

KOMUNIKASI MASSA

Buku ini ditulis oleh enam dosen di Fakultas Komunikasi dan Desain Kreatif (FKDK) Universitas Budi Luhur Jakarta. Empat diantaranya adalah praktisi media. Secara spesifik, buku ini diperuntukkan untuk siswa-siswi SMA/SMK dan sederajat, yang memiliki mata pelajaran komunikasi massa. Buku ini diharapkan bisa mengisi kekosongan referensi yang selama ini dialami pelajar SMA/SMK, karena buku komunikasi massa lebih banyak diperuntukkan untuk mahasiswa yang duduk di perguruan tinggi.

Buku ini banyak menjelaskan teori atau konsep dasar dalam komunikasi massa. Meski begitu, agar relevan dengan kondisi terkini, buku ini juga mengupas banyak hal baru terkait perkembangan komunikasi massa. Perkembangan komunikasi massa dari era analog hingga digital, telah melahirkan banyak perubahan yang pada akhirnya menuntut adaptasi pada ilmu dan teori komunikasi massa itu sendiri. Karena itu, buku ini juga layak menjadi referensi bagi mahasiswa.

Adapun isi buku ini terdiri dari :

1. Konsep dasar komunikasi massa
2. Perkembangan komunikasi massa
3. Jenis – jenis media massa
4. Dampak komunikasi massa
5. Jurnalistik sebagai bagian dari komunikasi massa
6. Model dan teori komunikasi massa
7. Etika dalam komunikasi massa

KOMUNIKASI MASSA | Nawiroh Vera, Dkk

KOMUNIKASI MASSA

Editor: Indah Suryawati & Nawiroh Vera



Penulis:

**Nawiroh Vera | Indah Suryawati | Muhammad Ikhwan
Sekarseta Prihatmadi | Eko Sumardi | Saeno**

Bab V : jurnalisme sebagai kegiatan komunikasi massa

5.1. Komunikasi massa dan Jurnalisme

Sebagai makhluk hidup, manusia memiliki berbagai kebutuhan untuk bisa melangsungkan hidupnya. Selain kebutuhan primer, seperti sandang, pangan, dan papan, kebutuhan lainnya yang juga harus dipenuhi adalah mendapatkan informasi. Dalam Undang Undang nomor 14 tahun 2008 tentang keterbukaan informasi publik, disebutkan bahwa informasi merupakan kebutuhan pokok setiap orang bagi pengembangan pribadi dan lingkungan sosialnya serta merupakan bagian penting bagi ketahanan nasional. Selain itu memperoleh informasi juga merupakan hak asasi manusia. Keterbukaan informasi publik juga merupakan salah satu ciri penting negara demokratis yang menjunjung tinggi kedaulatan rakyat untuk mewujudkan penyelenggaraan negara yang baik.

Terlebih di era digital saat ini, kita dihadapkan pada “banjir” informasi. Informasi tersedia di berbagai media, baik itu media cetak, media penyiaran (radio dan televisi) maupun media online (digital). Ditambah lagi dengan keberadaan media sosial yang menyebabkan informasi semakin melimpah ruah. Semua orang punya kesempatan yang sama untuk menerima dan berbagi informasi. Tidak ada batasan usia, jenis kelamin, suku, maupun agama. Bahkan media sosial sudah menjadi salah satu wadah bagi media umum (media mainstream) untuk mendistribusikan kontennya. Semuanya bisa diakses, dengan mudah dan murah, dan bahkan gratis, tanpa harus membeli.

.Media, dalam konteks komunikasi massa, adalah alat yang digunakan sebagai penghantar pesan, yang ditujukan kepada khalayak. Meski demikian, seringkali penggunaan komunikasi massa dengan media massa, disamakan atau digunakan secara bergantian. Padahal, dua istilah tersebut menunjukkan hal yang berbeda. Hanson (2021 : 58), mendeskripsikannya dengan sederhana, bahwa komunikasi massa adalah sebuah proses, sedangkan media massa hanyalah alat atau teknologi yang digunakan untuk menyampaikan pesan komunikasi massa. Sementara Pavlik (2001 : 24) mendefenisikan media mengacu pada segala sarana teknologi untuk berkomunikasi antara sejumlah besar orang yang tersebar secara luas dalam ruang atau waktu.

