

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Jurnalisme

Ada banyak beberapa definisi tentang jurnalisme. Jurnalisme merupakan sebuah aktivitas mencari dan mendapatkan informasi akurat dan fakta tentang sebuah fenomena, bagaimana informasi terkemas untuk disiarkan (Shapiro,2013). Di dalam sejarahnya, penggunaan teknologi untuk media akan mempengaruhi perkembangan jurnalisme (Steense & Ahva, 2015). Setelah mesin cetak ditemukan , barulah ada perkembangan jurnalisme awal sebagai sebuah proses pencarian, penulisan, dan perekaman dalam media elektronik, prinsip utama jurnalisme adalah kebenaran.

Banyak informasi yang disampaikan berbasis hanya fakta semata. Menurut Leonard Downie JR., dan Robert G. Kaiser dalam Santana (2005:4) mengemukakan *good journalism* adalah bagaimana masyarakat diajak dalam sebuah kebersamaan di masa krisis melalui produk jurnalistik yang ada. Jurnalisme atau jurnalistik secara mendasar

belum bergeser arti maupun cakupnya. Mengutip McDougall, Kusumaningrat & Kusumaningrat (2006) di sebutkan bahwa jurnalisme adalah kegiatan dimana fakta dicari, berita dihimpun, dan peristiwa dilaporkan. Berbagai rujukan, memberikan definisi serupa karena sejak semula dalam sejarahnya, jurnalisme memang bertumbuh dari catatan harian menjadi serangkaian kabar yang dikemas untuk memenuhi kebutuhan khalayak akan informasi. Jurnalisme atau jurnalistik secara mendasar belumbergeser arti maupun cakupnya.

Sebagai proses pencarian, penulisan atau perekaman dalam media elektronik, penyutigan atau editing serta penyampaian berita, prinsip utama jurnalisme adalah kebenaran. Informasi yang disampaikan berbasis fakta semata. Brian McNair (2006) mendefinisikan jurnalisme sebagai suplai informasi untuk individu dan kelompok untuk memonitor lingkungan sosialnya. Bag i McNair, jurnalisme merupakan sumberdaya untuk mendukung dan berpartisipasi dalam kehidupan publik dalam masyarakat demokratis sebagai foundasi diskursus.

Buran dan Darvis (2010) mengatakan bahwa dengan fungsinya yang tak hanya mengawal demokrasi, jurnalisme pun terus mengalami perluasan. Ia tak berhenti hanya sebagai pesan yang diproduksi untuk kepentingan social politik. Tetapi merupakan wadah bagi ramuan berbagai informasi bertumpu pada kebutuhan masyarakat akan

Pendidikan, hiburan, atau bersifat katarsis, hingga kemudian, jurnalisme menjadi bisnis, setara dengan bisnis lain di dunia sejak booming era *yellow journalism* di awal abad ke 19. Menyambung pemikiran Buran dan Davis, Hachten (2005) menambahkan bahwa jurnalisme merupakan bisnis berita, artinya sebagai proses pengumpulan, pemrosesan, dan penyampaian informasi yang penting dan menarik.

Seharusnya, pengalaman Bersama berasal dari tersampainya gambaran realistis dan informasi. Masyarakat memerlukan sesuatu yang disajikan oleh media, meskipun hal itu terkadang merugikan, hal itu berisi fakta dan membantu mereka yang sebelumnya tidak tahu. Sementara itu, *Bad Journalism* adalah kurang cermatnya media dalam menyajikan berita yang seharusnya masyarakat mengetahuinya. Berita yang disajikan membahas permukaan peristiwa saja, ceroboh, memihak, tidak sesuai fakta dan terkesan setengah dari isu yang berkembang di masyarakat. Masyarakat yang mendapatkan informasi kurang lengkap itu sangat berbahaya.

2. Jurnalistik Online

Jurnalistik dipahami sebagai proses peliputan, penulisan, dan penyebaran luasan informasi aktual atau berita melalui media massa. Secara ringkas dan praktis, jurnalistik bisa diartikan sebagai

“memberitakan sebuah peristiwa”. Jurnalisme Damai turut mengembangkan media baru dengan bermunculnya blog-blog pribadi yang juga bisa tampil layaknya situs berita.

Misalnya, seseorang menulis tentang pertemuan dewan kota di blog atau di sebuah forum online, atau memeriksa fakta sebuah artikel surat kabar dari media dan menunjukkan fakta kesalahan atau biasa pada blog atau di kolom komentar. Tidak hanya berupa teks, citizen journalism juga bisa diproduksi dalam bentuk audio-video yang bisa diunggah dan tersebar luas lewat situs YouTube.

3. Media Massa dan Masyarakat

Abad ke-20 digambarkan sebagai zaman pertama media massa. Abad ini juga ditandai dengan berubahnya ketakjuban maupun ketakutan atas pengaruh media massa. Walaupun terjadi perubahan yang besar dalam lembaga dan teknologi media serta dalam masyarakat sendiri dan juga munculnya “Ilmu Komunikasi”. Perdebatan publik mengenai signifikansi sosial yang potensi dari “media” seperti tidak terlalu berubah. Penggambaran isu yang muncul selama dua atau tiga dekade awal pada abad ke-20 lebih dari sekedar kepentingan sejarah dan pemikiran awal memberikan poin rujukan untuk memahami masa kini.

Media massa berkembang begitu cepat. Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi, komunikasi massa pun semakin

canggih dan kompleks, serta memiliki kekuatan yang lebih dari masa-masa sebelumnya. Hal ini ditandai dengan munculnya media baru. Istilah media baru telah digunakan sejak tahun 1960-an dan telah mencakup seperangkat teknologi komunikasi terapan yang semakin berkembang dan beragam.

