

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **5.1 Media massa dan pemberitaan**

##### **3.1.1 Media massa**

Media massa dewasa ini berkembang sangat pesat. Media sangat erat kaitannya dengan komunikasi tertulis dan verbal. Dengan pesatnya perkembangan teknologi, media massa dapat dibedakan menjadi dua bagian, yaitu media cetak dan media elektronik. Media cetak meliputi surat kabar, buku, majalah dan tabloid, dan media elektronik meliputi televisi, telepon genggam, radio, dan internet.

Menurut Vivian (2008:4), media massa adalah alat informasi yang dapat digunakan oleh banyak kelompok sasaran. Pada dasarnya, media massa dianggap sebagai sumber berita dan hiburan. Selain itu, media massa juga membawa pesan persuasif.

Pesan-pesan yang disampaikan media massa bersifat umum karena menysasar masyarakat. Hal ini dikarenakan masyarakat adalah konsumen dan selalu ingin up to date untuk menunjang kebutuhannya. Kebutuhan umum akan informasi ini dimanfaatkan oleh media massa untuk menyampaikan informasi terkini, cepat, terkini, dan orisinal, tergantung apa yang terjadi di daerah tersebut. Dengan maksud agar masyarakat dapat menyampaikan pendapat mereka teradap suatu berita dengan informasi yang benar dan jelas.

#### 4.1.1 Karakteristik media massa

Media massa tidak hanya sebagai alat informasi, tetapi juga memiliki beberapa sifat yang ditujukan untuk memudahkan pembacaan dan penerimaan informasi. Seperti yang diungkapkan Dedi Kurnia Syah Putra dalam bukunya *Media and Politics*, beliau menggambarkan karakter media massa sebagai berikut:

1. Bersifat umum (*commonsense*)

Media massa bersifat umum, non-eksklusif, pesan pribadi kepada semua jamaah komuni, tanpa memandang usia, pendidikan, ras, etnis, budaya, atau batas-batas sosial.

2. Keserempakan pesan (*message synchronization*)

Media dapat menyampaikan pesan kesatuan waktu dan dapat berkomunikasi di tempat yang berbeda yang dipisahkan oleh ruang dan waktu, tetapi media dapat menyerbu mereka tanpa hambatan sedikit pun.

3. Komunikasi satu arah (*one-way communication*)

Tidak ada umpan balik langsung tetapi ada umpan balik yang sangat kuat. Jika publik tidak puas dengan pesan media massa, tidak ada ruang bagi publik untuk merespon. Bagi masyarakat umum, wawasan media bersifat pasif.

## **6.1 Berita**

### **5.1.1 Pengertian dan jenis berita**

Berita adalah laporan tercepat tentang peristiwa atau ide nyata, penting, dan menarik perhatian. Dalam sebuah isi berita diharuskan juga memiliki unsur nilai/kualitas apakah itu masih terbaru, menarik, selain itu juga dirasa penting melalui media massa cetak ataupun elektronik.

Pada dasarnya berita adalah semacam laporan tentang suatu fakta ataupun opini yang terlihat penting dan menarik untuk pembaca dan penyampaiannya secara tepat waktu.

Adapun pengertian berita yang telah dikemukakan oleh para pakar dalam bidang komunikasi dan jurnalistik, antara lain:

1. Berita adalah fakta atau ide yang nyata dan dapat menarik perhatian sebagian besar pembaca (Dean M. Lyle Spencer).
2. Berita adalah sesuatu yang mutakhir (baru) yang dipilih oleh wartawan untuk dimuat di surat kabar sehingga dapat menarik atau bermakna dan dapat mencetuskan minat pembaca. (Willard C. Bleyer).
3. Berita adalah laporan yang adil dan tidak memihak tentang peristiwa terkini dan penting yang dapat menarik perhatian pembaca surat kabar yang memuatnya. (William S. Maulsby).

4. Berita adalah laporan pertama dari kejadian penting dan dapat menarik perhatian umum (Eric C. Hepwood).
5. Berita adalah laporan pertama tentang peristiwa penting dan dapat menarik perhatian publik (Micthel V. Charnley).

