

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. KAJIAN TEORI

1. Komunikasi

a) Definisi Komunikasi

Kata *komunikasi* atau dalam bahasa Inggris berarti *communication* dalam bahasa Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang memiliki arti *sama*.

Sama di sini maksudnya adalah *sama makna*. Menurut Carl I. Hovland, ilmu komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap.

Model Lasswell menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur yaitu :

- 1) Komunikator (recipient, communicator, source)
- 2) Komunikan (communicant, communicate, receiver, recipient)
- 3) Pesan (message)
- 4) Media (channel, media)
- 5) Efek (effect, impact, influence)

Jadi, menurut paradigma Lasswell yang telah dijelaskan di atas dapat disimpulkan bahwa;

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Lasswell mengendaki agar komunikasi dijadikan objek studi ilmiah, bahkan setiap unsur diteliti secara khusus. Studi mengenai komunikator dinamakan *control analysis*; penelitian mengenai pers, radio, televisi, film dan media lainnya disebut *media analysis*; penyelidikan mengenai pesan dinamai *content analysis*; *audience analysis*; adalah studi khusus tentang komunikan; sedangkan *effect analysis* merupakan penelitian mengenai efek atau dampak yang ditimbulkan oleh komunikasi.” (Effendy 1999:9-10)

Everett M. Rogers seorang pakar Sosiologi Pedesaan Amerika yang telah banyak memberi perhatian pada studi riset komunikasi, khususnya dalam hal penyebaran inovasi membuat definisi bahwa Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.

“Definisi ini kemudian dikembangkan oleh Rogers bersama D. Lawrence Kincaid (1981) sehingga melahirkan suatu definisi baru yang menyatakan bahwa;”

Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lain-nya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam. (Cangara, 2015:19)

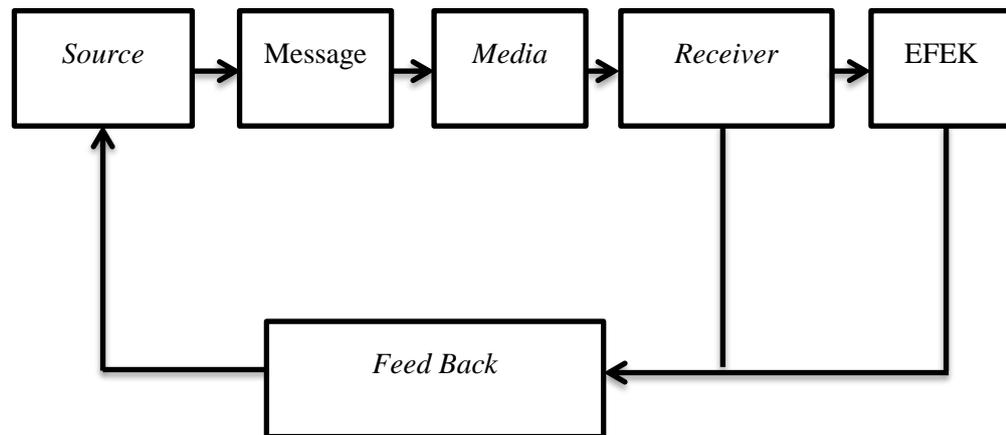
b) Prinsip komunikasi

Jika digambarkan dengan lebih jelas lagi, kesamaan dalam berkomunikasi dapat digambarkan dua buah lingkaran yang bertindih antara satu dengan yang lain. Daerah yang bertindihan itu disebut

kerangka pengalaman (*field of experience*), yang menunjukkan bahwa adanya persamaan antara A dan B dalam hal tertentu, misalnya bahasa dan simbol. Tiga prinsip dasar komunikasi, yaitu:

- 1) Pertukaran pengalaman yang sama antara pihak-pihak yang terlibat dalam proses komunikasi (*sharing similar experiences*) bisa menyebabkan adanya komunikasi.
 - 2) Akan makin besar kemungkinannya tercipta suatu proses komunikasi yang mengena (efektif). Jika daerah tumpang tindih (*the field of experience*) menyebar menutupi lingkaran A atau B, menuju terbentuknya satu lingkaran yang sama.
 - 3) Besar kemungkinannya gagal dalam menciptakan suatu proses komunikasi yang efektif jika daerah tumpang tindih ini makin mengecil dan menjauhi sentuhan kedua lingkaran, atau cenderung mengisolasi lingkaran masing-masing, maka komunikasi yang terjadi sangat terbatas. (Cangara, 2015:20-21)
- c) Unsur-unsur komunikasi

Dari definisi komunikasi di atas telah dijelaskan, bahwa sudah jelas komunikasi antarmanusia dapat terjadi, apabila terdapat seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu, maksudnya adalah adanya sumber, pesan, media, penerima dan efek. Unsur-unsur ini bisa juga disebut komponen atau elemen komunikasi.



Gambar 1 Unsur-unsur Komunikasi

Unsur yang pertama adalah sumber, sumber sendiri merupakan salah satu unsur yang paling penting karena sebagai pengirim informasi.

◦ Sumber. Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antarmanusia, sumber bisa terdiri dari satu partai, organisasi atau lembaga. Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau dalam bahasa Inggrisnya disebut *source*, *sender* atau *encoder*.

Unsur yang kedua adalah pesan, merupakan salah satu unsur yang menjadi objek dari sebuah pengiriman informasi. Pesan adalah suatu hal yang didapatkan penerima yang diberikan oleh pengirim.