Menurut Denis McQuail dalam bukunya *Teori Komunikasi Massa* (2011 : 43) ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana.

a. Pengertian Media Massa

Perkembangan media massa tidak terlepas dari ilmu komunikasi yang pada intinya bertujuan untuk menyampaikan pesan karena pada dasarnya media massa berfungsi menyampaikan pesan kepada masyarakat luas. Sejarah perjalanan media massa di Indonesia memperlihatkan adanya pasang surut peran media massa. Hal ini terjadi karena media massa sebagai bagian dari subsistem komunikasi Indonesia dalam sistem sosial Indonesia, akan dipengaruhi oleh subsistem sosial lainnya, termasuk ideologi, politik dan pemerintahan negara dimana media massa itu berada.

Media massa merupakan media informasi yang terkait dengan masyarakat, digunakan untuk berhubungan dengan khalayak

(masyarakat) secara umum, dikelola secara profesional dan bertujuan mencari keuntungan. Menurut Bungin, media massa merupakan institusi yang berperan sebagai agent of change, yaitu sebagai institusi pelopor perubahan. Secara umum, media massa diartikan sebagai alat-alat komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak dan cepat kepada audiens dalam jumlah yang luas dan heterogeny

Menurut McQuail, media massa merupakan salah satu sarana untuk pengembangan kebudayaan, bukan hanya budaya dalam pengertian seni dan simbol tetapi juga dalam pengertian pengembangan tatacara, mode, gaya hidup dan norma-norma. Media massa sangat berperan dalam perkembangan atau bahkan perubahan pola tingkah laku dari suatu masyarakat, oleh karena itu kedudukan media massa dalam masyarakat sangat penting. Dengan adanya media massa, masyarakat yang tadinya dapat dikatakan tidak beradab dapat menjadi masyarakat yang beradab. Hal itu disebabkan, oleh karena media massa mempunyai jaringan yang luas dan bersifat massal sehingga masyarakat yang membaca tidak hanya orang-perorang tapi sudah mencakup jumlah puluhan, ratusan, bahkan ribuan pembaca, sehingga pengaruh media massa akan sangat terlihat di permukaan masyarakat. Denis McQuil *Teori Komunikasi massa* (Salemba Humaika, 2011:43)

Mengingat kedudukan media massa dalam perkembangan masyarakat sangatlah penting, maka industri media massa pun berkembang pesat saat ini. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya stasiun televisi, stasiun radio, perusahaan mediacetak, baik itu surat kabar, majalah, dan media cetak lainnya. Para pengusaha merasa diuntungkan dengan mendirikan perusahaan yang bergerak di bidang media massa seperti itu. Hal itu disebabkan karena mengelola perusahaan dengan jenis spesifikasi mengelola media massa adalah usaha yang akan selalu digemari masyarakat sepanjang masa, karena sampai kapanpun manusia akan selalu haus akan informasi.

Tugas dan fungsi pers adalah mewujudkan keinginan kebutuhan informasi melalui medianya baik melalui media cetak maupun media elektronik. Fungsi informatif yaitu memberikan informasi, atau berita, kepada khalayak ramai dengan cara yang teratur. Pers akan memberitakan kejadiankejadian pada hari tertentu, memberitakan pertemuan-pertemuan yang diadakan, atau pers mungkin juga memperingatkan orang banyak tentang peristiwa-peristiwa yang diduga akan terjadi.

b. Fungsi Media Massa dalam Masyarakat

Media massa dan perkembangannya bagi manusia telah melahirkan perdebatan panjang tentang makna dan dampak media massa pada perkembangan masyarakat. Dalam perkembangan teori

komunikasi massa, konsep masyarakat massa mendapat relasi kuat dengan produk budaya massa yang pada akhirnya akan mempengaruhi bagaimana proses komunikasi dalam konteks masyarakat massa membentuk dan dibentuk oleh budaya massa yang ada. Media massa berperan untuk membentuk keragaman budaya yang dihasilkan sebagai salah satu akibat pengaruh media terhadap sistem nilai dan tindakan manusia.

Menurut De Witt C. Reddick, fungsi utama media massa adalah untuk mengkomunikasikan ke semua manusia lainnya mengenai perilaku, perasaan, dan pemikiran mereka, dan dalam mewujudkan hal itu, media massa tidak akan lepas dengan tanggung jawab dari kebenaran informasi (*Responsibility*), kebebasan pers dalam penyajian berita (*Freedom of the press*), kebebasan pers dari tekanan-tekanan pihak lainnya (*Independence*), kelayakan berita terkait dengan kebenaran dan keakuratannya (*Sincerity, Truthfulness, Accuracy*), aturan main yang disepakati bersama (*Fair Play*), dan penuh pertimbangan (*Decency*). Jadi intinya kebebasan pers sekarang ini dapat dilaksanakan dengan baik, jika kebebasan pers itu diimbangi dengan tanggung jawab dan kode etik sebagai landasan profesi, untuk menghindari ada pemberitaan yang menjurus anarkis.

Dalam kehidupan masyarakat umum setidaknya media massa mempunyai beberapa fungsi pokok, yakni :

1. Fungsi pengawasan, adalah fungsi yang khusus menyediakan informasi dan peringatan kepada masyarakat tentang apa saja yang terjadi dilingkungan mereka. Media massa meng-update pengetahuan dan pemahaman manusia tentang lingkungan sekitarnya.
2. Fungsi interpretasi, adalah fungsi yang menjadi saran memproses, menginterpretasikan dan mengkorelasikan seluruh pengetahuan atau hal yang diketahui oleh manusia.
3. Fungsi transmisi nilai, adalah fungsi untuk menyebarkan nilai, ide dari generasi satu ke generasi yang lain.
4. Fungsi hiburan adalah fungsi untuk menghibur manusia. Manusia cenderung untuk melihat dan memahami peristiwa atau pengalaman manusia sebagai sebuah hiburan. Dalam perkembangan selanjutnya, media massa mempunyai fungsi-fungsi baru, yaitu fungsi bentuk komunitas dan komunikasi virtual, seperti halnya kelompok internet di dunia maya.