Media massa sebagai saluran dalam komunikasi massa, berisi pesan yang akan disampaikan ke khalayak. Pesan tersebut bisa beragam. Salah satunya adalah informasi yang kemudian diolah dan diproduksi melalui proses dan prosedur yang ketat sehingga

menghasilkan berita. Proses mengolah informasi menjadi berita inilah yang disebut dengan jurnalistik.

Maka, ketika berbicara tentang komunikasi massa, maka akan terkait erat dengan jurnalistik. Keduanya melibatkan penyebaran informasi kepada publik. Jurnalis berperan penting dalam mengumpulkan, menganalisis dan menyebarkan informasi kepada Masyarakat melalui berbagai saluran media massa. Selain itu, dalam konteks organisasi media, komunikasi massa mencakup berbagai organisasi media, yakni media cetak, radio, televisi dan platform online. Organisasi-organisasi media ini mempekerjakan jurnalis sebagai pembuat konten.

Keterkaitan lainnya adalah, komunikasi massa dan jurnalistik sama sama harus mematuhi standar dan prinsip etika yang disepakati, seperti akurasi, keberimbangan, keterbukaan atau transparansi dan nilai etika lainnya. Tujuannya adalah untuk melindungi dan menjaga kredibilitas publik. Tidak hanya itu. Komunikasi massa bertujuan untuk menjangkau dan melibatkan audiens secara efektif, dan jurnalisme memainkan peran penting dalam mencapai tujuan ini. Berita yang disajikan melalui media massa, ditujukan dan untuk kepentingan publik. Ini pula yang membedakan antara jurnalistik dengan bidang komunikasi massa lainnya, seperti Public Relation dan periklanan, dimana pesan yang disampaikan lebih ditujukan untuk kepentingan organisasi atau institusi yang diwakilinya. Jurnalis menggunakan teknik bercerita dan narasi yang menarik untuk menarik dan mempertahankan perhatian audiens. Mereka memanfaatkan berbagai platform media massa untuk menyampaikan informasi dengan cara yang sesuai dengan target audiens.

Disisi lain, fokus utama komunikasi massa adalah pada pemahaman bagaimana informasi disebarkan dan dikonsumsi, sedangkan jurnalisme difokuskan pada penciptaan dan penyebaran berita dan informasi. Karena itu, Jurnalisme menjadi komponen kunci dalam komunikasi massa dan keduanya memiliki hubungan yang saling melengkapi (symbiosis)

Meskipun keduanya saling terkait, komunikasi massa dan jurnalisme bisa dipandang secara berbeda. Keduanya memiliki pengertian dan fokus yang berbeda. Selain itu juga dibedakan dari sisi bentuk konten dan juga tujuan dari konten itu sendiri. Untuk memudahkan pemahaman tentang hal ini, berikut penjelasan yang dibuat dalam format bagan, seperti yang penulis rangkum dari artikel berjudul *“difference between journalism and mass communication”*, yang ditulis Surbhi S (2020) :

Bagan Perbedaan

DASAR PERBANDINGAN	JURNALISME	KOMUNIKASI MASSA
Pengertian	Jurnalisme adalah aktivitas mengumpulkan informasi tentang peristiwa yang terjadi sehari-hari dan memberitahukan hal tersebut kepada public.	Komunikasi massa mengacu pada berbagai cara yang digunakan perusahaan atau individu untuk menyampaikan informasi atau pesan kepada sekelompok besar orang, menggunakan media massa.
Fokus pada	Liputan berita	menyebarkan berita dan informasi
Bentuk Konten	Konten terutama didasarkan pada fakta, bukti, dan data statistik.	Konten dapat berdasarkan pada fakta, sejarah, hiburan, politik, fiksi, ekonomi, olahraga, film, dll.
Tujuan	Untuk menyatakan fakta dan memperkenalkan pembaca dengan peristiwa yang sebenarnya terjadi.	Untuk menyebarkan informasi kepada massa, menggunakan berbagai platform media.
Kebebasan kreatif	Tidak. jurnalis tidak memiliki kebebasan berkreasi karena fakta harus diungkapkan sebagaimana aslinya.	Iya. penulis menikmati kebebasan berkreasi agar dapat mengeksplorasi topik dengan lebih menarik.

Dari penjelasan perbedaan tersebut, maka bisa dikatakan bahwa komunikasi Massa lebih luas dari Jurnalisme. Jurnalisme adalah bagian integral dari Komunikasi Massa.