Dalam dunia jurnalistik, ada berbagai jenis berita yang diketahui, yang umumnya dan paling banyak diketahui dan menjadi menu utama surat kabar adalah:

1. Berita langsung

Berita langsung (*straight news*) merupakan laporan peristiwa yang ditulis secara singkat, padat, jelas, dan apa adanya. Ditulis dengan gaya memaparkan peristiwa dengan apa adanya, tidak ditambah dengan adanya interpretasi ataupun penjelasan.

2. Berita opini

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

3. Berita interpretatif

Berita yang ditafsirkan adalah berita yang dikembangkan dengan komentar atau pernyataan dari wartawan dan sumber berita yang berpengalaman muncul sehingga merupakan kombinasi antara fakta dan interpretasi. Berdasarkan informasi yang dianggap tidak jelas atau tidak lengkap.

#### 4. Berita mendalam

Berita mendalam (*depth news*) merupakan berita yang merupakan pengembangan dari berita sebelumnya yang sudah muncul, dengan pendalaman hal-hal yang ada di bawah suatu permukaan. Berawal dari sebuah berita yang masih belum selesai pengungkapannya dan bisa dilanjutkan kembali (*follow up system*). Pendalaman dilakukan dengan mencari informasi tambahan dari narasumber atau berita yang terkait.

#### 5. Berita penjelasan

Berita penjelasan (*explanatory news*) merupakan berita yang bersifat menjelaskan dengan menguraikan sebuah peristiwa secara lengkap penuh data. Fakta didapatkan dijelaskan secara rinci dengan beberapa argumentasi atau pendapat penulisnya. Berita sejenis ini biasanya memiliki alur panjang lebar sehingga harus disajikan secara bersambung dan berseri.

#### 6. Berita penyelidikan

Berita penyelidikan (*investigative news*) merupakan berita yang didapatkan dan dikembangkan melalui suatu sebuah dasar penelitian atau penyelidikan dari berbagai sumber. Wartawan menggali informasi dari berbagai pihak, bahkan melakukan survei langsung ke lapangan yang bermula dari sebuah data mentah atau berita singkat. Umumnya berita investigasi disajikan dalam bentuk format tulisan *feature*.

### 6.1.1 Unsur berita

Dalam suatu berita terdapat beberapa pula unsur yang ada. Unsur berita tersebut adalah:

1. Terbaru

Elemen baru adalah bagian terpenting dari pesan. Berita yang dirilis saat masih hangat dapat menarik perhatian pembaca lebih dari berita lama.

2. Jarak

Jarak dari saat berita itu muncul hingga saat berita itu diterbitkan adalah penting. Beberapa berita disebut anomali. Arti dari anomali adalah unik atau ganjil, dan setiap kejadian atau anomali akan menarik perhatian pembaca.

3. Akibat

Setiap berita yang dimunculkan oleh media pasti memiliki dampak akibat yang signifikan kepada pembacanya. Akibat tersebut bisa berupa berubahnya pandangan orang terhadap suatu berita ataupun akibat beda pendapat dengan orang lain.

Kalau berbicara tentang suatu warta yang menyangkut jeda dekat juga jauh loka kejadiannya menggunakan loka publikasi warta, Carl Warren menyatakan yg paling krusial menarik pada global bagi insan merupakan sesuatu mengenai dirinya sendiri.

### 7.1.1 Unsur nilai berita

Untuk memberitakan sebuah kejadian, wartawan memiliki sebuah acuan atau kriteria yang biasa disebut nilai-nilai berita (*news value*). Suatu peristiwa bisa dikatakan memiliki sebuah nilai jika didalam berita tersebut mengandung suatu konflik, dampak, bencana dan sebuah kemajuan , keganjilan, seks, *human interest*, kemashuran, dan lain sebagainya.

Suhaimi dan Ruli Nasrullah didalam buku karyanya yang memiliki judul Bahasa Jurnalistik tertulis bahwa tidak segala kejadian, peristiwa, fenomena, ataupun fakta tidaklah semuanya dapat dijadikan sebuah berita. Saat melaporkan atau menulis berita, Anda perlu memperhatikan beberapa elemen berita yang dapat menggairahkan acara tersebut.

