

Tujuan Jurnalisme Prinsip-Prinsip Jurnalisme Kewajiban Jurnalisme

Prof. Dr. Suroso, M.Pd.

Loyalitas Jurnalisme

Jurnalisme sebagai

Tempat

Media Penjaga Masyarakat Kewajiban Jurnalisme

Pragmatisme dan Jurnalisme

MENUJU JURNALISME MASYARAKAT KEWARGA

Komunikasi Masyarakat dan Jurnalisme

Tantangan Jurnalisme di Era

Informasi

Informasi Jurnalisme sebagai

Jurnalisme sebagai Pemberdaya Masyarakat dan Jurnalisme

Umat Jurnalisme dan Kenetralan Media Jurnalisme

Jurnalisme sebagai

Independensi dari

Forum Publik

DAN RAGAM BAHASA

Bahasa Jurnalistik dan

Ragam Bahasa Lain Bahasa Jurnalistik dan

dan Iklan Bahasa Jurnalistik dan

Peran Jurnalistik dalam Pengembangan

TEKNIK

Narasumber dan

dan Teknik

dalam Wawancara

Hasil Wawancara Mengakhiri Wawancara

BERITA Tujuan Menulis Berita Jenis Berita

Fakta Kritis Terhadap Fakta

Berdasarkan

Berdasarkan

Berita Berdasarkan

Kendala dalam Peliputan berita

PENULISAN FEATURES Pengertian Features

Jenis Features Features Berita (News Features)

Pengetahuan (Science Features)

Kemanusiaan (Human Interest Features)

Sejarah

Sejarah

Sejarah

Sejarah

Sejarah

Jur- nal- isme

Da-

sar

Teori & Praktik

(Hystorical Features) Features Perjalanan (Advanturing Features) Copy



Jurnalisme Dasar

Teori & Praktik

Prof. Dr. Suroso, M.Pd.

JURNALISME DASAR: TEORI & PRAKTIK
© Cantrik Pustaka, 2021

Penulis : Suroso
Editor : Mawaidi
Atak & Sampul : Telaga Syahdu
Penyelaras Aksara : Sadani

Diterbitkan oleh Cantrik Pustaka
Anggota IKAPI (Ikatan Penerbit Indonesia)
✉ redaksi@cantrikpustaka.com
☎ 0812-1344-3842

Perpustakaan Nasional:
Katalog Dalam Terbitan (KDT)
Jurnalisme dasar: teori & praktik/ Suroso
—Yogyakarta: Cantrik Pustaka, 2021
180 hlm; 14 x 20 cm

ISBN 978-623-6063-37-8
Cetakan 1, November 2021

Apabila pembeli mendapati buku ini
dalam keadaan rusak, halaman terbalik,
atau kosong, silakan hubungi email
atau nomor telepon/whatsapp di atas



PRAKATA

Pada era keterbukaan ini, mahasiswa dituntut untuk semakin kreatif dan inovatif. Selain itu, mahasiswa juga dituntut untuk sanggup menjalin kolaborasi dan memiliki daya pikir yang kritis. Menteri Nadiem Makarim bahkan mencanangkan “Kampus Merdeka dan Merdeka Belajar”. Artinya, belajar bisa di mana saja, kapan saja, menggunakan media apa saja. Termasuk menggabungkan berbagai bidang ilmu. Apa pun program studinya, siapa pun orangnya, jika memiliki motivasi untuk berprestasi dapat saja menjadi seorang jurnalis.

Program studi Pendidikan bahasa Indonesia mengembangkan kurikulum dengan menawarkan mata kuliah Jurnalistik yang terdiri lima mata kuliah yaitu (1) Teknik Wawancara dan Penulisan Berita, (2) Teknik Menulis Opini, Features, dan Resensi, (3) Fotografi Jurnalistik, (4) *Layout* dan perwajahan Surat Kabar, dan (5) Magang Jurnalistik. Tujuan mata kuliah ini adalah membekali mahasiswa memiliki keterampilan menulis di media massa dan sebagai pengajar di SMP dan SMA dapat mentransfer pengalamannya kepada siswa. Pilihan paket mata kuliah jurnalistik (10 SKS) ini menarik minat mahasiswa. Selain dapat menjadi guru, beberapa alumni bekerja di media massa baik di industri penerbitan maupun penyiaran.

Buku ini pada dasarnya diperuntukkan sebagai buku pegangan untuk mata kuliah teknik wawancara dan penulisan berita serta teknik menulis opini, *features* dan resensi. Tidak menutup kemungkinan mahasiswa juga bisa belajar sejarah jurnalistik sejak orde baru hingga reformasi, ideologi media, dan berlatih untuk menghasilkan karya jurnalistik seperti opini, *features*, resensi, dan grafis untuk berbagai keperluan. Harapan penulisan buku ini agar mahasiswa mengenal teori jurnalistik dan dapat mempraktikkan pada bidang pekerjaannya kelak.

Melalui buku ini diharapkan mahasiswa dapat mengembangkan kemampuan beretorika melalui topik-topik wawancara untuk penulisan berita dan *features*. Kemampuan melakukan wawancara dan mengenal sumber berita berimplikasi pada penguasaan keterampilan lain seperti keterampilan berbicara, menjadi MC, humas dan protokoler, motivator, kosultan, penceramah agama dst., yang sanggup memotensikan kecerdasan bahasa.

Kemampuan menulis berita, opini, *features* berimplikasi dalam pengembangan karier di bidang kepenulisan dalam ragam bahasa Indonesia seperti jurnalistik, bisnis, sastra, ataupun filsafat. Kemampuan ini dapat melahirkan profesi baru seperti *content writing*, *copy writing*, *blogger*, *vlogger*, *game streamer*, *trailer*, *teaser*, bahkan *ghost writer*.

Melalui buku ini diharapkan mahasiswa memiliki pandangan pengembangan profesi di bidang jurnalistik seperti fotografi, editor, dan kegiatan yang berkaitan dengan grafis. Selanjutnya mahasiswa dapat mengembangkan potensinya menjadi wirausaha di bidang tersebut yang erat kaitannya dengan pilihan pekerjaan milenial masa kini.

Buku ini banyak mengambil pemikiran dari pakar dan praktisi jurnalistik seperti Ashadi Siregar, I Made Suardjana, Rondangh Pasaribu I (LP3Y), Jakub Oetama (*Kompas*), A Muis (Pakar Komunikasi), Novel Ali (Dosen Komunikasi), Ishadi SK (Pakar Media), Parni Hadi (Pakar Media), Ahmadun Yosi Herfanda (Penyair dan wartawan *Republika*), Fx Koesworo, JB Margantoro,

Ronnie S Vico (*Wartawan Kedaulatan Rakyat*) dll. Kredibilitas para pakar dan praktisi jurnalistik dan media seperti disebut di atas menguatkan kepercayaan pada buku ini.

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Dekan FBS UNY yang mendanai penulisan proyek penulisan buku ini. Kepada Mawaidi, SS., M.Pd. penyunting naskah diucapkan terima kasih. Kepada Penerbit Cantrik yang untuk kedua kalinya menerbitkan buku penulis diucapkan terima kasih.

Yogyakarta, September 2021

Penulis



DAFTAR ISI

Prakata — 5

BAB 1: PENDAHULUAN — 11

1.1. Tujuan Jurnalisme — 13

1.2. Prinsip-Prinsip Jurnalisme — 18

1.2.1 Jurnalisme yang Berpihak Pada Kebenaran — 19

1.2.2 Loyalitas Jurnalisme — 20

1.2.3 Intisari Jurnalisme Adalah Disiplin
dan Verifikasi — 24

1.2.4 Pada Praktiknya Jurnalisme Harus Menjaga
Independensi terhadap Sumber Berita — 25

1.2.5 Jurnalisme Harus Berlaku sebagai
Pemantau Kekuasaan — 26

1.2.6 Jurnalisme Harus Menyediakan Forum Publik — 27

1.2.7 Jurnalisme Harus Berupaya Membuat Hal yang
Penting Menarik dan Relevan — 28

1.2.8 Jurnalisme Harus Menjaga Berita Agar
Komprensif dan Proporsional — 29

1.2.9 Para Praktisinya Harus Diperbolehkan Mengikuti
Nurani Mereka — 31

1.3. Kewajiban Jurnalisme — 32

1.4. Jurnalisme sebagai Pilar Keempat Demokrasi — 34

1.5. Media Penjaga Masyarakat Kewargaan — 36

1.6. Idealisme dan Pragmatisme dalam Jurnalistik — 37

BAB 2: MENUJU JURNALISME MASYARAKAT

KEWARGAAN — 40

- 2.1 Jurnalisme dan Komunikasi Masyarakat Kewargaan — 42
- 2.2 Tantangan Jurnalisme di Era Kebebasan Informasi — 44
- 2.3 Jurnalisme sebagai Media Infomasi — 46
- 2.4 Jurnalisme sebagai Media Edukasi — 48
- 2.5 Jurnalisme sebagai Pemberdaya Masyarakat — 50
- 2.6 Jurnalisme Perdamaian — 52
 - 2.6.1 Jurnalisme Verifikasi — 55
 - 2.6.2 Jurnalisme Independensi dari Faksi — 57
 - 2.6.3 Jurnalisme sebagai forum Publik — 60

BAB 3: BAHASA JURNALISITK DAN

RAGAM BAHASA LAIN — 62

- 3.1 Pengertian Bahasa Jurnalistik — 62
- 3.2 Prinsip Dasar Bahasa Jurnalistik — 67
- 3.3 Bahasa Jurnalisitk dan Ragam Bahasa Lain — 73
- 3.4 Bahasa Jurnalistik dan Sastra — 75
- 3.5 Bahasa Jurnalistik dan Iklan — 76
- 3.6 Bahasa Jurnalistik dan Pengembangan Kosakata — 79

BAB 4: TEKNIK WAWANCARA — 83

- 4.1 Mengenal Narasumber Berita — 83
- 4.2 Tujuan, Waktu dan Tempat Wawancara — 86
 - 4.2.1 Jenis Wawancara — 88
- 4.3 Etika dalam Wawancara — 91
- 4.4 Mendokumentasikan Hasil Wawancara — 93
- 4.5 Mengakhiri Wawancara — 93

BAB 5: TEKNIK PENULISAN BERITA — 95

- 5.1 Tujuan Menulis Berita — 95
- 5.2 Jenis Berita — 97
- 5.3 Mengidentifikasi Fakta — 100
- 5.4 Kritis Terhadap Fakta — 101

5.5 Meliput Berita — 107

5.5.1 Berita Berdasarkan Peristiwa Momentum — 107

5.5.2 Berita Berdasarkan Peristiwa Rutin/Teragenda — 108

5.5.3 Berita Lanjutan (*Follow-Up News*) — 108

5.5.4 Berita Berdasarkan Peristiwa Fenomena — 109

5.6 Kendala dalam Peliputan Berita — 110

5.7 Praktik Menulis Berita — 110

BAB 6: TEKNIK PENULISAN *FEATURES* — 113

6.1 Pengertian *Features* — 113

6.2 Tujuan Menulis *Features* — 114

6.3 Jenis *Features* — 115

6.3.1 *Features* Berita (*News Features*) — 115

6.3.2 *Features* Ilmu Pengetahuan (*Science Features*) — 116

6.3.3 *Features* Kemanusiaan (*Human Interest Features*) — 117

6.3.4 *Features* Sejarah (*Hystorical Features*) — 118

6.3.5 *Features* Perjalanan (*Adventuring Features*) — 119

6.3.6 *Features* Petunjuk (*Guideline Features*) — 119

6.3.7 *Features* Obrolan Warung Kopi (*Side Bar Features*) — 120

BAB 7: TEKNIK PENULISAN ARTIKEL OPINI — 121

7.1 Pengertian Opini — 121

7.1.1 Tajuk Rencana — 123

7.2 Tujuan Menulis Artikel Opini — 127

7.3 Manfaat Menulis Artikel Opini — 129

7.4 Pedoman Pokok Penulisan Artikel Opini — 131

7.5 Langkah-Langkah Penulisan Artikel Opini — 133

8. MEMUBLIKASIKAN KARYA JURNALISTIK — 139

8.1 Mengenal Jenis Media Massa — 139

8.1.1 Media Cetak — 142

8.1.2 Media Daring (*Online*) — 142

8.2 Mengenal Karakter Media Massa — 144

8.2.1 Pemilik Media dan Afiliasi Politik — 146

- 8.2.2 Gaya Selingkung (Khas) Media — 148
- 8.2.3 Kiat Sukses Menembus Media — 149
- 8.3. Berlatih Mengenal Karakter Media — 151
 - 8.3.1 Kepopuleran Media — 151
 - 8.3.1 Media Internal Lembaga — 152
 - 8.3.2 Media Massa Umum — 152
- 8.4. Merancang Publikasi pada Media Massa — 153
 - 8.4.1 Menentukan Topik Aktual — 155
 - 8.4.2 Mempertimbangkan Media — 157
 - 8.4.3 Membaca Peluang Pemuatan — 158
- 8.5 Kontribusi Kegiatan Bermedia — 159
 - 8.5.1 Popularitas — 159
 - 8.5.2 Finansial — 160
 - 8.5.3 Produk Karya Jurnalistik — 160

9. JURNALISME DI ERA INFORMASI — 163

- 9.1 Jurnalisme di Era *Big Data* — 163
- 9.2 Perubahan Radikal, Tak terprediksi,
Kompleks, dan Ambigu — 164
- 9.3 Munculnya Media Baru — 166

10. PROFESI RELEVAN DENGAN KEGIATAN JURNALISTIK — 168

- 9.1 Fotografer — 170
- 9.2 Editor — 170
- 9.3 *Content Writer* — 172
- 9.4 *Copy Writer* — 172
- 9.5. Grafis dan *Layouter* — 173

- Daftar Pustaka — 174**
- Tentang Penulis — 177**

1

PENDAHULUAN

Sejak kebangkitannya yang disebut sebagai era reformasi digital kehadiran jurnalistik sejak dulu sampai sekarang tetap diperlukan. Bahkan, Abraham Lincoln, bapak bangsa pendiri Amerika, mengatakan, “Lebih baik ada media tanpa negara daripada ada negara tanpa media.” Artinya, kehadiran media massa akan tetap diperlukan sebagai sarana penyampai informasi, selain juga berfungsi sebagai media edukasi. Media juga dipandang sebagai pilar ke empat (*the fourth estate*) demokrasi selain kekuasaan legislatif, eksekutif, dan yudikatif. Media ialah *watch dog*—anjing penjaga demokrasi.

Akan tetapi, sejak zaman reformasi pada 1998 terjadi perubahan yang sangat signifikan dalam dunia media massa. Runtuhnya rezim Orde Baru yang berkuasa 32 tahun yang membungkam kebebasan pers menjadi momen baru kebebasan berpendapat, berkumpul, berserikat oleh masyarakat, termasuk kemerdekaan dalam mengelola industri media penerbitan, khususnya surat kabar dan majalah. Pada masa itu muncul UU NO. 40 tahun 1999 tentang pers, yang menyebabkan bergairahnya industri penerbitan pers. Siapa pun dan organisasi apa pun bebas menerbitkan pers tanpa harus disusahkan dengan adanya Surat Izin Usaha Penerbitan dan Percetakan (SIUP) dan Surat Izin Penerbitan (SIP). Pada era 1990-an sampai 2010 industri media, khususnya penerbitan pers,

tumbuh bagaikan jamur di musim hujan. Demikian juga dengan industri penyiaran baik industri televisi berita ataupun radio tumbuh dengan pesat.

Era kebebasan pers ada batasnya. Setelah muncul media alternatif yang bernama media sosial seperti Facebook, YouTube, Instagram, Twitter menggeser kedudukan media konvensional seperti surat kabar, majalah, dan televisi. Siapa pun bisa memposisikan diri sebagai “wartawan” yang bisa menulis, memotret, dan menyiarkan melalui media sosial. Akibatnya, media sosial menyajikan informasi yang tidak jarang melupakan prinsip-prinsip jurnalistik khususnya dalam memberikan informasi dan edukasi pada masyarakat pembaca. Tidak jarang orang sulit membedakan mana berita yang benar-benar berita atau berita yang bukan berita.

Terjadi perang media yang tentu saja di belakangnya ada kepentingan-kepentingan pemilik media untuk tujuan-tujuan tertentu seperti politik. Banyak media muncul karena dibiayai oleh orang-orang kuat tertentu bahkan berafiliasi pada politik dan golongan tertentu. Akibatnya muncul istilah “*buzzer*” orang yang ditugasi menulis dan menyiarkan berita baik terkait dengan kehebatan seseorang atau menyerang pihak lain yang kurang sependapat dengan orang yang terberitakan atau dibelanya. Bahkan *buzzer* ini memiliki kanal penyiaran sendiri—situs web resmi. Tak jarang para *buzzer* juga “dilindungi” oleh penguasa.

Di pihak lain juga banyak *buzzer* yang selalu ditugasi untuk mengkritik, bahkan “maaf” dengan kata-kata yang kasar memaki, menjelekkan, bahkan meniadakan kepentingan pihak lain. *buzzer* juga berafiliasi pada golongan dan kepentingan politik tertentu. Istilah populernya terjadi perang media antar*buzzer* untuk mencitrakan tokoh dan rezim tertentu.

Di era keterbukaan ini semua sudah diatur oleh Undang-Undang ITE, jika ada pihak yang merasa dirugikan dengan adanya berita yang mendiskreditkan, menghina, mencemarkan nama baik, dan berbau rasisme dapat melaporkan dengan bukti-bukti yang ada, pada pihak berwajib dan dapat diproses secara hukum.

Akibatnya, banyak orang, baik penulis amatir yang menulis di media sosial (situs web atau blog) tersandung pada masalah hukum dan mendapat vonis penjara. Banyak pula konten tulisan dan video yang diunggah di media sosial dilaporkan kepada pihak berwajib dengan alasan bertentangan dengan nilai-nilai kemanusiaan, susila, persatuan, dan kesatuan bangsa.

Terhadap berbagai persoalan penulisan jurnalistik, baik yang disiarkan melalui media arus utama oleh para wartawan profesional, atau mereka yang menulis di media sosial oleh para penulis biasa, diperlukan apa yang disebut sebagai wawasan jurnalistik. Mengapa? Dengan wawasan jurnalistik seorang penulis-jurnalis akan terhindar dari kesalahan-kesalahan yang berakibat pada tuntutan hukum. Seorang jurnalis perlu memahami tujuan jurnalistik, prinsip-prinsip jurnalistik dalam menghasilkan karya jurnalistik baik berita, *features* (jurnalisme sastra), maupun opini.

1.1. Tujuan Jurnalisme

Ashadi Siregar (1998: 10-11) dalam kata pengantaranya di buku *Bagaimana Meliput dan Menulis Berita untuk Media Massa* menekankan jurnalisme dalam kehidupan demokratis dan kepingan beragam tafsiran dapat dibuat atas suatu realitas sosial. Setiap tafsiran memiliki hak hidup yang sama. Oleh karena itu keragaman informasi mendapat tempat dalam kehidupan masyarakat. Jurnalisme memberikan disiplin kerja dalam mengubah realitas empiris menjadi informasi wacana yang substantif.

Penghargaan atas realitas yang bersifat objektif dan empiris akan menentukan penghargaan terhadap profesi jurnalisme. Jurnalisme dapat pula digunakan dengan cara lain, manakala informasi yang disampaikan lebih banyak dari realitas subjektif dan ideologis, bukan realitas objektif praktis. Jurnalisme semacam ini akan menempatkan ideologi kekuasaan (negara atau kapital) sebagai pembentuk bagi wacana informasi. Kekuasaan negara

dan kapital dapat mewujudkan secara eksternal (di luar organisasi perusahaan informasi) maupun internal (di dalam perusahaan informasi sendiri).

Apa yang disampaikan pendiri Lembaga Penelitian, Pendidikan, dan Penerbitan Pers Yogyakarta (LP3Y) di pasca-Reformasi atau 20 tahun lalu itu terbukti dalam tujuan jurnalisme media masa kini. Para pengusaha media, baik yang dikuasai negara, maupun yang dikuasai lembaga sosial masyarakat memiliki kecenderungan memberi informasi yang bersifat monolitik; dari atas ke bawah, dari kekuasaan kepada masyarakat. Jurnalisme seperti ini lebih berfungsi sebagai alat propaganda. Gerakan ini mencoba mengubah ideologi, misi, gagasan, dan kepentingan pragmatis dari kekuasaan menjadi informasi yang dimaksudkan untuk mengubah masyarakat agar bersikap atau berperilaku sesuai kepentingan ideologi dan kekuasaan, sesuai instrumen rekayasa kekuasaan negara atau kapital. Dalam perspektif Roger Fowler, jurnalisme yang berpihak—jurnalisme pada kepentingan kekuasaan—disebut akan lebih banyak pro kebijakan pemerintah. Sebaliknya, jurnalisme yang mengakomodasi realitas sosial yang terjadi di masyarakat disebut pro masyarakat (Suroso: 2003). Sementara itu jurnalisme yang tidak memihak pada kekuasaan negara maupun realitas yang ada di masyarakat disebut berperspektif netral, tidak pro negara maupun pro masyarakat.

Independensi jurnalisme pada dasarnya berpijak pada penghargaan kepada realitas sosial empiris, dan adanya peluang penuh untuk menjadikannya sebagai informasi tanpa campur tangan kepentingan pragmatis kekuasaan. Dengan demikian jurnalisme dibangun atas basis penghargaan pada realitas sosial dan kepercayaan kepada informasi yang berkembang di masyarakat. Dalam bahasa media sosial, informasi yang bersifat viral paling banyak ditonton dan dibaca oleh para pengguna media sosial. Dengan demikian, kekuasaan media sosial dalam menyampaikan realitas lebih dapat diwacanakan. Dengan demikian, jarak antara kenyataan sosial dengan informasi dapat terentang senjang. Hak

ini disebabkan oleh kenyataan yang kabur secara struktural atau kelemahan manusiawi dalam melihat kenyataan, sehingga gagal dalam perwujudannya sebagai informasi.

Belajar jurnalisisme dimulai dengan upaya menghadapi kenyataan secara objektif, menyadari kecenderungan bias dalam melihat kenyataan. Seluruh pengetahuan dan keterampilan jurnalisisme bersifat teknis (*technicalities*) yang pada dasarnya hanya untuk membantu seorang jurnalis dalam melihat kenyataan dan memformatnya menjadi informasi. Kaidah dalam aspek teknis hanya akan punya makna jika seorang jurnalis memiliki visi intelektual. Bahkan disebutkan, kerja profesional seorang jurnalis adalah manifestasi dari intelektualisme. Belajar jurnalisisme bukan sekadar mengenali kelayakan berita, atau semata-mata menulis kaidah teknis dan realitas sosial menjadi informasi jurnalisisme. Apalagi dengan cukup menguasai formulasi 5W+1H (*what, who, where, when, why + how*) sungguh meremehkan ranah jurnalisisme. Permasalahan mendasar adalah mengenali realitas sosial bukan sekadar menuliskan catatan fakta yang ada di gawai seorang jurnalis. Proses awal adalah melihat fakta dan realitas sosial untuk dicatat ke dalam gawai, di sinilah titik intelektualisme jurnalis dimulai.