4. Tinjauan Tentang Penyajian Informasi

1. Pengertian dan konsep Berita Jurnalistik Online

A. Pengertian jurnalistik *online*

Jurnalistik online adalah jurnalistik yang memanfaatkan internet sebagai medianya sehingga dapat diakses secara global ke

seluruh dunia. Jurnalistik online (*Online Journalistic*) merupakan generasi baru jurnalistik setelah jurnalistik konvensional (jurnalistik cetak, seperti surat kabar) dan jurnalistik penyiaran, (broadcast journalism radio dan televisi).

Secara etimologis, jurnalistik berasal dari kata *journ*. Dalam bahasa Perancis, *journ* berarti catatan atau laporan harian. Secara sederhana jurnalistik diartikan sebagai kegiatan yang berhubungan dengan pencatatan atau pelaporan setiap hari. Jurnalistik bukanlah pers, bukan pula massa. Jurnalistik adalah kegiatan yang memungkinkan pers atau media massa bekerja dan diakui eksistensinya dengan baik (Haris Sumadira, 2008). Sedangkan dalam kamus jurnalistik diartikan sebagai kegiatan untuk menyiapkan, mengedit, dan menulis untuk surat kabar, majalah, atau berkala lainnya (Assegaff, 1983:9). Menurut Ensiklopedi Indonesia, jurnalistik adalah bidang profesi yang mengusahakan penyajian informasi tentang kejadian dan atau kehidupan sehari-hari (pada hakikatnya dalam bentuk penerangan, penafsiran, dan pengkajian) secara berkala, dengan menggunakan sarana-sarana penerbitan yang ada (Suhandang, 2004:22)

Menurut Asep Syamsul M. Romli dalam buku *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online* (2018), jurnalistik online adalah proses penyampaian informasi lewat media internet, terutama

website. Jurnalistik online juga dapat didefinisikan sebagai penyebaran informasi melalui situs web berita atau portal berita, yakni media internet, media online, atau media siber. Dilansir dari buku *Jurnalisme Positif* (2021) karya Nina dan Triyanto, perkembangan jurnalistik online tergolong pesat. Salah satunya karena dampak kemajuan teknologi yang membuat media daring terus berkembang. Kemajuan teknologi ini tidak hanya membuat jurnalistik online terus berkembang, tetapi turut melahirkan praktik jurnalisme lainnya, yakni jurnalisme warga.

B. Konsep berita jurnalistik online

Konsep berita jurnalistik online, menggunakan konsep berita secara umum yaitu cepat, menarik dan penting.

2. Prinsip Jurnalistik Online

Prinsip jurnalistik online menurut Paul Bradshaw dalam “*Basic Principal of Online Journalism*” menyebutkan, ada lima prinsip dasar jurnalistik online diantaranya :

a. *Brevity* (Ringkas)

Tulisan tidak bertele-tele, namun tidak harus pendek. Tulisan yang panjang dapat diringkas dalam beberapa tulisan pendek sehingga lebih mudah dibaca dan dipahami.

b. *Adaptability* (mampu beradaptasi)

Perkembangan teknologi komunikasi, menuntut jurnalis harus mampu beradaptasi dengan hal tersebut. Seseorang jurnalis tidak hanya mampu menulis berita tapi juga harus mampu menggunakan video, kamera dan lainnya, tidak hanya jurnalis yang harus beradaptasi, informasi pun harus beradaptasi.

c. *Scannability* (mampu dipindai)

Sebagian besar pengguna situs berita online mencari sesuatu yang spesifik. Tujuh puluh Sembilan persen dari pengguna melakukan scan halaman web. Mereka mencari informasi utama, subheadings, link dan hal lain yang membantu mereka menavigasi teks pada layar. Hal ini didasarkan asumsi bahwa pengguna tidak betah berlama-lama melihat monitor. Bradshaw menekankan pentingnya dua kata pertama sebagai judul untuk menarik perhatian pembaca.

d. *Interactivity* (interaktif)

Memberikan keleluasan pada pembaca situs untuk memanfaatkan apa yang ditampilkan sesuai kehendak mereka atau dengan kata lain, memberikan pemirsa (viewer atau reader).

e. *Community and Conversation*

Beberapa tahun lalu, email merupakan hal yang paling populer digunakan oleh pengguna internet, namun belakangan ini mulai tergantikan dengan jaringan sosial dan pesan-pesan pendek yang

menunjukkan kalau pengguna tidak hanya ingin bersikap pasif dalam menggunakan konten online.

3. Karakteristik Jurnalistik Online

Mike Ward dalam Journalism Online menyebutkan beberapa karakteristik jurnalistik online diantaranya:

a. Immediacy

Keseragaman atau kecepatan penyampaian informasi. Radio dan televisi lebih cepat menyampaikan berita namun harus menginterupsi acara berlangsung (breaking news).

b. Multiplate pagination

Berupa ratusan halaman terkait satu sama lain, juga dapat diakses tersendiri.

c. Multimedia

Menyajikan gabungan teks, gambar, audio, video sekaligus.

d. Archiving

Terarsipkan, dapat dikelompokkan berdasarkan kategori (rubrik) atau kata kunci (keyword tags) juga tersimpan lama yang dapat diakses kapan pun

e. Relationship with reader

Kontak atau interaksi dengan pembaca dapat langsung saat itu juga melalui kolom komentar dan lain-lain.