5.2 Sejarah dan Pengertian Jurnalistik

Setelah mengetahui keterkaitan dan perbedaan antara komunikasi massa dan jurnalistik, kini saatnya penulis memaparkan penjelasan lebih dalam tentang jurnalistik. Jurnalistik sendiri dimasukkan kedalam rumpun ilmu sosial. Ia bukan ilmu pasti. Sebagaimana konsekuensi logis dari ilmu sosial, sejatinya jurnalisme mengikuti tren perubahan sosial atau peradaban umat manusia. (Sambo & Yusuf, 2017 : 15).

Sejarah jurnalistik dimulai pada zaman pemerintahan Cayus Julius Caesar (100-44 SM) di negara Romawi. Pada masa itu, dipancarkan beberapa papan tulisan putih di lapangan terbuka ditempat rakyat berkumpul. Papan tulis yang disebut Forum Romanum itu berisi pengumuman-pengumuman resmi. Menurut isinya, papan pengumuman ini dapat

dibedakan atas dua macam. Pertama, *Acta Senatus*, papan pengumuman yang memuat laporan-laporan singkat tentang sidang-sidang senat dan keputusan-keputusannya. Kedua, *Acta Diurna Populi Romawi*, papan pengumuman yang memuat keputusan-keputusan dari rapat-rapat rakyat dan berita-berita lainnya. *Acta Diurna* ini merupakan alat propaganda pemerintah Romawi yang memuat berita-berita mengenai peristiwa-peristiwa yang perlu diketahui oleh rakyat (Suherdiana, 2020 : 9)

Perkembangan yang paling menentukan dalam perkembangan jurnalisme adalah Ketika ditemukannya mesin cetak pada abad 15 (1450) oleh Johannes Gutenberg. Temuan ini telah merevolusi kehidupan manusia dari masa-masa *the darkness* (era kegelapan) menjadi masa-masa *the lightness* (era terang benderang). Revolusi cara orang komunikasi, dari komunikasi lisan ke tulisan. Dan Ketika tulisan telah berkembang, jurnalisme tumbuh membersamainya. Hingga akhirnya jurnalisme menyebar ke seluruh dunia.

Secara harfiah, pengertian jurnalisme (berasal dari kata *journal*) yaitu catatan harian atau catatan mengenai kejadian sehari-hari. Sedangkan *journal* berasal dari istilah bahasa latin, *diurnalis*, yaitu orang yang melakukan pekerjaan jurnalistik. Bila mengacu pada kamus besar bahasa indonesia (kbbi), jurnalistik artinya “yang menyangkut kewartawanan dan persuratkabaran”. Sedangkan jurnalisme yaitu “pekerjaan mengumpulkan, menulis, mengedit, dan menerbitkan berita di surat kabar dsb; kewartawanan”. Karena itu, dalam tulisan ini, istilah jurnalistik dan jurnalisme akan digunakan secara bergantian, sesuai konteks yang ingin disampaikan.

Penjelasan lain tentang jurnalisme disampaikan oleh Potter (2006 : 20). Menurutnya jurnalisme adalah sebuah profesi dan keahlian dengan keterampilan dan standar khusus. Berbeda dengan profesi lainnya, seperti dokter atau pengacara. Profesi jurnalis berbeda karena berita yang ia sampaikan punya peran dan fungsi khusus pada kehidupan masyarakat yang bebas. Defenisi lainnya seperti yang penulis kutip dari sebuah artikel, Jurnalisme adalah pengumpulan, pengolahan, dan penyebaran berita dan informasi terkait berita tersebut kepada khalayak. Kata tersebut berlaku baik untuk metode penyelidikan berita maupun gaya sastra yang digunakan untuk menyebarkannya. Media yang digunakan untuk melaksanakan jurnalisme sangat beragam, mencakup konten yang dipublikasikan melalui surat kabar dan majalah (cetak), televisi dan radio (siaran), dan versi digitalnya yang dipublikasikan melalui media digital — situs web dan aplikasi berita. (<https://medium.com/@nrsatish29/impact-of-online-journalism-353f5fcf608f>)

Dari berbagai defenisi tersebut, maka bisa dirangkum bahwa jurnalisme proses pencarian, pengumpulan dan penulisan data dan fakta yang menyangkut kepentingan publik,

untuk kemudian dipublikasikan dimedia massa, baik itu media cetak, media penyiaran maupun media yang memanfaatkan wahana internet.