Pesan. Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Dalam bahasa Inggris

pesan biasanya diterjemahkan dengan kata *message*, *content* atau informasi.

Unsur yang ketiga adalah media yang merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan sebuah pesan oleh pengirim kepada penerima.

Media. Media yang dimaksud di sini adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media. Ada yang menilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam komunikasi antarpribadi panca indera dianggap sebagai media komunikasi.”

Unsur selanjutnya adalah penerima yang dimana penerima merupakan pihak yang mendapatkan sebuah informasi dari seorang pengirim pesan.

Penerima. Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara. Penerima adalah elemen penting dalam proses komunikasi, karena dialah yang menjadi sasaran dari komunikasi. Jika suatu pesan tidak diterima oleh penerima, akan menimbulkan berbagai macam masalah yang seringkali menuntut perubahan, apakah pada sumber, pesan atau saluran.

Pengaruh. De Fleur, 1982 dalam (Cangara, 2015) Pengaruh atau efek merupakan perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang. Karena itu, pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan.

Kemudian unsur selanjutnya adalah tanggapan kembali atau sering disebut *feed back* yang dimana hal tersebut merupakan pengaruh yang diberikan oleh penerima atas pesan yang diberikan oleh pengirim.

Tanggapan balik. Ada yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah salah satu bentuk dari pada pengaruh yang berasal dari penerima. Akan tetapi sebenarnya iumpan balik bisa juga berasal dari unsur lain seperti pesan dan media, meski pesan belum sampai pada penerima. Misalnya sebuah konsep surat yang memerlukan perubahan sebelum dikirim, atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan itu mengalami gangguan sebelum sampai ke tujuan. Hal-hal seperti itu menjadi tanggapan balik yang diterima oleh sumber.

Lingkungan. Setiap unsur memiliki peranan yang sangat penting dalam membangun proses komunikasi. Bahkan ketujuh unsur ini saling bergantung satu sama lainnya. Artinya tanpa keikutsertaan satu unsur akan memberi pengaruh pada jalannya komunikasi. Lingkungan atau situasi yaitu faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya

komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan atas empat macam, yakni lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis dan dimensi waktu. (Cangara, 2015:21-28)

2. Jurnalistik

a) Pengertian jurnalistik

Dari segi *etimologi* kita melihat istilah jurnalistik terdiri dari dua suku kata, *jurnal* dan *istik*. Kata *jurnal* berasal dari bahasa Perancis, *journal* yang berarti catatan harian. Hampir sama bunyi ucapannya dengan kata itu kita temukan dalam bahasa latin, *diurnal* yang mengandung arti hari ini. Sehubungan dengan kegiatan jurnalistik, pada zaman kerajaan Romawi Kuno yang diperintah oleh Julius Caesar dikenal dengan istilah *acta diurna* yang mengandung makna makna rangkaian akta (gerakan, kegiatan dan kejadian) hari ini. Adapun kata *istik* merujuk pada istilah *estetika* yang berarti ilmu pengetahuan tentang keindahan.

Keindahan dimaksud adalah mewujudkan berbagai produk seni dan keterampilan dengan menggunakan bahan-bahan yang diperlukannya. Seperti kayu, batu, kertas, cat atau suara; dalam hal ini meliputi semua macam bangunan, kesusastraan dan musik. (Pringgodo 1973:383) dalam (Suhandang, 2004:13)

Agar semua orang yang berkepentingan terhindar dari kekacauan atau kebingungan yang menimbulkan salah tafsir atau pengertian, dibutuhkan suatu definisi tentang jurnalistik yang tepat. Pengertian yang tepat dapat dijadikan titik ukur atau panduan berpikir dalam memahami aspek yang terkait dengan apa yang disebut

jurnalistik tersebut. Dalam hal ini (Adinegoro 1963:32-33) dalam (Suhandang, 2004:13) menuntut delapan syarat untuk membuat definisi ilmiah yang tepat, yaitu:

- 1) Di dalam definisinya tidak boleh ada pernyataan yang bertentangan;
- 2) Di dalam definisi itu tidak boleh mengulang kata atau nama yang harus diterangkan (didefinisikan);
- 3) Pernyataan definisinya tidak boleh negatif, melainkan harus positif (bukan pernyataan yang menyangkal);
- 4) Sifat-sifat yang menentukan harus dirumuskan sependek (sesingkat) mungkin;
- 5) Definisi itu harus bias dibalikkan dengan tidak berubah artinya (*definito sit conerbitus*);
- 6) Jangan menggunakan ibarat;
- 7) Definisi harus menerangkan keseluruhan aspek yang terkait, tidak hanya bagiannya saja yang diceritakan;
- 8) Sifat-sifat yang tidak menentukan jangan dimasukkan ke dalam definisi itu;

Adapun wujud definisi itu sendiri memiliki ciri-ciri: (a) berbentuk pernyataan berupa kalimat yang terdiri dari anak kalimat, yaitu yang diterangkan dan yang menerangkan; (b) diantara kedua anak kalimat tersebut digunakan kata *kopula* (adalah atau ialah); (c) uraiannya bersifat teoritis dan abstrak.

Menurut Sudandang dalam bukunya yang berjudul *Pengantar Jurnalistik*. Dijelaskan bahwa jurnalistik merupakan keterampilan dalam menyajikan sebuah berita mengenai suatu peristiwa.