B. Kerangka Berpikir

1. Jurnalisme

Ada banyak beberapa definisi tentang jurnalisme. Jurnalisme merupakan sebuah aktivitas mencari dan mendapatkan informasi akurat dan fakta tentang sebuah fenomena, bagaimana informasi terkemas untuk disiarkan (Shapiro,2013). Di dalam sejarahnya, penggunaan teknologi untuk media akan mempengaruhi perkembangan jurnalisme (Steense & Ahva, 2015). Setelah mesin cetak ditemukan , barulah ada perkembangan jurnalisme awal sebagai sebuah proses pencarian, penulisan, dan perekaman dalam media elektronik, prinsip utama jurnalisme adalah kebenaran.

Banyak informasi yang disampaikan berbasis hanya fakta semata. Menurut Leonard Downie JR., dan Robert G. Kaiser dalam Santana (2005:4) mengemukakan *good journalism* adalah bagaimana masyarakat diajak dalam sebuah kebersamaan di masa krisis melalui produk jurnalistik yang ada. Jurnalisme atau jurnalistik secara mendasar belum bergeser arti maupun cakupannya. Mengutip McDougall, Kusumaningrat & Kusumaningrst (2006) di sebutkan bahwa jurnalisme

adalah kegiatan dimana fakta dicari, berita dihimpun, dan peristiwa dilaporkan. Berbagai rujukan, memberikan definisi serupa karena sejak semula dalam sejarahnya, jurnalisme memang bertumbuh dari catatan harian menjadi serangkaian kabar yang dikemas untuk memenuhi kebutuhan khalayak akan informasi. Jurnalisme atau jurnalistik secara mendasar belumbergeser arti maupun cakupnya.

Sebagai proses pencarian, penulisan atau perekaman dalam media elektronik, penyutungan atau editing serta penyampaian berita, prinsip utama jurnalisme adalah kebenaran. Informasi yang disampaikan berbasis fakta semata. Brian McNair (2006) mendefinisikan jurnalisme sebagai suplai informasi untuk individu dan kelompok untuk memonitor lingkungan sosialnya. Bagi McNair, jurnalisme merupakan sumberdaya untuk mendukung dan berpartisipasi dalam kehidupan publik dalam masyarakat demokratis sebagai foundasi diskursus.

Buran dan Darvis (2010) mengatakan bahwa dengan fungsinya yang tak hanya mengawal demokrasi, jurnalisme pun terus mengalami perluasan. Ia tak berhenti hanya sebagai pesan yang diproduksi untuk kepentingan social politik. Tetapi merupakan wadah bagi ramuan berbagai informasi bertumpu pada kebutuhan masyarakat akan Pendidikan, hiburan, atau bersifat katarsis, hingga kemudian, jurnalisme menjadi bisnis, setara dengan bisnis lain di dunia sejak booming era

yellow journalism di awal abad ke 19. Menyambung pemikiran Buran dan Davis, Hachten (2005) menambahkan bahwa jurnalisme merupakan bisnis berita, artinya sebagai proses pengumpulan, pemrosesan, dan penyampaian informasi yang penting dan menarik.

Seharusnya, pengalaman Bersama berasal dari tersampainya gambaran realistis dan informasi. Masyarakat memerlukan sesuatu yang disajikan oleh media, meskipun hal itu terkadang merugikan, hal itu berisi fakta dan membantu mereka yang sebelumnya tidak tahu. Sementara itu, *Bad Journalism* adalah kurang cermatnya media dalam menyajikan berita yang seharusnya masyarakat mengetahuinya. Berita yang disajikan membahas permukaan peristiwa saja, ceroboh, memihak, tidak sesuai fakta dan terkesan setengah dari isu yang berkembang di masyarakat. Masyarakat yang mendapatkan informasi kurang lengkap itu sangat berbahaya.

2. Yellow Jurnalisme

jurnalisme kuning (*yellow journalism*) ialah jurnalisme yang menekankan terhadap sensasi seks, berita malapetaka, dan kriminal: judul besar-besaran, penggambaran yang kasar, dan bergantung ada kartun serta berwarna-warni. Pendapat ini menurut Baran dalam Danang (2010).

Dalam danang (2010) tahun 1985, surat kabar New York World mendapat pesaing baru yaitu surat kabar New York Journal yang dimiliki oleh William Randolph Hearst. Sejak tahun 1895 hingga 1898 terjadi persaingan hebat antara surat kabar New York World milik Pulitzer dan New York Journal milik Hearst. Kedua media ini saling menabih genderang perang dengan menyajikan berita - berita bombastis, sensasional, dan kontroversional dengan tujuan utama meningkatkan oplah. Persaingan sengit ini kemudian dikenal dengan istilah jurnalisme/koran kuning. Istilah ini diberikan oleh kalangan pers AS karena kedua koran tersebut sering menyajikan berita murahan untuk mencari sensasi dan menarik minat pembaca. Selain itu keduanya juga sama-sama memuat serial komik The Yellow Kid (bocah kuning) akibat sering mempraktekkan jurnalisme kuning, Joseph Pulitzer pernah diseret ke meja hijau atas tuduhan pencemaran nama baik presiden AS pada saat itu ialah Theodore Roosevelt dan pengusaha besar J. P. Morgan. Pada dasarnya jurnalisme kuning (*yellow journalism*) merupakan fenomena jurnalisme yang melanda AS di era akhir 1800-an dan pada awal 1900-an. Persaingan untuk meningkatkan penjualan oplah atau di era sekarang untuk mendorong klik (di dalam media dotcom) atau rating dalam media TV, membuat media di New York pada saat itu memberitakan skandal - skandal dan mengemas pemberitaan secara sensasional. Jurnalisme kuning pun sempat mewarnai dunia pers di Indonesia, pertama setelah

presiden Soeharto lengser dari kursi kepresidenan. Judul dan berita yang bombastis telah mewarnai halaman - halaman muka koran dan majalah baru. Namun tampaknya, jurnalisme kuning di Indonesia belum sepenuhnya pudar. Terbukti hingga saat ini masih ada surat kabar yang masih menyuguhkan pemberitaan sensasional semacam ini.