Unsur nilai berita tersebut adalah sebagai berikut:

#### 1. *Timeliness*, aktualitas.

Nilai berita *timeliness* disebut juga *actually*, *immediacy*, dan *newnews* yang berarti kebaruan, yakni yang baru saja terjadi. Contohnya saja berita yang akan terjadi dan sedang berlangsung, sudah terjadi satu jam, atau maksimal satu hari yang lalu. Semakin aktual suatu berita, semakin tinggi pula nilai berita itu. Adapun tiga kategori berita aktual :

A. Aktual waktu, contohnya penghitungan cepat hasil pemilu.

B. Aktual masalah, contohnya kasus korupsi, pembunuhan, pencurian yang belum terungkap.

C. Aktual kalender, contohnya peringatan hari-hari besar Nasional.

2. *Magnitude*, pengaruh.

Artinya seberapa luas dampak dari peristiwa tersebut secara umum. Tingkat pengaruh cerita menentukan apakah berita itu berharga.

3. *Significance*, penting.

Apakah berita itu layak, berdampak pada kepentingan banyak orang, seberapa penting acara itu bagi masyarakat umum, atau apakah berita itu penting bagi masyarakat umum.

4. *Impact*, dampak.

Seberapa besar dampak suatu berita yang ditampilkan, seberapa banyak dampak yang ditimbulkan, dan seberapa luas dampak jangkauan, dan seberapa lama dampak tersebut dirasakan.

5. *Human interest*

Suatu peristiwa yang menyentuh perasaan kemanusiaan (*human touch*).

### **8.1.1 Cara menulis berita di media online**

Para penikmat bacaan berita di media online biasanya dapat memberikan penilaian pada suatu berita dengan cepat hanya dalam waktu yang singkat. Mereka lebih cenderung menjadi pembaca cepat, melihat dengan sekilas, lalu terkadang hanya membaca berita dari judul dan *lead*-nya.

Maka dari itu, berita yang memiliki judul dan *lead* yang menarik akan menjadikan salah satu dari syarat yang penting untuk memancing pembaca yang cenderung hanya melihat dari judulnya saja.

Agar bisa bersaing dengan berita yang lainnya dengan topic yang sama, seorang wartawan sebuah media online setidaknya harus memastikan berita-berita yang di publish memiliki beberapa aspek seperti berikut:

1. *Scannability*: mudah untuk dipindai
2. *Readability*: mudah untuk dibaca
3. *Visibility*: mudah untuk dilihat
4. *Findability*: mudah untuk ditemukan di mesin pencarian, seperti *Google*.

Aspek 4 menekankan bahwa penulisan pesan pada media online tidak hanya untuk manusia (pembaca), tetapi juga untuk mesin (search engine), sehingga dapat ditampilkan pada halaman hasil pencarian.

Rob Liddle, reporter BBC (British Broadcasting Corporation), mengatakan media contest perlu segera mendapat perhatian agar pembaca tertarik untuk masuk dan membaca berita yang disajikan.

Menurut Rob Liddle juga ada beberapa tips cara membuat berita online yang baik dan benar agar pembaca dapat tertarik dan menikmati, adalah sebagai berikut:

1. Rebut perhatian

Para pembaca media online dikenal “tidak setia”. Mereka akan memindai web pada halaman untuk mengetahui update perkembangan berita. Jika pembaca tidak menemukan sesuatu yang menarik, maka mereka akan dengan cepat pindah ke situs yang lain. Jadi sebisa mungkin untuk segera merebut perhatian mereka kembali.

Agar bias merebut kembali perhatian mereka tentukan kalimat-kalimat yang cocok untuk mereka. Maka dari itu, paragraf pertama adalah yang terpenting juga, tentukan dan carilah kata-kata yang menarik minat untuk terus dibaca, agar pembaca tidak pindah ke situs lain.

## 2. Judul yang bagus dan menarik

Dalam membaca sebuah berita, khususnya yang berada di media online, pembaca selalu melihat dari halaman depan dan judul yang unik. Idealnya judul yang menarik adalah penggambaran dari isi berita itu sendiri. Ini sangat penting agar calon pembaca semakin tertarik dan tidak kecewa ketika mengklik dan membaca berita. Kalau judul dan isi berita tidak sesuai bias jadi pembaca pun akan langsung keluar dan mencari situs lain.