Istilah jurnanisme sendiri pada awalnya diterapkan pada pemberitaan media cetak, khususnya koran. namun dengan munculnya radio, televisi, dan Internet pada abad ke-20, penggunaan istilah tersebut diperluas hingga mencakup semua komunikasi cetak dan elektronik. (<https://www.britannica.com/topic/journalism>)

Karena kemajuan teknologi dan ditemukannya percetakan surat kabar dengan sistem silinder (rotasi), istilah jurnalistik berkembang sehingga memunculkan kata baru "pers". Lalu, orang mensenadakan istilah jurnalistik dengan pers. Berdasarkan pemahaman tersebut, secara garis besar terdapat dua pengertian jurnalistik atau pers: Pertama, pengertian secara sempit yang berarti kegiatan untuk mengumpulkan, menulis, mengedit, dan menyajikan berita atau artikel, sampai menyampaikannya kepada khalayak (massa), dengan menggunakan media tertentu. Pengertian ini bisa dikatakan sebagai hakikat dari jurnalistik. Kedua, pengertian secara luas merupakan pengembangan dari pengertian sempit dengan melembagakan kegiatan tersebut dalam sebuah perusahaan media sehingga yang terlibat tidak hanya wartawan, tetapi mulai dari pemilik modal sampai karyawan terbawah di lembaga itu. Inilah yang dikenal sekarang sebagai pers atau lembaga pers. (Suherdiana, 2020 : 7)

Pentingnya peran jurnanisme, digambarkan Potter (2006 : 3) dengan kalimat, *"the central purpose of journalism is to provide citizens with accurate and reliable information they need to function in a free society."* "tujuan utama dari jurnanisme adalah memberikan warga informasi yang akurat dan bisa dipercaya, sebagai fungsi dari masyarakat yang bebas".

Pers yang bebas seringkali disebut sebagai oksigen dalam demokrasi, karena salah satunya tidak bisa hidup sendirian. Politikus asal perancis, Alexis De Tocqueville, memberi catatan saat ia berkunjung ke amerika serikat 200 tahun yang lalu, *"you can't have real newspapers without democracy, and you can't have democracy without newspapers," he wrote*". "kamu tidak bisa memiliki surat kabar tanpa demokrasi, dan kamu tidak akan memiliki demokrasi tanpa surat kabar" (Potter, 2006 : 2). Jurnanisme sangat penting bagi demokrasi. Baik masyarakat maupun media harus memiliki akses ke informasi yang dibutuhkan, sehingga bisa menjadi panduan dalam mengambil keputusan penting. (Campbel et all, 2014 : 512)

5.3 Berita sebagai produk Jurnalistik

Pemaparan diatas semakin membuat jelas, bahwa hasil akhir dari proses jurnalistik adalah berita. Lantas, apa itu berita? Defenisi dari berbagai ahli dan referensi bisa beragam.

Karena itu pula, konsep berita lebih mudah dikenali dan diucapkan, namun sulit diberikan batasan dan definisinya. Meski begitu, penulis mengutip definisi dari beberapa referensi yang dianggap bisa mewakili.

Mengutip dari kamus belajar Oxford, berita adalah “*new information about something that has happened recently*”, atau informasi baru tentang sesuatu yang baru terjadi. Pengertian lainnya, berita adalah proses pengumpulan informasi dan pembuatan laporan naratif—yang diedit oleh individu untuk organisasi berita—yang menawarkan kerangka acuan terpilih; dalam bingkai tersebut, berita membantu masyarakat memahami peristiwa-peristiwa penting, isu-isu politik, tren budaya, tokoh-tokoh terkemuka, dan kejadian-kejadian tidak biasa dalam kehidupan sehari-hari. (Campbell et al, 2014 : 488)

Berita dihasilkan oleh jurnalis. Istilah lainnya adalah wartawan, reporter dan penyebutan lainnya, tergantung dari kebijakan setiap media. Jurnalis adalah orang yang mengumpulkan data, melakukan observasi dan melakukan wawancara untuk mendalami dan memverifikasi peristiwa. Hasilnya akan dibuat dalam laporan berita yang kemudian disajikan di medianya, baik itu media cetak, media elektronik, maupun media digital. Karena itu, peran jurnalis menjadi sangat penting untuk bisa menghasilkan berita. Jurnalis adalah profesi yang membutuhkan keahlian khusus dan bekerja dengan etika yang jelas, karena bertanggung jawab kepada publik.

