya waktu nilainya pun semakin berkurang. Bagi surat kabar, semakin aktual berita-beritanya semakin tinggi pula nilai beritanya.

- Kedekatan (*Proximity*)

  Peristiwa yang mengandung kedekatan dengan pembaca akan menarik perhatian. Stieler dan Lippman menyebutkan dengan istilah kedekatan secra geografis. Unsur ini tidak harus dalam pengertian fisik saja, tetapi bisa pula dalam bentuk kedekatan emosional.

- Dampak (*Conseqence*)

Seringkali pula diungkapkan bahwa "*News*" itu adalah "*Histori In A Hurry*", berita adalah sejarah dalam keadaannya yang tergesa-gesa. Tersirat dalam ungkapan itu pentingnya mengukur luasnya dampak dari suatu peristiwa.

- *Human Interest*

Definisi mengenai human interest senantiasa berubah-ubah menurut redaktur surat kabar masing-masing dan menurut perkembangan zaman, tetapi dalam berita human interest terkandung unsur yang menarik simpati, simpati yang menggugah perasaan khalayak yang membacanya.(Kusumaningrat, 2005 :61-64)

Sementara dalam buku Jurnalistik Terapan Asep Syamsul M.Romli (2003;37), mengemukakan unsur-unsur niali berita yang sekarang dipakai dalam memilih berita, unsur-unsur tersebut adalah :

1. **Aktualitas**, peristiwa terbaru, terkini, hangat (*up to date*), sedang atau baru saja terjadi (*recent events*).
2. **Faktual** (*factual*), yakni ada faktanya (*fact*), benar-benar terjadi bukan fiksi (rekaan, khayalan, atau karangan). Fakta muncul dari sebuah kejadian nyata (*real event*), pendapat (*opinion*), dan pernyataan (*statement*).

3. **Penting**, besar kecilnya dampak peristiwa pada masyarakat (*consequences*), artinya peristiwa itu menyangkut kepentingan banyak atau berdampak pada masyarakat.
4. **Menarik**, artinya memunculkan rasa ingin tahu (*curiousity*) dan minat membaca (*interesting*). Peristiwa yang biasanya menarik perhatian pembaca, disamping aktual, faktual dan penting juga bersifat :
    1) Menghibur, yakni peristiwa lucu atau mengandung unsure humor yang menimbulkan rasa ingin tertawa atau minimal terseyum.
    2) Mengandung kaganjilan, peristiwa yang penuh keanehan, keluar biasaan, atau ketidaklaziman.
    3) Kedeketan (*proximity*), peristiwa yang dekat baik secara geografis maupun emosional.
    4) Human Interest, terkandung unsur menarik empati, simpati atau menggugah perasaan khalayak yang membacanya.
    5) Mengandung unsur seks, yakni peristiwa yang berkaitan dengan kebutuhan bioogis atau nafsu seksual manusia.
    6) Konflik, pertentangan dan ketegangan.

Berkualitasnya sebuah berita tidak saja dilihat dari nilai-nilai berita yang tersurat di dalamnya. Namun, ada beberapa ketentuan yang ditetapkan Kode Etik Jurnalistik Wartawan Indonesia itu menjadi jelas bahwa berita pertama-tama harus cermat dan tepat atau dalam bahasa jurnalistik harus akurat, actual selain cermat dan tepat, berita juga harus lengkap dalam hal ini menggunakan elemen 5W+1H : *What* (apa yang sedang terjadi), *Where* (dimana hal itu terjadi), *when* (kapan peristiwa itu terjadi), *Who* (siapa yang terlibat dalam peristiwa itu), *Why* (kenapa hal itu terjadi), adil (fair), berimbang (balanced). Kemudian berita harus tidak mencampurkan fakta dan opini sendiri atau dalam bahasa akademis disebut objektif, serta berita harus hangat (*current*), ringkas (*concise*) dan jelas (*clear*) dalam pemakaian gaya bahasa yang digunakan.

2.10 Tinjaun Tentang Persepsi

Persepsi adalah proses internal yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita dan proses tersebut mempengaruhi perilaku kita.

Menurut Deddy Mulyana Persepsi adalah inti dari komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) inti dati persepsi. (Mulyana 2001:167)

Dalam buku Ilmu Komunikasi Deddy Mulyana, Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken juga Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson menyebutkan bahwa:

> Persepsi tersiri dari tiga aktivitas, yaitu : seleksi, organisasi dan atensi. Sedangkan organisasi melekat pada interpretasi, yang dapat didefinisikan sebagai : "meletakan sesuatu rangsangan bersama rangsangan lainnya sehingga menjadi suatu keseluruhan yang bermakna." (Mulyana, 2007:181)

Tahap terpenting dalam persepsi adalah interpretasi atas informasi yang kita peroleh melalui salahsatu atau lebih dari inderra kita (peraba, penglihat, pencium, pengecap dan pendengar).