

## **BAB II**

### **KERANGKA TEORI**

#### **2.1 Komunikasi**

Bahasa adalah teknologi pertama yang diciptakan manusia yang fungsinya untuk berkomunikasi atas kuasa-Nya dari perspektif agama secara gampang kita bisa menjawab bahwa Tuhan-lah yang mengajari kita berkomunikasi, dengan menggunakan akal dan kemampuan berbahasa yang diaugerahkan-Nya kepada kita. Al-Qur'an mengatakan "Tuhan yang Maha Pemurah, yang telah mengajarkan Al-Quran. Dia menciptakan manusia, yang mengajarnya pandai berbicara" (Ar-Rahman:1-4), dan dia mengajarkan kepada adam nama-nama benda seluruhnya, kemudian mengemukakannya kepada para malaikat, lalu berfirman: "sebutkanlah kepada-Ku nama-nama benda itu jika kamu orang-orang benar!" mereka menjawab: "Maha Suci Engkau, tidak ada yang kami ketahui selain dari apa yang telah Engkau ajarkan kepada kami; sesungguhnya Engkaulah Yang Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana." Allah berfirman: "Hai Adam, beritahukanlah kepada mereka nama benda-benda ini." Maka setelah diberitahukannya kepada mereka nama benda-benda itu, Allah berfirman: "Bukankah sudah kukatakan kepadamu bahwa sesungguhnya aku mengetahui rahasia langit dan bumi dan mengetahui apa yang kamu lahirkan dan yang kamu sembunyikan" (Al-Baqarah:31-33).

Menurut Harold Lasswell, “(Cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut). Who says What In Which Channel to Whom With What Effect ?” atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana?”

Berdasarkan definisi Lasswell ini dapat diturunkan lima unsur komunikasi yang saling bergantung satu sama lain, yaitu: pertama, sumber (source), sering disebut juga pengirim (sender), penyandi (encoder), komunikator (communicator), pembicara (speaker) atau originator. Sumber adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber boleh jadi seorang individu, kelompok, organisasi, perusahaan atau bahkan suatu Negara. Kebutuhannya bervariasi mulai dari sekedar mengucapkan “selamat pagi” untuk memelihara hubungan yang sudah dibangun, menyampaikan informasi, menghibur, hingga kebutuhan untuk ideology, keyakinan agama dan perilaku pihak lain. Untuk menyampaikan apa yang ada dalam hatinya (perasaan) atau dalam kepalanya (pikiran), sumber harus mengubah perasaan atau pikiran tersebut ke dalam seperangkat symbol verbal dan atau nonverbal yang idealnya dipahami oleh penerima pesan. Proses inilah yang disebut penyandian ( encoding). Pengalaman masa lalu, rujukan nilai, pengetahuan, persepsi, pola pikir, dan perasaan sumber mempengaruhi sumber dalam merumuskan pesan. Setiap orang dapat saja merasa bahwa ia mencintai

seseorang, namun komunikasi tidak terjadi hingga orang yang anda cintai itu menafsirkan rasa cinta anda berdasarkan perilaku verbal dan atau non verbal anda.

Kedua, Pesan yaitu apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan merupakan seperangkat symbol verbal dan atau nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan, atau maksud sumber tadi. Pesan mempunyai tiga komponen : makna, symbol yang digunakan untuk menyampaikan makna, dan bentuk atau organisasi pesan. Simbol terpenting adalah kata-kata (bahasa), yang dapat merepresentasikan objek (benda), gagasan dan perasaan, baik ucapan (surat, esai, artikel, novel, puisi, fiksi). Kata-kata memungkinkan kita berbagi pikiran dengan orang lain. pesan juga dapat dirumuskan secara nonverbal, seperti melalui tindakan atau isyarat anggota tubuh (acungan jempol, anggukan kepala, senyuman, tatapan mata, dan sebagainya), juga melalui music, lukisan, patung, tari, dan sebagainya.

Ketiga, saluran atau media, yakni alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Saluran boleh jadi merujuk pada bentuk pesan yang disampaikan kepada penerima, apakah saluran verbal atau saluran nonverbal. Pada dasarnya komunikasi manusia menggunakan dua saluran yakni cahaya dan suara, meskipun kita bisa juga menggunakan kelima indera kita untuk menerima pesan dari orang lain. Anda dapat mencium wangi parfum yang merangsang fantasi anda yang liar ketika anda berdekatan dengan seorang wanita yang anda kenal di café, mencicipi ketupat lebaran yang disuguhkan tuan rumah, atau

menjabat tangan sahabat anda yang baru lulus ujian sarjana. Jabatan tangan yang erat (sentuhan) dapat juga menyampaikan lebih banyak pesan daripada kata-kata.

Saluran juga merujuk pada cara penyajian pesan : apakah langsung (tatap-muka) atau lewat media cetak (surat kabar, majalah) atau ,media elektronik (radio, televisi). Surat pribadi,telephon,selebaran,Overhead Projektor (OHP), sistem suara (sound system),multimedia, semua itu dapat dikategorikan sebagai (bagian dari) saluran komunikasi. Pengirim pesan akan memilih saluran-saluran itu, bergantung pada situasi, tujuan yang hendak dicapai dan jumlah penerima pesan yang dihadapi. Kita mungkin membaca artikel ilmiah disurat kabar, mendengarkan ceramah agama lewat radio atau menonton siaran olahraga lewat televisi. Dalam suatu peristiwa komunikasi, sebenarnya banyak saluran yang kita gunakan, meskipun salahsatu yang dominan. Misalnya, dalam komunikasi langsung, bahasa (verbal dan nonverbal) adalah saluran yang menonjol meskipun pancaindara dan udara yang menghantarkan gelombang suara juga adalah saluran komunikasi tatap muka tersebut. Dalam komunikasi massa, katakanlah melalui surat kabar, saluran yang paling menonjol adalah surat kabar yang kita baca, meskipun terdapat juga saluran lain yang yang juga berperan seperti telephon, faksimili, computer, mesin cetak, dan kendaraan yang digunakan untuk mengantarkan surat kabar tersebut kepada pembaca dan sebagainya.

Keempat , penerima (receiver), sering juga disebut sasaran/tujuan (destination), komunikate (communicate), penyandi-balik (decoder) atau khalayak (audience), pendengar (listener), penafsir (interpreter), yakni orang yang menerima

pesan dari sumber. Berdasarkan pengalaman masa lalu, rujukan nilai, pengetahuan, persepsi, pola pikir dan perasaannya, penerima pesan ini menerjemahkan atau menafsirkan seperangkat symbol verbal dan atau nonverbal yang ia terima menjadi gagasan yang dapat ia pahami. Proses ini disebut penyandian-balik (decoding).

Kelima, Efek yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut, misalnya penambahan pengetahuan (dari tidak tahu menjadi tahu), terhibur, perubahan sikap (dari tidak setuju menjadi setuju), perubahan keyakinan, perubahan perilaku (dari tidak bersedia membeli barang yang ditawarkan menjadi bersedia membelinya, atau dari tidak bersedia memilih partai politik tertentu menjadi bersedia memilihnya dalam pemilu), dan sebagainya.