Yellow journalism memiliki ciri-ciri khas yaitu pemberitaan yang bombastis, sensasional, dan pembuatan judul utama yang menarik perhatian public. Tujuannya hanya satu yaitu agar masyarakat tertarik, setelah tertarik diharapkan masyarakat membelinya. Ini sesuai dengan psikologi massa. Orang akan tertarik untuk membaca atau membeli koran, yang diperhatikan pertama kali adalah judulnya. Apalagi judul-judul yang dibuat sangat bombastis, bahkan untuk menarik perhatian pembaca, judul-judul yang dibuat ditulis secara besar-besaran dengan warna yang mencolok dan tak jarang disertai dengan gambar yang sadis (Nurudin, 2009: 230).

Kusumaningrat dan Kusumaningrat (2005:67) menjelaskan bahwa apa yang ditampilkan oleh jurnalisme kuning biasanya berisi sekitar masalah seks, kriminalitas (crime), serta "*key-hole news*", yakni berita sekitar dapur dan kamar tidur orang lain dari hasil mengintip yang sebenarnya tidak ada sangkut pautnya dengan kepentingan umum yang diungkap secara sensasional. Makna sensasi, yang dalam bahasa Inggris

sense sebenarnya sudah menggambarkan bahwa apa yang disebut berita adalah apa yang isi dan cara mengungkapkannya didasarkan pada keinginan untuk menarik perhatian, membangkitkan perasaan dan emosi. Artinya, berita sensasional adalah berita yang bisa menimbulkan perasaan ngeri, takjub, menggoda, merangsang serta menimbulkan luapan-luapan emosi yang mendalam, begitupun dengan informasi-informasi bertajuk kriminal.

Berdasarkan uraian di atas, maka pada dasarnya yellow journalism merupakan berita yang ditulis secara vulgar dan sensasional tanpa ada idiom / penghalusan bahasa. Ada beberapa hal terkadang yellow journalism jadi pilihan, biasanya membuat kesan kepada pembaca seakan akan dia melihat suatu kejadian. Maraknya media cetak dengan menggunakan yellow journalism untuk menarik minat masyarakat untuk membeli dan mendongkrak omset penjualan. Dalam journalism profesional, wartawan selalu diingatkan bahwa berita yang “berani” belum tentu benar. Berani mengungkapkan fakta kejahatan atau penyelewengan secara tanggung jawab. Kalau tidak bisa dipertanggungjawabkan, itu bukan berita yang berani melainkan berita sensasi, menghakimi, menzalimi, provokatif, mencemarkan nama baik dan memfitnah. Intinya, istilah berani dalam suatu berita harus ditempatkan pada konteks yang benar. Jika tidak, yang terjadi kemudian adalah pers melakukan kekerasan

terhadap subjek berita sebagaimana kerap dilakukan oleh jurnalisme kuning.

Bill Kovach mengatakan, sebuah reportase tanpa disiplin verifikasi hanya akan menghasilkan liputan yang tidak jujur dan bias. Liputan yang tidak jujur dan bias adalah bentuk kekerasan pers terhadap subjek berita. Media di Indonesia cenderung mempraktekkan jurnalisme kuning yaitu mengeksploitasi selera rendah manusia dengan melakukan pemberitaan yang bersifat bombastis dan sensasional seperti pembunuhan, perkosaan, penganiayaan dan sebagainya. Pemberitaan seperti ini tidak mengindahkan kode etik dan sisi kemanusiaan. Misalnya identitas atau nama dari korban perkosaan dengan jelas tidak memakai inisial atau nama samaran. Begitu juga dengan pelaku kejahatan yang wajahnya tidak disamarkan.

3. Media Massa

Media massa dapat dikatakan sebagai sarana yang menjadi tempat penyampaian hasil kerja aktivitas jurnalistik. Media massa merupakan istilah yang digunakan oleh public dalam mereferensi tempat dipublikasiannya suatu berita. Hasil kerja jurnalistik para wartawan dipublikasikan melalui media massa. Setiap berita dalam jurnalistik menjadi tidak bermakna tanpa mendapat dukungan atau di publikasikan melalui

media jadi, media massa merupakan tempat untuk mempublikasikan berita. penyampaian informasi dalam bentuk berita membutuhkan saluran komunikasi yang disebut media. (Yunus, 2012: 26)

Dalam dunia jurnalistik, media dikategorikan ke dalam 3(tiga) jenis berikut:

- a. Media cetak, yang terdiri atas surat kabar harian, surat kabar mingguan, tabloid, majalah, bulletin/jurnal dan lain sebagainya.
- b. Media elektronik, yang terdiri atas radio dan televisi.
- c. Media online, yaitu media internet, seperti *website*, blog dan lain sebagainya. (Yunus, 2012: 27)

Sementara itu, secara substansial sendiri maka, media massa dapat dibedakan berdasarkan pada proses pencarian, pengumpulan, pengolahan, dan penyebaran berita yang dilakukannya.

Media cetak merupakan bagian dari media massa yang digunakan dalam penyuluhan. Media cetak mempunyai karakteristik yang penting. Literatur dalam pertanian dapat di temui dalam artikel, buku, jurnal, dan majalah secara berulang-ulang terutama untuk petani yang buta huruf dapat mempelajarinya melalui gambar atau diagram yang memperlihatkan poster. Media cetak membantu penerimaan informasi untuk mengatur masukan informasi tersebut. Lebih jauh lagi media cetak membantu penerimaan informasi tersebut. Lebih jauh lagi media cetak dapat di seleksi

oleh pembacanya secara mudah dibandingkan dengan berita melalui radio dan televisi. (Hamundu, 1999)

Dalam Laode (2010) media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan - pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat - alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, TV. Media massa ialah faktor lingkungan yang mengubah perilaku khalayak melalui proses pelaziman klasik, pelaziman operan atau proses imitasi (belajar sosial). dua fungsi dari media massa adalah media massa memenuhi kebutuhan akan fantasi dan informasi. Media menampilkan diri sendiri dengan peranan yang diharapkan, dinamika masyarakat akan terbentuk, dimana media adalah pesan.