Fakta yang terjadi di era keterbukaan seperti sekarang ini, para penulis, baik yang menulis di media arus utama, maupun media sosial tidak mematuhi etika jurnalistik, khususnya dalam memahami tujuan jurnalistik. Banyak berita tanpa peristiwa, walaupun ada peristiwa tidak ada beritanya. Perang media selalu berhubungan dengan ideologi pemilik media, baik media cetak maupun elektronik. Tidak heran kemudian jika ada media yang khusus menyampaikan propaganda kekuasaan atau partai pendukung pemerintah. Dan ada juga media yang tugasnya selalu mengkritik kebijakan-kebijakan pemerintah.

Pemetaan perspektif media cetak dan elektronik pada ideologi dan politik tertentu dapat dilihat dari siapa pemilik media, afiliasi

politik, dan para pendukungnya. Dengan demikian dalam media cetak dan elektronik juga terjadi pembelahan perspektif yaitu yang pro pemerintah, pro masyarakat, netral, atau pro terhadap kepentingan yang lain. Kendatipun media tidak bisa lepas dengan korporasi yang tujuan utamanya adalah profit. Hidup matinya media juga tergantung dengan para pendukung, baik yang memberi donasi langsung maupun mereka yang memasang iklan dengan memanfaatkan *Google AdSense*. Makin banyak orang mengakses laman-laman media tersebut maka banyak pula keuntungan bagi hasil dari iklan yang terpasang di medianya.

Pengklasifikasian media massa elektronik seperti televisi dalam jargon televisi berita dan televisi hiburan, sejatinya bertujuan untuk menjual paket program yang menjadi ciri penandanya. Ada televisi yang khusus menyiarkan kuis, hiburan musik, kontes ajang mencari bakat, dan semacamnya. Ada juga televisi yang mengutamakan sajian berita. Berita yang sama akan ditayangkan di beberapa televisi dengan "gaya" yang berbeda. Fungsi pers menurut UU No 40 Tahun 1999 tentang Pers pada pasal 3 disebutkan bahwa, (1) Pers nasional memiliki fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial; (2) Di samping fungsi-fungsi tersebut pada ayat 1, pers nasional dapat berfungsi sebagai lembaga ekonomi.

Fungsi pertama, pers memberikan informasi kepada komunikasi yang dapat meningkatkan keingintahuan dan pengetahuan akan informasi yang diperlukan. Informasi tersebut bisa didapatkan dari berbagai sumber dengan objektif. Fungsi kedua, memberikan edukasi atau pencerdasan kepada masyarakat. Banyak distorsi dan hoaks di media yang merisaukan masyarakat. Pemberitaan pers diharapkan dapat menjernihkan persoalan, menghilangkan kerisauan, dan menciptakan ketenangan hidup masyarakat. Pemberitaan terhadap kasus pelecehan seksual atau pemerkosaan dengan pelaku dihukum berat dapat menjadi pembelajaran untuk tidak melakukan tindak asusila tersebut. Demikian pula dengan pemberitaan kasus korupsi dan dihukum berat membuat pembaca

mengutuk keras terhadap maling berkedok pejabat. Demikian pula kasus-kasus kemanusiaan seorang hakim yang membebaskan seorang ibu dari tuntutan perusahaan perkebunan hanya karena mengambil pisang di area perkebunan.

Fungsi ketiga, pers sebagai sarana rekreasi atau hiburan. Pers mampu menyajikan informasi yang bersifat menghibur. Misalnya, banyak anak-anak dari keluarga miskin mendapatkan beasiswa bidikmisi, KIP, atau LPDP dari pemerintah sehingga mereka dari kalangan tidak mampu dapat mengaksesnya untuk informasi kuliah tanpa adanya biaya. Pembangunan jalur kereta api di Balikpapan, Kalimantan Timur. Pembangunan ruas jalan tol di Provinsi Irian Jaya dan Sulawesi Selatan. Pembangunan beberapa Waduk penampung air di NTT sehingga membahagiakan para petani di sana. Keberhasilan kepala desa dalam mengembangkan wisata desa, dan seterusnya. Kabar-kabar yang memberi hiburan dapat diliput dari peristiwa budaya, seni, dan gaya hidup yang dapat memberikan rasa optimis pada masyarakat. Kartun, komik, teka-teki silang, dan rubrik sastra dan budaya di antara rubrik yang memberi hiburan.

Fungsi keempat, pers sebagai fungsi kontrol sosial. Pers dapat melakukan kontrol sosial terhadap permasalahan yang terjadi di masyarakat dan kebijakan negara. Kontrol sosial ini bisa disebut sebagai pilar keempat demokrasi selain fungsi legislatif, eksekutif, dan yudikatif. Keinginan atau aspirasi masyarakat dapat ditampung dan disalurkan oleh pers. Misalnya, penggalangan dana untuk korban bencana banjir, tanah longsor, tsunami, dan kekeringan dapat disampaikan oleh pers untuk mendapatkan dukungan masyarakat. Sosialisasi program pemerintah untuk membangun ibu kota baru di Kalimantan Timur misalnya, menjadi tugas pers untuk merekam informasi yang didapat dari denyut nadi masyarakat. Demikian kebijakan dan program-program lain yang dilakukan oleh pemerintah dalam menangani Pandemi Covid-19. Misalnya, mendengar aspirasi masyarakat dengan adanya pembatasan kegiatan dalam kurun waktu tertentu.

1.2. Prinsip-Prinsip Jurnalisme

Bill Kovach dan Tom Rosentiel (2010) dalam *The Elements of Journalism: What News People Should Know and The Public Should Expect* mengatakan bahwa jurnalisme hadir untuk membangun kewarganegaraan (*citizenship*). Jurnalisme ada untuk memenuhi hak-hak warga negara. Jurnalisme ada untuk demokrasi. Jurnalisme ada untuk jutaan orang yang terberdayakan pada arus informasi bebas. Prinsip jurnalisme adalah menyediakan informasi yang dibutuhkan warga agar mereka bisa hidup merdeka dan bisa mengatur diri sendiri.

Berikut prinsip-prinsip jurnalisme tersebut.

1. Kewajiban pertama jurnalisme adalah pada kebenaran;
2. Loyalitas pertama jurnalisme kepada warga;
3. Intisari jurnalisme adalah disiplin dan verifikasi;
4. Pada praktisnya harus menjaga independensi terhadap sumber berita;
5. Jurnalisme harus berlaku sebagai pemantau kekuasaan;
6. Jurnalisme harus menyediakan forum publik untuk kritik maupun dukungan warga;
7. Jurnalisme harus berupaya membuat hal yang penting menarik dan relevan;
8. Jurnalisme harus menjaga agar berita komprehensif dan proporsional; dan
9. Para praktisinya harus diperbolehkan mengikuti nurani mereka.

Gambaran sembilan elemen jurnalisme seperti di kemukakan dalam pers Amerika masih mengalami kendala dalam penerapannya kendatipun sebagai negara maju, apalagi—untuk tidak menunjukkan inferioritas—pada negara-negara berkembang. Pembunuhan wartawan masih terjadi akibat peristiwa pemberitaan. Kasus terbunuhnya Udin, wartawan *Bernas* asal Yogyakarta yang masih menjadi teka-teki nasional sampai saat ini.

Teror yang dilakukan kepada wartawan masih terjadi, walaupun mereka sudah mencoba melakukan prinsip-prinsip penulisan yang seimbang (*balance*) meliputi dua sisi (*both side cover*), objektif, dan kegiatan *check and recheck*. Jurnalisme tidak lepas dari kepentingan. Pertanyaan yang muncul terhadap keberlangsungan jurnalisme yang memenuhi sembilan elemen tersebut adalah apakah jurnalisme yang independen bisa bertahan? Jawabannya akan tergantung pada apakah wartawan memiliki kejelasan dan keyakinan untuk menyampaikan arti jurnalisme yang independen.

Terapan praktik jurnalistik seperti dikemukakan di atas dalam konteks jurnalisme Indonesia seperti penjelasan berikut.

1.2.1 Jurnalisme yang Berpihak Pada Kebenaran

Perspektif kebenaran di hadapan pengusaha media sangat relatif. Tidak ada kebenaran mutlak. Bahkan, yang benar diberitakan belum tentu bisa diterima oleh masyarakat, terlebih penguasa. Di era Orde Baru berita yang dapat membahayakan stabilitas nasional—walaupun berita itu benar—tak layak angkat ke media. Pasca-Reformasi 1998 ketika rezim Orde Baru runtuh, setiap jurnalis, bahkan setiap orang bisa menyatakan kebenaran yang disampaikan secara tertulis di media arus utama atau mereka menulis di sosial media. Sebagai contoh, kasus pertumbuhan pembangunan nasional, penurunan angka kemiskinan, pemberdayaan masyarakat, dan pembangunan infrastruktur yang diberitakan oleh jurnalis dari berbagai media memiliki perspektif yang berbeda-beda. Bahkan, ada berita yang bertentangan walaupun memberitakan fakta yang sama.

Hal ini yang membuat komunikan atau pembaca harus berpikir kritis terhadap fakta yang diterimanya. Demikian pula dengan utang luar negeri Indonesia pada kepemimpinan seorang presiden akan memiliki angka-angka yang berbeda. Hal ini terjadi karena antara media yang satu dengan media yang lain memiliki kepentingan masing-masing. Demikian pula dalam acara *Talkshow* di televisi, selalu mendatangkan dua pihak narasumber yang pro

dan kontra untuk menanggapi fakta sosial di berita. Kemudian, pembaca disuruh menarik kesimpulan sendiri atas fakta yang diterimanya.

Kasus ditangkapnya beberapa menteri koruptor yang kebetulan dari partai tertentu oleh KPK di mata jurnalis juga memiliki sudut pandang atau “kebenaran” sendiri. Demikian pula kasus para petinggi partai yang masuk penjara karena korupsi berbeda cara pandang pemberitaannya. Hal ini berbeda dengan kasus-kasus kejahatan kemanusiaan seperti pembunuhan, pemerkosaan, mutilasi, *human trafficking*, perdagangan anak, jurnalis punya pandangan sama atas fakta kejahatan kemanusiaan dan bagaimana menuliskannya. Kasus-kasus pemberitaan yang berbau suku, agama, ras dan antargolongan akan lebih hati-hati pemberitaannya dibandingkan dengan pemberitaan kebenaran dalam kasus kejahatan kemanusiaan.

1.2.2 Loyalitas Pertama Jurnalisme Kepada Warga

Prinsip kedua dari sembilan elemen jurnalistik adalah keberpihakan kepada warga. Kepada wargalah loyalitas jurnalisme diamanatkan. Mengapa? Sebab, jurnalis menjadi mitra masyarakat dalam menghadapi perubahan-perubahan. Di era ini tidak ada lagi peristiwa yang bersifat lokal. Kejadian lokal di pojok manapun dunia, seketika serentak menjadi peristiwa global begitu diungkapkan atau disiarkan oleh media. Kecepatan warga untuk memperoleh informasi merupakan tujuan jurnalisme.

Hal itu hanya bisa dilakukan melalui media daring seperti media sosial termasuk televisi. Hal itu berbeda dengan media cetak, baik majalah maupun surat kabar yang proses produksinya memakan waktu sehingga ada jarak antara kejadian dan penyiarannya sebagai berita. Apa yang diberitakan sudah terjadi. Melalui media elektronik dan media sosial, berita bukan apa yang telah terjadi melainkan apa yang sedang terjadi.

Di televisi dikenal dengan *break news*. Siaran berita CNN misalnya, atau liputan langsung yang dilakukan oleh wartawan

televisi berlangsung dari dan di tempat kejadian. Peristiwa demonstrasi, bencana, kriminalitas, *launching* atau peresmian teknologi baru dilakukan saat itu juga. Bahkan, ada jurnalis yang khusus meliput perang. Namun, semua liputan juralistik itu ditujukan sepenuhnya untuk kepentingan warga. Jurnalis mampu berperan sebagai penyampai fakta yang diperlukan warga.

Jurnalis bekerja untuk kepentingan keingintahuan warga pembaca atau pemirsa. Dalam fakta tindakan dan kebijakan yang dilakukan pemerintah dalam penanganan krisis ekonomi akibat pandemi Covid-19, antisipasi kekeringan yang mengakibatkan kebakaran hutan, banjir dan longsor, gempa bumi, prediksi pertumbuhan ekonomi, prospek pertumbuhan SDM ke depan, pembangunan infrastruktur, pembangunan ibu kota baru Indonesia, bahkan estimasi keadaan 100 tahun kemerdekaan Indonesia pada 2045 perlu diketahui oleh warga. Mengapa? Warga berhak mengetahui informasi yang dilakukan oleh negara bagaimana peluang, tantangan dalam mewujudkan banyak hal untuk kemakmuran bangsa. Dalam konteks penegakan hukum yang adil, yang tidak tumpul ke atas dan tajam ke bawah, warga berhak mengetahui kasus penerapan hukum yang bijaksana. Dalam konteks pemerataan pendapatan, hak berusaha, hak memiliki, hak berkumpul, dan berserikat warga juga berhak mengetahui aturan main. Hal inilah yang mestinya dilakukan jurnalis untuk memberitakan fakta dan informasi yang bermanfaat bagi warga.

Di bidang pembangunan pendidikan dan ekonomi, walaupun sudah ada Biro Pusat Statistik (BPS) lembaga pemerintah, warga perlu juga mengetahui pemerataan pendidikan, baik persebaran tenaga pendidik dan kependidikan, pemerataan sarana dan prasarana belajar, dan tersedianya akses informasi dalam kegiatan pembelajaran. Wartawan bisa meliput berita dari versi negara sebagai pembuat kebijakan dan eksekutor dalam peningkatan mutu pendidikan, yang dalam hal ini diwakili oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan dan Kementerian Koordinator Kesejahteraan Rakyat.

2

MENUJU JURNALISME MASYARAKAT KEWARGAAN

Untuk menciptakan masyarakat yang damai sejahtera, madani, *shalom*, jurnalistik memiliki peran penting untuk membangkitkan masyarakat mewujudkan kesejahteraan umum, demokratis untuk kebahagiaan bersama. Kesenjangan yang terjadi dalam penguasaan ekonomi pada golongan tertentu, kesempatan dalam memperoleh pendidikan yang sama atau yang dikenal dengan *education for all*, kemerdekaan dalam mengemukakan pendapat tanpa rasa takut dan tekanan, merupakan tujuan jurnalistik. Fenomena yang terjadi, bahkan yang akan terjadi menjadi bahan tulisan jurnalis untuk menyampaikan fakta-fakta empiris agar warga dapat mengantisipasi semua perubahan yang terjadi.

Rencana pengangkatan 1 juta pegawai negeri dengan perjanjian misalnya, perlu disampaikan oleh jurnalis kepada warga. Bagaimana mekanisme rekrutmen, siapa yang paling mendapat prioritas dalam pengangkatan PNS dengan perjanjian, berapa dana negara yang diperlukan untuk pengangkatan itu dan diperoleh dari mana, dan di mana mereka akan ditempatkan, merupakan informasi yang diketahui warga. Pengangkatan PNS dengan perjanjian dimaksudkan untuk mengangkat guru-guru swasta yang sudah memiliki pengabdian sebagai guru. Tentunya, bukan untuk *fresh graduate* atau lulusan baru. PNS perjanjian juga tidak mendapatkan hak pensiun yang berbeda dengan PNS pada umumnya.

Pemberitaan kasus lain seperti bantuan sosial (bansos) disampaikan jurnalis kepada warga agar mereka mengetahui berapa besar bantuan itu, mekanisme penyalurannya seperti apa, dana itu diperoleh dari mana, dan prioritas penggunaannya. Hal sama juga reportase tentang bantuan-bantuan pembangunan yang diberikan pemerintah kepada masyarakat, besaran, peruntukan, dan pengawasan disampaikan kepada warga sebagai informasi yang membahagiakan. Bantuan untuk membuat irigasi pertanian yang dikelola masyarakat, bantuan sosial untuk lembaga yang memberdayakan difabel, peran-peran lembaga dan institusi dalam pembedayaan difabel merupakan konten jurnalistik yang membahagiakan.

Mengapa jurnalis juga harus berpihak kepada difabel? Sebab masyarakat pada umumnya menganggap difabel harus dikasihani, bukan diberdayakan untuk masa depannya. Difabel perlu diberi keterampilan agar mereka memiliki hak yang sama dalam bekerja dan berusaha. Oleh karena itu informasi berkaitan dengan lembaga-lembaga pemberdayaan difabel perlu disampaikan.

Liputan-liputan dan gelar wicara yang memberi inspirasi warga seperti acara *Kick Andy* di televisi swasta, acara jelajah nusantara, dan *features* tentang kisah manusia dapat mengedukasi warga arti kerja keras, toleransi, bela rasa, dan partisipasi untuk mewujudkan harapan yang lebih bagus. Konten-konten yang berkaitan dengan ekologi dan persoalan lingkungan hidup seharusnya menjadi fokus dalam jurnalisme. Polusi udara, air, perubahan iklim yang menyebabkan air laut pasang, kerusakan lingkungan akibat eksploitasi hutan, tambang, dan bagaimana pemecahannya dapat menjadi bahan inspirasi warga agar mereka berpartisipasi dalam menjaga lingkungan hidup. Masalah kebiasaan membuang sampah ke sungai, membakar sampah plastik, dan memakai bahan-bahan plastik yang berlebihan dapat menjadi konten edukasi, bagaimana warga berpartisipasi dalam menciptakan lingkungan yang bersih dan sehat.

2.1 Jurnalisme dan Komunikasi Masyarakat Kewargaan

Menyambut era keterbukaan di bidang informasi, media massa memiliki peran penting dalam menyampaikan aspirasi masyarakat perihal ketertiban, kejujuran, kerja keras dengan liputan-liputan yang menumbuhkan dimensi humanisme, demokrasi, dan keadaban. Oleh karena itu, pemerintah dan institusi negara dan swasta mendukung peran pers dalam memberdayakan warga sesuai aspirasi mereka. Lembaga-lembaga pelatihan pers perlu melakukan pelatihan jurnalistik dan peliputan khusus.

Menurut Jacob Oetama (2001: 386) pers juga wajib mengge-lorakan kesadaran bela negara. Kesadaran bela negara berupa ketahanan nasional. Sesuai konsep dan persepsi perihal keamanan dan ketahanan, pengertian keamanan bukan hanya fisik tetapi mencakupi ideologi, konstitusi, bahkan persatuan dan kesatuan bangsa. Dasar bela negara adalah kecintaan kepada tanah air, kesadaran berbangsa dan bernegara Indonesia serta keyakinan akan kesaktian Pancasila dan kerelaan berkorban. Bela negara merupakan kesadaran hak dan kewajiban warga negara. Bukan saja ditekankan tetapi dibangun di atas keyakinan akan kekuatan sendiri, keyakinan akan berhasil dan tidak kenal menyerah.

Munculnya penggemar budaya asing, ideologi, bahkan gaya hidup dalam masyarakat perlu diantisipasi dengan edukasi jurnalis bahwa bangsa Indonesia itu sangat multikultural, punya 300 kelompok etnis, ribuan pulau yang terpisah lautan (17 ribu pulau) memiliki 718 bahasa, memiliki 6 agama besar dan kepercayaan dapat dipersatukan dalam Sumpah Pemuda dan Ideologi Pancasila. Oleh karena itu, edukasi jurnalis dalam bela negara menjadi edukasi warga betapa pentingnya mempertahankan dan memajukan negara kesatuan republik Indonesia yang berdasarkan Pancasila dan UUD 1945.

Cinta tanah air. Hal itu yang wajib disadari oleh jurnalis untuk disampaikan kepada warga. Warga memiliki kesadaran pentingnya nasionalisme dan persatuan bangsa. Jika pada masa penjajahan cinta tanah air dengan cara berperang dengan penjajah,

cinta tanah air masa kini diartikan mencintai rakyat, bumi, air, dan kekayaan alam, flora dan fauna. Yang mengagumkan bagi mereka yang berbisnis jangan hanya memanfaatkan peluang bisnis (*bussiness opportunity*), tetapi juga juga mengemban visi untuk memakmurkan rakyat. Sikap cinta lingkungan dengan tidak mengeksploitasi alam seperti pembabatan hutan (industri) dan eksploitasi tambang, perlu disampaikan sebagai konten edukasi kepada pengusaha maupun warga yang berdampak. Menumbuhkan bisnis dengan semangat cinta SDA, dan cinta rakyat, dilakukan melalui pembangunan watak dan karakter yang disesuaikan dengan zaman. Pendidikan karakter bukan hanya berupa pengetahuan, tetapi praktik dalam kehidupan bermasyarakat seperti menghargai alam, toleransi, hidup disiplin, bersih dan beriman.

Peranan pers dalam masyarakat tetap *pada to inform, to communicate, to influence public opinion*, namun peran yang berubah sesuai dengan perkembangan dan perubahan yang terjadi di masyarakat. Perubahan-perubahan itu bag Jacob Utama (2021:434-435) dilakukan dengan pertimbangan berikut.

1. Perlunya mempertimbangkan kerangka referensi dan *common fied of experience* dari audiens maupun dari pemimpin pemerintahan yang menjadi partner komunikasi pers.
2. Perlunya mengubah atau menyesuaikan orientasi dan sikap masyarakat terhadap orientasi dan seperangkat nilai atau sikap baru yang dibawa oleh pembangunan nasional.
3. Perlunya memperkenalkan, menyebarkan penyosialisasian, *socialize*, orientasi, dan seperangkat nilai serta sikap baru itu kepada masyarakat. Sebab, salah satu dimensi yang penting dari pembangunan adalah terjadinya peralihan dari seperangkat nilai lama ke serangkaian nilai baru. Adaptasi merupakan perkara yang menentukan.
4. Dalam pembangunan nasional akan terjadi kemajuan yang tidak serentak. Kemajuan yang tidak serentak itu menim-

bulkan kesenjangan sosial. Apabila melampaui suatu batas toleransi masyarakat, *social gap*, itu akan mencapai titik rawan keonaran. Bagaimana pers berperan sebagai pengisyarat dini, pemberi isyarat dini, *early warning signal*, yang dibenarkan karena itu efektif.