## 3. Usahakan tidak terlalu panjang.

Berita sebisa mungkin tidak terlalu panjang dalam penulisannya. Karena pembaca cenderung mudah bosan dan lelah jika membaca terlalu lama di media online yang kebanyakan sekarang adalah menggunakan HP, karena ini berbeda dengan media cetak.

## 4. Lebih hidup dan lebih berwarna

Media elektronik seperti radio, TV, HP, dengan mudah membuat sebuah berita lebih menarik dan hidup karena wartawan media elektronik menggunakan video dan audio yang membuatnya menjadi lebih menarik. Jika membuat berita sering memakai format teks, cobalah untuk menambahkan kutipan dan detail lain untuk membuat berita menjadi lebih hidup dan berwarna.

#### 5. Menulis ulang berita

Isi berita yang ditulis harus jelas. Jika kita menulis sebuah berita, pastikan mempunyai waktu luang untuk mempertimbangkan menulis ulang karena dengan menulis ulang kita mungkin akan mendapatkan hasil yang lebih baik. Pastikan pula untuk tidak ada kesalahan dalam tata bahasa atau ejaan sebelum diterbitkan. Sebenarnya, tujuan dalam menulis ulang berita tidak lain adalah untuk memastikan ulang agar apa yang kita tulis dalam berita tersebut sudah baik dan benar, secara tulisan, urutan alur berita, ataupun kata-kata dalam berita, agar pembaca tidak merasa ada kesalahan dengan apa yang kita tulis.

#### 6. Penampilan berita

Menambahkan foto yang kuat, grafis berupa data, dan kutipan bisa menjadikan berita tersebut lebih meyakinkan dan lebih menarik. Agar tidak membosankan karena hanya berisi paragraph tulisan saja.

#### 7. Memanfaatkan multimedia

Galeri foto, video, atau audio jauh lebih menarik dibandingkan teks saja. Berita tentang satu kisah nyata atau refleksi lebih menyentuh misalnya bila

digabung dengan audio. Itulah keunggulan media online, kemampuan menggabungkan teks dengan audio atau video.

#### 8. Menganalisis dan membandingkan berita

Perhatikan bagaimana sebuah media dan situs-situs yang ada di berita lain memperlakukan sebuah isu dalam berita. Cobalah untuk menganalisis sebuah berita mengapa berita yang sama lebih bagus di salah satu situs dan kurang bagus di situs lainnya. Perhatikan apa saja yang dapat menyebabkan berita itu lebih bagus, dan mencari tahu apa saja yang dicari setiap pembaca didalam situs suatu berita. Data statistic akan membantu mengetahui berita apa saja yang sedang populer dan apa saja yang tidak.

#### **9.1.1 Kebijakan redaksional**

Redaksional sebuah media pasti mempunyai sesuatu yang berbeda dalam penyampaian beritanya. Apabila media tidak memiliki pendekatan ini, maka pada saat itu media tidak dapat diprediksi dalam menyampaikan suatu berita dalam melihat suatu kenyataan. Seperti contoh, semisal hari ini menampilkan sebuah berita yang menolak akan adanya perubahan Undang-Undang Dasar Negara, tetapi di kemudian hari menampilkan berita yang mendukung adanya perubahan UUD tersebut. Ini menyebabkan turunnya kepercayaan pada masyarakat dalam menyimak suatu berita.

Jika dilihat pada penjelasan tersebut diatas, bisa diambil kesimpulan bahwa kebijakan redaksi merupakan alasan pemikiran organisasi komunikasi yang luas untuk memperkenalkan sebuah berita. Kebijakan seperti sangat penting karena

digunakan untuk menyampaikan makna suatu berita. Selain itu juga sikap suatu media ditentukan dari kepemilikan, sejarah media, dan kepentingan lainnya. Untuk kepemilikan media bisa perseorangan atau sebuah institusi. Selain itu, media dapat mengatur acara-acara yang bertentangan dengan kepentingan tertentu.