Jurnalistik adalah seni dan keterampilan mencari, mengumpulkan, mengolah, menyusun dan menyajikan berita tentang peristiwa yang terjadi sehari-hari secara indah, dalam rangka memenuhi segala kebutuhan hati nurani khalayaknya, sehingga terjadi perubahan sikap, sifat, pendapat dan perilaku khalayak sesuai dengan kehendak para jurnalisnya. (Suhandang, 2004:21)

Menurut Adams 1965:529 dalam (Suhandang, 2004:13) Demikian pula *Webster's World University Dictionary* menjelaskan jurnalistik sebagai "*The occupation of editing and writing for newspaper and magazines*":

- 1) Bidang kerja: Dalam negeri, luar negeri, parlemen, ekonomi, keuangan, olahraga, kebudayaan, ilmu pengetahuan dan lain-lain.
- 2) Sarana (media):
 - Media cetak: jurnalistik harian, majalah dan kantor berita
 - Media elektronik: jurnalistik radio, televisi dan film.

3. Berita

a) Definisi berita

Ada banyak pengertian tentang berita, yang dimana berita merupakan suatu penjelasan mengenai suatu peristiwa.

Sungguhnya berita adalah hasil rekonstruksi tertulis dari realitas sosial yang terdapat dalam kehidupan. Itulah sebabnya ada orang yang beranggapan bahwa penulisan berita lebih merupakan pekerjaan

merekonstruksikan realitas sosial ketimbang gambaran dari realitas itu sendiri. (Nadhya 2005:2)

Sedangkan menurut Williard C. Bleyer berita merupakan salah satu kejadian yang sebenarnya yang terjadi dan menarik untuk dibuat berita, sehingga dipublikasikan untuk disampaikan kepada pembaca.

Berita adalah suatu kejadian aktual yang diperoleh wartawan untuk dimuat dalam surat kabar karena menarik atau mempunyai makna bagi pembaca. Menurut William M. Maulsby berita adalah suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta-fakta yang mempunyai arti penting dan baru terjadi yang dapat menarik perhatian para pembaca surat kabar yang memuat berita tersebut. menurut Dja'far H. Assegaf berita adalah laporan tentang fakta atau ide yang terkini, yang dipilih oleh wartawan untuk disiarkan, yang dapat menarik perhatian pembaca, entah karena luar biasa, entah karena pentingnya atau karena akibat yang ditimbulkannya, atau entah karena mencakup segi-segi human interest seperti humor, emosi dan ketegangan. (Willing 2010:25)

Sangat boleh jadi kata “news”, istilah Inggris untuk arti “berita”, berasal dari kata “new” (baru) dengan konotasi kepada hal-hal yang baru. Dalam hal ini segala yang baru merupakan bahan informasi bagi semua orang yang memerlukannya. Dengan kata lain, semua hal yang baru merupakan bahan informasi yang dapat disampaikan kepada orang lain dalam bentuk berita (*news*). (Suhandang, 2004:102-103)

Sedangkan pengertian yang lainnya menjelaskan bahwa berita adalah peristiwa yang menarik perhatian banyak orang yang dimana kejadian tersebut merupakan kejadian yang sedang hangat dibicarakan oleh banyak orang.

Yang dimaksud dengan “berita (*news*)” itu tiada lain adalah laporan atau pemberitahuan tentang segala peristiwa aktual yang menarik perhatian orang banyak. Peristiwa yang melibatkan fakta dan data yang ada di alam semesta ini, yang terjadinya pun aktual dalam arti “baru saja” atau hangat dibicarakan orang banyak. Adapun cara melaporkan atau memberitakan sesuatu, supaya menarik perhatian orang banyak, orang lazim melakukannya dengan gaya “*to the point*” atau “diplomatis”. Demikian pula dalam hal membuat dan menyajikan berita secara jurnalistis, kita mengenal jenis berita yang langsung (*to the point*) mengemukakan fakta yang terlibat di dalamnya, dan disebut *straight news*, serta yang tidak langsung dalam arti dibumbui kata-kata berbunga (diplomatis) sehingga fakta yang tampaknya sepele menjadi menarik untuk diminati dan dinikmati, dan jenis ini disebut *features news*”. (Suhandang, 2004:103-104)

Menurut Djuraid dalam bukunya yang berjudul *Panduan Menulis Berita*, dimana berita merupakan kejadian yang sebenarnya terjadi bukan rekayasa penulisnya saja.

Berita adalah sebuah laporan atau pemberitahuan mengenai terjadinya sebuah peristiwa atau keadaan yang bersifat umum dan baru saja terjadi yang disampaikan oleh wartawan di media massa. Faktor peristiwa atau keadaan menjadi pemicu utama terjadinya sebuah berita. Dengan kata lain, peristiwa dan keadaan itu merupakan fakta atau kondisi yang sesungguhnya terjadi, bukan rekaan atau fiksi penulisnya. Dalam menulis berita, seorang wartawan harus mengedepankan fakta dan tidak memasukkan opini atau pendapat pribadi. (Djuraid 2006:11)

Fakta dan pendapat pribadi harus dipisahkan secara tegas, bahkan dalam penulisan berita diusahakan tidak memasukkan pendapat pribadi. Menulis berita adalah menampilkan peristiwa yang terjadi di tengah masyarakat secara benar, meskipun terkadang menampilkan kebenaran

ini mengandung resiko. Seorang wartawan mengemban tugas yang berat untuk menyampaikan sesuatu secara utuh kepada khalayak pembaca melalui tulisan yang bisa dipertanggungjawabkan. (Djuraid 2006:12)