Kelima unsur diatas sebenarnya belum lengkap, bila kita bandingkan dengan unsur-unsur komunikasi yang terdapat model-model lebih baru. Unsur-unsur lain yang sering ditambahkan adalah umpan balik (feed back), gangguan /kendala komunikasi (noise/barriers), dan konteks atau situasi komunikasi. Sebenarnya dalam peristiwa komunikasi begitu banyak unsur yang terlibat. Kesemua unsur itu saling bergantung dan atau tumpang tindih , namun diasumsikan terdapat unsur-unsur utama yang dapat diidentifikasi dan dimasukkan kedalam satu model.

Pemahaman komunikasi berorientasi-sumber yang baru diuraikan diatas menekankan variable-variable tertentu seperti isi pesan pembicaraan, cara pesan disampaikan, dan daya bujuknya. Pemahaman ini menimbulkan pertanyaan-

pertanyaan seperti: “persiapan bagaimana yang harus dilakukan oleh pembicara untuk membuat presentasinya efektif?” “Bagaimanakah susunan pesan yang tepat untuk mempengaruhi khalayak pendengar?” “ Iklan televisi bagaimana yang paling efektif terhadap sejumlah besar pemirsa?” Pendek kata, pandangan ini lazimnya menyoroti efek (pesan) komunikasi. Menggunakan ungkapan Hopper dan Whitehead, Jr., penganut pandangan ini menganggap komunikasi menjadi transportasi pesan: ketika seorang mengirim pesan berbicara kepada seorang penerima, perjalanan pesan ke penerima itu diibaratkan perjalanan anda dari ruangan anda ke ruang kuliah. Menurut kedua penulis ini, analogi transportasi secara luas digunakan dalam teori-teori komunikasi. Televisi misalnya menggunakan sejenis transit massal bagi pesan; Televisi memungkinkan pesan ditranspormasikan kepada jutaan rumah dari suatu sentral lain Fred E.Jandt menyebut model ini model transmisi seperti mesin atau bersifat mekanistik. Model transmisi menekankan fungsi instrumental komunikasi yakni yang mengukur efek berdasarkan keberhasilan memanipulasi orang lain untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Hal 69-72 (ilmu komunikasi)

## **2.2. Pengertian Teori Komunikasi Modern Analisis Framing**

Pada dasarnya, Analisa Framing merupakan versi terbaru dari pendekatan analisis wacana, Khususnya untuk menganalisis teks media. Gagasan mengenai framing, pertama kali dilontarkan oleh Beterson tahun 1955 (Sudibyo, 1999:23) Gitlin (1980) mendefinisikan framing sebagai seleksi, penegasan, dan eksekusi yang ketat. Ia menghubungkan konsep tersebut dengan proses memproduksi wacana berita dengan menyatakan “Frames memungkinkan para jurnalis memproses sejumlah besar informasi secara cepat dan rutin, sekaligus mengemas informasi demi penyiaran dan efisien kepada khalayak”. Framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan untuk menyeleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, serta hendak dibawa kemana berita tersebut (Nugroho, Eriyanto, Surdiasis, 1999:21).

Analisis Framing adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui bagaimana realitas (aktor, kelompok, atau apa saja) dikonstruksi oleh media (Eriyanto, 2005, p.3). Analisis Framing adalah bagian dari analisis isi yang melakukan penilaian tentang wacana persaingan antar kelompok yang muncul atau tampak di media. Analisis Framing juga dikenal sebagai konsep bingkai, yaitu gagasan sentral yang terorganisasi, dan dapat dianalisis melalui dua turunannya, yaitu symbol berupa framing device dan reasoning device. Framing device menunjuk pada penyebutan istilah tertentu yang menunjukan “julukan” pada satu wacana, sedangkan reasoning

device menunjuk pada analisis sebab akibat. Di dalamnya terdapat beberapa “turunan” , yaitu metafora, perumpamaan, atau pengandaian. Catchphrases merupakan slogan-slogan yang harus dikerjakan. Exemplar mengaitkan bingkai dengan contoh, teori atau pengalaman masa silam. Depiction adalah “Musuh yang harus dilawan bersama”, dan visual image adalah gambar-gambar yang mendukung bingkai secara keseluruhan. Pada instrument penalaran, Roots memperlihatkan analisis sebab-akibat, appeals to principles merupakan premis atau klaim moral, dan Consequences merupakan kesimpulan logika penalaran.

### **2.2.1 MODEL ANALISIS FRAMING**

#### **Robert Entman**

Entman melihat framing dalam dua dimensi besar : seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas atau isu (Eriyanto,2002:187). Seleksi isu berkaitan dengan pemilihan fakta.dari realitas yang kompleks dan beragam, aspek mana yang diseleksi untuk ditampilkan. Dari proses ini selalu terkandung didalamnya ada bagian berita yang dikeluarkan. Tidak semua aspek atau bagian dari isu ditampilkan, wartawan memilih aspek tertentu dari suatu isu.

Penonjolan aspek-aspek tertentu dari isu berkaitan dengan penulisan fakta. Ketika aspek tertentu dari suatu peristiwa dipilih,bagaimana aspek tersebut ditulis. Hal ini sangat berkaitan dengan pemakai kata,kalimat,gambar, dan citra tertentu untuk ditampilkan kepada khalayak. Misalnya penempatan-penempatan yang

mencolok (di headline depan atau belakang), pengulangan, pemakaian grafis, pemakaian label tertentu untuk menggambarkan orang atau peristiwa, asosiasi terhadap symbol budaya, generalisasi, simplifikasi, dan sebagainya.

Dari pemikiran diatas, Entman merumuskan kedalam bentuk model framing sebagai berikut :

- a. Definisi Masalah (Definisi Problem):
- b. Memperkirakan sumber masalah (Diagnose causes):
- c. Membuat keputusan moral (Make Moral Judgement):
- d. Menekankan penyelesaian (Treatment Recommendation / Suggest Remedies) :

### **William Gamson dan Andre Modigliani**

Model analisis framing William Gamson dan Andre Modigliani

Model ini menganggap frame sebagai cara bercerita atau gugusan ide-ide yang tersusun sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna dari peristiwa yang berkaitan dengan suatu wacana. Framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Cara pandang itu akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan dan kemana arah berita tersebut. Cara pandang inilah yang

disebut Gamson dan Modigliani sebagai kemasan (package). Package ini merupakan rangkaian ide yang menunjukkan isu apa yang dibicarakan dan peristiwa mana yang relevan.

### **Pan dan Kosicki**

analisis framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki yang merupakan hasil pengembangan dari teori van Dijk sebagai analisa data. Perangkat framing yang mereka sajikan dalam meneliti suatu media melalui struktur bahasa yang digunakan dalam mengkonstruksi suatu realitas. Framing dapat diartikan sebagai cara untuk mengetahui bagaimana media membingkai atau mengemas isu atau peristiwa melalui teks yang terdapat dalam isi media.

Pan dan Kosicki membagi perangkat framing kedalam 4 struktur golongan besar yaitu, Sintaksis, skrip, tematik, retorik. Keempat struktur tersebut merupakan rangkaian yang menunjukkan framing dari suatu media. Keempat pendekatan tersebut dapat digambarkan kedalam bentuk skema sebagai berikut:

<b>Struktur</b>	<b>Perangkat Framing</b>	<b>Unit yang diamati</b>
SINTAKSI : Cara wartawan menyusun fakta	Skema berita	Headline, Lead, Latar Informasi, Kutipan Sumber, Pernyataan, Penutup.