Masyarakat dengan tingkat ekonomi rendah memiliki ketergantungan dan kebutuhan terhadap media massa yang lebih tinggi daripada masyarakat dengan tingkat ekonomi tinggi karena pilihan mereka yang terbatas. Masyarakat dengan tingkat ekonomi lebih tinggi memiliki lebih banyak pilihan dan akses banyak di media massa , termasuk bertanya langsung pada sumber atau ahli dibandingkan mengandalkan informasi yang mereka dapat dari media massa tertentu.

4. Konsep Berita

Dari segi etimologis, berita sering disebut juga dengan warta. Warta berasal dari bahas sansekerta, yaitu “vrit” atau “vritta”, yang berarti kejadian atau peristiwa yang telah terjadi.(Yunus,2012: 46)

Definisi berita dalam teknis jurnalistik adalah laporan tentang fakta atau ide yang termasa yang dipilih oleh staf redaksi suatu harian untuk disiarkan, yang dapat menarik perhatian pembaca, bisa adi karena luar biasa, bisa karena pentingnya dan akibatnya, bisa pula karena ia mencakup segi-segi *human interest* seperti humor, emosi dan ketegangan.

Sementara menurut Haris Sumadiria, berita merupakan laporan terapat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan atau penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala.(Sumadiria, 1983: 179)

Berita dapat didefinisikan sebagai peristiwa yang dilaporkan. Segala yang dapat dilapangan dan sedang dipersiapkan untuk dilaporkan, belum dapat sisebut berita. Wartawan yang menonton dan menyaksikan peristiwa, belum tentu telah menemukan peristiwa. Wartawan harus bisa menemukan peristiwa setelah memahami proses atau alan cerita, yaitu harus tahu apa(*what*) yang terjadi, siapa(*who*) yang terlibat, bagaimana kejadian itu terjadi (*how*), kapan (*when*) terjadi, dimana (*where*) peristiwa

itu terjadi, dan mengapa (*why*) sampai terjadi. Keenam hal tersebut merupakan unsure berita. (Setiati, 18)

Seperti diungkap diatas, suatu peristiwa patut diangkat menjadi sebuah berita jika memang memiliki nilai berita. Unsur nilai berita menurut Eni Setiati dalam bukunya Ragam Jurnalistik Baru di antaranya :

a) Kebermaknaan(*significanse*)

Kejadian yang dapat memengaruhi kehidupan orang banyak atau pembaca.

b) Besaran (*magnitude*)

Kejadian menyangkut angka – angka yang berarti bagi kehidupan orang banyak.

c) Kebaruan(*timeliness*)

Suatu kejadian menyangkut peristiwa yang baru terjadi.

d) Kedekatan(*proximity*)

Suatu kejadian yang berada di dekat pembaca. Kedekatan itu bisa secara geografis atau emosional.

e) Kemashyuran/sisi manusiawi(*prominence/human interest*)

Suatu kejadian yang memeberi sentuhan rasa kepada para pembaca. Mengungkapkan peristiwa orang terkenal, figur public, atau masyarakat biasa dalam peristiwa luar biasa.

Suatu berita dikatakan bermutu apabila isi beritanya memuat kaidah jurnalistik, antara lain :

1) Faktualitas

Berisi aktualisasi, kelengkapan, kejelasan, dan objektivitas.

2) Kaidah nilai berita

Berisi besarnya peristiwa, ketemasaan, kedekatan, konflik, konsekuensi, kemenonjolan, seksualitas dan human interest.

3) Kaidah politik pemberitaan

Setiap media berisi kepentingan politik pemberitaan yang berbeda.

4) Mutu pemberitaan

Dilihat dari isi, sistematika dan bahasa. Nilai isi media berkaitan dengan penerapan nilai berita. Nilai sistematika berhubungan dengan struktur dan teknik penyajian. Nilai bahasa berhubungan dengan kelancaran dan segi kenyamanan bagi pembaca.

5. Unsur, Nilai & Ragam Berita

Berita berasal dari bahasa Sangsekerta, yaitu Vrit yang dalam bahasa Inggris di sebut write, arti sebenarnya adalah ada atau terjadi. Sebagian ada yang menyebut dengan Vritta yang artinya kejadian atau yang terjadi. Vritta dalam bahasa Indonesia kemudian menjadi warta atau berita. Menurut kamus bahasa Indonesia karya W.J.S Poerwadarminta, berita berarti kabar atau warta, sedangkan dalam kamus besar bahasa Indonesia terbitan Balai Pustaka, arti berita diperjelas menjadi “laporan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat. (Djuroto, 2000:46)

Berita dapat didefinisikan sebagai peristiwa yang dilaporkan. Segala yang didapat di lapangan dan sedang dipersiapkan untuk dilaporkan, belum dapat disebut berita. Suatu peristiwa patut diangkat menjadi sebuah berita jika memang memiliki nilai berita atau unsur berita.

Adapun unsur-unsur berita tersebut dalam Djuroto (2000:48) adalah:

- Aktual atau baru (termassa)
- Jarak
- Terkenal
- Keluarbiasaaan
- Akibat
- Ketegangan
- Pertentangan
- Seks
- Kemajuan
- Human Interest
- Emosi
- Humor

Sedangkan menurut Eni Setiati (2005 : 21) unsur berita yang harus ada untuk menilai sebuah peristiwa patut diangkat atau tidak yaitu:

- 1) Kebermaknaan (*significance*)

Kejadian yang dapat mempengaruhi kehidupan orang banyak atau pembaca.