5. Sesungguhnya, apakah faktor-faktor yang membuat pembangunan berjalan: sumber kekayaan alam, modal, teknologi, atau *human resources*? Terjadi artikulasi baru, *human resources* (SDM) memperoleh tempat teratas yang paling penting.

Menyuarakan pesan-pesan pembangunan yang diinginkan masyarakat merupakan tugas jurnalistik. Sayangnya masih banyak bermunculan “media abal-abal” yang tidak melakukan prinsip jurnalistik dan berafiliasi pada kepentingan tertentu. Akibatnya ada pembelahan informasi yang pro dan kontra terhadap jurnalistik seperti itu. Padahal warga memerlukan informasi yang netral dan objektif. Munculnya para *buzzer*—penulis bayaran untuk membela kepentingan tertentu—sering memunculkan hoaks dan ujaran kebencian (*hate speech*). Pembaca harus berpikir ulang untuk membedakan informasi yang ditulis jurnalis yang profesional atau “jurnalis abal-abal”.

2.2 Tantangan Jurnalisme di Era Kebebasan Informasi

Tantangan jurnalistik di era kebebasan informasi adalah mengakomodasi aspirasi, harapan, dan keinginan warga atas fenomena dan perubahan yang terjadi. Kebebasan informasi wajib dikelola sedemikian rupa sebagai sarana perekat warga menyikapi perubahan yang terjadi. Menurut Asep Setiawan, anggota Dewan Pers nasional bahwa dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi setiap orang dapat membuat artikel dan berita. Hal ini yang membuat posisi jurnalis dan warga menjadi setara. Dengan menghasilkan karya-karya jurnalistik yang baik, maka jurnalis profesional dapat menunjukkan diri berbeda dengan masyarakat awam atau warga pada umumnya. Dengan karya-karya jurnalistik

yang dihasilkan para jurnalis profesional menyebabkan warga tidak beralih memperoleh berita dari media sosial yang ditulis oleh orang awam.

Jurnalis masa depan adalah jurnalis yang mampu melakukan reportase investigatif, bukan jurnalis yang melakukan konspirasi dengan memproduksi berita dan informasi yang bersifat provokatif. Oleh karena itu dalam melaksanakan laporan investigasi seorang jurnalis wajib membekali diri dengan kelengkapan senjata jurnalistik.

Pertama, dalam menghasilkan produk jurnalistik berpedoman pada kode etik jurnalistik, menjaga etika terutama yang berkaitan dengan persoalan suku, agama, dan budaya masyarakat. Sanggup merahasiakan narasumber, menuliskan fakta secara berimbang, dan mengkover dari dua sisi. Wartawan selain memiliki bidang ilmu sesuai tugas jurnalistik, mereka wajib mengasah intelektualnya dengan perspektif ilmu sosial, budaya, dan politik. Peningkatan mutu jurnalis dapat dilakukan secara formal dengan kuliah di perguruan tinggi maupun melalui pelatihan-pelatihan jurnalistik baik di dalam dan di luar negeri. Mempelajari ilmu pengetahuan secara transdisipliner dan interdisipliner merupakan tuntutan jurnalis untuk memahami perubahan dan kecenderungan di masyarakat secara akademik.

Kedua, jurnalis sanggup meliput dan menyampaikan berita dan gambar dalam waktu cepat dalam berbagai peristiwa di berbagai wilayah. Jurnalis tidak menunggu mendapatkan berita, namun berburu berita dan fakta yang layak terberitakan. Partisipasi dan gotong royong masyarakat dalam pembangunan, inisiatif warga dalam mengubah kehidupan yang lebih baik, merupakan konten yang layak disajikan kepada warga.

Ketiga, pemberitaan fakta berpihak pada kepentingan dan keinginan warga. *Keempat*, jurnalisisme sanggup berperan sebagai media kontrol sosial, membeberkan fakta secara objektif, empiris, konstruktif, dan korektif seperti diamanatkan dalam Undang-Undang No 40 Tahun 1999 tentang pers.

Kelima, hadirnya Dewan Pers, mampu sebagai jembatan dalam menyelesaikan konflik jika ada komplain atas pemberitaan media oleh masyarakat maupun negara.

Tantangan profesionalisme para jurnalis, bukan hanya ditentukan oleh kompetensi dalam melakukan laparan investigasi (*investigative report*), namun juga mampu memilah dan memprioritaskan kemanfaatan laporan investigasi yang dilakukan. Dalam konteks Indonesia yang sedang menjalankan demokrasi, mewajibkan jurnalis melakukan fungsi kontrol dan kritik terhadap kejahatan kemanusiaan, korupsi, kolusi, dan nepotisme, kerusakan lingkungan hidup, dan bagaimana mencegahnya menurut keinginan warga.

Tugas jurnalis tidak membaca koruptor dan pelaku kejahatan terhadap lingkungan hidup saja, tetapi dengan karya jurnalistik warga memperoleh informasi para pelaku korupsi. Kegiatan korupsi sebagai kejahatan luar biasa (*extra ordinary crime*) dan memerlukan penanganan luar biasa. Kehadiran Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) harus didukung untuk menangkap dan mengembalikan hasil korupsi koruptor kelas kakap. Dengan informasi dan fakta tentang korupsi dan kejahatan kemanusiaan warga akan berpartisipasi dalam mendukung aparat hukum—kepolisian dan kejaksaan—menangkap dan memproses secara hukum pelakunya.

2.3 Jurnalisme sebagai Media Informasi

Dalam bukunya *Megatrends*, John Naisbitt menangkap 10 kecenderungan perubahan di Amerika yang dianalisis dari surat kabar dan majalah. Lebih dari enam ribu surat kabar ia ikuti dan menganalisisnya bertahun-tahun. Orang bisa menyimpulkan kecenderungan-kecenderungan yang terjadi di masyarakat. Bahkan informasi dari pemberitaan dapat dijadikan bahan analisis untuk mengetahui siapa pemenang pemilihan gubernur atau bupati pada perhelatan Pilkada.

Orang yang “membaca” media massa baik cetak maupun elektronik sejatinya tidak hanya ingin mengetahui kejadian, tetapi lebih dari itu ingin mendapatkan perkembangan kejadian demi kejadian. Dengan mengetahui perkembangan kejadian, orang tidak hanya memiliki pengetahuan tentang situasi tetapi dapat menyesuaikan situasi, bahkan menguasai situasi untuk kepentingannya. Seorang pebisnis, investor, dan pialang saham memerlukan perkembangan terkini yang terjadi di masyarakat melalui media bisnis dan ekonomi.

Seorang calon pemimpin daerah yang akan berkompetisi di Pilkada tentu harus mengetahui respons masyarakat terhadap calon pemimpinnya sehingga sang calon dapat menyesuaikan keinginan masyarakat. Orang memerlukan media massa karena media sebagai salah satu sarana hidup, bahkan yang mengetahui informasi lebih dulu, kata Alvin Toffler sang futurolog.

Pertanyaan penting yang harus dijawab adalah mengapa media massa erat hubungannya dengan kehidupan? Jawabannya karena pergaulan antarmanusia, semua persoalan hidup, kerisauan dan harapan, kesedihan dan kegembiraan, kemarahan dan kegirangan semua menjadi konten berita, melalui pemberitaan konten yang demikian warga merasa memperoleh informasi sekaligus menghibur.

Konten media massa tidak hanya hal tertentu saja tetapi juga aktual. Kejadian dan pemasalahan yang ditulis itu “baru terjadi” sedang viral karena cepat ditulis dan disiarkan. Dengan demikian, apa pun peristiwa dan kejadian di bumi mana pun dalam waktu cepat akan terinformasikan kepada warga. Aktualitas merupakan hal yang diinginkan warga. Orang yang paling cepat mengetahui kejadian merekalah yang diuntungkan. Informasi ihwal lowongan pekerjaan, rekrutmen pegawai, lelang barang, dan lowongan atas jabatan, peluang mendapat beasiswa yang diinformasikan jurnalis akan sangat bermanfaat bagi warga yang sedang mencari pekerjaan dan peluang.

Hal yang berkuasa bukan hanya ilmu tetapi juga informasi. Untuk mendorong pengusaha kecil misalnya, bukan hanya penyer-taan modal, tetapi bagaimana mereka memperoleh informasi dan kesempatan dan peluang mewujudkan usaha dan berhasil.

Demikian pula orang yang hidup di tengah lingkungan yang jalan hidupnya searah memerlukan pengetahuan tentang peru-bahan-perubahan itu, agar tidak ketinggalan dan agar dapat menempatkan diri dari perubahan itu. Hanya dengan gawai, orang bisa bertransaksi dengan bank tidak harus pergi ke bank. *e-banking* memberi kemudahan warga untuk melakukan berbagai transaksi menggunakan jasa bank virtual.

Demikian pula kehadiran aplikasi Gojek, Grab, Ovo, dan lokapasar membuat warga dimudahkan melakukan transaksi pembelian dan pembayaran beraneka kebutuhan hanya dengan gawai dari rumah. Jika Anda malas memasak cukup memanfaatkan GoFood. Jika Anda hendak pergi ke sebuah tempat bisa meman-faatkan GoRide. Anda malas membersihkan rumah atau ingin dipijat semua cukup dilakukan melalui gawai. Perubahan radikal itu akan terjadi dan akan terus terjadi. Zaman telegram dan telepon rumah sudah diganti dengan gawai. Warnet tidak ada pelanggan karena dengan gawai orang bisa menggunakan *wifi* bahkan gratis. Persoalan perubahan akan terus terjadi dan warga wajib mengantisipasi dengan informasi yang diperoleh dari media.

2.4 Jurnalisme sebagai Media Edukasi

Jurnalistik memiliki spektrum pembaca tanpa mengenal tingkat usia, status sosial, dan tingkat akademik. Pertanyaannya, apakah jurnalisme yang berkembang di media massa mampu menjadi alat untuk mencerdaskan dan mengembangkan intelek-tualisme SDM? Pers mampu sebagai media edukasi manakala konten yang disampaikan membangkitkan semangat dan memberi pengetahuan baru atas fakta yang disajikan. Pers masa kini be-bas melakukan liputan-liputan yang diinginkan warga dengan mematuhi prinsip dan etika jurnalistik. Berbeda dengan pers di

masa Orde Baru yang mengontrol bahkan melakukan pembredelan terhadap industri pers. Pers masa kini bebasewartakan fakta-fakta dan perubahan yang terjadi di masyarakat tanpa takut. Jika ada yang tidak berkenan dan protes terhadap fakta dan informasi yang sampaikan jurnalisme, mereka dapat melakukan keberatan melalui surat pembaca dan media wajib memberikan jawaban. Namun, jika hak jawab tidak memperoleh kesepakatan, mereka yang bersengketa dapat membawa masalah tersebut kepada aparat hukum. Semua pemberitaan yang dapat menimbulkan gejolak, friksi, bahkan perpecahan, warga dapat melaporkan jurnalisme tersebut ke aparat yang berwajib. Kasus publikasi pencemaran nama baik, penistaan agama, penistaan terhadap suku dan hal-hal sensitif yang diwartakan dan merugikan warga dapat diproses secara hukum.

Di masa sekarang, siapa pun mampu membuat konten-konten yang bisa ditayangkan melalui situs web atau YouTube. Konten-konten yang disiarkan secara bebas itu seharusnya memanfaatkan norma-norma yang tidak merendahkan keberadaan suku, agama, ras, dan golongan. Dalam menyampaikan konten—terutama yang sensitif—dilakukan dengan penuh kehati-hatian, menggunakan prinsip dan etika jurnalistik agar tidak terseret pada masalah hukum.

Dalam Undang-Undang ITE pasal 45 No. 11 disebutkan orang yang dengan sengaja tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan atau membuat dapat diaksesnya informasi elektronik dan /atau dokumen elektronik yang memiliki muatan yang *melanggar kesusilaan* sebagaimana yang diatur dalam pasal 27 ayat (1) dipidana paling lama 6 (enam) tahun dan /atau denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar). Terhadap *kasus perjudian* sebagai dimaksud dalam pasal 27 ayat (2) dipidana paling lama 6 tahun dan /denda paling banyak 1 miliar. *Penghinaan* dan *pencemaran* nama baik dipidana paling lama 4 tahun dan /atau denda paling banyak Rp750.000.000,00 (tujuh ratus lima puluh juta rupiah). Muatan pemerasan dan/atau pengancaman dipidana

penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak satu miliar rupiah.

Dengan pemberitaan yang akurat, profesional, jurnalis dapat menghindari penulisan yang mengakibatkan jerat-jerat hukum seperti penyiaran berita kesusilaan, perjudian, penghinaan dan pencemaran nama baik, dan muatan pemerasan dan/atau pengancaman. Masyarakat seyogianya untuk hati-hati mentransmisikan berita tanpa hak. Kasus penyiaran konten YouTube penghinaan agama yang dilakukan oleh M. Kece, misalnya dapat dikenai pidana karena mengandung unsur pidana dan bertentangan dengan Undang-Undang ITE. Salah satu fungsi jurnalistik adalah edukasi, selain juga memberi informasi, dan rekreasi sekaligus sebagai alat kontrol sosial. Edukasi yang dilakukan jurnalis tentunya yang mengandung unsur dapat memberikan motivasi, pencerahan, dan pengetahuan baru yang bermanfaat bagi warga.

Reportase atau jurnalistik tentang peluang investasi dan bisnis yang diberikan oleh wartawan ekonomi dapat memberi pencerahan pada pebisnis, pelaku ekonomi, dan masyarakat yang berkaitan dengan pemberitaan itu. Pemberitaan sikap toleran untuk menerima kehadiran budaya dan warga asing dalam suatu wilayah, etos kerja masyarakat yang tinggi, akan menjadi pemantik investor untuk mendirikan perusahaan di tempat tersebut. Arti jurnalistik yang sesungguhnya adalah menyampaikan informasi kepada masyarakat sekaligus mengedukasi mereka menyalurkan aspirasi untuk menentukan keputusan secara benar.

2.5 Jurnalisme sebagai Pemberdaya Masyarakat

Mochtar Lubis dalam pengantar buku *Wartawan Asia* (1987) melukiskan beban berat yang harus dialami wartawan. Wartawan yang tidak profesional dalam memproduksi berita akan mengalami perundungan dan penyiksaan. Bahkan, dalam beberapa kasus ada penyiksaan wartawan yang mengakibatkan kematian. Mantan wartawan *Antara*, seorang sastrawan, yang masuk penjara di masa

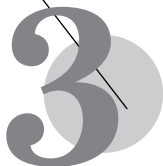
pemerintahan Orde Lama dan Orde Baru atas karya jurnalistiknya.

Wartawan wajib memupuk rasa ingin tahu yang kuat tentang fenomena yang terjadi di masyarakat. Kegiatan jurnalis, perjuangan jurnalis, aspirasi jurnalis, kejujuran dan ketulusan jurnalis yang menimbulkan rasa haru kepada warga maupun pada dirinya sendiri. Pilihan menjadi jurnalis atau wartawan merupakan keputusan yang tidak ringan.

Kuatnya pengaruh penguasa dalam kehidupan masyarakat, tidak jarang membuat jurnalis tidak berlaku netral dalam mengungkapkan fakta dan fenomena. Jurnalis tidak sebebas menyampaikan berita yang hanya memuat sebatas sebuah fakta. Jurnalis wajib memilah dan memilih berita yang menjadi aspirasi masyarakat. Kehadiran wartawan profesional dapat berkontribusi dalam menadah aspirasi warga melalui karya-karya jurnalistiknya.

Di masa krisis akibat pandemi Covid-19 ini tentu berdampak pada kinerja jurnalis, ketika masyarakat statis dalam kegiatan akibat pembatasan kegiatan. Perkembangan ekonomi di masyarakat juga belum menggembirakan. Kesehatan masyarakat menurun drastis, peluang bisnis macet, akibatnya banyak karyawan yang dirumahkan. Jurnalis sanggup memberi wawasan (*insight*) atau pencerahan apa yang bisa dilakukan di era pandemi yang penuh dengan perubahan-perubahan. Jumlah suspek pandemi Covid-19 yang belum menurun, kesadaran masyarakat untuk melaksanakan protokol kesehatan dengan melakukan 5M (*mencuci* tangan dengan air mengalir, *memakai* masker, *menjaga* jarak, *menjauhi* kerumunan dan mengurangi mobilitas).

Masyarakat perlu memahami bahaya Covid-19 dan dampaknya terhadap kesehatan dan ekonomi. Oleh karena itu warga perlu diberdayakan melalui edukasi mengantisipasi bahaya Covid-19 dan bagaimana bertahan di era pandemi yang melanda di seluruh dunia. Media massa baik cetak maupun elektronik—terlebih di masa pandemi—dapat memerankan diri sebagai penyedia informasi atas fakta, peristiwa dan fenomena yang terjadi di masyarakat. Jika pers memosisikan pada pemberdayaan masyarakat



BAHASA JURNALISTIK DAN RAGAM BAHASA LAIN

3.1. Pengertian Bahasa Jurnalistik

Bahasa jurnalistik atau biasa disebut dengan bahasa pers, merupakan salah satu ragam bahasa kreatif bahasa Indonesia di samping terdapat juga ragam bahasa akademik (ilmiah), ragam bahasa usaha (bisnis), ragam bahasa filosofis, dan ragam bahasa literer (Sudaryanto, 1995). Dengan demikian bahasa jurnalistik memiliki kaidah-kaidah tersendiri yang membedakannya dengan ragam bahasa yang lain.

Bahasa jurnalistik merupakan bahasa yang digunakan oleh wartawan sebagai laporan liputan (Anwar, 1991). Dengan demikian, bahasa Indonesia pada karya-karya jurnalistiklah yang bisa dikategorikan sebagai bahasa jurnalistik atau bahasa pers. Bukan karya-karya opini (artikel dan esai). Oleh karena itu, jika ada wartawan yang juga ingin menulis cerpen, esai, kritik, dan opini, maka karya-karya tersebut tidak dapat digolongkan sebagai karya jurnalistik, karena karya-karya itu memiliki varian tersendiri.

Di dalam bahasa jurnalistik juga memiliki karakter yang berbeda-beda berdasarkan jenis tulisan apa yang akan diberitakan. Bahasa jurnalistik yang digunakan untuk menuliskan reportase investigasi tentu lebih cermat bila dibandingkan dengan bahasa

jurnalistik yang digunakan dalam penulisan *features*. Bahkan, bahasa jurnalistik pun sekarang sudah memiliki kaidah-kaidah khas seperti dalam penulisan jurnalisme publik dan perdamaian (McGoldrick dan Lynch, 2000). Bahasa jurnalistik yang digunakan untuk menulis berita utama—ada yang menyebut laporan utama, forum utama—akan berbeda dengan bahasa jurnalistik yang digunakan untuk menulis tajuk dan *features*. Sesungguhnya bahasa jurnalistik tidak meninggalkan kaidah yang dimiliki oleh ragam bahasa Indonesia baku dalam hal pemakaian kosakata, struktur sintaksis, dan wacana (Reah, 2000). Tetapi, karena berbagai keterbatasan yang dimiliki surat kabar (ruang, waktu), maka bahasa jurnalistik memiliki sifat yang khas yaitu singkat, padat, sederhana, lancar, jelas, lugas, dan menarik. Kosakata yang digunakan dalam bahasa jurnalistik mengikuti perkembangan bahasa sehari-hari dalam masyarakat.

Sifat-sifat tersebut merupakan hal yang harus dipenuhi oleh ragam bahasa jurnalistik mengingat surat kabar dibaca oleh semua lapisan masyarakat yang tidak sama tingkat pengetahuannya. Dengan kata lain, bahasa jurnalistik dapat dipahami dalam ukuran intelektual minimal. Hal ini dikarenakan tidak setiap orang memiliki cukup waktu untuk membaca surat kabar. Oleh karena itu, bahasa jurnalistik sangat mengutamakan kemampuan untuk menyampaikan semua informasi yang dibawa kepada pembaca secepatnya dengan mengutamakan daya komunikasinya.

Di awal 1980-an dijumpai pernyataan bahwa bahasa Indonesia di media massa menyimpang dari kaidah bahasa Indonesia baku. Roni Wahyono (1995) menemukan kemubaziran bahasa wartawan di Semarang dan Yogyakarta pada aspek gramatikal (tatabahasa), leksikal (pemilihan kosakata), dan ortografis (ejaan). Berdasarkan aspek kebahasaan, kesalahan tertinggi yang dilakukan wartawan terdapat pada aspek gramatikal dan kesalahan terendah pada aspek ortografi. Berdasarkan jenis berita, untuk konteks berita olahraga, memiliki frekuensi kesalahan tertinggi dan kesalahan terendah pada berita kriminal.

Penyebab wartawan melakukan kesalahan bahasa dari faktor penulis karena minimnya penguasaan kosakata, pengetahuan kebahasaan yang terbatas, dan kurang bertanggung jawab terhadap pemakaian bahasa karena kebiasaan lupa serta pendidikan bahasa yang belum baik. Sementara itu faktor di luar penulis yang menyebabkan wartawan melakukan kesalahan dalam menggunakan bahasa Indonesia karena keterbatasan waktu menulis, lama kerja, banyaknya naskah yang dikoreksi, dan tidak tersedianya redaktur bahasa dalam surat kabar.

Walaupun di dunia penerbitan telah ada buku-buku jurnalistik praktis karya Rosihan Anwar, Wonohito, Jacob Oetama, Ashadi Siregar, dan Ras Siregar, masih perlu diupayakan petunjuk akademik maupun teknis pemakaian bahasa jurnalistik. Dengan mengetahui karakteristik bahasa pers Indonesia—termasuk sejauh mana mengetahui penyimpangan yang terjadi—kesalahan dan kelemahannya akan dapat diformat bahasa jurnalistik yang komunikatif.

Beberapa penyimpangan bahasa jurnalistik dibandingkan dengan kaidah bahasa Indonesia baku.

Pertama, penyimpangan morfologis. Penyimpangan ini sering dijumpai pada judul berita surat kabar yang memakai kalimat aktif, yaitu pemakaian kata kerja tidak baku dengan penghilangan afiks. Afiks pada kata kerja yang berupa prefiks atau awalan dihilangkan. Kita sering menemukan judul berita misalnya, “Polisi Tembak Mati Lima Perampok Nasabah Bank”, “Israil Tembak Pesawat Mata-Mata”, dan “Amerika Bom Lagi Kota Bagdad”. Seharusnya “Polisi Menembak Mati Lima Perampok Nasabah Bank”, “Israil Menembak Pesawat Mata-Mata”, dan “Amerika Mengebom Lagi Kota Bagdad”.