SKRIP : Cara wartawan mengisahkan fakta	Kelengkapan berita	5W+1H
TEMATIK : Cara wartawan menulis fakta	Detail Maksud kalimat berhubungan Nominalisasi antar kalimat Koherensi Bentuk kalimat Kata Ganti	Paragraph,Proposisi
RETORIS : Cara wartawan menekankan fakta	Leksigon Grafis Metafora Pengadaian	Kata,Idiom,Gambar/Foto,Grafik

(Sobur,Alex.2004:161)

### 1. Sintaksis

Pengertian dari susunan bagian berita head line, latar informasi,sumber,penutup dalam satu kesatuan teks berita secara keseluruhan. Memberi petunjuk yang berguna tentang bagaimana wartawan memakai peristiwa dan hendak kemana berita tersebut akan dibawa.

- a. Head line mempengaruhi pengertian wartawan terhadap kisah yang kemudian digunakan dalam membuat peristiwa seperti yang diberitakan. Sering kali dengan menekan makna tertentu lewat pemakaian tanda tanya menuju sebuah perubahan dan tanda kutip untuk menunjukkan jarak perbedaan
- b. Lead, adalah perangkat sintaksis lain yang sering digunakan. Lead umumnya memberikan sudut pandang dari berita, menunjukkan persepektif tertentu dari peristiwa yang diberitakan.
- c. Latar informasi, bagian dari berita yang dapat mempengaruhi semantik (arti kata) yang ingin disampaikan atau bisa dikatakan latar mampu mempengaruhi makna yang ingin ditampilkan wartawan
- d. Sumber, segi lain yang diperhatikan dari sintaksis adalah pengutip sumber berita pengulingan, sumber ini menjadi perangkat framing. Maksudnya adalah karena kemampuan sebagai wartawan yang berkuasa dalam pemilihan sumber untuk membangun objektivitas, maka tidak terlihat sebenarnya pemilihan sumber ini tidak untuk mendukung pendapatnya.

## **2. Skrip**

Bentuk umum dari struktur skrip 5W+1H meskipun pola ini tidak selalu dapat dijumpai dalam setiap berita yang

ditampilkan kategori informasi ini yang diharapkan diambil oleh wartawan. Unsur kelengkapan berita ini dapat menjadi penanda framing yang penting.

### **3. Tematik**

Dalam menulis berita, seorang wartawan mempunyai tema tertentu atas suatu peristiwa. Tema itulah yang akan dibuktikan dengan susunan atau bentuk kalimat, proposisi atau hubungan antar proposisi. Dalam suatu peristiwa tertentu, pembuat teks dapat memanipulasi penafsiran pembaca atau khalayak tentang suatu peristiwa. Elemen yang bisa digunakan adalah :

#### **a. Detail**

Elemen wacana detail berhubungan dengan control informasi-informasi yang ditampilkan seseorang (Komunikator). Komunikasi akan menampilkan secara berlebihan informasi yang menguntungkan dirinya atau citra yang baik. Sebaliknya ia akan menampilkan jumlah sedikit (Bahan kalau perlu tidak disampaikan) Bila hal itu merugikan kedudukannya.

#### **b. Maksud :**

Elemen maksud melihat informasi yang menguntungkan komunikator akan diuraikan secara eksplisit dan jelas tersamar, implicit dan tersembunyi. Tujuan akhir adalah

publiki hanya disajikan informasi yang menguntungkan komunikator, informasi yang menguntungkan disajikan secara jelas, dengan kata-kata yang tegas dan menunjuk langsung kepada fakta.

c. Nominalisasi

Elemen nominalisasi berhubungan dengan pertayaan atau anggapan komunikator dalam memandang suatu objek dapat dianggap sebagai sesuatu yang tinggal sendiri atau sebagai suatu kelompok (Komunita). Nominalisasi dapat memberi sugesti pada khalayak adanya generalisasi.

d. Koherensi

Koherensi adalah pertalian atau jalinan antar kata, proposisi atau kalimat. 2 buah kalimat atau proposisi yang menggambarkan fakta yang berbeda dapat dihubungkan dengan menggunakan koherensi. Sehingga, fakta tidak dapat dihubungkan sekalipun berhubungan ketika seseorang menghubungkannya.

e. Bentuk kalimat

Bentuk kalimat adalah segi sintaksis yang berhubungan dengan cara berfikir logis, yaitu prinsip kasualita. Dimana ia menanyakan apakah A yang menjelaskan B, atukah B yang menjelaskan A. Logika kasualita ini jika diterangkan dalam bahasa menjadi susunan objek (yang diterangkan) dan oredikat (yang diterangkan).

Bentuk kalimat ini menentukan makna yang dibentuk oleh susunan kalimat. Dalam kalimat yang berstruktur aktif, seseorang menjadi subjek dari pernyataan. Sedangkan dalam kalimat pasif seseorang menjadi objek dalam pernyataan.

f. Kata ganti

Elemen kata ganti merupakan elemen untuk memanipulasi bahasa dengan menciptakan imajinasi. Kata ganti merupakan alat yang dipakai oleh komunikator untuk menunjukkan posisi seseorang yang dapat menggunakan kata ganti "Saya" atau "Kami" menggambarkan sikap tersebut merupakan sikap resmi komunikator semata-mata.

Tetapi ketika memakai kata ganti "Kita" menjadikan sikap tersebut sebagai referensi dari sikap bersama dalam suatu komunikasi tertentu.

#### **4. Retoris**

Struktur retorik dari wacana berita menggambarkan pilihan gaya atau kata ganti yang dipilih oleh wartawan untuk menekankan arti yang ingin ditonjolkan. Dari wacana berita suatu kebenaran ada beberapa elemen struktur retorik yang dipakai oleh wartawan sebagai berikut

a. Leksikon

Elemen ini menandakan pilihan wartawan terhadap berbagai kemungkinan yang tersedia. Pilihan kata-kata yang dipakai menunjukkan sikap dan ideology tertentu. Peristiwa dapat digambarkan dengan pilihan kata yang berbeda.

b. Gaya

Elemen gaya berhubungan dengan pengemasan pesan yang disampaikan dengan bahasa tertentu untuk menimbulkan efek tertentu kepada khalayak. Sebuah tulisan yang banyak berisi bahan hukum ketika melaporkan suatu peristiwa kemungkinan dimaksud agar pandangan yang dipandang yang dituliskan oleh wartawan diterima baik oleh khalayak, dan untuk menekankan bahwa pandangan yang diungkapkan tidak benar berdasarkan hukum.

c. Grafis

Elemen ini untuk memeriksa penekanan atau penonjolan oleh wartawan, dalam wacana berita, grafis ini biasanya muncul lewat bagian tulisan lain. Pemakaian huruf tebal, huruf miring, pemakaian garis bawah, huruf besar, pemberian warna foto, termasuk didalamnya adalah pemakaian caption, raster, grafik, gambar, table untuk mendukung arti penting dari suatu pesan. Elemen grafis memberikan efek kognitif,

dalam arti informasi dianggap penting dan menarik sehingga harus dipusatkan atau difokuskan.

d. Pengandaian

Elemen wacana pengandaian merupakan pertanyaan yang digunakan untuk mendukung makna suatu teks. Pengandaian adalah upaya untuk mendukung pendapat dengan memberikan premis yang dipercaya kebenarannya.

e. Metafora

Dalam suatu wacana, seseorang wartawan tidak hanya menyampaikan pesan pokok lewat teks tetapi juga kiasan, ungkapan metafora yang dimaksudkan sebagai bumbu suatu berita, tetapi pemakaian metafora tertentu bisa menjadi petunjuk utama untuk mengenai makna tertentu.