2) Besaran (*magnitude*)

Kejadian menyangkut angka-angka yang berarti bagi kehidupan orang banyak.

3) Kebaruan (*timeliness*)

Suatu kejadian menyangkut peristiwa yang baru terjadi.

4) Kedekatan (*proximity*)

Suatu kejadian yang berada di dekat pembaca. Kedekatan itu bisa secara geografis atau emosional.

5) Kemasyuran/sisi Manusiawi (*prominance/human interest*)

Suatu kejadian yang memberi sentuhan rasa kepada para pembaca. Mengungkap peristiwa orang terkenal, figure publik, atau masyarakat biasa dalam peristiwa yang luar biasa.

Dalam pemberitaan, informasi yang dipaparkan kepada pembaca harus mempunyai kaidah jurnalistik hal tersebut dimaksudkan agar fungsi dari media sebagai komunikasi massa tercapai. Adapun kaidah jurnalistik tersebut adalah:

1. Faktualitas
2. Berisi aktualitas, kelengkapan, kejelasan dan obyektifitas
3. Kaidah nilai berita

4. Berisi besarnya peristiwa, ketermasaan, kedekatan, konflik, konsekuensi, kemenonjolan, seksualitas, dan human interest
5. Kaidah politik pemberitaan
6. Setiap media berisi kepentingan politik pemberitaan yang berbeda
7. Mutu pemberitaan

Dilihat dari isi, sistematika dan bahasa. Nilai isi media berkaitan dengan penerapan nilai berita. Nilai sistematika berhubungan dengan struktur dan teknik penyajian dan segi kenyamanan bagi pembaca (Setiati, 2005:18-19)

Selain kaidah jurnalistik dalam penulisan sebuah berita, wartawan sebagai orang yang bertugas yang mencari berita juga harus memenuhi etika pemberitaan hal tersebut dimaksudkan agar berita yang disampaikan sesuai dan mampu dipertanggungjawabkan serta tidak subyektif. Secara umum etika pemberitaan yang harus dipatuhi

Para wartawan, menurut Leonard Teel dan Ron Tylor dalam Abrar (1995:94) antara lain :

1. Obyektif

Obyektif artinya adalah tidak memberikan penilaian, tidak berpihak dan tidak berprasangka. Lawannya adalah subyektif, yaitu memasukkan pendapat pribadi.

2. Jujur

Jujur artinya tidak merekayasa fakta yang akan dijadikan berita.

3. Tidak menerima suap

Suap yang dimaksud adalah bukan hanya dalam bentuk uang, tetapi semua bentuk hadiah yang mengakibatkan para wartawan tidak mandiri dan bebas menyiarkan berita seperti hadiah tiket untuk menyaksikan pertunjukan kesenian, undangan makan gratis, dan lain-lain.

4. Tidak menyiarkan berita sensasional

Yang disebut berita sensasional adalah berita yang menjijikkan, misalnya berita tentang perbuatan seks yang merangsang nafsu birahi, kebiasaan individu yang aneh dan kotor, pembunuhan yang sadis, dan sebagainya.

5. Tidak melanggar privasi

Adalah mematuhi hak untuk “sendiri” yang dimiliki individu, baik yang menjadi obyek penelitian maupun narasumber.

6. Tidak melakukan propaganda.

Virus Covid-19 adalah salah satu dari famili virus yang menyebabkan gangguan pernafasan, flu bahkan yang lebih parah menyebabkan sindrom pernafasan timur tengah (MERS-CoV) dan sindrom pernafasan akut parah (SARS-CoV). Menurut WHO, Virus Covid-19 ini merupakan virus jenis baru yang baru ditemukan pada tahun 2019 dan sebelumnya belum ada data seseorang pernah

terinfeksi Virus Covid-19 ini (WHO, 2020) Tingkat penyebaran virus Covid-19 ini bisa dikatakan cukup cepat, berdasarkan data yang dikeluarkan oleh WHO dan covid19.go.id sudah ada 211 negara yang terinfeksi virus Covid-19 ini dan 1.395.136 kasus yang terkonfirmasi terinfeksi Covid-19 ini. Dalam gambar dibawah ini dapat digambarkan cepatnya penyebaran virus Covid-19 ini keseluruh dunia. Dari kasus pandemi Covid-19 ini tenaga kesehatan yang menjadi garda depan untuk menyembuhkan virus Covid-19 ini seluruh tenaga medis berusaha penuh untuk menyembuhkan seluruh orang-orang yang sudah terinfeksi dan menghentikan penyebarannya dengan mencari vaksin yang tepat untuk menekan penyebaran Virus Covid-19 ini. Dalam industri media yang memiliki fungsi untuk menyebarkan informasi dalam hal ini informasi terkait perkembangan Virus Covid-19. Dalam penelitian ini peneliti akan melihat objektivitas media dalam memberitakan kasus Virus Covid-19 ini berdasarkan faktual berita dan impartialitas dalam setiap pemberitaannya.

Penyebaran Virus Covid-19 ini pertama kali di publikasikan di Wuhan pada tanggal 31 Desember 2019. Seluruh dunia memberitakan virus ini juga karena penyebaran yang cukup cepat bahkan penyebarannya hampir ke seluruh dunia. Salah satu media penyebaran yang digunakan adalah portal berita online baik media online internasional dan nasional. Menurut KBBI, media adalah sebuah alat

atau sarana dalam komunikasi untuk menyampaikan informasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, spanduk, dll.

Salah satu media yang memberitakan mengenai Vaksin Virus Covid-19 ini adalah kompas.com. Media ini telah ada sejak tahun 1995 dan terus mengeluarkan berita – berita terbaru seiring dengan penembangan zaman.