Konflik, informasi yang menggambarkan pertentangan antar manusia, bangsa dan negara perlu dilaporkan kepada khalayak. Dengan begitu khalayak mudah untuk mengambil sikap. Kemajuan, informasi tentang kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi senantiasa perlu dilaporkan kepada khalayak. Dengan demikian khalayak mengetahui kemajuan peradaban manusia. Penting, informasi yang penting bagi khalayak dalam rangka menjalani kehidupan mereka sehari-hari perlu segera dilaporkan kepada khalayak. Dekat, informasi yang memiliki kedekatan emosi dan jarak geografis dengan khalayak perlu segera dilaporkan. Makin dekat satu lokasi peristiwa dengan tempat khalayak, informasinya akan makin disukai khalayak. (Nadhya 2005:4)

Aktual, informasi tentang peristiwa yang baru terjadi perlu segera dilaporkan kepada khalayak. Untuk sebuah harian, ukuran aktual biasanya sampai dua hari. Artinya, peristiwa yang terjadi dua hari yang lalu masih aktual diberitakan sekarang. Unik, informasi tentang peristiwa yang unik, yang jarang terjadi perlu segera dilaporkan kepada khalayak. Manusiawi, informasi yang bisa menyentuh emosi khalayak, seperti yang bisa membuat menangis, terharu, tertawa dan sebagainya perlu dilaporkan kepada khalayak. Dengan begitu, khalayak akan bisa

meningkatkan taraf kemanusiaannya. Berpengaruh, informasi mengenai peristiwa yang berpengaruh terhadap kehidupan orang banyak perlu dilaporkan kepada khalayak. Misalnya informasi tentang operasi pasar Bulog, banjir, dsb. (Nadhya 2005:4-5)

b) Unsur-unsur berita

Secara umum, menurut Basuki unsur-unsur berita yang selalu ada pada sebuah berita adalah: “*headline*”, “*dateline*”, “*lead*” dan “*body*”. *Headline* biasa disebut judul. Ia berguna untuk: (1) menolong pembaca agar segera mengetahui peristiwa yang akan diberitakan; (2) menonjolkan satu berita dengan dukungan teknik grafika. *Dateline*. Ada yang terdiri atas nama media massa, tempat kejadian dan tanggal kejadian. Ada pula yang terdiri atas nama media massa dan tempat kejadian. Tujuannya adalah untuk menunjukkan tempat kejadian dan inisial media. *Lead*. Lazim disebut teras berita. Biasanya ditulis pada paragraph pertama sebuah berita. Ia merupakan unsur yang paling penting dari sebuah berita, yang menentukan apakah isi berita akan dibaca atau tidak. Ia merupakan sari pati sebuah berita, yang melukiskan seluruh berita secara singkat. *Body*. Atau tubuh berita. Isinya menceritakan peristiwa yang dilaporkan dengan bahasa yang singkat, padat dan jelas. Dengan demikian “*body*” merupakan perkembangan berita. (Nadhya 2005:7)

c) Kontruksi berita

Sesuai dengan tujuan kegiatan jurnalistik dalam rangka mempengaruhi khalayaknya, unsur keindahan sajian produknya sangat diutamakan. Indah dalam arti dapat diminati dan dinikmati. Karena itu selain dibentuk dalam berbagai jenis, berita pun disajikan dengan konstruksi tertentu. Dalam hal ini keseluruhan bangunan naskah berita terdiri atas tiga unsur, yaitu: *headline* (judul berita), *lead* (teras berita), dan *body* (kelengkapan atau penjelasan berita).

1) *Headline* (judul berita)

Pada hakikatnya *headline* merupakan intisari dari berita. Dibuat dalam satu atau dua kalimat pendek, tapi cukup memberitahukan persoalan pokok peristiwa yang diberitakannya. Karena berita yang harus disajikan itu banyak, dan masing-masing berita harus bisa diminati dan dinikmati pembaca, pendengar atau penontonnya, maka *headline* pun dibuat tidak seragam. Diusahakan agar masing-masing berita dapat ditonjolkan lain dari yang lainnya. Selain bunyi pernyataannya (terutama pada siaran radio dan televisi), juga jenis, ukuran serta penyusunan huruf atau kata-katanya (khusus dalam surat kabar atau majalah), dibuat sedemikian rupa sehingga masing-masing berita (melalui *headline*-nya) memiliki daya tarik tersendiri, yang merangsang pembaca, pendengar atau penontonnya, untuk memperhatikan atau meminatinya. Dengan demikian semua kalayak diharapkan tidak

ada yang melewatkan beritanya dengan tidak membaca, mendengar atau menontonnya. (Suhandang, 2004:115)

2) *Lead* (Teras Berita)

Apabila *headline* merupakan intisari dari berita, maka *lead* (teras berita) merupakan sari dari berita itu. Selaku sari dari beritanya, *lead* merupakan laporan singkat yang bersifat klimaks dari peristiwa yang dilaporkannya. Untuk memenuhi rasa ingin tahu pembacanya secara cepat, *lead* disusun sedemikian rupa sehingga bisa menjawab pertanyaan hakiki yang selalu timbul dari hati nurani pembacanya, atau pendengar radio dan penonton televisi, yaitu pertanyaan yang dirumuskan sebagai 5W+1H (*What, Who, When, Where, Why* dan *How*). Dengan demikian, baik pembaca, pendengar, ataupun penonton akan segera tahu mengenai persoalan pokok dari peristiwa yang dilaporkannya. (Suhandang, 2004:120)