Kedua, kesalahan sintaksis. Kesalahan berupa pemakaian tatabahasa atau struktur kalimat yang kurang benar sehingga sering mengacaukan pengertian. Hal ini disebabkan logika yang kurang bagus. Contoh: “Kerajinan Kasongan Banyak Diekspor Hasilnya ke Amerika Serikat”. Seharusnya Judul tersebut diubah

menjadi “Hasil Kerajinan Desa Kasongan Banyak Diekspor ke Amerika”. Kasus serupa sering dijumpai baik di koran lokal maupun koran nasional.

Ketiga, kesalahan kosakata. Kesalahan ini sering dilakukan dengan alasan kesopanan (eufemisme) atau meminimalisir dampak buruk pemberitaan. Contoh, “Penculikan Mahasiswa oleh Oknum Kopasus itu *Merupakan Pil* Pahit bagi ABRI”. Seharusnya kata *Pil Pahit* diganti *Kejahatan*. Dalam konflik Dayak-Madura beberapa tahun silam itu, jelas bahwa pelakunya adalah Dayak dan Madura, tetapi wartawan tidak menunjuk kedua etnis secara eksplisit karena terikat kode etik dan sikap ini menunjukkan agar jurnalisme menjadi juru perdamaian. Di rezim Soeharto banyak sekali kosakata yang diekspose merupakan kosakata yang menekan seperti GPK (Gerakan Pengacau Keamanan), subversif, aktor intelektual, eskترم kiri, eskترم kanan, golongan frustrasi, golongan antipembangunan, ET (Eks Tapol), dll. Bahkan, di era kebebasan pers seperti sekarang ini, kecenderungan pemakaian kosakata yang bias makna semakin banyak. Sering dijumpai kata yang pada judul berita sama sekali tidak hubungannya dengan isi berita.

Keempat, kesalahan ejaan. Kesalahan ini hampir setiap kali dijumpai dalam surat kabar. Kesalahan ejaan juga terjadi dalam penulisan kata, seperti: *Jumat ditulis Jum’at, khawatir ditulis hawatir, jadwal ditulis jadual, sinkron ditulis singkron, antarkota ditulis antar kota, ekstrakurikuler ditulis ekstra kurikuler, dll.*

Kelima, kesalahan pemenggalan. Terkesan setiap ganti garis pada setiap kolom kelihatan asal penggal saja. Kesalahan ini jika memang menggunakan pemenggalan (*hyphenate*) otomatis menunjukkan aplikasi tata letak tersebut belum terintegrasi menggunakan pemenggalan untuk teks bahasa Indonesia yang pada bawannya hanya terintegrasi untuk bahasa Inggris dan lainnya. Selain kesalahan ini menunjukkan tidak bekerjanya dengan baik seorang pemeriksa aksara (*proofreader*), juga kurang telatennya seorang penata letak (*layoutter*) memenggal satu-satu sebuah teks

berlandaskan kata dasar. Misalnya, “disebarluaskan” berarti jika dicacah kata dasarnya di-se-bar-luas-kan. Maka pemenggalan tidak boleh menjadi dis-eb-ar-l-ua-sk-an. Paling tidak jika ruang atak terlalu rapat atau renggang dipenggal menjadi di-se-bar-luas-kan.

Untuk menghindari beberapa kesalahan seperti diuraikan di atas adalah melakukan kegiatan penyuntingan baik menyangkut pemakaian kalimat, pilihan kata, dan ejaan. Selain itu, pemakai bahasa jurnalistik yang baik tecermin dari kesanggupannya menulis paragraf yang baik. Syarat untuk menulis paragraf yang baik tentu memerlukan persyaratan menulis kalimat yang baik. Paragraf yang berhasil tidak hanya lengkap pengembangannya tetapi juga menunjukkan kesatuan dalam isinya. Paragraf menjadi rusak karena penyisipan-penyisipan yang tidak bertemali dan pemasukan kalimat topik kedua atau gagasan pokok lain ke dalamnya.

Penulis seyogianya memerhatikan pertautan dengan (a) memerhatikan kata ganti; (b) gagasan yang sejajar dituangkan dalam kalimat sejajar; (manakala sudut pandang terhadap isi kalimat tetap sama, maka penempatan fokus dapat dicapai dengan pengubahan urutan kata yang lazim dalam kalimat, pemakaian bentuk aktif atau pasif, atau mengulangi fungsi khusus.

Sementara itu, variasi dapat diperoleh dengan (a) pemakaian kalimat yang berbeda menurut struktur gramatikalnya; (b) pemakaian kalimat yang panjangnya berbeda-beda; dan (c) pemakaian urutan unsur kalimat seperti subjek, predikat, objek, dan keterangan dengan selang-seling. Jurnalistik “gaya *Tempo*” menggunakan kalimat-kalimat yang pendek dan pemakaian diksi imajinatif. Gaya ini banyak dipakai oleh berbagai jurnalis yang pernah bersentuhan dengan majalah *Tempo*. Gaya penulisan menggunakan kalimat-kalimat sederhana atau kalimat pendek-pendek sesuai credo penulisan jurnalistik yaitu KISS (*Keep It Simple and Short*).

3.2 Prinsip Dasar Bahasa Jurnalistik

Bahasa jurnalistik merupakan bahasa komunikasi massa seperti tampak dalam harian-harian surat kabar dan majalah. Dengan fungsi yang demikian itu, bahasa jurnalistik itu harus jelas dan mudah dibaca dengan tingkat ukuran intelektual minimal. Menurut J. S. Badudu (1988) bahasa jurnalistik memiliki sifat-sifat khas yaitu singkat, padat, sederhana, lugas, menarik, lancar, dan jelas. Sifat-sifat itu harus dimiliki oleh bahasa pers, bahasa jurnalistik, mengingat surat kabar dibaca oleh semua lapisan masyarakat yang tidak sama tingkat pengetahuannya. Oleh karena itu beberapa ciri yang harus dimiliki bahasa jurnalistik di antaranya:

1. Singkat, artinya bahasa jurnalistik harus menghindari penjelasan yang panjang dan bertele-tele.
2. Padat, artinya bahasa jurnalistik yang singkat itu sudah mampu menyampaikan informasi yang lengkap. Semua yang diperlukan pembaca sudah tertampung di dalamnya. Menerapkan prinsip 5W+1H, membuang kata-kata mubazir dan menerapkan ekonomi kata.
3. Sederhana, artinya bahasa pers sedapat-dapatnya memilih kalimat tunggal dan sederhana, bukan kalimat majemuk yang panjang, rumit, dan kompleks. Kalimat yang efektif, praktis, sederhana pemakaian kalimatnya, tidak berlebihan pengungkapannya (bombastis).
4. Lugas, artinya bahasa jurnalistik mampu menyampaikan pengertian atau makna informasi secara langsung dengan menghindari bahasa yang berbunga-bunga.
5. Menarik, artinya dengan menggunakan pilihan kata yang masih hidup, tumbuh, dan berkembang. Menghindari kata-kata yang sudah mati.
6. Jelas, artinya informasi yang disampaikan jurnalis dengan mudah dapat dipahami oleh khalayak umum (pembaca). Struktur kalimatnya tidak menimbulkan penyimpangan/pengertian makna yang berbeda, menghindari ungkapan

bersayap atau bermakna ganda (ambigu). Oleh karena itu, seyogyanya bahasa jurnalistik menggunakan kata-kata yang bermakna denotatif. Seringkali kita masih menjumpai judul berita: “Tim Toyota Berhasil Mengatasi Lugas”. Artinya bahasa jurnalistik mampu menyampaikan pengertian atau makna informasi secara langsung dengan menghindari bahasa yang berbunga-bunga.

Dalam menerapkan ke-6 prinsip tersebut tentunya diperlukan latihan berbahasa tulis yang terus-menerus, melakukan penyuntingan yang tidak pernah berhenti. Dengan berbagai upaya pelatihan dan penyuntingan, barangkali akan bisa diwujudkan keinginan jurnalis untuk menyajikan ragam bahasa jurnalistik yang memiliki rasa dan memuaskan dahaga selera pembacanya.

Dipandang dari fungsinya, bahasa jurnalistik merupakan perwujudan dua jenis bahasa yaitu seperti yang disebut Halliday (1972) sebagai fungsi ideasional dan fungsi tekstual atau fungsi referensial, yaitu wacana yang menyajikan fakta-fakta. Persoalan yang muncul bagaimana cara mengonstruksi bahasa jurnalistik itu agar dapat menggambarkan fakta yang sebenarnya. Persoalan ini oleh Leech (1993) disebut retorika tekstual yaitu kekhasan pemakai bahasa sebagai alat untuk mengonstruksi teks. Dengan kata lain prinsip ini juga berlaku pada bahasa jurnalistik.

Terdapat empat prinsip retorika tekstual yang dikemukakan Leech:

1. Prinsip prosesibilitas, menganjurkan agar teks disajikan sedemikian rupa sehingga mudah bagi pembaca untuk memahami pesan pada waktunya. Dalam proses memahami pesan penulis harus menentukan (a) bagaimana membagi pesan-pesan menjadi satuan satuan; (b) bagaimana tingkat subordinasi dan seberapa pentingnya masing-masing satuan; dan (c) bagaimana mengurutkan satuan-satuan pesan itu. Ketiga macam itu harus saling berkaitan satu sama lain.

Penyusunan bahasa jurnalistik dalam surat kabar berbahasa Indonesia, yang menjadi fakta-fakta harus cepat dipahami oleh pembaca dalam kondisi apa pun agar tidak melanggar prinsip prosesibilitas ini. Bahasa jurnalistik Indonesia disusun dengan struktur sintaksis yang penting mendahului struktur sintaksis yang tidak penting.

Perhatikan contoh berikut, yang diambil dari surat kabar Indonesia Pasca-Reformasi 1999.

- a) Pangdam VIII/Trikora Majen TNI Amir Sembiring mengeluarkan perintah tembak di tempat, bila masyarakat yang membawa senjata tajam melawan serta tidak menuruti permintaan untuk menyerahkannya. Jadi, petugas akan meminta dengan baik. Namun, jika bersikeras dan melawan, terpaksa akan ditembak di tempat sesuai dengan prosedur (*Kompas*, 24/1/99).
- b) Ketua Umum PBNU KH Abdurahman Wahid (Gus Dur) mengadakan kunjungan kemanusiaan kepada Ketua Gerakan Perlawanan Timor (CNRT) Xanana Gusmao di LP Cipinang, Selasa (2/2) pukul 09.00 WIB. Gus Dur didampingi pengurus PBNU Rosi Munir dan staf Gus Dur, Sastro. Turut juga Aristides Kattopo dan Maria Pakpahan (*Suara Pembaruan*, 2/2/99)

Contoh (a) terdiri dari dua kalimat, yaitu kalimat pertama menyatakan pesan penting dan kalimat kedua menerangkan pesan kalimat pertama. Contoh (b) terdiri dari tiga kalimat, yaitu kalimat pertama menyatakan pesan penting dan kalimat kedua serta kalimat ketiga menyatakan pesan yang menerangkan pesan kalimat pertama.

2. Prinsip kejelasan, yaitu agar teks itu mudah dipahami. Prinsip ini menganjurkan agar bahasa teks menghindari ketaksamaan (*ambiguity*). Teks yang tidak mengandung ketaksamaan akan dengan mudah dan cepat dipahami. Perhatikan contoh:

- a) Ketika mengendarai mobil dari rumah menuju kantornya di kawasan Sudirman, seorang pegawai bank, Deysi Dasuki, sempat tertegun mendengar berita radio. Radio swasta itu mengumumkan bahwa kawasan Semanggi sudah penuh dengan mahasiswa dan suasana sangat mencekam (*Republika*, 24/11/98).
- b) Wahyudi menjelaskan, negara rugi karena pembajak buku tidak membayar pajak penjualan (PPN) dan pajak penghasilan (PPH). Pengarang juga dirugikan karena mereka tidak menerima royalti atas karya ciptaannya (*Media Indonesia*, 20/4/1997).

Contoh (a) dan (b) tidak mengandung ketaksaan. Setiap pembaca akan menangkap pesan yang sama atas teks di atas. Hal ini disebabkan teks tersebut dikonstruksi oleh kata-kata yang mengandung kata harfiah, bukan kata-kata metaforis.

3. Prinsip ekonomi. Prinsip ekonomi menganjurkan agar teks itu singkat tanpa harus merusak dan mereduksi pesan. Teks yang singkat dengan mengandung pesan yang utuh dapat menghemat waktu dan tenaga dalam memahaminya. Sebagaimana wacana dibatasi oleh ruang, wacana jurnalistik dikonstruksi agar tidak melanggar prinsip ini. Untuk mengonstruksi teks yang singkat, dalam wacana jurnalistik dikenal adanya cara mereduksi konstituen sintaksis yaitu (a) singkatan; (b) elipsis; dan (c) pronominalisasi.

Singkatan, baik abreviasi maupun akronim, sebagai cara mereduksi konstituen sintaksis banyak dijumpai dalam wacana jurnalistik. Perhatikan contoh:



TEKNIK WAWANCARA

4.1. Mengenal Narasumber Berita

Narasumber sangat penting kedudukannya bagi jurnalis dalam memperoleh bahan dalam penulisan berita. Sebelum wawancara jurnalis wajib memiliki informasi terkait dengan sumber berita. Sumber berita merupakan pokok atau asal sebuah berita. Sumber berita dapat berasal dari manusia atau lingkungan sekitar. Sumber tersebut dapat terlibat langsung maupun tidak dari sebuah peristiwa tersebut. Contoh: kecelakaan di daerah pegunungan Dieng yang melibatkan antara mobil dan truk, dilaporkan secara langsung oleh reporter atau ditulis oleh jurnalis. Sumber berita bisa diperoleh dari orang-orang yang terlibat dalam kecelakaan tersebut baik pengemudi, saksi di tempat kejadian, dan keterangan polisi yang menyidik peristiwa kecelakaan tersebut.

Sebelum melaksanakan wawancara—kepada sumber berita berkaitan dengan persoalan aktual yang terjadi (viral)—pewawancara wajib mencari dan menemukan pakar yaitu tokoh, orang yang berkaitan secara langsung dengan pokok berita. Wawancara yang diperlukan untuk menulis tentang pandangan tokoh besar atau berpengaruh, jurnalis terlebih dahulu mencari *curriculum vitae* atau riwayat hidup tokoh mengenai tingkat pendidikan, riwayat masa kecil, masa pemuda, dewasa, karier, hobi, ideologi, dan pandangan-pandangannya.

Seorang jurnalis sebelum menggali informasi kepada nara-sumber wajib berpengetahuan luas dan memiliki syarat profesi dalam pekerjaannya. Pengetahuan luas terhadap topik yang akan digali dari narasumber akan mempermudah narasumber memberi informasi yang dibutuhkan jurnalis. Sebagai contoh berita terbakarnya penjara di Tangerang. Seorang jurnalis memiliki curiositas mengapa penjara sampai terbakar dan memakan korban jiwa dari penghuni lapas. Siapa yang paling bertanggung jawab terhadap peristiwa tersebut, bagaimana menangani dan tidak akan terulang kejadian serupa di penjara. Narasumber yang perlu dimintai informasi adalah korban selamat, saksi-saksi di penjara seperti sipir dan warga binaan. Selain orang yang terlibat langsung, informasi juga diperoleh dari pihak berwajib yang menangani masalah tersebut, dan pimpinan yang secara langsung bertanggung jawab pada peristiwa tersebut.

Narasumber berasal dari strata sosial dan profesi. Mulai dari orang biasa sampai orang luar biasa seperti tokoh masyarakat, tokoh politik, budayawan, pengusaha, militer, polisi, sampai artis. Sebagai contoh, berita terkait dengan penanganan Covid-19 yang sudah berlangsung sejak awal Maret 2019 sampai saat ini. Pemerintah sudah melaksanakan penanganan Covid-19 dengan vaksin secara massal dan gratis, memberi bantuan sosial bagi warga yang berdampak sosial ekonomi, memberi bantuan modal kepada pedagang-pedagang kecil, dan melakukan Pemberlakuan Pembatalan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Seyogianya, seorang jurnalis perlu juga mencari data kepada orang-orang yang berdampak ekonomi. Apakah bantuan pemerintah sudah mencukupi untuk bertahan selama pandemi Covid-19 yang sudah berlangsung 1,5 tahun? Bagaimana dampak yang dirasakan pengusaha kecil, penjual jasa wisata dan karyawan yang mengalami kemerosotan ekonomi?

Ketika tempat wisata ditutup, hotel tak ada tamu, karyawan diberhentikan, dan banyak dari mereka gulung tikar dari usahanya. Menghadapi kasus Covid-19 seperti disampaikan di awal, jurnalis

dapat mengulik data dari narasumber dari berbagai strata dan profesi. Jurnalis mencari informasi yang berasal dari pegawai *cleaning service*, buruh industri kecil, pegawai biro perjalanan, wisata dan hotel mengenai situasi ketika dari dampak ketika mereka diberhentikan karena Covid-19. Jurnalis mencari informasi pada pemilik hotel, pengusaha, dan pihak-pihak terkait yang terdampak langsung dengan pandemi Covid-19.

Dari berbagai sumber berita yang didapat, jurnalis dapat mengonstruksi berita sesuai tujuan. Apakah berita memberikan simpati, emosi, dan pada akhirnya memunculkan pemakluman, simpati, dan solidaritas atas peristiwa yang diberitakan. Sumber berita yang berasal dari orang kecil dapat menjadi berita besar. Sebaliknya berita dari orang besar bisa berdampak kecil. Program *features* kemanusiaan di tayangan televisi swasta dengan cara membantu orang-orang kecil tentu diawali dengan survei ke sumber berita sebelum kegiatan *shooting* dilakukan. Dampak penayangan orang-orang kecil di media massa sebagai pembelajaran kepada audiens untuk bersimpati. Misalnya, kisah penambang batu, penambang belerang, penambang pasir yang upahnya hanya bisa untuk makan keluarga walaupun sudah membanting tulang bekerja.

Sumber berita berasal dari sumber utama yaitu reporter dan kantor berita. Reporter bertugas mencari berita di mana saja dan kapan saja. Sumber-sumber berita itu bisa dari pemerintahan (presiden, para menteri, petinggi negara) kalangan DPR, pelaku bisnis, akademisi, badan olahraga, kalangan profesional, dan sebagainya. Jurnalis juga dapat mencari berita dari kantor berita nasional yakni LKBN Antara atau kantor perwakilan berita asing. Seperti Reuters (Inggris) NBC News, Foxn News, United Press Internasional (UPI), dll

Jurnalis juga dapat mencari sumber berita lainnya berupa penerbitan (*publication*), Jumpa pers (*news conference*), Peman-tauan (*monitoring*), dan kontak pribadi (*personal contact*). Sumber berita penerbitan berasal dari surat kabar koran, majalah nasional, dan asing.

Sumber berita juga bisa diperoleh dengan jumpa pers berupa taklimat (*briefing*) dan rapat-rapat (*public meeting*). Jurnalis juga dapat memperoleh materi berita dari pemantauan terhadap stasiun radio, televisi nasional, dan internasional. BBC World Service London misalnya, memiliki dinas pemantauan dengan perlengkapan canggih. Lembaga ini sanggup memantau siaran stasiun radio di seluruh dunia selama 24 jam penuh. Hasilnya bukan hanya untuk keperluan BBC sendiri tetapi juga untuk keperluan pemerintah Inggris (Oramahi, 2003: 19)

Jurnalis pun dapat memperoleh sumber berita dari kontak pribadi. Diperkirakan ada jutaan calon sumber berita (*potential news sources*), jika jurnalis mampu melakukan wawancara dan menuliskannya. Kisah-kisah orang-orang biasa sampai orang-orang luar biasa, cerita dari tiada ke berada (*from nothing to something*) dari sampah ke kemakmuran (*from trash to treasure*) dapat menjadi materi jurnalistik yang menarik.

4.2 Tujuan, Waktu, dan Tempat Wawancara

Wawancara dilakukan bertujuan untuk memperoleh informasi, opini, bahan cerita mengenai *human interest*, dan bahan biografi (Bonar, 1991). Beberapa hal yang menarik bagi pembaca atau audiens ketika membaca berita karena jurnalis mencatat persis kata-kata yang disampaikan oleh narasumber. Pembaca seolah-olah seperti bercakap-cakap langsung dengan narasumber atas tulisan yang dibuat. Jurnalis juga mampu membantu pembaca untuk memahami suasana ketika sumber berita diwawancarai. Informasi yang diperoleh dari sumber berita yang memiliki otoritas (pejabat, aparat, Komnas HAM, komisi-komisi yang dimiliki pemerintah) memiliki validitas dibandingkan sumber berita yang diperoleh dari orang awam.

Wawancara menjadi efektif jika tujuan wawancara adalah memberi informasi, hiburan, atau bimbingan yang praktis. Penemuan-penemuan, proses-proses baru, metode-metode yang luar biasa, proyek-proyek baru, dan kisah sukses yang dicapai dari

segala macam persoalan untuk dapat dijelaskan bagi kepentingan pembaca. Misalnya, pembangunan Jalan Trans Papua yang menghubungkan Sorong-Manokwari, dibangunnya Jembatan Merah-Putih di Ambon yang menyebabkan orang tidak menyeberang menggunakan kapal lagi, serta dibangunnya jembatan Suramadu yang menghubungkan Pulau Jawa dan Madura. Sekarang setiap anak bangsa yang berprestasi berkesempatan memperoleh beasiswa sampai S3. Kehadiran telepon pintar (*smart phone*) memudahkan orang untuk melakukan mobilisasi, transaksi, dan servis secara pribadi. Topik-topik menarik berkaitan dengan perkembangan dan kehidupan manusia modern dapat dijadikan bahan wawancara.

Berdasarkan siapa dan kapan pemberitaan terdapat jenis wawancara berita aktual (*factual news interview*). Dalam wawancara ini jurnalis meminta pendapat narasumber atas kejadian yang baru terjadi. Misalnya, Menteri Keuangan akan memberi hadiah satu miliar kepada siapa pun yang bisa mencari kesalahan presiden. Berita ini biasanya menyangkut orang besar dan memiliki daya tarik tinggi bagi audiens.