### **2.3 Sejarah Singkat Penyiaran Televisi**

Pada tahun-tahun yang bersamaan dengan pemunculan konsep penyiaran radio FM, sistem penyiaran televisi juga berkembang dan tercatat pada 1939 di satu World's fair di Amerika, Zworykin yang dibantu oleh Philo Farnsworth berhasil memperkenalkan pesawat televisi pertama. Kemajuan teknologi di bidang penyiaran televisi ini didahului oleh penemuan Vladimir kozmich Zworykin dia adalah insinyur dan penemu kebangsaan Rusia-Amerika dan merupakan pionir dari teknologi televisi.

Bahkan beberapa penulis biografi mengatakan bahwa dia merupakan ‘ True Investor’ Televisi. Televisi yaitu berupa satu sistem tabung-pengambil-gambar (pickup tube) iconoscope yang merupakan bagian dari kamera elektronik pada 1923 dan mengubah gambar optis dari lensa menjadi sinyal listrik yang selanjutnya diperkuat hingga menjadi sinyal gambar (dengan monitor gambar) atau untuk dipancarkan ke udara sebagai siaran (sebagai proses modulasi)

## **2.4 Media Massa**

Media massa diyakini memiliki kekuatan yang maha dahsyat dalam mempengaruhi pengetahuan, sikap dan perilaku masyarakat. Bahkan media massa dengan mudah dapat mengarahkan masyarakat membentuk opini akan suatu peristiwa yang selanjutnya akan terjadi. Media massa mampu mengarahkan, membimbing dan mempengaruhi kehidupan dimasa kini dan dimasa mendatang (Nurudin, 2009:255).

McLuhan bersama Quentin flore menyatakan bahwa media pada setiap zamannya menjadi esensi masyarakat, mereka mengemukakan adanya 4 era atau zaman (epoch) dalam sejarah media dan masing-masing era berhubungan dengan mode komunikasi dominan pada era bersangkutan. Lebih jauh, McLuhan menyatakan media berfungsi sebagai kepanjangan indra manusia pada masing-masing era yaitu kesukuan (tribal); tulisan (literate); cetak (print); dan elektronik ( Morissan, 2013). Tertulis di buku Teori komunikasi Individu hingga massa penulis morissan tahun 2013 bahwa Pada era Elektronik mungkin tidak banyak orang yang menolak

pandangan bahwa dewasa ini adalah era elektronika, kehidupan sebagian besar umat manusia sangat tergantung pada teknologi elektronik, menurut McLuhan era elektronika justru telah membawa manusia kembali pada situasi era kesukuan yang lebih menekankan pada komunikasi secara lisan (oral). Media elektronik memiliki ciri sebagaimana percakapan lisan yang bersifat segera dan singkat yang berarti penerimaan informasi dan reaksi yang diberikan bersifat segera dan singkat, namun perbedaan terletak pada tempat karena pesan dapat dikirim secara elektronik (disiarkan). Media adalah pesan, menurut pemikiran McLuhan yang paling terkenal sekaligus yang paling banyak menimbulkan perdebatan mengenai maknanya adalah ungkapannya yang menyebutkan bahwa “media adalah pesan” (the medium is the message). Melalui ungkapan itu, McLuhan ingin menyatakan bahwa pesan yang disampaikan media tidaklah penting dari media atau saluran komunikasi yang digunakan pesan untuk sampai pada penerimanya. Dengan kata lain, dia ingin menjelaskan bahwa media atau saluran komunikasi memiliki kekuatan dan memberikan pengaruh pada masyarakat, dan bukan isi pesannya. Orang yang chatting di internet atau berkomunikasi melalui Facebook bisa jadi tidak terlalu mementingkan isi pesan yang mereka terima atau pesan yang mereka tulis tetapi kenyataan bahwa mereka menggunakan internet atau facebook itulah yang penting, Dengan seperti ini bisa dibayangkan media juga menjadi trend di masyarakat.

### **2.4.1 Efek Kehadiran Media Massa**

Pada bagian terdahulu, kita pernah membicarakan McLuhan. Menurut McLuhan, bentuk media saja sudah mempengaruhi kita. “ The medium is the message,” ujar McLuhan. Media saja sudah menjadi pesan. Ia bahkan menolak pengaruh isi pesan sama sekali (lihat: McLuhan, 1964). Adapun yang mempengaruhi kita bukan apa yang disampaikan media, tetapi jenis media komunikasi yang kita gunakan-interpersonal, media cetak, atau televisi.

Teori McLuhan, disebut teori perpanjangan alat indra (senseextension theory), menyatakan bahwa media adalah perluasan dari alat indera manusia; telephon adalah perpanjangan telinga dan televisi adalah perpanjangan mata. Seperti Gato kaca, yang mampu melihat dan mendengar dari jarak jauh, begitu pula manusia yang menggunakan media massa. McLuhan menulis, “Secara operasional dan praktis, medium adalah pesan. ini berarti bahwa akibat-akibat personal dan sosial dari media- yakni karena perpanjangan diri kita- timbul karena skala baru yang dimasukkan pada kehidupan kita oleh perluasan diri kita atau oleh teknologi baru “ media adalah pesan karena media membentuk dan mengendalikan skala serta bentuk hubungan dan tindakan manusia .” (McLuhan, 1964:23-24)

Walaupun kita tidak setuju sepenuhnya dengan McLuhan misalnya bahwa isi pesan tidak memengaruhi khalayak kita sepakat dengannya tentang adanya efek

media massa dari kehadirannya sebagai benda fisik. Steven H.Chaffee menyebut lima hal: (1) Efek Ekonomis, (2)Efek Sosial, (3)Efek pada penjadwalan kegiatan, (4)Efek pada penyaluran/penghilangan perasaan tertentu, dan (5) Efek pada perasaan orang terhadap media.

Efek ekonomis tidaklah menarik perhatian pada psikolog (memang itu bukan bidangnya). Kita mengakui bahwa kehadiran media massa menggerakkan berbagai usaha produksi, distribusi,dan konsumsi “jasa” media massa. Kehadiran surat kabar berate menghidupkan pabrik yang mensuplai kertas Koran, menyuburkan pengusaha percetakan dan grafika, memberi pekerjaan pada wartawan, ahli rancang grafis,pedegar,pengecer,pencairi iklan,dan sebagainya.kehadiran televisi disamping menyedot energy listrik dapat memberi nafkah juru kamera,juru rias,pengarah acara,dan belasan profesi lainnya. Dalam literatur ilmu komunikasi, hampir tidak pernah efek ekonomi ini diteliti dan diulas.

Efek sosial berkenaan dengan perubahan pada stuktur atau interaksi sosial akibat kehadiran media massa. Sudah diketahui bahwa kehadiran televisi meningkatkan status sosial pemiliknya. Dipedesaan, televisi telah membentuk jaringan-jaringan interaksi sosial yang baru. Pemilik televisi sekarang menjadi pusat jaringan sosial, yang menghimpun di sekitarnya tetangga dan penduduk desa seidiologi. Televisi telah menjadi sarana untuk menciptakan hubungan patron client yang baru (Suparlan, 1979). Efek sosial tampaknya lebih relevan dibicarakan oleh ahli sosiologi ketimbang ahli psikologi.