Tujuan dari berita adalah menyampaikan kebenaran. Karena itu, berita adalah informasi yang berdasarkan fakta, bukan rekaan atau khayalan. Inilah yang membedakan berita dengan informasi yang beredar di media sosial. Berita lahir dari fakta yang sudah diverifikasi kebenarannya dan isinya ditujukan untuk kepentingan warga. Tujuan dari penyampaian fakta itu adalah untuk mendapatkan dan memelihara dan merawat kepercayaan publik (public trust). Sementara Informasi yang ada di media social hanyalah informasi yang beredar di dunia maya, yang merupakan bagian dari ruang publik. Dan tentu, antara informasi dan berita adalah dua hal yang berbeda.

Berita dihasilkan dari proses kerja jurnalistik yang memiliki prosedur ketat, dari mulai perencanaan, produksi hingga tahap publikasi. Dalam membuat sebuah berita, seorang jurnalis harus datang kelapangan, melakukan observasi secara langsung, mencatat hal hal yang terlihat di depan mata, melakukan wawancara terhadap narasumber utama dan narasumber tambahan, melakukan kroscek, konfirmasi dan verifikasi untuk memastikan informasi itu benar sesuai fakta. Setelah itu, berita ditulis untuk selanjutnya masuk dalam tahap editing oleh redaktur ataupun produser yang ada di ruang redaksi, dan setelah itu barulah informasi bisa dipublikasikan menjadi sebuah berita. Penjelasan itu menggambarkan

bagaimana prosedur dan tahapan yang berlangsung dalam kerja jurnalistik. (Ikhwan, 2022 : 263-264)

Dari penjelasan itu, maka berita juga memiliki rumus, yakni $B = F + NB$. B adalah berita. F adalah fakta dan NB adalah nilai berita. Rumus itu memperlihatkan bahwa berita selalu lahir dari fakta. Namun tidak semua fakta bisa menjadi berita. Fakta yang bisa menjadi berita adalah fakta yang mengandung nilai berita. Lalu, apa yang dimaksud dengan nilai berita?.

Nilai berita adalah Ukuran untuk menjadikan sebuah peristiwa layak diberitakan (newsworthy). Seorang jurnalis, haruslah memiliki kemampuan untuk mencium dan merasakan, apakah sebuah peristiwa atau kejadian tersebut memiliki nilai berita sehingga layak untuk diberitakan. Semakin lama seorang jurnalis berada dilapangan, maka biasanya ia sudah memiliki penciuman yang tajam atas nilai berita. Karena itu pula, Nilai berita melibatkan penilaian subjektif dan tidak pernah bisa menjadi kriteria yang benar-benar objektif.

Mengapa harus ada nilai berita? Alasan sederhananya, karena tidak mungkin semua berita bisa dimuat atau ditayangkan di medianya. Media cetak punya keterbatasan kolom dan ruang. Media radio dan televisi memiliki keterbatasan durasi. Begitu juga dengan media online yang memiliki keterbatasan ruang. Karena itulah, berita harus dipilih, agar berita yang dimuat atau ditayangkan memang layak dan menarik. Penilaian layak dan menarik itulah, yang menjadi dasar dalam nilai berita.

Lantas, apa saja nilai berita tersebut?. Penulis merangkumnya menjadi sepuluh, yaitu :

1. **Aktual atau immediacy.** Aktual terbagi atas dua, yakni Aktual dari sisi Waktu; yakni berkaitan erat dengan waktu terjadinya peristiwa. Semakin baru peristiwa tersebut, maka semakin tinggi nilai berita peristiwa tersebut. Selanjutnya adalah Aktual dari sisi masalah; suatu masalah atau kasus akan tetap layak diberitakan selama masalah tersebut belum terselesaikan dan masih menjadi perhatian publik. Misalnya, nasib pengungsi korban gempa bumi di tenda darurat, menjadi layak diberitakan meskipun peristiwa gempa buminya telah terjadi seminggu sebelumnya.
2. **Significance (penting),** yakni menyangkut seberapa penting informasi itu untuk public (masyarakat). Informasi tentang wabah penyakit, kejahatan ditengah masyarakat, adalah contoh dari unsur berita ini.
3. **Magnitude,** yakni “kekuatan” dari suatu topik, Baik jumlah orang yang terlibat maupun dampaknya terhadap khalayak. Semakin besar dampaknya bagi masyarakat,

maka nilai beritanya semakin tinggi. Peristiwa bencana alam, kenaikan harga barang atau kenaikan harga BBM adalah contoh peristiwa yang masuk dalam nilai berita ini.