Wawancara kepribadian tokoh (*personality interview features*) fokus pada sisi pribadi, sikap, dan pandangan tokoh atas peristiwa aktual yang terjadi. Bedanya wawancara ini dengan wawancara berita terletak pada sikap dan pandangan tokoh atas peristiwa yang terjadi. Berdasarkan tujuannya terdapat wawancara biografi (*biographical interview*). Dalam wawancara ini dibicarakan prestasi-prestasi, sifat-sifat, dan ideologi, serta pandangan politik tokoh atau sumber berita. Wawancara kepribadian atau *personality interview* wawancara yang bertujuan menggali pribadi dan pandangan tokoh yang berbeda dan khas dibandingkan dengan tokoh lain. Misalnya, wawancara dengan Djoko Pekik seniman tiga zaman yang karya lukisannya “Berburu Celeng” berharga satu miliar. Penderitaannya ketika dijadikan tahanan politik pada masa Orde baru yang dituduh PKI. Pewawancara dapat menggali sikap, pandangan, dan ideologinya dalam seni rupa, mengapa ia sampai ditahan, disiksa hanya karena lukisannya. Mengapa

ia berorganisasi dalam Bumi Tarung, organisasi seniman yang menaunginya.

Wawancara berita aktual (*actual news interview*) tujuan wawancara ini meminta pendapat orang yang memiliki otoritas (pejabat, ulama, pengusaha) atas kejadian yang baru saja terjadi untuk segera dipublikasikan. Misalnya, kegiatan Basuki Tjahaja Purnama sebagai komisaris utama Pertamina yang memberi kontribusi 110,6 triliun untuk pertengahan 2021 dan sebelumnya menyeter hampir 200 triliun sepanjang 2020 (Sumber: genpi.co).

4.2.1 Jenis Wawancara

Pertama, wawancara di jalan (*man in the street interview*). Jurnalis menghentikan dan menanyakan kepada seseorang di jalan untuk menanggapi peristiwa aktual yang sedang terjadi. Misalnya, bagaimana pendapat Anda mengenai rencana pembangunan ibu kota baru di Kalimantan Timur? Bagaimana pendapat Anda tentang belajar luring setelah PPKM (Pemberlakuan dan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) setelah levelnya diturunkan? Bagaimana pendapat Anda dengan tempat wisata di Yogyakarta? Bagaimana Pendapat Anda dengan Wisata di Bali, dst.

Cara ini dilakukan untuk mencari pendapat umum secara acak untuk melihat respons masyarakat atas suatu hal. Dari lima orang yang ditanya mungkin jawabannya berbeda-beda tetapi pasti ada yang sama.

Kedua, wawancara mendadak (*causal interview*) yaitu wawancara spontan dan tidak disiapkan sebelumnya. Misalnya, seorang jurnalis menghadiri undangan pernikahan seorang tokoh. Di situ ia tanpa sengaja berjumpa dengan tokoh penting yang dia kenal. Lalu terjadilah wawancara dengan narasumber tanpa direncanakan sebelumnya. Narasumber yang diwawancarai mungkin tokoh berpengaruh, seniman, artis, ulama, dan mungkin budayawan atau yang lainnya. Dalam situasi seperti ini wartawan dapat merekam wawancara menggunakan telepon pintar dan segera mentranskrip untuk dijadikan *features* atau berita ringan.

Ketiga, wawancara kepribadian tokoh (*personality interview*). wawancara ini lebih khusus lagi dilakukan jurnalis kepada orang-orang tertentu untuk menggali pandangan, sikap, kepribadian, dan aspirasi tokoh tersebut dalam kehidupan. Jurnalis beruntung dapat mewawancarai tokoh-tokoh besar penerima anugerah, tetapi jurnalis juga bisa menentukan tokoh yang bisa dipilihnya sendiri.

Dalam wawancara ini jurnalis juga mencari sumber berita yang aneh dengan pergi ke kebun binatang mewawancarai perempuan perawat dan penjinak harimau, atau perawat ratusan ular. Jurnalis juga dapat mewawancarai orang-orang yang memiliki profesi aneh atau tidak umum dilakukan.

Keempat, wawancara berita (*news interview*) dilakukan untuk memperoleh bahan berita aktual. Misalnya, berita tahanan politik yang diberi grasi atau ampunan presiden setelah dipenjara 20 tahun. Wawancara peresmian jalan tol di Papua, peresmian kereta bandara YIA (Yogyakarta International Airport). Dalam wawancara ini jurnalis fokus bertanya pada keberadaan topik, tidak bertanya yang terlalu umum. Misalnya, bagaimana pendapat Anda dengan kehadiran jalan tol Trans papua? Apa kelebihanannya dengan adanya kereta bandara Yogyakarta-YIA?

Kelima, wawancara dengan menggunakan telepon (*telephone interview*). Wawancara ini digunakan dalam keadaan mendesak karena jarak, maupun karena kesibukan narasumber. Misalnya, yang sedang diwawancarai berada di luar kota atau di luar negeri. Mungkin juga sumber berita dengan kesibukannya yang padat tidak sempat melakukan wawancara langsung sehingga jurnalis atau narasumber menghendaki wawancara via telepon. Kelemahan wawancara jenis ini jurnalis tidak dapat menuliskan atmosfer atau suasana terjadinya pengambilan data. Bagaimana reaksi, gestur dari narasumber, termasuk juga dia sedang di tempat seperti apa.

Keenam, wawancara dengan pertanyaan yang disiapkan terlebih dulu (*prepared question interview*). Tujuannya agar wawancara tidak melebar ke masalah lain dan menyimpang dari pokok persoalan. Wawancara ini juga bisa dilakukan tanpa

menemui narasumber. Narasumber dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan tertulis yang disampaikan jurnalis dengan menjawab secara lisan dalam bentuk rekaman atau menuliskannya. Wawancara jenis ini dinilai efektif ketika narasumber adalah orang yang sibuk. Kelebihannya apabila narasumber adalah orang yang rendah hati (*humble*) dan antusias. Sebagai contoh sastrawan besar Budi Darma sangat peduli dan antusias menjawab pertanyaan tertulis yang disampaikan mahasiswa ketika dia menjawab hal-hal yang berkaitan dengan karya dan kegiatannya (Siswanto, 2005).

Ketujuh, wawancara kelompok (*group interview*) disebut juga jumpa pers (*press conference*). Jika dilakukan secara daring disebut *tele conference*. Jurnalis dapat mewawancarai berbagai pakar mengenai suatu topik tertentu. Misalnya, penanganan masalah Covid-19 dari aspek medis, ekonomis, pendidikan, dan sosial. Dengan demikian, jurnalis akan mewawancarai beberapa pakar mengenai dampak Covid-19 dari ketiga aspek tersebut. Jika masalah bersifat khusus seperti Covid-19 dan hanya dihadiri oleh pakar dalam ilmu yang sama, jurnalis dapat melakukan wawancara hanya kepada pakar virus.

Wawancara yang berkaitan dengan berita aktual wajib menyriarkan wawancara dengan tepat waktu. Jika wawancara dilakukan terlambat, maka berita akan menjadi basi. Berita jadi kurang menarik ketika pembaca sudah mengetahui sebelumnya. Topik atau masalah yang dipilih dalam wawancara juga memiliki kedekatan dengan pembaca dan audiens. Orang akan lebih tertarik atas wawancara yang terjadi di desa atau kawasan daripada yang terjadi di tempat jauh, luar negeri misalnya. Berita setempat (*local news*) yang lebih dikenal tentu lebih menarik daripada berita yang mereka tidak kenal. Audiens lebih tertarik berita yang berdampak pada biaya hidup, harga pangan, pajak, dan hasil pembangunan (Oramahi, 2003: 4-6). Perhatikan contoh:

- Pemerintah mengalokasikan dana satu miliar rupiah untuk disalurkan kepada desa-desa di seluruh Indonesia.

TEKNIK PENULISAN BERITA

5.1 Tujuan Menulis Berita

Tujuan kegiatan menulis berita adalah melaporkan seluk-beluk suatu peristiwa yang telah, sedang, dan akan terjadi. Melaporkan di sini berarti menuliskan apa yang dilihat, didengar, atau dialami seseorang atau sekelompok orang. Berita ditulis sebagai rekonstruksi tertulis apa yang terjadi (Siregar, 1998: 19).

Terdapat dua alasan dalam penulisan berita. *Pertama*, untuk memenuhi tujuan politik keredaksian suatu media massa atau memenuhi kebutuhan pembaca. Informasi yang disampaikan kepada pembaca dipilih berdaya jual tinggi dan berdampak positif kepada pembaca. *Kedua*, selain meningkatkan oplah (tiras) pembaca, berita yang disampaikan bermanfaat bagi pembaca. Informasi itu sebagai masukan bagi pembaca supaya mampu mengantisipasi perubahan, menghindari hal-hal yang merugikan, serta mampu bersikap dalam memilih secara tepat langkah yang akan diambil.

Bercerita disajikan kepada pembaca agar membantu mencapai tujuan hidupnya. Tujuan yang dimaksud antara lain seperti di bawah ini (Siregar, 1998: 20).

1. Berita yang melaporkan adanya bahaya yang mengancam kehidupannya, bahaya fisik, semacam tindak kekerasan, bahaya alam, penyakit, dan sebagainya.

2. Berita yang mengungkapkan ancaman atau tekanan terhadap kebebasan seseorang, semacam penahanan tidak melalui saluran hukum, penggusuran, ketidakadilan ekonomi, dan sebagainya.
3. Berita yang menambah pengetahuan pembaca untuk memperbaiki kedudukan ekonomi atau sosial. Semacam berita mengenai perkembangan perdagangan, situasi lapangan kerja, petunjuk-petunjuk untuk menambah pendapatan, dan sebagainya.
4. Berita yang mengungkapkan perkembangan atau penghambat dalam peningkatan kehidupan, semacam kemerosotan kehidupan perkotaan (pergelandangan, perumahan sulit), kemajuan dalam bidang kesehatan, dunia hiburan, mode dan sebagainya.

Tidak semua perlu diberitakan. Secara umum, kejadian yang dianggap memiliki nilai berita atau layak adalah yang mengandung satu atau beberapa unsur berikut ini (Siregar, 1998: 27-28).

1. *Significance* (penting) yaitu kejadian yang berkemungkinan memengaruhi kehidupan orang banyak, atau kejadian yang memiliki akibat terhadap kehidupan pembaca.
2. *Magnitude* (besar) yaitu kejadian yang menyangkut angka-angka yang berarti bagi kehidupan orang banyak, atau kejadian yang berakibat yang bisa dijumlahkan dalam angka yang menarik bagi pembaca.
3. *Timeliness* (waktu) yaitu kejadian yang menyangkut hal-hal yang baru terjadi, atau baru dikemukakan.
4. *Proximity* (kedekatan) yaitu kejadian yang dekat bagi pembaca. Kedekatan ini bersifat geografis, maupun emosional.
5. *Prominence* (tenar) yaitu menyangkut hal-hal yang terkenal atau sangat dikenal oleh pembaca seperti orang, benda atau tempat.

6. *Human interest* (manusiawi), yaitu kejadian yang memberi sentuhan perasaan bagi pembaca, kejadian yang menyangkut orang biasa dalam situasi luar biasa, atau orang besar dalam situasi biasa.

Salah satu unsur tersebut menjadikan kejadian layak berita. Jika ditemukan lebih dari satu unsur, kejadian tersebut makin tinggi kelayakan beritanya. Oleh karena itu, berita besar adalah yang memiliki sebanyak mungkin unsur tersebut.

Terdapat empat unsur yang harus dipenuhi dalam penulisan yang dikenal dengan *news values* atau nilai-nilai berita yaitu *cepat*, *nyata*, *penting*, dan *menarik* (Romli, 2003: 5-6). *Cepat* yakni aktual atau ketepatan waktu. *Nyata* (faktual) informasinya adalah sebuah fakta (*fact*) bukan fiksi atau karangan. Fakta dalam dunia jurnalistik adalah kejadian nyata (*real opinion*), pendapat (*opinion*) dan pernyataan (*statement*) sumber berita. *Penting* karena berita menyangkut kepentingan orang banyak atau berpengaruh kepada orang banyak. *Menarik*, mengundang orang untuk membaca berita yang kita tulis.

5.2 Jenis Berita

Menurut Siregar (1998: 154-158) berita jurnalistik yang banyak muncul dalam surat kabar atau majalah berita dapat digolongkan atas berita langsung (*straight/hard/spot news*), berita ringan (*soft news*), berita kisah (*features*), serta laporan mendalam (*indept report*).

1. Berita langsung digunakan untuk menyampaikan kejadian-kejadian penting yang secepatnya perlu diketahui oleh pembaca. Berita langsung (*straight news*) penting dari peristiwa sesegera mungkin disampaikan kepada pembaca. Disebut *spot news*, wartawan harus berhadapan langsung dengan kejadian dan melaporkannya. Disebut *hard news*, menimbang bahwa

fakta yang memberitakan peristiwa adalah fakta keras, dapat diukur berdasarkan persepsi indrawi manusia.

2. Berita ringan disebut juga *soft news*. Kisah di balik berita. Berita yang kurang mengutamakan unsur penting tetapi sesuatu yang menarik yang mengandung unsur manusiawi. Berita ringan juga bisa berdiri sendiri, tidak terkait dengan berita langsung. Misalnya, kisah perempuan yang gagal menikah, karena suaminya mengalami kecelakaan pesawat terbang padahal undangan sudah beredar.
3. Berita kisah disebut juga *features*. Tulisan mengenai kejadian yang dapat menyentuh perasaan, atau untuk menambah pengetahuan pembaca melalui penjelasan rinci, lengkap, serta mendalam. Berita ini tidak terkait dengan aktualitas. Nilai utamanya adanya unsur manusiawi yang dapat menambah pengetahuan. Jenis berita kisah di antaranya *news features*, *historical features*, *profile features*, *how to do it features*, *human interest features*. Berita kisah digunakan untuk mengangkat nuansa atau warna kehidupan, hal yang sering tidak mungkin dilakukan melalui berita langsung.
 - a) Berita kisah yang ditulis berdasarkan peristiwa yang baru terjadi (*news features*). Jika berita langsung unsur penting yang ditonjolkan dalam *news features* maka unsur menarik ditonjolkan sekaligus. Mengapa demikian? *Pertama*, berita kisah ditulis karena masalah yang diberitakan terlalu luas cakupannya. *Kedua*, dampak peristiwa atau masalah menyangkut kepentingan masyarakat luas. *Ketiga*, diperlukan uraian panjang dan rinci, sehingga pembaca paham duduk perkaranya. Misalnya, perubahan budaya dari agraris ke industri. Berubahnya pola pemasaran dan perdagangan dari tradisional ke daring (*online*).
 - b) Berita kisah berkaitan dengan kejadian sejarah (*historical features*), misalnya kejadian manusiawi yang dialami Jenderal Sudirman ataupun Pangeran Diponegoro di masa lampau. Tulisan tentang kedua tokoh tersebut layak

diungkapkan, bila dikaitkan dengan kondisi sekarang. Misalnya, Jenderal Sudirman meminta istrinya untuk menjual perhiasan emas untuk membiayai perang gerilya. Pangeran Diponegoro adalah ningrat dari kerajaan di Yogyakarta yang harus meninggalkan keraton untuk mengatur perang melawan Belanda; pernah ditipu musuh, ditawan, dan wafat dikuburkan di Kota Makassar. Diponegoro meninggalkan pengikutnya di Sulawesi Utara, tepatnya di Tomohon yang disebut Kampung Jawa. Dalam *historical features* bisa dituliskan juga tempat-tempat bersejarah dan pelakunya.

- c) Berita kisah pribadi terkait dengan perjalanan hidup manusia (*profile features*). Kisah pribadi ini dapat bercerita tentang perjuangan seorang tukang kayu, menjadi eksportir mebel, menjadi wali kota, gubernur, hingga presiden. Kisah mahasiswa yang suka melayani fotokopi di kampus yang menjadi pengusaha sukses. Profil ini tidak hanya menggambarkan keberhasilan seseorang tetapi juga dapat menceritakan kegagalan seseorang dalam kurun waktu tertentu. Berita kisah pribadi tidak harus menonjolkan unsur manusiawi (*human interest*) tetapi dapat bercerita tentang profil perusahaan atau organisasi yang sukses.
- d) Berita kisah yang menjelaskan bagaimana melakukan sesuatu (*how to do it features*). Dalam berita kisah ini, informasi yang disampaikan lebih sebagai petunjuk yang dipandang penting bagi pembaca. Misalnya, melakukan perjalanan wisata darat, dengan menyajikan keterangan di mana terdapat hotel, pom bensin, rumah makan, lengkap dengan perkiraan biaya, kualitas jalan dan sebagainya. Dalam artikel ini bisa juga ditulis cara memasak di alam bebas, bagaimana menjaga keamanan ketika melakukan perjalanan di luar negeri.

- e) Berita kisah yang menonjolkan hal-hal yang menyentuh perasaan sebagai hal yang menarik (*human interest features*). Dalam berita ini ditulis peristiwa atau masalah yang dialami manusia baik yang sudah mendiagnosa maupun yang masih hidup. Berita ini juga dikenal dengan minat manusia. Misalnya, orang dengan profesi yang aneh sebagai peternak ular. Orang dengan kegemaran mengoleksi mobil antik sejak perang dunia kedua. Orang yang punya hobi mendaki gunung di berbagai benua, dan sebagainya.
4. Laporan mendalam (*indepth report*) digunakan untuk menuliskan permasalahan secara lengkap, mendalam, dan analitis. Gaya dan cara penulisan ini dimaksudkan untuk menyajikan informasi agar pembaca lebih memahami duduk perkara suatu masalah. Kompleksitas permasalahan menyebabkan peristiwa perlu disoroti lewat sejumlah sudut pandang agar pembaca memperoleh pemahaman yang lebih baik, lengkap dan menyeluruh.

Sering kali kaitan sebab-akibat dan kepentingan dari berbagai pihak tidak tampak jelas di permukaan. Oleh karena itu, sejumlah fakta harus dikumpulkan jauh ke belakang sebelum peristiwa muncul. Semua fakta harus ditelusuri keterkaitannya satu demi satu terhadap perkembangan yang muncul kemudian. Laporan ditulis berdasar liputan terencana dan memakan waktu lama, dilakukan untuk mengumpulkan fakta, keterkaitan logika sejumlah fakta yang diperlukan untuk menyusun fakta. Peliputan ini dilakukan ketika sejumlah pihak menyembunyikan fakta atau menutupi kejadian sebenarnya. Sebagai contoh, liputan salah satu media yang melakukan laporan investigasi atas plagiarisme yang dilakukan oleh salah satu rektor sebuah PT di Kota Semarang.

5.3 Mengidentifikasi Fakta

Menurut Siregar (1998: 52-57) mengidentifikasi fakta peran manusia di dalam suatu peristiwa yang diberitakan dapat diungkap

dengan pertanyaan pokok jurnalistik 5W+1H yaitu *apa, siapa, mengapa, kapan, di mana, dan bagaimana*. Pengertian dari setiap unsur pertanyaan tersebut dapat diidentifikasi sebagai berikut.

1. *Apa* yang terjadi?
2. *Siapa* yang terlibat dalam kejadian?
3. *Mengapa* kejadian itu timbul?
4. *Kapan* kejadian itu?
5. *Di mana* kejadian itu?
6. *Bagaimana* kejadiannya (duduk perkaranya)?

Pertanyaan-pertanyaan sederhana ini akan menyebabkan wartawan mengumpulkan fakta seluas-luasnya. Setiap kejadian akan mengandung informasi yang menjawab keenam pertanyaan tersebut.

5.4 Kritis Terhadap Fakta

Tugas wartawan adalah merekonstruksi suatu peristiwa. Oleh karena itu, diperlukan sikap kritis agar fakta yang digunakan untuk membangun rekonstruksi berhasil menggambarkan realitas sebenarnya. Sikap kritis tidak muncul begitu saja. Sikap kritis tumbuh seiring keingintahuan yang mendalam. Sikap kritis tecermin tidak membiarkan sesuatu seperti yang tampak tanpa mempertanyakan kebenaran itu. Sikap kritis dapat tumbuh dengan melatih terus-menerus kemampuan untuk melihat perbedaan atau persamaan melalui *klasifikasi, analisis bagian, dan analisis proses* (Siregar, 1998: 58-75).

1. Klasifikasi, melihat objek-objek dalam suatu konteks logis untuk melihat hubungan satu objek dengan objek-objek lain: ke samping, ke atas, ke bawah. Melihat hubungannya ke samping, berarti melihat apakah objek itu mempunyai kesamaan-kesamaan ciri tertentu dengan objek lain atau tidak. Klasifikasi dilakukan atas satuan-satuan individual ke atas. Perhatikan contoh berikut.

Hewan Piaraan		
Sapi	Kuda	Kerbau, dst
Sapi perah	Sapi pedaging	sapi pembajak, dst.

Sapi, kuda, dan kerbau disebut satu golongan, yaitu hewan piaraan. Sedangkan *sapi perah, sapi pedaging, dan sapi pembajak* disebut satu golongan, disebut salah satu hewan piaraan yang disebut sapi. *Sapi, kuda, dan kerbau* punya hubungan horizontal setara. Sementara *sapi perah, sapi pedaging, dan sapi pembajak* adalah golongan lebih rendah (dalam hubungan ke bawah) ketimbang sapi atau kuda.

- Analisis bagian yaitu berusaha menjawab pertanyaan “Apa bagian dari suatu barang?” Dengan analisis bagian, kita berusaha menemukan batas-batas titik sanding unsur-unsur yang membentuk suatu objek bagian yang dihubungkan satu sama lain membentuk satu kesatuan yang disebut struktur. Bila tiap bagian memiliki fungsi terhadap keseluruhan berarti barang itu mempunyai struktur. Oleh karena itu, analisis bagian selalu dikaitkan dengan analisis struktur. Contoh berikut.

rumah - atap - dinding - pintu - jendela - lantai, dsb.

Rumah adalah bangunan yang memiliki struktur, terdiri atas atap, dinding, pintu, jendela, lantai dan sebagainya. Setiap bagian, yaitu atap dan seterusnya memiliki fungsi menjadi pembentuk struktur rumah. Dinding berfungsi untuk membatasi ruang antara bagian dalam dan bagian luar. Demikian analisis ditetapkan.

- Analisis proses dilakukan kalau bagian-bagian yang dikemukakan dapat berubah, atau menggerakkan keseluruhan itu.

Dalam hal ini ada dimensi yang ditambahkan pada analisis proses, yaitu dimensi waktu. Jadi, analisis proses bersifat 4 dimensi, karena berkaitan dengan perubahan. Setiap perubahan selalu melibatkan waktu. Dalam analisis proses memunculkan tahap yang memiliki bagian-bagian. Contoh dalam membangun rumah.