Hal yang menarik kita adalah efek ketiga, penjadwalan kembali kegiatan sehari-hari. Dalam penelitian tentang efek televisi pada masyarakat desa di Sulawesi Utara, Rusdi Muchtar (1979) melaporkan : “Sebelum ada televisi, orang biasanya pergi tidur malam sekitar pukul 8 dan bangun pagi sekali karena harus berangkat kerja ditempat yang jauh. Sesudah ada televisi, banyak diantara mereka terutama muda-mudi yang sering menonton televisi sampai malam, telah mengubah kebiasaan rutin mereka. Penduduk desa yang tua-tua mereka mengeluh karena mereka merasa menjadi lebih malas dan lebih sukar bekerja atau berangkat ke sekolah pada waktu dini. Demikianlah pula, kebanyakan mereka tidak dapat bekerja seperti dulu ketika televisi belum masuk (10 sampai 11 jam sehari). Mereka cenderung berangkat ke ladang mereka lebih siang dan pulang lebih cepat” (Terjemahan penulis). Televisi telah mengubah kegiatan penduduk Desa.

Itu tidak hanya terjadi di Indonesia. Schramm, Lyle, dan Parker (1961) menunjukkan dengan cermat bagaimana kehadiran televisi telah mengurangi waktu bermain, tidur, membaca, dan menonton film pada sebuah kota di Amerika (mereka menyebutnya Teletown). Penelitian yang hampir sama telah dilakukan di Inggris (Himmelweit et al.1958), Norwegia (Werner, 1971), dan Jepang (Furu,1971). Semuanya menunjukkan gejala yang disebut Joyce Cramond (1976) sebagai displacement effects (efek alihan) yang ia definisikan sebagai “the reorganization of activities which takes place with the introduction of television; some activities may be cut down and others abandoned entirely to make time for viewing” (reorganisasi

kegiatan yang terjadi karena masuknya televisi; beberapa kegiatan dikurangi dan beberapa kegiatan lainnya dihentikan sama sekali karena waktunya dipakai untuk menonton televisi).

Ketika saya meramalkan pengaruh Direct Broadcast Satellite pada pola perilaku sosial penonton televisi, saya berkata,

Hal yang pasti juga ialah terjadinya 'rescheduling' kegiatan sehari-hari. Siaran televisi dari Negara lain tentu disesuaikan dengan waktu di Negara sumber. Waktu ini tidak selalu sesuai dengan waktu Negara penerima. Program yang menarik mungkin disiarkan justru pada waktu orang Indonesia seharusnya bekerja di Kantor, atau siaran anak-anak bertepatan waktunya dengan waktu sekolah atau waktu anak pergi ke Masjid untuk mengaji. Sekarang, misalnya pernah ada surat pembaca yang mengusulkan agar pemutaran Unyil dilakukan tidak pada waktu yang bersamaan dengan kebaktian di Gereja. Protes seperti itu masih bisa dialamatkan pada TVRI, tetapi tidak mungkin pada stasiun diluar negeri. Saya tidak dapat membayangkan pengaruh 'rescheduling' ini pada kegiatan rapat-rapat, pertemuan arisan, waktu belajar, kegiatan ekonomi, kegiatan agama, dan sebagainya. Tetapi saya masih inget bagaimana beberapa sekolah diliburkan setengah hari, kantor-kantor ditinggalkan pegawai, rapat dibatalkan karena TVRI menyiarkan siaran langsung pertandingan tinju Muhammad Ali (Rakhmat, 1983)

Efek alihan tentu bukan hanya terjadi pada televisi saja. Kehadiran surat kabar, radio transistor, video recorder, CB, radio paging device, terminal computer yang dihubungkan dengan pusat informasi, dan media komunikasi massa kontemporer lainnya dapat mereorganisasikan kegiatan khalayak. Surat kabar sore akan menyebabkan pelanggan menyisihkan waktu membaca Koran pada sore hari; radio transistor dipedesaan mengambil waktu penduduk untuk mengobrol dengan tetangga atau berkunjung ke rumah saudara; video recorder mengurangi frekuensi orang menonton film di bioskop; terminal computer dapat mempersingkat waktu rapat atau menghilangkan waktu berbelanja ke pasar; dan sebagainya.

Steven H. Chaffee menyebut dua efek lagi akibat kehadiran media massa sebagai objek fisik: hilangnya perasaan tidak enak dan tumbuhnya perasaan tertentu terhadap media massa. Waktu membicarakan uses and gratification, kita telah melihat bagaimana orang menggunakan media untuk memuaskan kebutuhan psikologis. Sering terjadi, orang juga menggunakan media untuk menghilangkan perasaan tidak enak, misalnya kesepian, marah, kecewa, dan sebagainya. Media dipergunakan tanpa mempersoalkan isi pesan yang disampaikan. Gadis yang kesepian memutar radio tanpa mempersoalkan program yang disiarkan; pemuda yang kecewa menonton televisi, kadang-kadang tanpa menaruh perhatian pada acara yang disajikan; orang yang marah ke gedung bioskop, hanya sekedar untuk menenangkan kembali perasaan.

Kehadiran media massa bukan saja menghilangkan perasaan, ia pun menumbuhkan perasaan tertentu. Kita memiliki perasaan positif atau negative pada media tertentu. Di Amerika orang melihat kecintaan anak-anak pada televisi yang ternyata lebih sering menyertai mereka dari pada orangtua mereka. Televisi juga terbukti lebih dipercaya dari pada keduanya. Itu di Amerika. Di Indonesia, penelitian menulis pada tokoh-tokoh politik membuktikan buku sebagai media terpercaya, disusul radio, dan surat kabar; dan yang paling tidak dapat dipercaya adalah televisi (lihat: Rakhmat, 1982a). Tumbuhnya perasaan senang atau percaya pada media massa tertentu mungkin erat kaitanya dengan pengalaman individu bersama media massa tertentu; boleh jadi faktor isi pesan mula-mula amat berpengaruh, tetapi kemudian jenis media itu yang diperhatikan, apa pun yang disiarkan. Hal 217-220

Menurut Van de Haag dan kritikus sosial lainnya, media massa menimbulkan depersonalisasi dan kehumanisasi manusia. Media massa menyajikan bukan saja realitas kedua, tetapi karena distorsi, media massa juga “menipu” manusia; memberikan citra dunia yang keliru. Dalam terminologi C. Wright Mills, media massa memberikan rumus hidup yang didasarkan pada pseudoworld (dunia pulasan), yang tidak attuned to the development of the human being (Mills, 1968) yang tidak serasi dengan perkembangan manusia. Hal 224 psikologi komunikasi (drs.jalaluddin rakhmat

## **2.5 KODE ETHIEK JURNALISTIK**

### **2.5.1 Kepribadian Wartawan Indonesia**

Wartawan Indonesia adalah warga Negara yang bertakwa kepada Tuhan yang Maha Esa, berjiwa Pancasila ta'at pada Undang-undang Dasar 45, bersifat ksatria dan menjunjung tinggi hak-hak azasi manusia serta perjuangan emansipasi Bangsa dalam segala lapangan dan dengan itu turut bekerja kearah keselamatan masyarakat Indonesia sebagai warga dari Masyarakat Bangsa-bangsa di Dunia.