Seiring dengan padatnya kegiatan manusia pada saat ini, maka tidak mungkin bisa menggunakan seluruh waktunya untuk membaca ataupun mendengarkan seluruh naskah atau tuturan beritanya. Karena sempitnya waktu yang mereka miliki, mereka harus bisa memperoleh informasi penting dengan sekejap saja. Karena itu pula para penulis berita melayaninya dengan menyuguhkan *lead* pada naskah beritanya. Untuk itu pula *lead* harus bisa melukiskan peristiwanya sesingkat mungkin, dalam arti

semua fakta utama dari peristiwa yang diberitakannya dapat memenuhi rasa penasaran (ingin tahu) pembaca atau pendengar dan penontonnya.

Sebagai contoh, misalnya berita tentang kebakaran, dimulai dengan *lead* yang bisa menjawab pertanyaan *What* dengan memaparkan “apa yang terjadi tiba-tiba”. Sedangkan untuk menjawab pertanyaan *Who* serta *Where*, cukup dengan mengutarakan “siapa yang menjadi pangsang terjadinya kebakaran itu atau orang-orang yang terlibat, serta dimana lokasi terjadinya peristiwa itu”. Demikian pula untuk menjawab pertanyaan *When* dapat diutarakan “waktu apinya mulai menyala dan sampai kapan berakhirnya membakar”. Adapun untuk menjawab pertanyaan *Why* harus dikemukakan “sebab musababnya api menyala sampai membakar semua korbannya”. Akhirnya penulis *lead* dapat menjawab pertanyaan *How* dengan “melukiskan bentuknya api” seperti antara lain berkobar-kobar dihembus angin kencang, atau dengan singkat menyebutkan berapa besar kerugian yang diderita dan berapa banyak korban yang dirugikan. (Suhandang, 2004:121)

3) *Body* (Tubuh atau kelengkapan berita)

Setelah menemukan *headline* dan *lead* dari suatu naskah berita, berikutnya kita jumpai apa yang disebut *body* berita. Pada bagian ini kita jumpai semua keterangan secara rinci dan dapat melengkapi serta memperjelas fakta atau data yang disuguhkan

dalam *lead* tadi. Rincian keterangan atau penjelasan dimaksud adalah hal-hal yang belum terungkap pada *lead*-nya. Karena itu bagian *body* ini sering pula disebut “sisa berita”. (Suhandang, 2004:130)

Namun demikian keterangan-keterangan itu disajikan dalam bentuk uraian cerita dengan menggunakan gaya penyajian yang bisa memikat para pembaca maupun pendengar atau penontonnya. Sebab, walaupun hanya merupakan “sisa”, penjelasan itu tetap harus bisa dinikmati khalayak. Karena itu pula harus disajikan dengan menarik perhatian khalayak. Adapun kiat untuk bisa menarik perhatian khalayaknya, dikenal adanya empat cara penyajian *body* berita. Diantaranya yaitu :

- Berbentuk piramid. *Body* berita dimaksud disusun dalam bentuk untaian cerita yang dimulai dengan hal-hal yang kurang penting, kemudian meningkat kepada hal-hal yang penting, dan diakiri dengan hal yang terpenting atau klimaks dari peristiwa yang diberitakannya.
- Berbentuk kronologis. *Body* berita dimaksud tampaknya hampir sama dengan bentuk yang pertama tadi. Bahkan sepintas lalu seperti tidak ada bedanya sedikitpun. Padahal sesuai dengan istilahnya, *kronologis* yang menjadi dasar konstruksinya adalah rentetan jalannya peristiwa yang diberitakannya. Jadi bukan kepentingan dari fakta peristiwanya. Seluruh naskah *body* berita

dibangun dengan diawali oleh paparan dari permulaan peristiwanya, dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan jalannya peristiwa itu.

- Berbentuk piramid terbalik (*Inverted Pyramide*). *Body* berita ini merupakan kebalikan dari bentuk yang pertama tadi. Bentuk *body* dimaksud dibangun dengan mendahulukan hal yang sangat penting (klimaks) dari peristiwanya. Selanjutnya diikuti oleh hal-hal yang penting, dan diakhiri oleh hal-hal yang kurang penting atau tidak penting. Dengan demikian apabila tempat atau waktu penyajian tidak memungkinkan lagi, maka hal-hal yang kurang atau tidak penting itu bisa dibuang saja, sebagian atau semuanya. Tergantung tempat dan waktu yang tersedia. Namun demikian materi maupun tuturan cerita dari beritanya tidak terganggu.
- Berbentuk block paragraph. Dalam bentuk *body* berita ini semua bagian dari peristiwa yang diberitakannya dianggap sama pentingnya. Jadi tidak diurut berdasarkan derajat kepentingan maupun kronologisnya, melainkan didasarkan pada apa yang teringat pada benak si penulisnya saja, atau sesuai dengan terkaitnya masalah berikut dengan masalah yang lebih dulu dikemukakan. Masing-masing masalah dikemukakan dalam satu alenia tersendiri, sehingga tampak seolah-olah masing-masing alenia tidak ada hubungannya dengan alenia berikutnya, padahal

semua alenia itu merupakan masalah-masalah yang terlibat dalam peristiwa yang diberitakannya. (Suhandang, 2004:131-137)

4. Radio

a) Pengertian Radio

Ada banyak pengertian tentang radio, radio merupakan salah satu media massa yang masih memiliki pndengar setia. Selain sebagai pusat informasi radio juga menjadi salah satu pilihan khalayak untuk memperoleh hiburan dan juga sebagai pengisi waktu luang.