6. Teori Agenda Media

Teori agenda media ini diangkat dari teori agenda setting. Definisi agenda pada konsep agenda media mempunyai arti sebuah daftar hal - hal yang di urutkan kepentingan, dengan yang paling atas adalah yang paling penting. Sementara media memiliki arti alat atau wadah komunikasi, seperti surat kabar sebagai media cetak, radio dan televisi sebagai media elektronik dan internet sebagai media baru yang memiliki fungsi untuk menyebarkan berita secara luas atau informasi kepada khalayak.

Teori ini berisi tentang penyusunan agenda yang dibuat oleh media yang membentuk gambaran atau isu yang penting dalam masyarakat. Dengan asumsi bahwa apa yang dianggap penting oleh media, maka akan dianggap penting pula menurut publik atau pembaca. Menurut Kriyantono media mempunyai kemampuan mengirim atau

mentransfer isu untuk mempengaruhi agenda publik. Jika media memberikan tekanan terhadap suatu isi tertentu maka publik akan terpengaruh untuk menganggap isi itu menjadi penting.

Pada awalnya penelitian agenda setting ini dilakukan oleh McComb dan Shaw, pada kampanye pemilihan Presiden Amerika Serikat 1972, menemukan bahwa surat kabar menentukan apa yang dianggap penting oleh masyarakat. Hubungan yang kuat antara berita yang disampaikan media dengan isu-isu yang dinilai penting adalah salah satu jenis efek media massa yang paling populer yang dinamakan dengan teori agenda setting.

Secara singkat teori penyusunan agenda (agenda Setting) mengatakan bahwa media (khususnya media berita) tidak selalu berhasil memberitahu apa yang kita pikir, tetapi media tersebut benar-benar berhasil memberitahu kita berpikir tentang apa. Media massa selalu mengarahkan kita pada apa yang harus kita lakukan. Media memberikan agenda-agenda melalui pemberitaannya, sedangkan masyarakat akan mengikutinya. Menurut asumsi teori ini, media mempunyai kemampuan untuk menyeleksi dan mengarahkan perhatian masyarakat pada gagasan atau peristiwa - peristiwa tertentu. Media mengatakan pada kita apa

yang penting dan apa yang tidak penting, media pun mengatur apa yang harus kita lihat, dan tokoh apa yang harus kita dukung.

E. M. Griffin mengemukakan, bahwa McCombs dan Donald Shaw meminjam istilah “agenda setting” dari seorang sarjana ilmu politik Bernard Coben melalui laporan penelitiannya mengenai fungsi khusus media massa. Dalam penelitiannya itu Coben mengemukakan pernyataannya yang terkenal yang sering disebut sebagai mantra dari agenda setting “The mass media may not successful in telling us what to think, but they are stunningly successfull in telling us what to think about” (media massa mungkin tidak berhasil mengatakan kepada kita apa yang harus dipikirkan, tetapi mereka sangat berhasil untuk mengatakan kepada kita hal-hal apa saja yang harus kira pikirkan).

Menurut Stephen W. Littlejohn, agenda setting beroperasi dalam tiga bagian sebagai berikut:

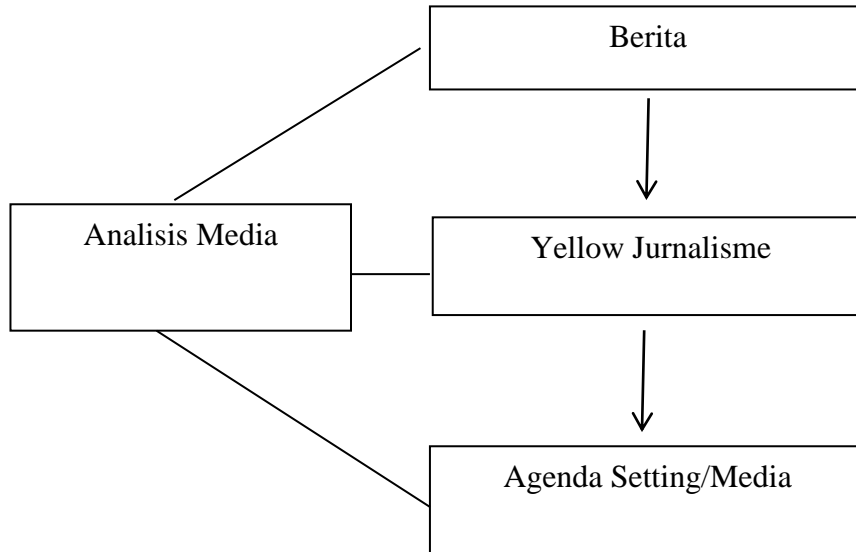
- a. Agenda media itu sendiri harus diformat. Proses ini akan menimbulkan masalah bagaimana agenda media itu terjadi pada waktu pertama kali dengan dimensi yang saling berkaitan. Dimensi tersebut antara lain : visibility (jumlah dan tingkat menonjolnya suatu berita), audience salience (tingkat menonjol berita bagi khalayak), valance (valensi

atau menyenangkan atau tidak cara pemberitaan bagi suatu berita)

b. Agenda Khalayak atau publik. Agenda media dalam banyak hal memengaruhi atau berinteraksi dengan agenda publik atau kepentingan isu tertentu bagi publik. Pernyataan ini memunculkan pertanyaan, seberapa besar kekuatan media mampu memengaruhi agenda publik dan bagaimana publik itu melakukannya.

c. Agenda Kebijakan. Agenda publik memengaruhi atau berinteraksi ke dalam agenda kebijakan. Agenda kebijakan adalah pembuatan kebijakan publik yang dianggap penting oleh individu.

Kerangka Berpikir



Gambar 1. Kerangka Berpikir