Tahap 1	: Perencanaan (desain, bahan, waktu, biaya, tukang, dsb)
Tahap 2	: Persiapan (pengadaan bahan, penyiapan bahan, tukang, dsb)
Tahap 3	: Pelaksanaan (pembuatan fondasi, dinding, lantai, rangka, dsb)
Tahap 4	: Penyelesaian akhir (pemasangan pintu, jendela, kunci, dsb)

4. Penalaran induktif bekerja dengan mengamati sejumlah fakta khusus, kemudian mengambil kesimpulan berdasarkan fakta, atau berlaku atas peristiwa sejenis. Perhatikan contoh:

Daniel orang Timtim sehari-hari makan jagung. Peter orang Timtim sehari-hari makan jagung. Andre orang Timtim sehari-hari makan jagung. Dan beberapa orang lain di Timtim makan jagung.

Generalisasi:

Orang-orang (masyarakat) di Timtim makan jagung.

Untuk bisa sampai pada generalisasi tersebut harus didukung oleh fakta yang meyakinkan. Jika fakta (Daniel, Peter, dan lainnya) tidak merceminkan keseluruhan orang Timtim, generalisasi tidak bisa dibuat. Penalaran induktif ini diperlukan wartawan untuk membuat kesimpulan yang sifatnya sementara, sebelum mengumpulkan fakta yang sesungguhnya. Akan tetapi, kesimpulan sementara ini tidak untuk dituliskan di surat kabar. Penalaran induktif juga berguna untuk meramalkan fakta yang akan terjadi.

5. Penalaran deduktif kebalikan dari induktif. Penalaran ini dari umum ke yang khusus. Atau penerapan generalisasi pada peristiwa yang khusus untuk menarik kesimpulan. Proses penalaran deduktif berlangsung tiga tahap.
- a) Generalisasi sebagai pangkal bertolak.
 - b) Penerapan generalisasi pada kejadian tertentu.
 - c) Kesimpulan deduktif yang berlaku pada peristiwa yang khusus itu.

Contoh penalaran deduktif seperti berikut ini.

Masyarakat Timor Timur sehari-hari makan jagung (Premis Mayor)
Thomas anggota masyarakat Timor Timur (Premis Minor)

Jadi:

Thomas sehari-harinya makan jagung.

Generalisasi diperoleh lewat pengamatan dan eksperimen orang lain. Penalaran deduktif terdiri atas premis mayor, premis minor, dan kesimpulan.

Untuk berlatih silakan Anda membuat penalaran deduktif dengan menggunakan premis mayor, premis minor, dan kesimpulan untuk kasus-kasus yang menarik untuk bahan artikel jurnalistik. Tingkat pendidikan bangsa Indonesia masih rendah. Konsumsi daging masyarakat masih rendah. Kelas menengah masyarakat Indonesia didominasi keluarga muda. Petani Indonesia kesulitan membeli pupuk dan obat-obat pertanian. Peternak Indonesia kesulitan memperoleh pakan dengan harga murah, dst.

Memang benar tidak semua orang memiliki daya nalar yang benar dalam menghadapi persoalan, yang disebut salah nalar (*fallacy*) yaitu gagasan, perkiraan, kepercayaan, atau kesimpulan yang keliru atau sesat. Salah nalar terjadi ketika tidak mengikuti tata cara pemikiran yang tepat. Contoh salah nalar:



TEKNIK PENULISAN *FEATURES*

6.1 Pengertian *Features*

Features adalah artikel kreatif yang dirancang terutama untuk menghibur dan membantu pembaca memahami suatu peristiwa, situasi, atau suatu aspek kehidupan tertentu (Mapattoto, 1992: 5; Williamson, 1975). *Features* merupakan tulisan nonfiksi—bukan berita lempang dalam media massa yang tak tentu panjangnya—dipaparkan secara hidup sebagai pengungkapan daya kreativitas. Kadang-kadang *features* hadir dengan sentuhan subjektivitas pengarang terhadap peristiwa, situasi aspek kehidupan dengan tekanan pada daya pikat manusiawi untuk tujuan memberitahu, menghibur, mendidik, dan meyakinkan pembaca.

Berangkat dari definisi tersebut, *features* merupakan tulisan yang bisa dianggap lebih ringan dibandingkan berita atau artikel opini. Namun, bukan berarti *features* dianggap enteng. Kekhasan *features* terletak pada unsur kreativitas (dalam menciptakan), informatif (dalam hal isinya), menghibur (dalam gaya penulisannya), dan boleh subjektif (cara penuturannya). Dengan demikian, jika penulis mampu memenuhi kriteria yang telah disebutkan di atas, sudah pasti dia dapat menulis *features*.

6.2 Tujuan Menulis *Features*

Tujuan penulisan *features* adalah memberi informasi dan menghibur. Dibandingkan dengan berita langsung (*straight news*) *features* kurang nilai beritanya, namun *features* bisa memberi informasi kepada masyarakat tentang situasi, dan perkembangan aspek kehidupan yang harus diketahui masyarakat. Persoalan sejarah bangsa, pendidikan, perkembangan pendidikan, tokoh-tokoh berpengaruh, dan tempat-tempat wisata menarik dapat dijadikan materi penulisan *features*. Dalam penulisan *features* harus bisa secara rinci menggambarkan setiap peristiwa, kejadian, dan deskripsi atas benda, begitupun dengan penggambaran orang. *Features* memiliki keawetan informasi karena memang bukan aktualitas yang dipentingkan, tetapi kemenarikan yang bisa menghibur, menimbulkan empati, memperluas pengetahuan kepada pembaca.

Misalnya, dalam penulisan *features* Pekan Raya Jakarta (PRJ). Jurnalis tentu menginformasikan hal yang menarik, bukan hanya sekadar menginformasikan adanya stan industri kecil, menengah, dan besar yang diresmikan oleh gubernur. Namun, jurnalis perlu membidik misalnya di PRJ setiap hari ada pagelaran musik dengan penyanyi terkenal dan banyak hadiah yang dibagikan. Pendeknya, dalam penulisan *features* ada fokus, hal yang menarik yang dapat menjadi perhatian, memberi informasi sekaligus menghibur pembaca.

Contoh lain adalah pasangan suami istri pensiunan yang sudah lanjut usia masih bermanfaat melayani masyarakat dengan memberi makan gratis setiap hari kepada masyarakat. Dokter yang praktik dengan membayar sukarela. Para santri pondok pesantren yang merawat banyak orang gila dari jalanan. Kegiatan remeh-temeh yang dilakukan presiden dengan cucunya di kala santai, dsb.

Agar tujuan penulisan *features* tercapai, jurnalis harus mampu menulis berbagai jenis kalimat pembuka (*lead*) yang menarik seperti *lead* ringkasan, bercerita, deskriptif, kutipan, pertanyaan, menohok, menggoda, nyentrik, dan *lead* gabungan. Sedangkan

penutupan (*ending*) berupa ringkasan, sengatan, klimaks dan tidak ada penyelesaian (Williamson, 1975).

6.3 Jenis *Features*

Features dikelompokkan dalam tujuh macam yaitu (1) *news features* (berita), (2) *science features* (ilmu pengetahuan), (3) *human interest features* (minat kemanusiaan), (4) *hystorial features* (sejarah), (5) *advanturing features* (perjalanan), (6) *guideline features* (petunjuk), dan (7) *sidebars features* (obrolan warung kopi atau berita khas).

6.3.1 *Features* Berita (*News Features*)

Pertama, *news features* adalah artikel khas yang didasarkan pada berita langsung (*straight news*). Hanya saja yang ditekankan dalam artikel ini adalah unsur kemenarikan dan kemanusiaan (humanisme) yang ingin diinformasikan kepada pembaca. *Features* berita biasanya muncul bersamaan dengan terjadinya peristiwa. Dalam hal ini *features* berita membicarakan kejadian dari peristiwa tersebut disertai dengan proses timbulnya kejadian itu.

Misalnya, kisah salah satu penumpang di balik musibah kecelakaan pesawat terbang Air Asia dari Bandara Juanda ke Bandara Changgi di Singapura yang meledak di perairan laut Jawa. Di balik kecelakaan itu ada kisah satu keluarga yang terdiri ayah, ibu dan satu anak yang akan menghadiri wisuda kakaknya di salah satu universitas di Singapura. Akhirnya, sang kakak menjadi sebatang kara dan mengalami stres akibat kematian semua anggota keluarga.

Demikian juga kisah serupa dengan itu, berita tenggelamnya Kapal Selam Nanggala di Utara Perairan Pulau Bali yang menewaskan sebanyak 58 orang awak kapal. Satu di antaranya adalah seorang bapak muda yang baru dikaruniai seorang bayi. Jurnalis dapat menulis kisah di balik berita tentang salah seorang yang gugur meninggalkan seorang istri yang masih muda dan bayi yang baru lahir.

63.2 *Features Ilmu Pengetahuan (Science Features)*

Kedua, science features, menginformasikan ihwal sains dan teknologi untuk memberi pengetahuan sekaligus menghibur. Biasanya dikemukakan dengan cukup berbobot. Ciri tulisan ini ditandai oleh kedalaman pembahasan dan objektivitas pandangan yang dikemukakan sehingga jenis *features* ini akan memuat data dan informasi dari sumber yang kredibel, seperti LIPI, BPS, lembaga penelitian universitas, dll. secara memadai.

Contoh perkembangan modernitas transportasi ke angkasa luar. Munculnya kendaraan modern berupa sepeda motor terbang, rekayasa genetika, kultur jaringan, penemuan material, robotik, ICT, dunia komputer, teknologi bayi tabung, kendaraan masa depan, penemuan di bidang kedokteran dan farmasi, penemuan di bidang pembangunan dan konstruksi, sains dan teknologi komputer, dll. banyak dijumpai dalam surat kabar dan majalah seperti *Kompas*, *Tempo*, *Info Komputer*, majalah *Angkasa*, majalah pertanian *Trubus*, majalah psikologi *Anda*, dll.

Features ilmu pengetahuan ini selain bertujuan memberikan informasi baru mengenai persoalan ilmu dan teknologi sekaligus mengajarkan kepada audiens untuk mengaplikasikan dalam kehidupan. Misalnya pasangan suami istri yang sulit hamil dapat membaca artikel berkaitan dengan alat reproduksi, kesuburan melalui artikel kedokteran. Demikian pula, orang memahami bahwa dunia penerbangan pengangkut pesawat raksasa pada mulanya adalah eksperimentasi keberhasilan penemu pesawat terbang pertama Wright bersaudara, yang menerbangkan “Wright Flyer1” yang tinggal di Kitty Hawk, North Carolina, Amerika Serikat. Orville Wright dan Wilbur Wright bersaudara berkali-kali mencoba menerbangkan pesawat mereka sampai berhasil mengudara.

Demikian juga Indonesia berhasil menciptakan pesawat terbang pertama N250 Gatotkaca yang diinisiasi Prof. Dr. BJ. Habibie untuk pertama kalinya terbang pada 10 Agustus 1995 yang diperingati sebagai Hari Teknologi Nasional (Harteknas) kerap diperingati setiap tahun. Sayangnya, kehebatan pembuatan

pesawat terbang oleh Indonesia tidak berlanjut karena adanya krisis dan menghentikan proyek B250 tersebut dengan IMF. Pesawat terbang perdana B250 Gatotkaca itu sekarang tersimpan di Museum Dirgantara Yogyakarta.

Perkembangan Iptek ditulis dalam *features* ilmu pengetahuan. Misalnya, kloning domba Dolly yang lahir pada 5 Juli 1996 di Skotlandia, penelitian serupa sesungguhnya sudah dilakukan sebelumnya atas landak laut pada 1880 oleh Hans Driesch. Konon, pada 2002 pernah dilakukan kloning manusia pertama seorang bayi perempuan Eve yang diciptakan oleh Clonaid yang jaringannya diambil dari seorang anak yang tewas dalam kecelakaan mobil.

6.3.3 *Features* Kemanusiaan (*Human Interest Features*)

Ketiga, human interest features adalah artikel yang mengutamakan humanisme atas minat dan lakon manusia. *Features* ini adalah kisah seseorang terkait minat, hobi, kegemaran dan kebiasaan yang dilakukan yang memiliki daya tarik bagi pembaca. Biasanya lebih banyak menuturkan situasi dan kehidupan yang dialami orang dengan penyajian yang menyentuh hati dan menyentil perasaan. *Features* ini berhubungan dengan perjuangan, kisah kegagalan dan sukses yang dialami seseorang, dan pengetahuan baru berkaitan dengan hobi, pekerjaan, yang dapat menimbulkan empati atau pembelajaran. Kisah sukses pengusaha roti karena terpaksa terkena pemutusan hubungan kerja dan memulai berusaha membuat roti karena hobi. Rutinya enak dan diseimbangi dengan pemasaran yang bagus. Sang pengusaha akhirnya memiliki gerai roti di berbagai mal.

Kisah celana Jeans Lewis yang bermula tak sengaja membuat celana yang kuat dan antisobek dan tidak panas untuk bekerja di perusahaan tambang yang didesain Mr. Levis Strauss. Kisah Sukiyanto pemilik Gerai Es Teler 77 yang 77 kali ganti usaha. Sebelum frustrasi akhirnya sang mama membuatkan Es Teler-77 yang berbeda dengan es teler yang lain.

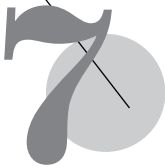
Kisah perjuangan seorang makelar tiket bus yang bisa menyekolahkan anaknya tamat dari perguruan tinggi. Kisah tukang becak yang mengantar anaknya naik becak ke kampus. Ternyata sang mahasiswi anaknya itu sebagai wisudawan terbaik dan mendapat beasiswa program master ke perguruan tinggi luar negeri. Kisah perempuan setengah tua penjual daun jati yang menempuh perjalanan 15 km hanya untuk memperoleh Rp30.000 untuk ditukar dengan beras dan bumbu dapur.

Mengingat *features* lebih mengandalkan tuturan atas kejadian, situasi, peristiwa, atau proses terjadinya peristiwa, maka dalam penyajian tulisan, *features* ini harus jelas dan juga logis. Tidak dibenarkan dalam penulisan *features* disajikan ungkapan yang didramatisir, dilebih-lebihkan (bombastis) atau diberi penafsiran subjektif dari penulisnya yang tidak ada kaitannya dengan esensi *features*. Pantangan yang harus dihindari dalam penulisan *features* adalah menggurui (didaktis). Dengan demikian, penulisan *features* akan lebih menarik jika dibiarkan bercerita sesuai keadaan yang sesungguhnya sehingga tanpa terasa pembaca menjadi terhibur.

6.3.4 *Features* Sejarah (*Hystorical Features*)

Keempat, historical features yaitu tulisan yang mengisahkan peristiwa sejarah berkaitan dengan tokoh dan peristiwanya. *Features* ini mirip historiografi yang dijadikan metode penulisan sejarah dengan menggali fakta-fakta untuk dijadikan bukti adanya sejarah. Jurnalis dapat mengangkat tema penulisan sejarah bangsa, seperti lahirnya pancasila, penulisan proklamasi kemerdekaan, hari pahlawan, pergerakan Boedi Oetomo, dan Soempah Pemoeda. Sejarah transportasi seperti kereta api, sejarah pendidikan, sejarah musik, sejarah busana, sejarah kuliner, dll.

Features ini juga mengisahkan sejarah tempat, berikut peristiwa, dan orang yang terkait dengan tempat itu. Sejarah Candi Borobudur, Prambanan, Mendut, dan Penataran. Sejarah kejayaan di masa Sriwijaya, Majapahit, Demak, dll. Topik-topik ini dapat dijadikan bahan penulisan *features* sejarah.



TEKNIK PENULISAN ARTIKEL OPINI

7.1 Pengertian Opini

Artikel opini adalah jenis tulisan yang berisi gagasan, ulasan, atau kritik terhadap suatu persoalan yang ada dan berkembang di tengah masyarakat serta ditulis dengan bahasa populer. Artinya opini dapat dimengerti oleh audiens berdasarkan tingkat pendidikan yang rendah sampai tertinggi karena opini dibaca oleh khalayak.

Proses penulisan opini mengangkat hal-hal yang bersifat aktual, original, kreatif, dan inovatif. Materi opini berkaitan dengan peristiwa aktual yang terjadi, seperti opini tentang banjir rutin di Jakarta pada musim hujan, tanah longsor, atau tanah bergerak pada musim hujan di berbagai daerah. Kebakaran, kecelakaan darat, laut, udara yang sering terjadi yang memakan banyak jiwa. Materi opini juga dapat diambil dari peristiwa tetap. Misalnya, Hari Pendidikan 2 Mei, Hari Buruh 1 Mei (Mayday) Hari Kepolisian 1 Juli, Hari Kemerdekaan 17 Agustus, Hari Pahlawan 10 November, Hari Ibu 22 Desember, dst. Selain hari yang disebutkan di atas masih ada Hari Bebas Tembakau, Hari Bapak, Hari Antinarkoba, Hari Kasih Sayang (*Valentine*), hari-hari agama, dll. Oleh karena itu, seorang penulis artikel opini harus jeli dalam memandang aktualitas persoalan yang ditulisnya.

Aktualitas topik dalam media massa biasanya memiliki waktu terbatas. Oleh karena itu, penulis opini akan selalu cepat dalam menanggapi isu-isu aktual yang berkembang di masyarakat (Bahar, 1996: 40). Tujuan penulisan opini sebagai wahana untuk menampung ide-ide, gagasan, pemikiran, pandangan (visi) penulis tentang persoalan yang berkembang di masyarakat. Kendatipun dalam penulisan artikel opini semua persoalan dapat ditulis, namun perlu memperhatikan beberapa hal.

Pertama, persoalan yang ditulis berkaitan dengan masalah aktual yang terjadi di masyarakat. Misalnya, peristiwa kebakaran di penjara Tangerang yang menewaskan puluhan orang. Menurut para saksi mata, jatuhnya banyak korban karena petugas kesulitan menemukan kunci sel. Mengapa bisa terjadi? Apakah ini akibat kelalaian atau ada unsur kesengajaan? Tidakkah ada prosedur tetap (protap) dalam mengatasi bahaya kebakaran? Siapa yang bertanggung jawab?

Topik aktual mengenai penanganan kasus Covid-19 yang sudah berlangsung selama 1,5 tahun sejak ditetapkan sebagai pandemi oleh WHO pada 11 Maret 2020. Apa yang dilakukan pemerintah dan bagaimana partisipasi masyarakat. Bagaimana pencegahannya? Bagaimana meningkatkan disiplin dalam menerapkan prosedur kesehatan 5M?

Kedua, persoalan yang ditulis tidak menghasut, mengadudomba, memfitnah, dan membuat timbulnya perpecahan di masyarakat. Penulis opini wajib mempertimbangkan efek yang mungkin terjadi akibat tulisan. Opini mencoba mencari penyelesaian terhadap masalah penting yang sedang terjadi dan mencari jalan keluar dengan menggunakan data-data dan analisis rasional. Hal sensitif yang biasanya terjadi berkaitan dengan isu SARA. Sebagai contoh opini tentang penistaan agama, kejadian yang menimpa suku tertentu atau golongan tertentu, jika tidak hati-hati menuliskannya dapat menyebabkan fitnah dan adu domba. Dalam kasus ini misalnya, seorang penulis opini dapat mencari jalan keluar dan membuat pihak yang terlibat mendapat pencerahan.

Ketiga, isi tulisan sebaiknya lebih berupa solusi terhadap persoalan yang sedang terjadi dan viral dibicarakan di masyarakat. Misalnya, soal penguasaan lahan tanpa hak, kerusakan lingkungan hidup karena hadirnya perusahaan di hutan konservasi, kesewenang-wenangan oknum aparat berbuat anarkis pada demo mahasiswa, kasus ibu yang menjual anak gadisnya melakukan kegiatan prostitusi, penduduk yang tak jauh dari ibukota yang tidak beraliran listrik karena tak mampu membayar tagihan, dst. Penulis dapat memilih persoalan yang sedang viral di masyarakat.

Lalu, apakah artikel opini yang ditulis pembaca atau jurnalis dapat memengaruhi pembaca? Pertanyaan ini sulit dijawab. Orang mengetahui bahwa opini bukan pendapat yang bulat, utuh, sebab opini masyarakat memang beragam, masih tidak keruan, dan masih dicampur dengan sentimen pribadi. Pendeknya, opini belum tentu sanggup memengaruhi masyarakat. Kepercayaan masyarakat terhadap opini ada lapisnya.

Sebagai contoh, orang mengetahui dan percaya bahwa Cristiano Ronaldo dan Lionel Messi adalah jawara sepakbola dunia. Orang mengetahui bahwa Khabib Nurmagomedov adalah atlet MMA yang tak terkalahkan. Anggun C. Sasmi dan Agnez Mo adalah artis terkenal di dalam dan luar negeri. Semua orang percaya dengan legitimasi tersebut. Apakah orang percaya jika opini yang ditulis mengajak menghargai demokrasi—berisi demokrasi mesti dihidupkan, lembaga harus begini rupa benar, mesti ini-mesti itu, dan sebagainya—semakin sulit orang percaya (Siregar dan Suardjana, 1995: 17).

7.1.1 Tajuk Rencana dan surat Pembaca

Dalam surat kabar dan majalah terdapat beberapa jenis artikel opini yang berupa artikel atau kolom, tajuk rencana, pojok, dan pikiran pembaca. Apabila artikel dan pikiran pembaca ditulis oleh pihak luar, maka tajuk rencana ditulis oleh wartawan dari kalangan internal media. Tajuk rencana ditulis oleh wartawan senior berisi isu aktual yang sedang viral atau berkembang di

masyarakat. Bagaimana media bersikap atas peristiwa tersebut. Dengan demikian, tajuk rencana dan pojok dianggap tulisan yang mencerminkan sikap pengelola media (Koesworo, dkk., 1994: 110-111).

Tajuk rencana menggunakan bahasa jurnalistik yang baku dan serius. Di dalamnya ada unsur analisis dan pemecahan atau jalan keluar. Sementara pojok lebih bersifat santai dan mengajak pembaca tersenyum dan tertawa terhibur. Harian *Kompas* dan *Jawa Pos* misalnya, rubrik pojok selalu menampilkan kekhasan masing-masing media. Dalam pojok harian *Kompas* biasa menuliskan 3 pojok tentang peristiwa aktual, tokoh, dan partai seperti kalimat berikut, “Bagi-bagi vaksin Covid abaikan warga lansia. Mereka adalah orang tua kita, lo”. Nengah Widiasih raih perak di Paralimpiade. *Manusia kuta sejati...*. “Partai politik sepakat jaga stabilitas. *Artinya, tahan diri tak kampanye dini, ya?*”

Baik yang ditulis dalam tajuk rencana dan pojok keduanya sama-sama masalah yang berkembang mutakhir, yaitu masalah yang menjadi perhatian masyarakat. Tajuk rencana cenderung mengajak pembaca merenung dan berpikir. Kesan yang dibawa dituntut secara mendalam. Sementara pojok hanya menampilkan kesan selintas dan hanya bersifat impresif. Tajuk rencana ditulis seperti artikel menggunakan analisis yang mendalam agar mewakili berbagai “kepentingan” secara adil.