#### **Pertanggung Jawab**

1. Wartawan Indonesia dengan rasa penuh tanggung jawab dan bijaksana mempertimbangkan perlu/patut tidaknya sesuatu berita atau tulisan disiarkan. Ia tidak menyiarkan berita atau tulisan yang sifatnya destruktif merugikan Negara dan Rakyatnya, menimbulkan kekacauan atau menyinggung perasaan susila, kepercayaan agama atau keyakinan seseorang atau sesuatu golongan yang dilindungi oleh Undang-undang.
2. Wartawan Indonesia melakukan pekerjaan dengan perasaan bebas yang bertanggungjawab atas keselamatan umum. Ia tidak menggunakan jabatan dan kecakapannya untuk kepentingan sendiri.

3. Wartawan Indonesia dalam menjalankan tugas jurnalistiknya yang menyangkut bangsa lain, didasarkan kepentingan Nasional Indonesia.

### **Cara Pemberian dan Menyatakan Pendapat**

1. Wartawan Indonesia menempuh jalan dan usaha yang jujur untuk memperoleh bahan-bahan berita.
2. Wartawan Indoensia meneliti kebenaran sesuatu berita atau keterangan sebelum menyiarkan.
3. Di dalam menyusun suatu berita,Wartawan Indonesia membedakan antara kejadian (fack) dan pendapat (opinion), sehingga tidak mencampurbaurkan yang satu dengan yang lain untuk mencegah penyiaran berita-berita yang diputar balik atau dibumbuhi secara tidak wajar . Kepala-kepala berita harus menceritakan isi berita.
4. Pemberitaan tentang jalannya pemeriksaan Pengadilan,
5. Dalam tulisan yang menyatakan pendapat tentang sesuatu kejadian, Wartawan Indonesia menggunakan kebebasannya dengan menitikberatkan pada rasa tanggung jawab Nasional dan Sosial, kejujuran, sportivitas, dan toleransi.
6. Wartawan Indonesia menghindari siaran yang bersifat immoral, cabul, dan sensasional.

### **Pelanggaran Hak Jawab**

1. Tulisan yang berisi tuduhan yang tidak berdasar, hasutan yang membahayakan keselamatan Negara, fitnahan, memutar balikan kejadian dengan sengaja, penerimaan sesuatu untuk menyiarka atau tidak menyiarkan sesuatu berita atau tulisan, adalah pelanggaran yang bersifat profesi jurnalistik.
2. Setiap pemberitaan yang tidak benar atau membahayakan Negara, merugikan kepentingan umum/golongan/perorangan, harus dicabut kembali atau diralat atas keinsafan waratwan sendiri, sedang pihak yang dirugikan diberi kesempatan untuk menjawab atau memperbaiki pemberitaan yang dimaksud maksimal sama panjang selama jawaban itu dilakukan secara wajar.

### **Sumber Berita**

1. Wartawan Indonesia menghargai dan melindungi kedudukan sumber yang tidak mau disebut namanya dan tidak menyiarkan keterangan-keterangan yang diberikan secara "off the record".
2. Wartawan Indonesia dengan jujur vmenyebutkan sumbernya dalam mengutip berita atau tulisan dari suatu surat kabar atau penerbitan, untuk kesetia-kawanan profesi. Ini berarti juga bahwa plagiat harus

dijauhi oleh setiap wartawan Indonesia dan menyatakan plagiat itu sebagai suatu perbuatan yang hina.

3. Penerimaan uang atau janji untuk menyiarkan sesuatu yang dapat menguntungkan atau merugikan orang, menyiarkan sesuatu tulisan yang dapat menguntungkan atau merugikan orang, golongan ataupun sesuatu pihak adalah pelanggaran kode Etik yang berat.

## **2.6 Kekuatan Kode Etik**

Kode Etik Jurnalistik Wartawan Indonesia ini dibuat atas prinsip bahwa pertanggung jawaban tentang penta'atannya terutama terletak pada hati nurani setiap wartawan Indonesia.

Pengawasan penta'atan Kode Etik Jurnalistik ini dilakukan oleh Dewan Kehormatan Persatuan Wartawan Indonesia yang menentukan sanksi-sanksi yang diperlukan.

### **2.6.1 Kode Etik Perusahaan Pers**

1. Penerbitan Pers diselenggarakan oleh Perusahaan Pers berbentuk Badan Hukum Indonesia yang mengutamakan sifat-sifat idil dan mengindahkan segi-segi komersil.

2. Perusahaan Pers Indonesia menjunjung tinggi kebebasan Pers yang bertanggung jawab dan berpedoman pada undang-undang dasar 1945 pasal 28.
3. Perusahaan Pers wajib memperhatikan kesejahteraan sosial dan materil karyawan-karyawannya dalam batas-batas kemampuan keuangan perusahaan dan sesuai dengan peraturan-peraturan yang ada.
4. Tidak dibenarkan timbulnya hal-hal yang menjurus kepada monopoli dunia Pers oleh suatu pihak, dan karenanya tidak diharapkan adanya persaingan yang tidak wajar dan tidak bertanggung jawab, maupun usaha-usaha untuk menguasai satu sama lain antar Perusahaan Pers Indonesia.
5. Pengawasan penataan Kode Ethiek Perusahaan Pers ini dilakukan oleh Dewan Kehormatan S.P.S yang menentukan sanksi-sanksi yang diperlukan.

## **2.7 ASAS,FUNGSI,HAK,KEWAJIBAN, DAN PERANAN PERS**

Dirujuk dari Bab II Undang-undang Republik Indonesia nomor 40 tahun 1999 tentang Pers.

### Pasal 2

Kemerdekaan Pers adalah salah satu wujud kedaulatan rakyat yang berdasarkan prinsip-prinsip demokrasi, keadilan,dan supremasi hukum.

### Pasal 3

1. Pers Nasional mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial.
2. Disamping fungsi-fungsi tersebut ayat 1 pers nasional dapat berfungsi sebagai lembaga ekonomi.

### Pasal 4

1. Kemerdekaan pers dijamin sebagai hak asasi warga Negara.
2. Terhadap Pers Nasional tidak dikenakan penyensoran pembredelan, atau pelarangan penyiaran.
3. Untuk menjamin kemerdekaan pers, pers nasional mempunyai hak mencari, memperoleh, dan menyebarkan gagasan dan informasi.
4. Dalam mempertanggungjawabkan pemberitaan didepan hokum, wartawan mempunyai hak tolak.

## Pasal 5

1. Pers nasional berkejawiban memberitakan peristiwa dan opini dengan menghormati norma-norma dan rasa kesusilaan masyarakat serta azas praduga tidak bersalah.
2. Pers wajib melayani Hak jawab.
3. Pers wajib melayani hak koreksi.

## Pasal 6

Pers nasional melaksanakan perannya sebagai berikut

- a. Memenuhi hak masyarakat untuk mengetahui.
- b. Menegakan nilai-nilai demokrasi, mendorong terwujudnya supremasi hokum, dan Hak Asasi Manusia, serta menghormati kebinekaan.
- c. Mengembangkan pendapat umum berdasarkan informasi yang tepat, akurat dan benar.
- d. Melakukan pengawasan, kritik, koreksi, dan saran terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan umum.
- e. Memperjuangkan keadilan dan kebenaran.

## **2.8 JENIS-JENIS BERITA**

Secara garis besar berita dapat digolongkan menjadi dua jenis, yaitu hardnews dan softnews.