Radio tepatnya radio siaran (*broadcasting radio*) merupakan salah satu jenis media massa (*mass media*), yakni sarana atau saluran komunikasi massa (*channel of mass communication*), seperti halnya surat kabar, majalah atau televisi. Ciri khas utama radio adalah auditif, yakni dikonsumsi telinga atau pendengaran. “Apa yang dilakukan radio adalah memperdengarkan suara manusia untuk mengutarakan sesuatu” (*Saturday Review*). Media radio dipandang sebagai “kekuatan kelima” (*the fifth estate*) setelah lembaga eksekutif (pemerintah), legislatif (parlemen), yudikatif (lembaga peradilan), dan pers atau surat kabar. Disebut kekuatan kelima karena radio dianggap “adiknya” surat kabar. Yang menjadikan radio sebagai kekuatan kelima antara lain karena radio memiliki kekuatan langsung, tidak mengenal jarak dan rintangan, dan memiliki daya tarik sendiri, seperti kekuatan suara, music dan efek suara. (Syamsul 2010:19)

Meskipun komunikasi yang dilakukan tergolong komunikasi massa, namun “gaya” komunikasi di radio harus berupa komunikasi personal atau antarpribadi (*interpersonal communications*) karena pendengar radio, meskipun banyak, harus dianggap hanya seorang individu layaknya teman dekat. Salah satu prinsip siaran adalah “berbicara kepada seorang pendengar yang ada di depan kita”. (Syamsul 2010:21)

Karena termasuk media massa, radio juga memiliki karakteristik media massa sebagai berikut; publisitas yaitu disebarluaskan kepada publik, kalayak atau orang banyak. Siapa saja bisa mendengarkan siaran radio. Tidak ada batasan tentang siapa yang boleh dan tidak boleh mendengarkan. Uniersalitas, pesannya bersifat umum, tentang segala aspek keidupan dan semua peristiwa di berbagai tempat, juga menyangkut kepentingan umum karena sasaran dan pendengarnya orang banyak (masyarakat umum). Periodisitas, tetap atau berkala, misalnya harian atau mingguan. Kontinuitas, berkesinambungan atau terus-menerus sesuai dengan periode mengudara atau jadwal terbit. Aktualitas, berisi hal-hal baru, seperti informasi atau laporan peristiwa terbaru, aktualitas juga berarti kecepatan penyampaian informasi kepada publik. (Syamsul 2010:21-22)

Radio memiliki karakteristik yang berbeda dengan media massa lainnya. dibandingkan dengan media massa lain, media radio memiliki karakteristik khas sebagai berikut; auditori, radio adalah “suara”, untuk

didengar, karenanya isi siaran bersifat “sepintas lalu” dan tidak dapat diulang. Pendengar tidak mungkin “menoleh ke belakang” sebagaimana pembaca Koran yang bisa kembali kepada tulisan yang sudah dibaca atau mengulang bacaan. Transmisi, proses penyebarluasan atau disampaikan kepada pendengar melalui pemancaran (transmisi). Mengandung gangguan, seperti timbul tenggelam (*fading*) dan gangguan teknis “*channel noise factor*”. (Syamsul 2010:22-23)

Theatre of mind, radio mencipta gambar dalam imajinasi pendengar dengan kekuatan kata dan suara. Siaran radio merupakan seni memainkan imajinasi pendengar melalui kata dan suara. Pendengar hanya bisa membayangkan dalam imajinasinya apa yang dikemukakan penyiar, bahkan tentang sosok penyiaran sendiri. Identik dengan music, radio adalah sarana hiburan termurah dan tercepat sehingga menjadi media utama untuk mendengarkan musik. Dalam hal musik, radio memiliki daya *surprise* seketika atau memberi kejutan, karena pendengar biasanya tidak tahu lagu apa yang disajikan berbeda dengan memutar kaset yang sudah bisa ditebak urutan lagunya. (Syamsul 2010:23)

b) Keunggulan dan Kelemahan Radio

Radio sebagai media massa memiliki keunggulan antara lain; cepat dan langsung, sarana tercepat lebih cepat dari Koran ataupun TV, dalam menyampaikan informasi kepada publik tanpa melalui proses yang rumit dan butuh waktu banyak seperti siaran TV atau sajian media

cetak. Hanya dengan melalui telepon, reporter radio dapat secara langsung menyampaikan berita atau melaporkan peristiwa yang ada di lapangan. Akrab, radio adalah alat yang akrab dengan pemiliknya. Dekat, suara penyiar hadir di rumah atau di dekat pendengar. Pembicaraanya langsung menyentuh aspek pribadi (*interpersonal communications*). Hangat, paduan kata-kata, musik dan efek suara dalam siaran radio mampu mempengaruhi emosi pendengar. Pendengar akan bereaksi atas kehangatan suara penyiar dan seringkali berpikir bahwa penyiar adalah seorang teman bagi mereka. (Syamsul 2010:24)