4. **Proximity (Kedekatan).** Suatu peristiwa yang dekat dengan kita lebih layak diliput dari pada yang jauh. Bagi Masyarakat Jakarta, kebakaran puluhan rumah di Jakarta lebih menarik perhatian dari pada kebakaran ratusan rumah di Zimbabwe. Kedekatan terbagi 2, yakni Geografis dan Emosional. Geografis adalah kedekatan berdasarkan letak wilayah. Semakin dekat peristiwa itu dengan khalayak media, maka akan semakin menarik. Selain geografis, kedekatan juga ada berdasarkan emosional. Sebagai contoh. Ketika ada peristiwa banjir di Mekah, maka peristiwa ini bisa menarik perhatian pembaca di Indonesia, meskipun secara geografis jauh dari Indonesia. Mengapa? Karena Mekah adalah tempat suci bagi umat muslim, dimana agama mayoritas Masyarakat Indonesia adalah islam. Apalagi bila banjir tersebut ternyata berdampak pada Jemaah umrah, dimana Masyarakat Indonesia paling banyak umrah di tanah suci.
5. **Prominence (keterkenalan).** Semakin populer seseorang, maka ia punya nilai berita. Kecelakaan kecil (tanpa korban meninggal) biasanya bisa menjadi berita jika ternyata yang terlibat kecelakaan itu adalah artis terkenal. Popularitas itu biasanya melekat pada *public figure*, seperti artis, pejabat publik, tokoh Masyarakat dan lain lain.
6. **Oddity** atau unik. Unik berarti punya unsur kekhasan, tidak biasa. Salah satu kredo yang populer saat penulis belajar jurnalistik adalah *“When a dog bites a man, that is not news, because it happens so often. But if a man bites a dog, that is news”*. Ketika anjing menggigit manusia, itu bukanlah berita karena biasa terjadi. Tapi Ketika orang menggigit anjing, itulah berita.
7. **Human Interest.** Ini biasanya suatu peristiwa yang Menyangkut manusia. Ada unsur kesedihan, penderitaan, ketegangan, simpatik, perjuangan dll. Biasanya disajikan dalam bentuk soft news atau feature.
8. **Kontroversi/konflik.** Kontroversi atau sesuatu yang mengandung pro kontra dan juga konflik, maka biasanya akan menarik perhatian khalayak untuk tahu peristiwa itu. Konflik disini tidak hanya ditandai dengan adanya konflik fisik, seperti perang, bentrok, tawuran dan lain lain, namun juga konflik yang bersifat percakapan atau perdebatan atau adanya pro dan kontra atas suatu kebijakan, masalah atau peristiwa tertentu.

9. **Trend.** Sesuatu yang sedang menjadi trend, sedang mendapat perhatian luas masyarakat, trending topik, menarik untuk diliput dan diberitakan. Informasi tentang trend teknologi, fashion dan kuliner adalah contohnya.

10. **Entertainment.** Konser musik, peluncuran film atau informasi lainnya yang mengandung unsur hiburan, akan menarik perhatian khalayak.

Dalam praktiknya, jurnalis mendapatkan berita dari berbagai sumber. Bila dikelompokkan, maka berita bersumber dari 3 cara, yakni

1. Peristiwa. Peristiwa yang terjadi di sekitar kita, yang mempunyai nilai berita, maka akan menjadi berita. Peristiwa adalah sesuatu yang tidak bisa diduga kejadiannya. Seperti bencana, kecelakaan dan sebagainya.
2. Agenda. Berita ini lahir dari agenda yang sudah direncanakan. Karena itu liputan dan kemasan beritanya bisa direncanakan dari awal.
3. Reporters enterprise. Saat berada di lapangan, jurnalis akan menggunakan mata dan telinganya, untuk melihat informasi dan peristiwa apa yang bisa menjadi berita. Karena itu, enterprise lahir dari kemampuan jurnalis untuk “mencium” isu atau peristiwa yang mengandung nilai berita. (Potter, 2006 : 7)