### **2.8.1 Hardnews**

Hardnews adalah jenis berita langsung yang memiliki sifat timely atau terikat waktu. Berita jenis ini sangat tergantung pada aktualitas waktu, sehingga keterlambatan berita akan menyebabkan berita menjadi basi. Beberapa peristiwa yang bisa digolongkan sebagai hardnews antara lain : rapat cabinet, peristiwa olahraga, kecelakaan, bencana alam, dan meninggalnya seorang yang terkenal.

### **2.8.2 Softnews**

Softnews adalah berita tidak langsung yang tidak memiliki sifat timeless atau tidak terikat waktu. Berita jenis ini tidak tergantung pada waktu, sehingga selalu bisa dibaca, didengar, dan dilihat kapan pun tanpa terikat pada aktualitas. Beberapa peristiwa yang bisa diklasifikasi dalam jenis ini antara lain: penemuan ilmiah, dan kisah sukses dan kisah tragis.

### **Kriteria Layak Berita (Newsworthiness)**

Banyaknya berbagai peristiwa yang terjadi dalam kehidupan manusia menyebabkan perlu kiranya ada kriteria peristiwa layak disebut sebagai berita. Berikut ini beberapa kriteria tentang kelayakan berita (newsworthiness).

### **Timeliness dan immediacy**

Peristiwa yang memiliki kelayakan berita yaitu peristiwa yang segar, baru terjadi beberapa jam lalu atau bahkan beberapa detik yang lalu (Dash, 2007:57). Dengan kata lain, peristiwa yang baru saja terjadi merupakan peristiwa yang layak menjadi berita. Ini berarti semakin baru peristiwa, maka semakin memiliki kelayakan berita. Bahkan dalam jurnalisme penyiaran, kebaruan ini bisa berarti yang sedang disiarkan adalah berita yang sedang terjadi (real time).

### **Proximity**

Peristiwa yang layak menjadi berita bisa juga dilihat dari unsur kedekatan (geografis, emosional) dengan pembaca. Semakin dekat kita dengan peristiwa, maka semakin penting berita tentang peristiwa tersebut bagi kita (Dash, 2007:57)

### **Conflict**

Konflik baik yang berbentuk fisik (perseteruan antar kelompok) dan nonfisik (perbedaan pendapat) umumnya akan menarik perhatian khalayak.

### **Eminence and Prominence**

Eminence and Prominence berarti menyangkut peristiwa dan/atau orang terkenal. Maksudnya sesuatu yang menyangkut peristiwa dan/atau orang terkenal akan memiliki kelayakan berita yang lebih dibandingkan dengan sesuatu yang menyangkut peristiwa dan/atau orang yang tidak terkenal.

## **Consequence and Impact**

Consequence and Impact berarti peristiwa yang memiliki konsekuensi pada kehidupan khalayak serta menimbulkan rangkaian peristiwa lain tentu akan semakin layak untuk mendapat perhatian khalayak. Semakin besar konsekuensi yang muncul sebagai akibat dari peristiwa tersebut dalam kehidupan khalayak, maka akan semakin besar pula perhatian khalayak terhadap berita tersebut.

## **Human Interest**

Human Interest berarti peristiwa yang menarik perhatian dan menyentuh perasaan khalayak. Peristiwa yang menarik perhatian ini, misalnya peristiwa yang aneh, yang unik dan tidak biasa, menarik perhatian khalayak sehingga layak diberitakan.

## **2.9 UNSUR BERITA 5W+1H**

Untuk memahami jurnalisme, maka perlu untuk mengetahui tentang unsur berita yang dikenal dengan rumus 5W dan 1H.

1. What (Apa) : Berarti apa yang terjadi/akan terjadi
2. Who (Siapa) : Berarti kepada siapa suatu peristiwa terjadi
3. Where (Dimana) : Menunjukkan dimana peristiwa yang diberitakan terjadi.

4. When (Kapan) : Memberi informasi tentang kapan peristiwa tersebut terjadi
5. Why (Mengapa) : Memberikan keterangan tentang mengapa peristiwa tersebut terjadi
6. How (Bagaimana) : Menjelaskan bagaimana peristiwa yang diberitakan terjadi
7. Nilai (Value) : Bahwasannya dalam sebuah berita harus adanya sebuah nilai yang bisa bermanfaat untuk khalayak

### **2.9.1 Mengurutkan Signifikasi 5W+1H**

Sebuah berita, sebagaimana yang telah disebutkan diatas, memiliki beberapa unsur yang lazim dikenal sebagai 5W dan 1H. Pertanyaan yang muncul kemudian adalah bagaimana kita mengurutkan signifikasi 5W dan 1 H, maka ada beberapa hal yang bisa dilakukan, yaitu :

- Lakukan riset untuk menentukan mana isu terbaru , isu kunci, mana yang pernah diberitakan dan mana perkembangan baru. Berita tentang unjuk rasa yang ada di atas misalnya, bisa disusun dengan mendasarkan elemen 5W dan 1H pada isu baru yang belum diberitakan oleh media lain.

- Lakukan identifikasi 5W+1H selagi meliput, lakukan liputan dengan seksama, beri catatan pada hal-hal yang dianggap paling penting.
- Hal lain adalah dengan mendiskusikan dengan Redaktur.

### **Summary Lead (Lead in)**

Summary Lead atau Lead in adalah paragraf pembuka yang memuat intisari berita dan bertugas mengundang/menarik khalayak untuk masuk lebih dalam ketubuh berita (Dash, 2007:65). Dalam praktek Jurnalistisme cetak summery leads atau lead in yang baik memiliki kriteria sebagai berikut :

- Summary Lead atau Lead in berupa kalimat singkat, umumnya tidak lebih dari 35 kata.
- Summary Lead atau Lead in biasanya merupakan satu kalimat utuh, tetapi bisa juga dipecah menjadi lebih dari satu kalimat.

Summary leads awalnya berkembang praktik jurnalisme cetak yang kemudian juga diadopsi dalam jurnalisme penyiaran dengan istilah Lead in.

Summary lead atau lead in memiliki dua fungsi utama yaitu :

- Menggambarkan ringkasan atau intisari dari berita.

Melalui summary lead atau lead in khalayak diajak oleh wartawan untuk mengetahui ringkasan dari berita yang ada ditubuh berita.

- Mengiklankan atau mempromosikan isi tubuh berita.

Maksudnya summary atau lead in disusun agar khalayak tertarik untuk mengetahui berita secara keseluruhan. Dalam jurnanisme cetak, summary lead atau lead in akan berfungsi agar pembaca tertarik untuk membaca tubuh berita yang ada setelah summary leads atau lead in. Adapun dalam jurnanisme penyiaran televisi, summary leads atau lead in akan berfungsi agar pemirsa tertarik menonton tayangan berita secara lengkap.

Untuk membuat summary lead atau lead in ada beberapa faktor yang memengaruhi penyusunannya, yaitu :

- Apa yang telah diberitakan sebelumnya.

Berita sebagaimana telah disinggung sebelumnya adalah rangkaian dari berbagai peristiwa dan jarang sekali berita merupakan peristiwa tunggal yang tidak berkaitan dengan hal-hal lain. Karena berita merupakan rangkaian peristiwa, maka menjadi penting untuk mempertimbangkan berita apa yang telah diberitakan sebelumnya saat menyusun summary leads atau lead in.

- Bagaimana reporter memandang/merasakan suatu peristiwa

Setiap reporter pastilah memiliki cara pandang yang berbeda saat memandang atau merasakan peristiwa. Perbedaan inilah yang menyebabkan summary leads atau lead in dari media massa atas sebuah peristiwa yang sama akan berbeda.