Sederhana, tidak rumit tidak banyak pernik baik bagi pengelola maupun pendengar. Tanpa batas, siaran radio menembus batas-batas geografis, demografis, SARA (Suku, Agama, Ras, Antargolongan), dan kelas sosial. Hanya “tunarungu” yang tak mampu mengkonsumsi atau menikmati siaran radio. Murah, dibandingkan dengan berlangganan media cetak atau harga pesawat televisi, pesawat radio relatif jauh lebih murah. Pendengar pun tidak dipungut bayaran sepeser pun untuk mendengarkan radio. Bisa mengulang, radio memiliki kesementaraan alami (*transient nature*) sehingga berkemampuan mengulang informasi yang sudah disampaikan secara cepat. Fleksibel, siaran radio bisa dinikmati sambil mengerjakan hal lain atau tanpa mengganggu aktivitas yang lain, seperti memasak, mengemudi, belajar dan membaca Koran atau buku. (Syamsul 2010:24-25)

Selain kelebihan tersebut, radio juga memiliki beberapa kelemahan diantaranya; Selintas, siaran radio cepat hilang dan gampang dilupakan. Pendengar tidak bisa mengulang apa yang didengarnya, tidak bisa seperti pembaca Koran yang bisa mengulang bacaannya dari awal tulisan. Global, sajian informasi radio bersifat global, tidak detil, karenanya angka-angka pun dibulatkan. Misalnya penyiar akan menyebutkan “seribu orang lebih” untuk angka 1.053 orang. Batasan waktu, waktu siaran radio relatif terbatas, hanya 24 jam sehari, berbeda dengan surat kabar yang bisa menambah jumlah halaman dengan bebas. Waktu 24 jam sehari tidak bisa ditambah menjadi 25 jam atau lebih. (Syamsul 2010:25)

Beralur linier, program disajikan dan dinikmati pendengar berdasarkan urutan yang sudah ada, tidak bisa meloncat-loncat. Beda dengan surat kabar, pembaca bisa langsung ke halaman tengah, akhir, atau langsung ke rubric yang ia sukai. Mengandung gangguan, seperti timbul tenggelam (*fading*) dan gangguan teknis “*channel noise factor*”. Dengan karakteristik serta keunggulan dan kelemahan radio, pendengar radio pun memiliki karakteristik tersendiri, yaitu; Heterogen, massa pendengar terdiri dari orang-orang yang berbeda usia, ras, suku, agama, strata sosial, latar belakang sosial, politik-budaya dan kepentingan. (Syamsul 2010:26)

Pribadi, *Radio is personal!* Pendengar adalah individu-individu, bukan tim atau organisasi. Karenanya, komunikasi yang berlangsung

bersifat interpersonal (antarpribadi), yakni penyiar dengan pendengar, dengan gaya “ngobrol”. Penyiar harus membayangkan seolah-olah sedang berbicara kepada satu orang saat siaran. Aktif, pendengar radio siaran tidak pasif, tetapi berfikir, dapat melakukan interpretasi dan menilai apa yang didengarnya. Selektif, pendengar dapat memilih gelombang, frekuensi atau stasiun radio mana saja sesuai selera. Penyiar tidak bisa “memaksa” pendengar *stay tune* di gelombang yang sama. (Syamsul 2010:26-27)

c) Jurnalistik Radio

Jurnalistik Radio adalah “teknik dan proses pembuatan dan penyebarluasan informasi, khususnya berita, melalui radio dengan menggunakan suara dan bahasa lisan”. Dibandingkan dengan jurnalistik media cetak dan televisi, jurnalistik radio memiliki karakteristik tersendiri sesuai dengan karakteristik radio itu sendiri, yakni:

- 1) Bahasa tutur. Gaya penulisan jurnalistik radio menggunakan “bahasa tutur”, bahasa obrolan atau bahasa percakapan sehari-hari (*spoken language, conversational language, everyday speech*).

Radio is conversational – media percakapan. Karakteristik bahasa tutur antara lain:

- Sedapat mungkin satu kalimat bisa disampaikan dalam satu nafas
- Kalimatnya pendek-pendek