Berikut bagian depan contoh tajuk rencana dari harian *Kompas* 28 Agustus 2021.

Sinyal Harga Gabah

Kasus harga gabah di bawah harga pokok pembelian pemerintah selama 16 bulan terakhir dapat menjadi indikasi perubahan konsumsi. Kasus harga gabah petani di bawah harga pembelian pemerintah (HPP) menurut data Badan Pusat Statistik terjadi sejak April 2020 hingga Juli 2021. Keadaan ini di luar kebiasaan sebelum Pandemi

Covid-19 di Indonesia yang kasus pertamanya ditemukan pada 2 Maret 2020.

Harga gabah petani dari waktu ke waktu berfluktuasi. Saat panen musim rendeng antara Februari dan Juni biasanya harga gabah turun di bawah HPP karena produksi sedang tinggi. Antara Juli dan November atau Desember, harga gabah petani biasanya di atas HPP karena pada musim kemarau produksi beras nasional turun.

...

Kita bisa menduga, pembatasan aktivitas di tempat umum menyebabkan pekerja dan pelajar lebih banyak berada di rumah. Di rumah boleh jadi konsumsi karbohidrat penduduk tidak hanya nasi, tetapi juga sumber lain, seperti mi dan roti yang lebih mudah dan praktis dalam pengolahan dibandingkan dengan nasi. Tahun 2020 penjualan mie instan naik di atas 10 persen dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Hal lain, kemungkinan berkurangnya konsumsi beras karena berganti ke sumber karbohidrat lokal seperti jagung, umbi-umbian, dan sagu. Bisa jadi juga masyarakat mengurangi jumlah nasi dan menggantinya dengan sayuran, protein hewani, atau nabati, buah, dan jajanan.

Apabila terjadi penganejaragaman makanan, kita melihat arah perubahan positif. Pengurangan beras dari sisi lingkungan baik. Produksi padi sawah boros air. Memproduksi satu kilogram padi di sawah di dataran rendah membutuhkan rata-rata 1.432 liter air. Penganejaragaman pangan juga baik bagi kesehatan. Petani tanaman pangan didorong beralih bertani komoditas bernilai ekonomi tinggi.

Namun, rendahnya harga gabah petani perlu diwaspadai bila merupakan tanda turunnya daya beli

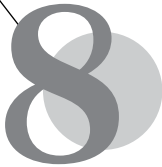
masyarakat. Beras masih menjadi pengeluaran pangan terbesar penduduk berpendapatan menengah ke bawah. Bahkan, makanan memberi sumbangan terbesar pada inflasi. Presiden Joko Widodo dalam Rakornas Pengendalian Inflasi 2021, Rabu (25/8/2021), mengingatkan inflasi tahun ke tahun yang rendah, yaitu 1,52 persen pada Juli 2021, boleh jadi mengindikasikan turunnya daya beli masyarakat akibat pembatasan sosial.

Kita perlu paham duduk soal mengapa terjadi kasus gabah petani rendah, PBS perlu diberi data khusus untuk meneliti dampak pandemi terhadap perubahan pola konsumsi dan daya beli masyarakat.

Tajuk rencana di atas menginformasikan kepada pembaca tentang harga pembelian pemerintah turun karena pola konsumsi masyarakat selama pandemi Covid-19 berubah. *Kompas* juga menyarankan agar petani beralih untuk menanam bahan pangan yang bernilai ekonomi.

Tajuk rencana dipilih berdasarkan prioritas dari sekian masalah yang muncul di masyarakat dan menjadi perhatian media yang kemungkinan menjadi bahan pertimbangan pembaca khususnya pengambil kebijakan. Tajuk rencana memiliki pembaca terbatas dan kurang menjadi minat pembaca dibandingkan rubrik opini pembaca. Dengan demikian, tajuk rencana wajib ada dalam penerbitan media cetak karena keterlibatan media dalam menyikapi problem yang sedang berkembang di masyarakat.

Semua media cetak baik surat kabar, majalah, dan tabloid menyediakan rubrik surat pembaca. Setiap media memiliki nama sendiri. Ada yang menamakan surat pembaca, kontak pembaca, redaksi Yth., dll. Intinya surat pembaca merupakan keluhan, kritik, saran, atau semacam “urun rembuk” yang menyangkut kepentingan umum. Surat pembaca juga berisi pengaduan, peringatan. Misalnya, surat pembaca yang mengeluh tentang tumpukan material pembangunan yang mengganggu pengendara.



MEMUBLI- KASIKAN KARYA JURNALISTIK

8.1 Mengenal Jenis Media Massa

Penulis yang berkiprah dalam penulisan ragam jurnalistik di media massa wajib mengenal tulisan yang akan dipublikasikan. Terutama memahami gaya khas, gaya selingkung media terkait dengan kebijakan dan ideologinya. Media memiliki berbagai karakter terutama dengan kebijakan dan ideologi yang dibangun pemilik dan perusahaan. Terdapat media yang secara khusus bergerak untuk memublikasikan di bidang politik, ekonomi, sosial, budaya, bahkan agama.

Dalam suatu negara terdapat enam ragam sistem normatif media massa, termasuk di dalamnya sistem pers, yaitu (1) Sistem pers otoriter; (2) Sistem pers bebas; (3) Sistem pers tanggung jawab sosial; (4) Sistem pers Soviet (Rusia); (5) Sistem pers pembangunan; dan (6) Sistem pers demokratik (MacQuail, 1987: 22-27).

Pada masa pemerintahan Soeharto menggunakan istilah Pers Pancasila atau pers pembangunan pada saat yang sama digunakan di negara berkembang Asia, Afrika, dan Amerika Latin. Pers Pancasila memiliki karakteristik pers negara berkembang (1) Media diwajibkan menerima dan melaksanakan tugas-tugas positif pembangunan sesuai dengan kebijakan nasional; (2) Kebebasan media perlu dibatasi sesuai dengan prioritas ekonomi dan kebutuhan masyarakat dalam pembangunan; (3) Isi media

perlu memprioritaskan kebudayaan dan bahasa nasional; (4) media perlu memprioritaskan berita dan informasi kepada negara-negara berkembang lainnya yang memiliki kedekatan geografis, budaya, dan politik; (5) wartawan dan pekerja pers hanya mempunyai tanggung jawab kebebasan dalam melaksanakan tugasnya mengumpulkan dan menyebarkan informasi; dan (6) demi kepentingan pembangunan, negara berhak ikut campur (MacQuail, 1987: 21-23).

Setelah jatuhnya pemerintahan Orde Baru selama 32 tahun dan diangkatnya B.J. Habibie menjadi presiden, pers Indonesia mengalami perubahan. Di satu sisi pers diidealkan sebagai alat kontrol sosial dan menjadi saluran komunikasi rakyat, sehingga pers berkewajiban memberikan kepada publik apa yang mesti mereka ketahui berkaitan dengan berbagai peristiwa yang tidak pernah terberitakan ketika Soeharto berkuasa. Di sisi lain, pers sebagai industri juga memerlukan kelangsungan hidup, mendapatkan keuntungan finansial untuk menciptakan modal dan menyejahterakan pemilik dan karyawan pers (Hadi, 1995: 17-18).

Dengan kepentingan bisnis, pers memprioritaskan pembentukan selera publik daripada apa yang diketahui publik (Lesama, 1995: 9-14). Dibandingkan pers di masa Orde Baru, pers di awal reformasi mulai terbebas dari tekanan-tekanan pemerintah. Pers tidak lagi mengalami hegemoni dari pemerintah. Hal ini karena pers di era Presiden B.J. Habibie kurang lagi memiliki *power*, kekuatan berkuasa, serta melakukan mekanisme formal untuk melakukan berbagai kepentingan melalui pers. Pada masa ini muncul Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers.

Paradigma pers pada masa awal reformasi (1) Memiliki sikap skeptis. Setiap informasi yang diperoleh dari sumber tertentu harus selalu dipertanyakan, tidak diterima begitu saja. Selalu ada keraguan dan kecurigaan. Apa memang benar begitu kejadiannya? Apakah tidak ada fakta lagi selain itu? Demikian pula tampilnya tokoh baru atau perubahan sikap tokoh tertentu harus dipertanyakan apakah tokoh itu baru atau hanya berganti

baju; (2) Rasa ingin tahu yang kuat. Sikap selalu mempertanyakan setiap informasi yang diperoleh dari pihak tertentu menumbuhkan rasa ingin tahu yang kuat. Mengapa seseorang berbuat atau berkata demikian? Dengan demikian perlu menelusuri masa lalu (*track record*) yang bersangkutan. Dari sini akan diketahui sikap atau perbuatan tokoh dalam kurun waktu yang panjang; (3) Mencari informasi dari sumber dengan hierarki atas bawah. Sikap skeptis dan rasa ingin tahu jurnalis ini tidak semata-mata mengandalkan informasi yang diperoleh dari sumber utama; (4) Menjelaskan (verifikasi) kejadian berdasarkan fakta empiris. Wartawan akan mencari fakta sebanyak dan selengkap mungkin; (5) Memosisikan pers sebagai ruang bebas publik (*public sphere*), (6) Memosisikan pers menjalankan fungsi kontrol; dan (7) memosisikan pers menjalankan fungsi memfasilitasi debat publik. Isi liputan yang kaya fakta empiris dan diperoleh dengan beragam sumber, memungkinkan khalayak bisa menentukan fakta mana yang paling bermanfaat bagi kehidupan pragmatismenya. (Pasaribu, 1999: 108).

Di era informasi seperti ini keterbukaan atau transparansi sudah menjadi bagian yang tak terlepas dalam kehidupan pers modern. Prinsip-prinsip jurnalistik umum seperti penyampaian berita yang faktual, akurat, jujur dengan prinsip pemberitaan yang seimbang (*balance*) dan meliput dua sisi (*cover both side*), tidak memihak (*impartial*), proporsional, objektif, dan *check and recheck* harus dilakukan wartawan masa kini (*Media Indonesia*, 2000: 11-16).

Liputan-liputan khusus yang berkaitan dengan konflik horizontal antarwarga, masalah gender, pengadilan, kriminalitas anak di bawah umur, kejahatan seksual, perkosaan, kekerasan, pembunuhan, sadisme, meliput lingkungan hidup, meliput ilmu pengetahuan dan teknologi (iptek), opini, dan surat pembaca diatur dalam kebijakan khusus (*Media Indonesia*, 2000: 17-26). Hal ini dilakukan tidak lepas dari prinsip kehati-hatian agar tidak menimbulkan konflik di masyarakat.

8.1.1 Media Cetak

Media cetak merupakan sarana atau perantara komunikasi yang dicetak pada bahan dasar kertas dan kain untuk menyampaikan pesan atau informasi. Jenis media cetak yang termasuk di dalam media massa adalah surat kabar atau koran, majalah, tabloid, zine, buletin, dan lain sebagainya. Media cetak dalam surat, kabar, majalah, dan tabloid selain menginformasikan berita, *features*, kolom, dan resensi juga memuat iklan, baik iklan perusahaan maupun iklan layanan masyarakat. Pemuatan iklan ini selain sebagai pendapatan media juga menopang keberlanjutan media dalam mengembangkan perusahaan dan menggaji para awak media.

Media cetak, seperti surat kabar dan majalah ada yang terbit di ibu kota dan di daerah. Koran ibu kota yang memiliki tiras besar dan memiliki wilayah edar yang luas di berbagai daerah misalnya koran *Kompas*, *Media Indonesia*, *Republika*, *Tempo*, dll. Koran daerah yang memiliki penggemar dan eksis sebagai bacaan masyarakat di wilayah tersebut di antaranya *Kedaulatan Rakyat* (Yogyakarta), *Pikiran Rakyat* (Bandung), *Suara Merdeka* (Semarang), *Waspada* (Medan) dan hampir semua daerah di Indonesia terbit koran *Tribun* sebagai bacaan dan referensi informasi berita lokal. Sementara *Jawa Pos* (Surabaya) meskipun berbasis di Jawa Timur penyebarannya meluas ke skala nasional dengan sisipan *Radar*-nya.

8.1.2 Media Daring (*Online*)

Media daring merupakan media dalam jaringan. Daring sendiri merupakan singkatan dari dalam jaringan. Dalam konteks ini dalam jaringan yang dimaksud merupakan jaringan *online*. Jaringan *online* merupakan sesuatu yang berhubungan dengan teknologi dan internet. Karakter dari media daring memiliki keunggulan dibandingkan media cetak dalam hal kecepatan informasi (*immediacy*), pembaruan informasi (*updating*), timbal balik (*interactivity*), personalisasi (*audience control*), kapasitas tak

terbatas (*storage and retrieval*), adanya *hyperlink*, dan *multimedia capacity*. Media daring juga memiliki dampak positif dan negatif. Dampak positif sebagai media informasi, media pertukaran data, media pencari informasi, memiliki kemudahan dalam bertransaksi. Dampak negatif media daring adalah pornografi, penipuan, dan kurangnya berinteraksi secara nyata. Istilah populernya yang dekat jadi jauh, yang jauh jadi dekat.

Dalam hal pembaruan informasi dengan tidak adanya keterbatasan dalam menggunakan internet dan dapat diakses kapan dan di mana saja, sehingga pembaruan informasi dan publikasi tidak memiliki batas waktu. Pembaruan informasi begitu cepat tersebar di mana-mana. Untuk melihat akurasi sebuah berita dapat dilihat dari pembaruan pemberitaan yang masih dalam satu topik di media lain.

Hampir semua surat kabar, majalah, tabloid selain terbit dalam edisi cetak juga menggunakan media *online*. Media masa yang pertama kali menggunakan media *online* adalah *detik.com* pada 2005. Disusul oleh media lain seperti *kompas.com*, *republika.co.id*, *tempo.co*, *gatra.com*, *jawapos.com*, *kontan.co.id*, dll. Selain Media besar yang disebutkan terdapat media *online* yang dikelola secara mandiri oleh lembaga dan memiliki kepentingan tersendiri baik bisnis, ekonomi, bahkan politik.

Beberapa media *online* yang dapat dijadikan ajang berkomunikasi dan bisnis yang masih relevan di era sekarang di antaranya Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, dan tentunya lokapasar (*marketplace*).

Media *online* berbasis lokapasar yang begitu berpengaruh dalam pemasaran dan bisnis diantaranya Gojek, Grab, Tokopedia, BukaLapak, Shopee yang memberi fasilitas kemudahan dalam mobilitas orang, barang dan jasa. Melalui media *online* ini orang dengan mudah untuk melakukan kegiatan apa pun dari kegiatan ringan membeli makanan (GoFood), melakukan perjalanan (GoRide/Car) bahkan kalau Anda lelah tidak mau mengerjakan pekerjaan rumah dapat memanfaatkan GoClean dan GoMassage.

Dunia pendidikan dan dunia perbankan sangat memerlukan media *online*, karena karakteristiknya yang cepat dan dapat menjangkau banyak pengguna. Tentu saja dengan kehadiran media *online* juga akan berdampak pada pengurangan tenaga kerja formal seperti pekerja bank, dan pelayan toko, karena semua transaksi bisa dilakukan secara *online*.

8.2 Mengenal Karakter Media Massa

Media massa, baik yang cetak maupun daring, memiliki afiliasi politik berkaitan dengan organisasi dan pemiliknya—dalam hal ini berlaku untuk radio dan televisi. Tak satu pun media tidak memiliki kepentingan dengan perusahaan. Beberapa surat kabar memiliki perspektif pemberitaan yang berafiliasi pada pemerintah, masyarakat, netral, atau pro pada yang lain (Suroso, 2003: 26-27).

Koran yang pemiliknya berideologi pro pemerintah akan mengadvokasi kepentingan pejabat pemerintah baik yang ada di lembaga eksekutif, legislatif, dan yudikatif serta dari kalangan militer dalam rangka menyelamatkan surat kabar dari tekanan pemerintah. Industri pers akan menyelamatkan bisnisnya dengan cara tidak melakukan konfrontasi dengan pemerintah. Media tidak mau mengambil resiko kehilangan dukungan pemerintah. Terlebih bila ada acara unggulan dari media tersebut digemari masyarakat.

Koran yang perspektif pemberitaannya pro masyarakat yang mengadvokasi suara cendekiawan di luar pemerintahan seperti tokoh masyarakat, cendekiawan perguruan tinggi, tokoh LSM, pemimpin organisasi sosial politik dalam rangka mengakarkan surat kabar kepada publik pembaca. Walaupun pers berusaha mengadvokasi kepentingan pembaca, namun pers tidak meninggalkan kegiatan “bisnis” dengan memanajemen penerbitan untuk meningkatkan tiras dengan menggaet pemasang iklan, khususnya dari pengusaha yang tidak cenderung kepada afiliasi tertentu.

Media yang perspektif pemberitaannya bersifat netral supaya pembaca dapat menentukan alternatif atas fakta yang ditawarkan baik dari sisi masyarakat maupun pemerintah. Pers menyelamatkan prinsip-prinsip jurnalisme secara baik dan benar, dengan menuliskan berita yang akurat, objektif, seimbang, dan mengover dua sisi baik pemerintah maupun masyarakat. Pers membangun kecendekiaan tanpa harus didikte oleh kepentingan publik.

Keberpihakan pers pada golongan masyarakat tertentu, tetapi lebih spesifik lagi kepada kebutuhan akar rumput yang terpetakan dalam keinginan mayoritas. Keberpihakan media yang dikelola komunitas muslim misalnya, akan mempengaruhi sikap pembaca muslim dalam menentukan keputusan. Contoh dalam memilih pemimpin diupayakan pada calon yang memiliki kualitas, integritas keislaman yang dapat mengabdikan kepada Indonesia yang penduduknya mayoritas Islam. Demikian pula dalam kasus pemilu, koran yang dikelola oleh komunitas muslim akan memihak kepada wakil rakyat yang beragama Islam.

Sedangkan koran yang pengelolaannya tidak mengatasnamakan agama tertentu, keberpihakannya kepada partai tertentu didasarkan pada konstituen partai yang jumlahnya sangat besar dan memengaruhi pembaca koran yang bersangkutan. Keberpihakan pada konstituen partai ini mengingat jumlah pembaca yang besar ditinjau dari usia, pekerjaan, dan tingkat pendidikan. Namun, saat ini temuan perspektif media seperti dalam penelitian tersebut menjadi lebih kompleks permasalahannya. Kehadiran media daring seperti situs web, blog, Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube membuat pembaca semakin cerdas untuk memilih informasi yang bermanfaat bagi dirinya. Media yang berhasil adalah media yang membuat pembacanya berpikir kritis atas fakta yang disampaikan, menganalisis, dan mengambil kesimpulan sendiri dari informasi yang diperoleh.

8.2.1 Pemilik Media dan Afiliasi Politik

Industri pers dan televisi Indonesia dewasa ini sudah tergambar di sebuah negara sejak belasan tahun yang lalu. Studi yang dilakukan Robert W McChesney menjelang tahun 2000 silam menemukan bahwa berita dan informasi yang disajikan oleh media global selalu merepresentasi kepentingan pemilik modal dan berlangsung secara sistematis. Dalam studinya yang kemudian dituangkan dalam buku berjudul *Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Time*, McChesney memaparkan bahwa media massa global telah dikontrol oleh korporasi dan, karena itu, mengaburkan makna kebebasan pers yang selama ini menjadi jargon paling penting dalam dunia jurnalistik (Mustary, 2012: 127).

Kebebasan pers yang dijamin dalam UU No 40 Tentang pers pasal 4 menyebutkan bahwa (1) Kemerdekaan pers dijamin sebagai hak asasi warga negara; (2) Terhadap pers nasional tidak dikenakan penyensoran, pembredelan, atau pelanggaran penyiaran; (3) Untuk menjamin kemerdekaan pers, pers nasional mempunyai hak mencari, memperoleh, dan menyampaikan gagasan dan informasi; dan (4) Dalam mempertanggungjawabkan pemberitaan pers di depan hukum, wartawan mempunyai hak tolak. Namun, faktanya, pers—khususnya televisi—tidak luput dari tekanan-tekanan khususnya korporasi. Kasus dihilangkannya acara favorit “Mata Najwa” di televisi sebelah atau “Indonesia Lawyer Club” tidak lepas dari campur tangan korporasi.

Media yang dimiliki korporasi tidak lepas dari kepentingan bisnis dan politik. Dalam beberapa hal karyawan televisi dianggap bekerja pada korporsi atau majikannya. Kebijakan-kebijakan yang dilaksanakan di televisi selain berdasar regulasi undang-undang penyiaran, juga harus “tunduk” pada si majikan. Sebagai contoh, pengusaha kaya Indonesia, pemimpin partai, sekaligus memiliki beberapa stasiun televisi lain. Sebagai media, televisi memiliki dua kaki. Selain bertujuan memberi informasi, edukasi, rekreasi, dan media kontrol sosial. Di kaki yang lain dia adalah kendaraan

pemiliknya untuk tujuan tertentu seperti politik, popularitas, dan sebagainya. Dengan demikian, beberapa stasiun televisi swasta nasional dimiliki pimpinan sebuah partai politik.

Dengan memiliki stasiun televisi, pemilik bisa beriklan gratis atas partainya, sekaligus sebagai media untuk mencari keuntungan melalui iklan yang didapat. Pengkajian secara serius mengenai hubungan antara modal (khususnya pemilik modal pada industri media) dengan perkembangan demokrasi juga baru berlangsung pada penghujung abad ke-20 antara lain *Media Ownership and Control in the Age of Convergence* (1996) karya Vicki Mac Leod, *Media Monopoly* (1997) karya Ben Bagdikian, dan *Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Time* (2000) karya Robert W McChesney (Mustary, 2012).

Afiliasi media juga dipengaruhi perselisihan elite penguasa terhadap media, terutama sejak Orde Baru. Sejak peristiwa G30S PKI hampir semua penerbitan cetak dilarang terbit oleh pemerintah. Orde Baru memprakarsai diterbitkannya media cetak pendukung Orde Baru, seperti *Harian AB*, *Berita Yudha*, dan *Harian KAMI*. Setelah itu beberapa media lain diizinkan untuk terbit seperti *Kompas*, *Suara Karya*, *Berita Indonesia*, *Sinar Harapan*, *Harian Abadi* dan *Nusantara*. Fasilitas diberikan dalam bentuk subsidi dan kredit investasi. Subsidi juga diberikan dalam bentuk pengurangan harga kertas koran dan pengurangan ongkos angkutan udara ke daerah. Media menjadi *agent of development*, karena sebagian besar inisiatif dan pelaksanaan pembangunan dilakukan oleh pemerintah, media cenderung menjadi *agent of government* (Ishadi, 2000: 221-232).