### **7.1 Analisis framing**

Yang dimaksud analisis framing adalah cara sebuah media menayangkan suatu peristiwa dalam berita, penyampaiannya dilakukan dengan menonjolkan sebuah realitas pada bagian-bagian yang tertentu.

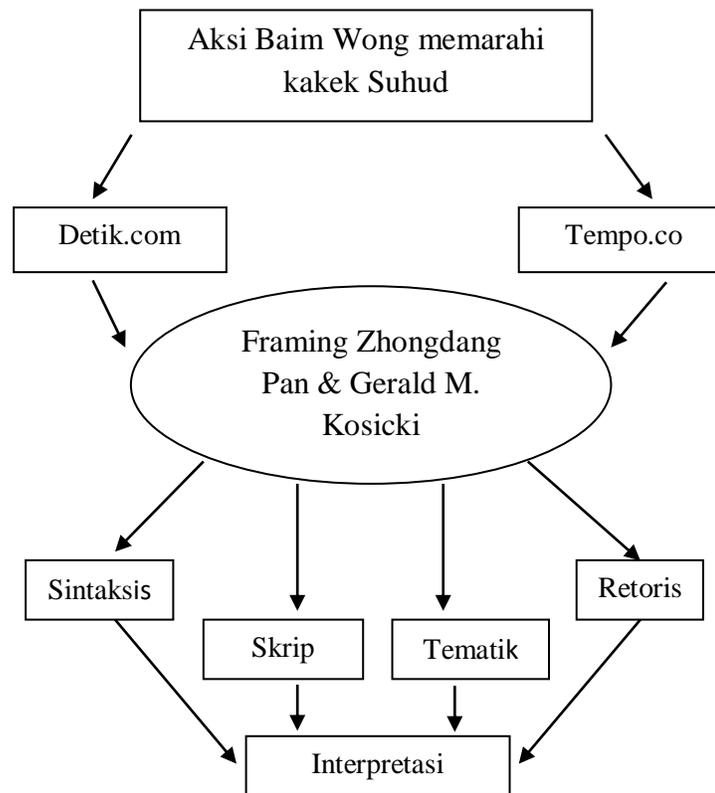
Analisis framing mempunyai fungsi untuk menguraikan secara efektif memahami bagaimana subjek digariskan oleh media. Garis besarnya, jelas, melalui metode yang terlibat dengan pengembangan realitas. Kemudian, pada titik itu, kebenaran ditangani oleh media yang menciptakan pemahaman tertentu. Interpretasi ini disebut pembingkai yang dapat memungkinkan orang untuk membedakan, dan menandai data dan kejadian. (Sobur, 2009:163).

Dari sudut pandang komunikasi, analisis framing digunakan untuk menganalisis hakikat atau filosofi media dalam perkembangan realitas. Pemeriksaan ini melihat teknik pemilihan, menampilkan dan menghubungkan fakta ke dalam sebuah berita untuk membuatnya lebih signifikan, sangat menarik, memiliki arti, atau lebih penting untuk menggiring pemikiran orang banyak sesuai sudut pandangnya.

Framing adalah cara untuk memahami bagaimana perspektif penulis digunakan ketika memilih topik atau menulis pesan. (Sobur, 2004:162).

Dalam analisis framing ini, peran media dilihat sebagai bagian dari debat publik yang lebih luas. Bagaimana media dapat membentuk bingkai dan paket khusus untuk banyak orang, dan bagaimana aktor politik memaknai dan membangun acara publik. Penonton sendiri juga melakukan proses dan makna yang berbeda untuk acara tersebut. (Eriyanto, 2005:252).

## 8.1 Kerangka Berpikir



**Gambar 1. Struktur kerangka berpikir**

Seperti struktur pola berpikir diatas framing model milik Zhongdang Pan & Gerald M. Kosicki mempunyai empat struktur tahapan, yaitu: sintaksis, skrip, tematik, retorik. Penelitian ini akan membedah ke empat elemen struktur tersebut dari kedua media yang digunakan yaitu Detik.com & Tempo.co, tentang aksi Baim Wong memarahi seorang kakek bernama Suhud. Selanjutnya hasil dari penelitian di kedua media di interpretasikan.