Sementara itu, Dalam membuat berita, proses atau tahapan yang harus dilakukan terdiri atas, **pertama**, liputan peristiwa/ide. secara umum terdapat empat peristiwa yang bisa diliput, yakni (1) peristiwa yang sudah diduga akan terjadi (2) peristiwa yang terjadi mendadak sontak (3) peristiwa yang direncanakan akan terjadi dan (4) gabungan peristiwa terduga dan tidak terduga. untuk memperoleh fakta dari peristiwa/ide, seorang reporter bisa menggunakan teknik pengumpulan fakta, yakni observasi, wawancara, konferensi pers dan press release.

kedua, penulisan berita. penulisan berita harus patuh pada kaidah kaidah pokok jurnanisme dan kaidah kaidah penulis berita yang berlaku dalam sebuah media pers. kaidah penulisan yang umum meliputi format berita dan teknik penulisan berita. format berita secara umum terdiri dari berita langsung (straight news), berita ringan (soft news), berita kisah (feature) dan kolom (column) yang ditulis awak media maupun orang luar. **ketiga**, penyuntingan berita. penyuntingan berita berawal dari penilaian terhadap berita yang ditulis. **keempat**, penyiaran atau publikasi berita. penyiaran atau publikasi berita merupakan bagian terakhir dari mekanisme tata kelola jurnanisme. (Abrar, 2019 : 86-87)

Penjelasan lain tentang bagaimana dan apa saja yang harus dilakukan jurnalis dalam peliputan dan menghasilkan berita, bisa dilihat dari empat elemen berikut :

1. Observasi. Observasi di tempat kejadian merupakan salah satu dasar peliputan yang baik. Jurnalis yang menyaksikan sendiri sebuah peristiwa akan dapat menggambarkan peristiwa tersebut secara akurat kepada khalayak. Wartawan yang baik menggunakan seluruh indra mereka di tempat kejadian. Mereka melihat, mendengarkan, mencium, merasakan, dan merasakan ceritanya sehingga penonton juga bisa merasakan hal yang sama.
2. Riset. Jurnalis bisa mengumpulkan lebih banyak informasi ke dalam berita melalui riset. Riset akan sangat membantu jurnalis untuk lebih memahami peristiwa atau isu yang mereka liput. Terkadang, latar belakang informasi penting untuk memberikan makna yang lebih dalam pada sebuah cerita.
3. Sumber. Wartawan menggunakan sumber primer dan sekunder ketika melaporkan berita. Sumber primer dapat berupa wawancara dengan seseorang yang memiliki pengalaman langsung mengenai suatu peristiwa atau topik, atau dokumen asli yang berkaitan dengan topik tersebut. Jurnalis sebagai saksi mata juga dianggap sebagai sumber utama. Sedangkan sumber sekunder dapat diperoleh melalui laporan tertulis berdasarkan dokumen asli.
4. Wawancara. Reporter Amerika Kristin Gilger berkata, “wawancara yang terampil adalah dasar dari semua pemberitaan dan penulisan yang baik.” Wawancara diartikan sebagai informasi, pendapat, atau pengalaman yang dibagikan oleh seorang narasumber dalam percakapan dengan seorang reporter. Yang membuat wawancara berbeda dengan percakapan biasa adalah reporter menentukan arah pertanyaan. (Potter, 2006 : 14-17)

Berita saat ini menjadi hal yang penting. Teknologi komunikasi yang semakin maju membuat proses produksi dan distribusi berita menjadi lebih mudah dan bisa dijangkau siapapun. Dalam kehidupan sehari-hari, berita tidak sekedar memberikan informasi, namun juga menjadi hiburan dan alat atau panduan bagi masyarakat dalam bersikap, berpendapat dan bahkan bertindak. Berita semakin memiliki peran yang penting dan pengaruh yang besar bagi masyarakat, pemerintah dan semua pihak yang hidup dalam sebuah komunitas dan negara.