- Bagaimana Khalayak memandang/merasakan suatu peristiwa

Penyusunan summary leads atau lead in juga tidak lepas dari bagaimana khalayak memandang atau merasakan suatu peristiwa. Dengan demikian, wartawan saat menyusun summary leads atau lead in harus mempertimbangkan khalayak yang hendak dituju.

- Penugasan dari Redaktur

Secara organisasi media, penyusunan summary leads atau lead in selalu tergantung penugasan dari redaktur. Wartawan melaksanakan apa yang diperintahkan oleh redaktur, termasuk tentang bagaimana summary leads atau lead in yang sebaiknya mereka susun.

### **Multiple-Element Summary Lead**

Dalam perkembangan praktik Jurnalistik, summary leads atau lead in tidak lagi hanya terikat pada aturan baku yang ketat yang mengharuskannya untuk menempatkan hanya satu unsur utama dari suatu peristiwa. Ini dikenal sebagai multiple-element lead. Multiple-element summary lead bisa diartikan sebagai lead

yang menempatkan dua atau lebih unsur utama suatu peristiwa pada posisi sejajar dan menginformasikan pada pembaca bahwa lebih dari satu peristiwa utama sedang terjadi.

### **Menyusun Summary Lead**

Dalam menyusun summary lead ada beberapa hal yang harus diperhatikan agar mampu berfungsi sebagai ringkasan dari berita secara keseluruhan serta sekaligus mendorong khalayak untuk menyimak berita tersebut secara keseluruhan. Berikut ini adalah menyusun summary lead :

- Usahakan hanya menggunakan kalimat tunggal, maksimal 35 kata. Jaga agar lead harus pendek. Ini adalah ketentuan yang tidak bisa ditawar.
- Hindari lead yang tidak jelas dan membingungkan. Dalam hal ini bisa dilakukan dengan memilih hanya unsur terpenting dalam lead. Dengan kata lain, jangan terlalu memaksa memasukan semua unsur dalam lead. Kita harus ingat masih ada paragraf lainnya.
- Hindari menulis lead tersembunyi. Ini berarti bahwa lead harus memuat poin paling utama dari suatu peristiwa.
- Harus ada penentuan focal point (fokus utama: who,what,where,when,why, atau how) dalam lead.
- Masukan unsur waktu (when) dalam lead.

- Usahakan untuk selalu menggunakan kalimat aktif dalam lead. Dalam situasi tertentu kalimat pasif bisa digunakan apabila objek lebih penting dibanding subjek.
- Mencantumkan atribusi/narasumber bila memungkinkan atribusi fakta, opini dan samar.
- Ingat, fungsi utama lead adalah menyampaikan inti sari berita dan menarik pembaca untuk terus membaca kita hingga kata terakhir. Tujuan dari lead ini harus selalu diingat saat menyusun lead (Dash, 2007:57)

## **2.10 Piramida Terbalik**

Model penulisan berita yang banyak berkembang dalam jurnalisme cetak, yang kemudian dengan beberapa variasi dianut dan dikembangkan dalam jurnalsime penyiaran televisi adalah model penulisan piramida terbalik. Model penulisan piramida terbalik bisa dijabarkan karakteristiknya sebagai berikut:

- Model penulisan berita di mana paragraf disusun berdasarkan tingkat urgensi/signifikansi.
- Lead (Paragraf pembuka) memberikan kesimpulan intisari berita.
- Paragraf kedua dan seterusnya memberikan informasi sekunder/pendukung sesuai dengan urgensi/signifikansi.

### **2.10.1. Prinsip-Prinsip Penulisan Berita yang Jelas**

Penulisan berita haruslah ditulis dengan jelas, sehingga khalayak yang mengonsumsi berita tersebut mudah memahami isi berita. Ada beberapa prinsip yang dapat diterapkan untuk menulis berita secara jelas. Prinsip ini diterapkan baik dalam jurnalistik penyiaran maupun dalam jurnalisme cetak. Beberapa prinsip penulisan berita yang jelas antara lain:

- Menggunakan kalimat pendek
- Mengutamakan kesederhanaan dan menghindari kompleksitas
- Menggunakan kata-kata yang sudah dikenal serta sesuai dengan kaidah bahasa yang baik dan benar.
- Menghindari kata-kata tidak perlu.
- Menggunakan kalimat aktif.
- Ditulis seperti layaknya orang berbicara.
- Menggunakan istilah/terminologi yang bisa dipahami oleh khalayak.
- Dikaitkan dengan pengalaman khalayak.
- Menggunakan bahasa yang variatif.

## **2.11. Jurnalisme Penyiaran Televisi**

Berita Televisi merujuk pada praktik penyampaian berita terbaru dari beragam peristiwa melalui media televisi. Program berita di televisi bisa dalam durasi detik sampai durasi jam yang menyediakan informasi terbaru dari ranah internasional, nasional, regional, maupun local. Beberapa stasiun televisi membuat program berita sebagai bagian dari programming yang mereka lakukan, namun ada stasiun televisi yang keseluruhan programmingnya menghususkan pada program berita. Program berita diudarakan setiap hari secara reguler oleh stasiun televisi ( Dash, 2007:48).

Stasiun televisi yang selama 24 jam menyiarkan berita ini disebut sebagai stasiun televisi rolling news (Dash, 2007:48). Berita televisi umumnya dari peliputan atas beragam peristiwa yang layak diberitakan dengan pertimbangan nilai berita yang ada disetiap peristiwa. Berita televisi dapat diproduksi oleh newsroom stasiun televisi maupun diproduksi dalam sistem jaringan stasiun televisi yang bekerjasama. Selain beragam berita, umumnya berita televisi juga dilengkapi dengan berita tambahan, seperti berita olahraga, berita perkiraan cuaca, kondisi lalu lintas, dan informasi lain yang oleh stasiun televisi dianggap perlu untuk diketahui oleh public (Dash, 2007:48)

Berita yang diudarakan melalui televisi berasal dari reporter yang melakukan peliputan dan reportase. Reportase melakukan peliputan dan reportase bersama dengan kru kamera. Setelah melakukan peliputan dan reportase dilapangan, kemudian dibuat naskah berita yang akan dibaca sebagai voice-over untuk menjelaskan tentang gambar yang disajikan. Bentuk reportase ini yang paling umum dilakukan, namun

dalam kondisi tertentu bentuk reportase bisa jadi tidak seperti ini. Dalam kondisi mendesak dan reporter belum mendapatkan gambar padahal aktualitas berita sangat penting, berita dapat disajikan dalam bentuk reader di mana reporter melaporkan dalam bentuk tulis yang akan dibaca oleh pembaca berita tanpa ada gambar sama sekali.

Dalam jurnalisme penyiaran televisi, reportase yang paling memiliki eksklusivitas adalah laporan langsung (live reports). Format reportase seperti ini dikenal dengan nama live on cam. Dalam praktiknya, live reports dapat dilakukan dengan berbagai cara, seperti reporter yang berada dilokasi peristiwa diwawancarai oleh presenter yang ada distudio secara langsung, reporter melakukan wawancara dengan narasumber langsung dari lokasi peristiwa, reporter melaporkan apa yang terjadi dilokasi serta gambar dan suara dari peristiwa yang sedang terjadi dilokasi peristiwa.