Bila diskemakan perspektif pers dari awal era Orde Baru sampai era Reformasi digambarkan dalam matrik berikut ini (Ishadi, 2000: 226).

No	AWAL ORDE BARU (1970-1980)	MASA ORDE BARU (1980- 1998)	ORDE REFORMASI
1	Pers: <i>Agent of Development</i> • Pers disubsidi • Pers diproteksi	Pers Partner Pemerintah • Pers disubsidi • Pers diproteksi • Pers dibina	Pers sebagai <i>social control</i> . • Pers Mandiri • Pers bersaing bebas (A,I,H,T, A.W.J) CNN. CNBC, BBC
2	• Pers diminta belum ada UU Pokok Pers • Belum ada UU Penyiaran • Keputusan Berdasarkan kasus	• UU Pokok Pers menekankan Pers Bebas dan Bertanggung jawab • Tanggung jawab lebih di depan	• UU Pokok Pers yang mengacu pada kebebasan pers (UU No 40/1999 • Pers sebagai institusi Bisnis
3	• Pers sebagai Alat Pembangunan • Pers bagian dari Pembangunan	• Pers sebagai alat politik pemerintah • Pebredelan	• Pers sebagai <i>Social Control</i> • Tidak ada SIUP

8.2.2 Gaya Selingkung (Khas) Media

Media memiliki kekhasan atau apa yang disebut dengan gaya selingkung. Hal ini terkait dengan kebijakan keredaksian dan pespektif ideologi yang dijadikan dasar atau pijakan para pengelola atau korporasinya. Setiap media memiliki rambu-rambu atau pedoman yang harus diikuti oleh semua awak media baik di tim redaksi dan para wartawan. *Media Indonesia* misalnya, memiliki *Buku Pegangan Wartawan* (2000) yang diterbitkan oleh Litbang Redaksi *Media Indonesia*. Buku pedoman ini berisi visi dan misi *Media Indonesia*, *code of conduct* berkaitan dengan etika wartawan dan sumber berita, kebijakan umum dan kebijakan khusus dalam peliputan.

Majalah *Tempo*, yang terkenal dengan rubrik Catatan Pinggir ala Goenawan Mohamad yang orang menyebutnya sebagai “jurnalisme sastra” memiliki semacam buku pintar *Seandainya Saya Wartawan Tempo* (Bujono dan Hadad, 1997). Buku ini berupa catatan pembelajaran dan refleksi wartawan *Tempo* bagaimana

JURNALISME DI ERA INFORMASI

Era informasi ini memiliki istilah lain yang senada yaitu disebut sebagai era revolusi industri 4.0 (*The Fourth Industrial Revolution*), era revolusi digital, era *big data*, era masyarakat informasi, era masyarakat pengetahuan, era inovasi disruptif, era ekonomi kreatif, hingga era pascakebenaran (*The Posttruth*) yang mana, di era ini telah banyak perubahan-perubahan yang terjadi secara radikal.

9.1 Jurnalisme di Era *Big Data*

Era *big data* membawa pengguna internet semakin tinggi sehingga berdampak pada informasi yang melimpah. Hal itu akan memberi kesempatan bagi industri jurnalistik. Kumpulan data dalam jumlah besar dapat diperoleh dan dianalisis untuk melakukan prediksi, membuat keputusan, membaca sebuah tren, melihat tingkah laku konsumen, dll. Sedikitnya itulah penjelasan Marsya Nabila dalam reportasenya berjudul “Mendiskusikan Pentingnya Implementasi Big Data dalam Jurnalistik” di *dailysocial.id*.

Menurut Wahyu Dhyatmika, perwakilan dari Aliansi Jurnalis Independen (AJI), menerangkan jurnalisme data sangat ampuh untuk menajamkan *angle* seorang jurnalis sebelum menayangkan berita. Cara kerja jurnalisme data sama seperti pada umumnya, yakni merumuskan pertanyaan, menemukan data, mendapatkan

data, memilah data, menganalisis, dan mempresentasikan data.

Industri media akan lebih dipercaya manakala disertai penggunaan dan analisis data yang memadai. Dengan demikian, diperlukan ketelitian dalam memilah data saat akan digunakan sebagai acuan, baik untuk penelitian maupun penulisan berita. Sebagai contoh, *big data* diperlukan saat menjawab hipotesis dari pertanyaan yang ingin dipecahkan. Jika hipotesis terbantahkan, jurnalis dapat mengubah tulisan mereka. Cobalah latihan di bawah ini.

1. Carilah informasi dari internet berkaitan dengan rencana penulisan topik tantangan pendidikan di era merdeka belajar. Tentang jumlah penduduk Indonesia yang berpendidikan dasar, menengah, dan tinggi. Perbandingan tingkat pendidikan penduduk Indonesia dibandingkan dengan tingkat pendidikan negara maju (Amerika, Kanada, Jepang, Jerman, Inggris, Italia, dan Rusia). Bandingkan tingkat pendidikan orang Indonesia dengan penduduk negara berkembang lainnya (20 negara). Buatlah simpulan atas data-data tersebut upaya yang dilakukan pemerintah Indonesia atas data tersebut.
2. Carilah data jumlah orang kaya Indonesia dan jumlah orang miskin Indonesia. Carilah data pekerjaan orang kaya dan orang miskin di Indonesia. Buatlah ketimpangan mengapa tidak ada pemerataan pendapatan di Indonesia. Orang miskin bekerja hanya untuk bisa memenuhi kebutuhan primer makan dan pakaian. Orang kaya tidak bekerja tapi bisa melipatgandakan kekayaannya. Uang yang bekerja bagi orang kaya. Buatlah analisis pemerataan pendapatan bagi penduduk Indonesia.

9.2 Perubahan Radikal, Tak Terprediksi, Kompleks, dan Ambigu

Disrupsi erat hubungannya dengan buku yang berjudul *Leading in a VUCA World: Integrating Leadership, Discernment and Spirituality* yang dieditori oleh Jacobus (Kobus) Kok dan Steven C. van den Heuvel yaitu *volatile, uncertain, complex,*

dan *ambiguous volatilitas* mengacu pada kecenderungan untuk berubah dari satu keadaan ke keadaan lain. Dalam kondisi tertentu, bahan yang mudah menguap dapat meledak secara berbahaya, berubah dengan cepat dari stabil menjadi tidak teratur. Ini memberikan implikasi lain bahwa kondisi *volatile* adalah kondisi yang berbahaya. Hal ini terjadi dalam bisnis, pendidikan, bahkan dalam tata nilai di masyarakat. Ketidakpastian (*uncertainty*) mengacu pada kurangnya informasi spesifik, yang dapat ditemukan dengan menjawab pertanyaan spesifik. Misalnya, apa hari ini akan hujan? Apakah pemerintah mampu meningkatkan SDM, ekonomi? Adalah pertanyaan yang merupakan upaya untuk mencirikan ketidakpastian.

Kompleksitas (*complexity*) mengacu pada jumlah komponen dan hubungan antarkomponen. Penggunaan kompleksitas oleh orang awam yang normal cenderung terlalu menyederhanakan ruang lingkup masalah praktis yang dihadapi para pemimpin dalam organisasi. Ambiguitas (*ambiguity*) mengacu pada banyak atau tidak tetap, membingungkan dalam kata *ambiance* dan *ambidextrous*. Ambiguitas merupakan penyebab stres bagi banyak orang (terutama mereka yang bekerja di organisasi yang terstruktur dengan baik) karena gangguan yang disiratkan oleh ambiguitas tidak nyaman.

Menghadapi perubahan yang demikian, jurnalis sanggup menyesuaikan informasi, data, berkaitan dengan perubahan tersebut. Dengan demikian, pembaca dapat mengantisipasi perubahan-perubahan yang disampaikan oleh jurnalis.

Menghadapi era yang tidak menentu, maka perlu redefinisi orientasi cara baru dalam menyampaikan informasi. Informasi bukan monopoli pengajar dan dosen. *Pertama*, pengajar bukan satu-satunya pemilik kebenaran. Banyak kebenaran lain yang diperoleh di luar pengajar dengan memanfaatkan informasi lain yang diperoleh melalui keterampilan hidup (*life skills*) secara nyata maupun virtual. *Kedua*, pengajar adalah fasilitator, teman diskusi, yang bertugas memberi dukungan, berbagi pengalaman,

memberi masukan. Dengan cara ini pembelajar akan antusias, terbuka, dan mengembangkan keinginan menemukan sesuatu yang baru, sesuatu yang lain. Pengajar tidak mengalihpindahkan ilmu tetapi menyemaikan ilmu, merawat dan menumbuhkan keingintahuan pembelajar untuk kreatif dan inovatif. *Ketiga*, menyeimbangkan otak, tangan, dan hati. Pembelajaran bukan hanya mengalihpindahkan pengetahuan, tetapi juga membangun keterampilan dan karakter. Dalam bahasa Unesco pendidikan yang *learning to know, to do, to be, dan to live together*.

Latihan:

1. Carilah perubahan yang tidak menentu di bidang ekonomi dan pariwisata, saat pandemi Covid-19 dan sesudah pandemi.
2. Carilah pekerjaan-pekerjaan yang akan hilang dan mungkin pekerjaan yang akan tercipta akibat perubahan yang radikal. Berilah contoh munculnya pengangguran baru akibat perubahan itu dan bagaimana penyelesaiannya.

9.3 Munculnya Media Baru

Menurut **Marshall McLuhan**, media baru atau *new media* adalah perkembangan teknologi komunikasi yang dalam sejarahnya telah memperluas jangkauan komunikasi manusia. Penggunaan istilah media baru untuk mengartikan sesuatu yang sangat mirip dengan yang dimaksudkan saat ini. Istilah media baru muncul dan bertahan serta mempunyai banyak definisi yang bisa disesuaikan dengan konteks penggunaannya.

Ronal Rice (1984) mendefinisikan media baru sebagai teknologi komunikasi yang memfasilitasi dan memungkinkan untuk terjadinya interaktivitas antara pengguna dan informasi. Interaktivitas sendiri pun sebagian besarnya merupakan karakteristik dari media baru. Tujuan dari media baru adalah untuk mengonstruksi realitas yang direayasa oleh sebuah media demi mendapatkan keuntungan secara finansial dari orang-orang yang menggunakan segala komoditas yang ditawarkan oleh media tersebut.

9

PROFESI RELEVAN DENGAN KEGIATAN JURNALISTIK

Perubahan terjadi dari dunia pertanian, industri, teknologi transportasi dan komunikasi. Indonesia akan selalu devisit bahan makan dan menjadi importir sembako ketika tidak ada perubahan dalam revolusi dalam teknologi pertanian dan industri.

Perubahan juga niscaya akan terjadi karena program studi tidak selalu paralel dengan keahlian atau profesi. Sarjana pertanian bisa menjadi wartawan atau bankers, atau sebaliknya. Sarjana Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia sudah tentu akan menjadi dosen atau guru. Namun, mereka juga berpeluang menjadi jurnalis, editor, fotografer, artis, model, MC, kapster salon kecantikan, pemilik EO (*event organizer*), tokoh LSM, atau humas di perusahaan dan lembaga pemerintah.

Empat syarat yang wajib dimiliki sarjana bahasa dan sastra, baik yang pendidikan atau nonkependidikan, yaitu kreativitas dan inovasi, kemampuan berkomunikasi, kemampuan berpikir kritis, dan berkolaborasi.

Pengembangan potensi kreatif mahasiswa dimulai dari sejak mereka di bangku kuliah sampai mereka lulus dari perguruan tinggi. Beberapa profesi yang berkaitan dengan pengembangan *soft skills* mahasiswa di antaranya seperti berikut ini.

1. Pengembangan kemampuan berkomunikasi melalui keterampilan beretorika melalui mata kuliah keterampilan berbicara, seperti MC, humas dan protokoler, motivator, konsultan, penceramah agama dst yang sanggup memotensikan kecerdasan bahasa.
2. Pengembangan kemampuan menulis melalui mata kuliah menulis faktual, karya ilmiah, menulis kreatif dari berbagai ragam bahasa Indonesia seperti jurnalistik, bisnis, sastra, dan filsafat. Kemampuan ini dapat melahirkan profesi baru seperti *content writing* dan *copy wrtiting*, jurnalis, penulis, blogger, vlogger, *gamer streamer*, perancang *trailer*, perancang *teaser*, bahkan *ghost writer*. Atta Hailintar dan Reza Arab dua nama *content creator* yang paling laris.
3. Pengembangan kewirausahaan bahasa dan seni melalui mata kuliah drama. Melalui mata kuliah ini dikembangkan kemampuan menulis skenario asli maupun produk alih wahana, pembuatan produksi teater, penyusunan sinematografi untuk membuat film pendek yang biasanya diputar prapementasan. Keterampilan melaksanakan manajemen pertunjukan melebarkan wawasan mereka untuk mengembangkan *soft skill* di bidang fotografi, videografi, sinematografi, tata rias wajah dan busana. Bahkan ada alumni perguruan tinggi yang menjadi pengusaha kuliner karena memiliki kemampuan membuat *snack* karena pernah terlibat sebagai divisi konsumsi dalam pementasan dan *event organizer*. Wirausaha kata-kata seperti produk kaos *Jogger* dan *Dagadu* membuat orang tersenyum untuk memiliki properti yang nyeleneh daripada yang lain.
4. Pengembangan *soft skills* lain sebagai pengajar BIPA, pengelola situs web, wartawan media *online*. Perintis profesi baru karena memiliki *soft skills* saat mereka menjadi aktivis UKM di kampus seperti Menwa, Pramuka, KSR, teater kampus, bela diri, basket, paduan suara, dan kegiatan seni daerah.
5. Implementasi Rekognisi Pembelajaran Lampau (RPL) bagi mahasiswa dalam kejuaraan nasional/internasional, serti-

fikasi, kegiatan kewirausahaan yang pelaksanaannya minimal 4 bulan sesuai mata kuliah yang relevan.

9.1 Fotografer

Pekerjaan jurnalistik erat hubungannya dengan kegiatan fotografi yaitu mendokumentasikan peristiwa aktual. Menginformasikan gambar peristiwa. Gambar yang bercerita. Untuk menambah profesionalitas, calon jurnalis dapat melakukan kursus fotografi, atau magang kepada para fotografer profesional. Beberapa sekolah fotografi di Jakarta, Yogyakarta, Bandung, dan Surabaya menawarkan kursus singkat yang diselenggarakan. Contoh, LaSalle College di Jakarta dapat mengubah bakat fotografi menjadi talenta. Alvin Photography Jogja yang mengkhususkan pada pemotretan *prewedding*. Kursus fotografi Jogja dari dasar sampai mahir ada pada Edufio, dll.

Penguasaan teori fotografi dan praktik memotret menjadi penanda profesionalitas fotografer. Bagi fotografer pemula, untuk menaikkan standar profesional memotret dapat magang terlebih dahulu pada fotografer profesional untuk memperdalam pengetahuan dan keterampilan memotret objek foto, mengedit, dan mencetak. Seorang fotografer juga bisa belajar secara otodidak melalui YouTube dengan bereksperimen dan inovasi kreatif untuk produksi foto yang dihasilkan.

Kemampuan dan keprofesionalan fotografer pada akhirnya akan diminati konsumen dan mendapat apresiasi finansial. Sebagai contoh, untuk membuat satu foto *prewedding* dapat dihargai signifikan. Jika dalam satu gedung membutuhkan sepuluh foto, misalnya pasti keuntungan yang diperoleh semakin memadai.

9.2 Editor

Pekerjaan menjadi editor baik di industri penerbitan maupun secara *freelance* erat hubungannya dengan kegiatan jurnalistik. Syarat yang harus dimiliki editor, selain memiliki pengetahuan kebahasaan yang memadai, berkaitan dengan penulisan kata,

kalimat, paragraf, peristilahan dan tanda baca, wajib mengikuti kode etik penyunting seperti yang disarankan Rifai (1997:88-90) di bawah ini.

1. Mengolah naskah hingga layak terbit berdasarkan patokan pembakuan yang digariskan dan dipersyaratkan.
2. Penyunting wajib memiliki sikap terbuka atas pendapat baru yang mungkin bertentangan dengan pendapat umum.
3. Penyunting tidak diperkenankan mengikuti pendapat sendiri, pendapat teman, pendapat penulis yang disenangi, sehingga menimbulkan ketidakadilan yang tidak berhubungan dengan isi naskah.
4. Penyunting dianggap kriminal manakala menggunakan naskah yang disunting untuk diterbitkan atas namanya sendiri.
5. Penyunting wajib merahasiakan informasi yang terdapat dalam naskah.
6. Penyunting wajib disiplin dalam mengerjakan penyuntingan agar tepat waktu penerbitan.
7. Dalam mengolah naskah untuk penerbitan, penyunting hanya bertanggung jawab pada bentuk formal penerbitan dan hanya pengaranglah yang bertanggung jawab atas isi.
8. Dalam menelaah dan mengevaluasi naskah penyunting tidak cukup menyatakan, “naskah ini terlalu panjang” tanpa menunjukkan bagian yang harus dibuang, ditambah, penekanan, pelurusan, atau penyulihan.
9. Penyunting tidak dibenarkan mengubah karya seseorang penulis hanya untuk menyesuaikan dengan gaya kalimat penyunting semata-mata. Perubahan naskah haruslah merupakan perbaikan nyata dalam ketepatan, kejelasan, dan keringkasan.
10. Apa pun yang terjadi, penyunting harus selalu berpihak pada penulis sehingga penyunting wajib mawas diri bukan sebagai penulis.

Beberapa kegiatan penyuntingan banyak dilakukan pada industri perbukuan, baik industri penerbitan skala besaer maupun skala kecil. Penerbit besar memerlukan penyunting baik yang bekerja penuh waktu maupun paruh waktu. Penyunting juga bisa bekerja menyunting pemakaian bahasa karya skripsi, tesis, dan disertasi.

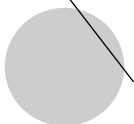
9.3 *Content Writer*

Content writer bertugas menulis konten yang sesuai denan pesanan dan relevan dengan *platform* yang akan diisi. Misalnya, situs web untuk kesehatan. Maka kontennya tentu berbeda dengan situs web teknologi.

Pembuat konten biasanya bekerja sama dengan lembaga, badan usaha, bahkan perorangan untuk memublikasikan keinginan dan tujuan pemesan konten. Pada musim kampanye pemilihan wakil rakyat, pemilihan bupati, gubernur, dan presiden, diperlukan konten-konten untuk mempromosikan kelebihan tokoh untuk dipromosikan kepada masyarakat. Demikian pula untuk perusahaan juga memerlukan apa yang disebut *content creator* untuk menghasilkan konten berupa video pendek. Penyusunan didasarkan pada konsep iklan yang diinginkan oleh pemesan. Misalnya, pembuatan iklan minuman, makanan, kerajinan tangan untuk dipromosikan dan disukai konsumen.

9.4 *Copy Writer*

Copy writer adalah pekerjaan penulis teks iklan atau materi publisitas. Namun, tidak semua pekerjaan *copy writer* berhubungan dengan iklan. Ada juga *copy writer* yang menulis konten berita dengan tujuan memberi informasi saja. Tugas *copy writer* adalah mempromosikan konten yang sudah jadi dalam bentuk gambar, video ke dalam tulisan. Mempromosikan video baru, produk baru, jasa perusahaan, dll. Tugas *copy writer* mengiklankan dan mempromosikan produk-produk dari perusahaan dan lembaga.



DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Rosihan. (1988). *Bahasa Jurnalistik dan Komposisi*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Badudu, JS. (1988). *Cakrawala Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia.
- Asa, Syubah dan Masmimar Mangiang. (1995). (Editor Siregar, Ashadi dan Suardjana I Masde) "Sejumlah Tip dalam Menghadapi Artikel Opini" *Bagaimana Mempertimbangkan Artikel Opini untuk Media Massa*. Yogyakarta: Kanisius.
- Bonar, S.K. (1991). *Teknik Wawancara*. Jakarta: Bina Aksara.
- Bujono, Bambang dan Hadad, Toriq. (1997). *Seandainya Saya Wartawan TEMPO*. Jakarta: Penerbit ISAI dan Yayasan Alumni TEMPO.
- Dinata, Arda. (2015). *Mengenal Bahasa Ragam Ilmiah*. Kompasiana Beyond Blogging.
- Ebo, Among Kurnia (ed). (1995). *Kiat Menembus Kolom dan Rubrik Media Massa Artikel, Cerpen, Resensi, dan Puisi*. Yogyakarta: Keluarga Mahasiswa Sastra Indonesia Universitas Gadjah Mada.
- Eryanto. (2001). *Analisis Wacana: Pengantar Teks Media*. Yogyakarta: LKiS, 2001.
- Fairclough, Norman. (1995). *Media Discourse*. London: Arnold.
- Fowler, Roger. (1991). *Language in the News. Discourse and Ideology in the Press*. London: Routledge.

Kemampuan menulis berita, opini, dan *features*, berimplikasi terhadap pengembangan karier kepenulisan dalam beragam bidang seperti jurnalistik, bisnis, sastra, ataupun filsafat. Kemampuan ini di banyak tempat telah melahirkan profesi baru seperti *content writing*, *copy writing*, blogger, naravlog, *gamer*, *streamer*, *trailer*, *teaser*, bahkan *ghost writer*.

Buku ini membentangkan pandangan mengenai sejarah jurnalistik, ideologi media, sekaligus menyediakan panduan menghasilkan karya jurnalistik seperti fotografi, editorial, dan kegiatan yang berkaitan dengan desain grafis.

Buku ini juga dilengkapi dengan latihan-latihan, teknik wawancara dan penulisan berita, pengenalan karakter media dan ragam bahasa jurnalistik, serta profesi yang relevan dengan kegiatan jurnalistik.



Prof. Dr. Suroso, M.Pd., M.Th.

Lahir di Kediri, 30 Juni 1960. Guru Besar Ilmu Pembelajaran Sastra, pada Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, FBS UNY. Pernah mengajar Bahasa dan Budaya Indonesia di Guangdong University of Foreign Studies (GDUFS, 2015) di Kota Guangzhu, Jurusan Bahasa Indonesia Qujing Normal University (QNU, 2017) di Kota Qujing, Provinsi Yunnan. Mengajar BIPA pada kelas kerja sama UNY-QNU-GDUFS.



ISBN 978-623-6063-37-8



9 786236 063378



cantrikpustaka
www.cantrikpustaka.com

JURNALISTIK