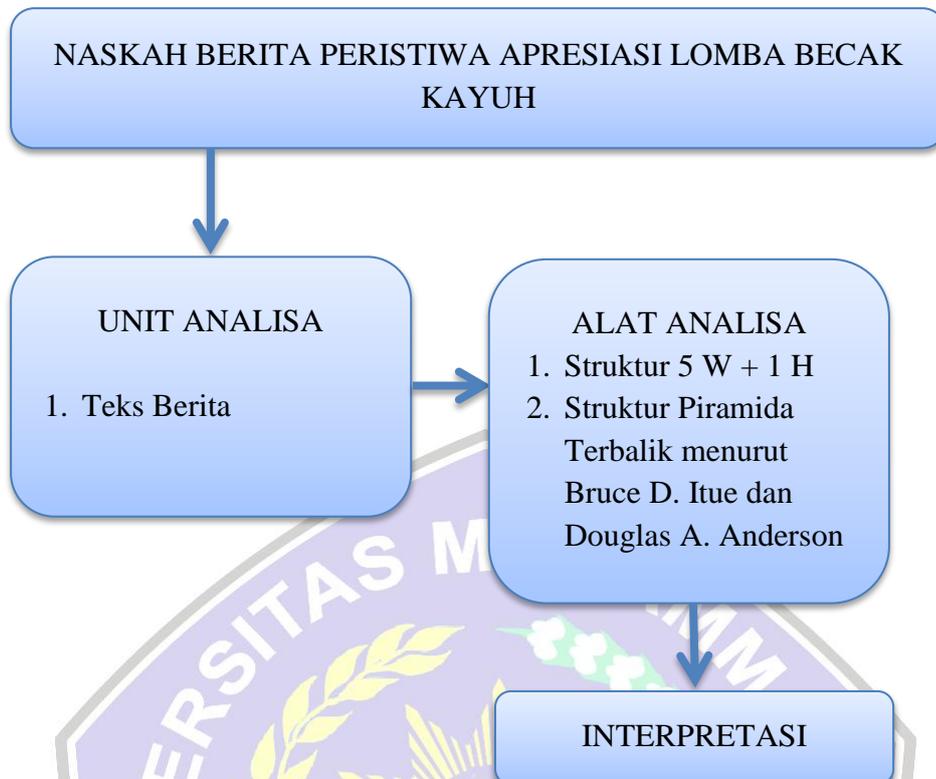
- Menggunakan kata-kata yang biasa diucapkan (*spoken words*)
 - Satu ide satu kalimat – menghindari anak kalimat
 - Tidak menggunakan kalimat langsung. Kalimat langsung harus diubah menjadi kalimat tidak langsung. Ingat, kita “menceritakan” orang berbicara apa, dimana, bagaimana, kenapa, dan sebagainya.
- 2) Disuarakan. Teknik penyajiannya berupa suara, dibacakan, sesuai dengan sifat radio yang auditori (untuk didengar). Berita atau informasi yang disajikan di radio semata-mata mengandalkan suara. *It's all about sound !* Semua pesan disampaikan dalam bentuk suara, tidak ada cara lain. Tidak ada gambar atau foto, bahkan pendengar pun tidak bisa melihat ekspresi wajah (*facial expression*) gerakan tubuh (*gesture*). Maka, yang harus dilakukan adalah bersuara dengan jelas.
 - 3) Tidak dapat diulang. Informasi yang disampaikan penyiar atau pembaca berita tidak dapat diulang. Tidak seperti di media cetak yang bisa mengulang bacaan, pendengar tidak bisa kembali kepada bagian yang terlewatkan. Pendengar hanya memiliki satu kesempatan untuk mendengarkan berita. Karenanya, berita radio harus pasti benar, akurat, dan jelas sejak awal – tidak ada kesempatan kedua.
 - 4) Batasan waktu. Penulisan naskah dibatasi detik, menit dan jam, namun bisa juga tidak terbatas – berbeda dengan media cetak yang

dibatasi kolom atau halaman. Karenanya, sajian fakta dan data peristiwa dilakukan secara singkat atau garis besarnya saja, tidak detil. Sampaikan inti berita secepatnya, jangan sampaikan pengantar yang panjang.

- 5) Langsung. Dapat menyajikan pendapat atau peristiwa yang sedang terjadi, juga pendapat narasumber secara langsung
- 6) Enak didengar dan mudah dimengerti. Penggunaan kalimat singkat, padat, sederhana dan jelas sehingga memenuhi “rumus mudah didengar” ELF (*Easy Listening Formula*) yaitu susunan kalimat yang jika diucapkan enak didengar dan mudah dimengerti pada pendengaran pertama. (Syamsul 2004:27-29)

B. KERANGKA PIKIR

Kerangka pikir berupa suatu bagan yang menjelaskan bagaimana alur suatu penelitian. Sehingga kerangka fikir yang dapat digambarkan oleh peneliti adalah sebagai berikut :



Gambar 2 Kerangka Pikir

Penelitian dengan judul Mengukur Nilai Keakuratan Berita Pada Program Acara Jendela Nusantara Dalam Peristiwa Apresiasi Lomba Becak Kayuh Di Radio Duta Nusantara FM Ponorogo. Merupakan penelitian yang menggunakan naskah berita mengenai Peristiwa Apresiasi Lomba Becak Kayuh sebagai objek dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini unit analisa yang digunakan adalah teks berita, sedangkan alat analisisnya adalah Struktur 5W+1H dan Struktur Piramida terbalik.

Piramida terbalik menurut Bruce D.Itule dan Douglas A.Anderson yaitu *lead* menunjukkan bagian permulaan berita yang paling penting. Sedangkan piramida terbalik menunjukkan bagian paling penting dari sebuah berita pada bagian awal dan makin ke bawah makin kurang penting. Dengan kata lain,

seiring dengan menyempitnya piramida terbalik, berkurang pula arti penting beritanya. Struktur seperti ini, di samping memudahkan mengenali inti berita, juga memudahkan pemotongan bagian yang tidak mungkin termuat. (Nadhya 2005:8)

Sedangkan alat analisa kedua menggunakan struktur 5W+1H, bagian berita yang sangat populer yaitu 5 W + 1 H (*What, Where, When, Who* dan *How*). Dari bahan-bahan yang sudah diperoleh kemudian dipilah-pilah disesuaikan 5W+1H. Siapa tokohnya, dimana kejadiannya, apa yang terjadi, mengapa terjadi, bagaimana bisa terjadi dan seterusnya. Pedoman ini setidaknya akan memudahkan untuk mulai menulis. Setelah bahan-bahan berita terkumpul, selanjutnya dilakukan identifikasi sesuai dengan 5W+1H. Dengan demikian, akan muncul gambaran tentang kerangka berita yang akan ditulis. (Djuraid 2006:85)