Didukung oleh transparansi proses dan penerapan standar etika yang jelas, peran utama jurnalisme saat ini terletak pada kemampuannya untuk memberikan kejelasan dan membangun kepercayaan seputar konten yang diverifikasi. Ada tujuh prinsip etika dalam jurnalisme yang harus diperhatikan oleh setiap jurnalis, yakni :

1. Akurasi: Jurnalis tidak selalu bisa menjamin 'kebenaran', namun akurasi dan kebenaran fakta tetap menjadi prinsip utama jurnalisme.
2. Independensi: Jurnalis harus bersuara independen. Hal ini berarti tidak bertindak, secara formal atau informal, atas nama kepentingan khusus dan menyatakan apa pun yang mungkin menimbulkan konflik kepentingan, demi kepentingan transparansi.
3. Keadilan: Pelaporan informasi, kejadian, sumber dan cerita yang adil melibatkan penyaringan, penimbangan dan evaluasi informasi dengan pikiran terbuka dan tajam. Memberikan konteks dan menyajikan berbagai perspektif yang muncul akan membangun kepercayaan dan keyakinan terhadap liputan.
4. Kemanusiaan: Apa yang dipublikasikan atau disiarkan oleh jurnalis bisa saja menyakitkan (misalnya penghinaan yang dialami politisi korup setelah diungkap oleh jurnalisme investigatif), namun dampak jurnalisme terhadap kehidupan orang lain harus tetap dipertimbangkan. Kepentingan publik adalah prinsip panduannya. Kemanusiaan juga berarti pertimbangan terhadap permasalahan yang dihadapi oleh kelompok yang kurang beruntung, meskipun hal ini tidak perlu dilakukan secara berlebihan, misalnya dengan mengadopsi gaya jurnalisme yang selalu berorientasi pada keadilan sosial.
5. Akuntabilitas adalah tanda dari profesionalisme dan jurnalisme yang beretika; adalah memperbaiki kesalahan dengan segera, jelas dan tulus; mendengarkan komentar audiens dan menanggapi.
6. Transparansi dalam praktiknya mendukung akuntabilitas dan membantu pengembangan dan pemeliharaan kepercayaan terhadap jurnalisme. (Cherilyn and Posetti, 2018 : 27-28)

Sementara Menurut Pavlik (2001 : 228), berita memiliki tiga fungsi, yakni :

- Surveillance/pengawasan : Fungsi utama jurnalisme dalam komunikasi massa adalah menyediakan informasi tentang proses, isu, peristiwa dan perkembangan yang terjadi di masyarakat.
- Correlation/korelasi : Interpretasi media memberikan makna pada suatu isu dan peristiwa yang membantu individu memahami peran mereka dalam masyarakat dan budaya yang lebih luas.
- Cultural transmission / transmisi budaya : Proses meneruskan pengetahuan, keterampilan, sikap, dan nilai-nilai yang relevan secara budaya dari orang ke orang atau kelompok ke kelompok.

Di era banjir informasi seperti saat ini, tentu kehadiran jurnalisme menjadi sangat penting untuk menyaring dan penjernih dari banyaknya informasi yang beredar ditengah Masyarakat. Jurnalisme diharapkan bisa menjadi panduan dan pedoman bagi publik untuk bisa mendapatkan informasi yang benar, bukan informasi yang palsu (hoax) dan menyesatkan. Keberadaan media sosial menjadi tantangan tersendiri bagi jurnalisme, agar tidak mudah tergoda dan terjerumus pada misinformasi, disinformasi dan malinformasi.

Claire Wardle dan Hossein Derakhshan *dalam* Cherilyn and Posetti, (2018 : 45-46) memberikan penjelasan perbedaan diantara ketiganya. Misinformasi adalah informasi yang salah, namun orang yang menyebarkannya yakin bahwa informasi tersebut benar. Sedangkan disinformasi adalah informasi yang salah, dan orang yang menyebarkannya mengetahui bahwa informasi tersebut salah. Ini adalah kebohongan yang disengaja dan menunjukkan bahwa orang-orang secara aktif mendapatkan informasi yang salah dari pihak yang jahat.

Kategori ketiga dapat disebut mal-informasi; informasi, yang didasarkan pada kenyataan, namun digunakan untuk menimbulkan kerugian pada seseorang, organisasi, atau negara. Contohnya adalah pemberitaan yang mengungkap orientasi seksual seseorang tanpa adanya hubungannya dengan kepentingan publik. Penting untuk membedakan pesan-pesan yang benar dari pesan-pesan yang salah, namun juga pesan-pesan yang benar (dan pesan-pesan yang ada benarnya) namun dibuat, diproduksi atau disebarluaskan oleh “agen-agen” yang bermaksud merugikan, bukannya melayani masyarakat. Informasi palsu seperti itu – seperti informasi sebenarnya yang melanggar privasi seseorang tanpa pembenaran untuk kepentingan publik – bertentangan dengan standar dan etika jurnalisme.

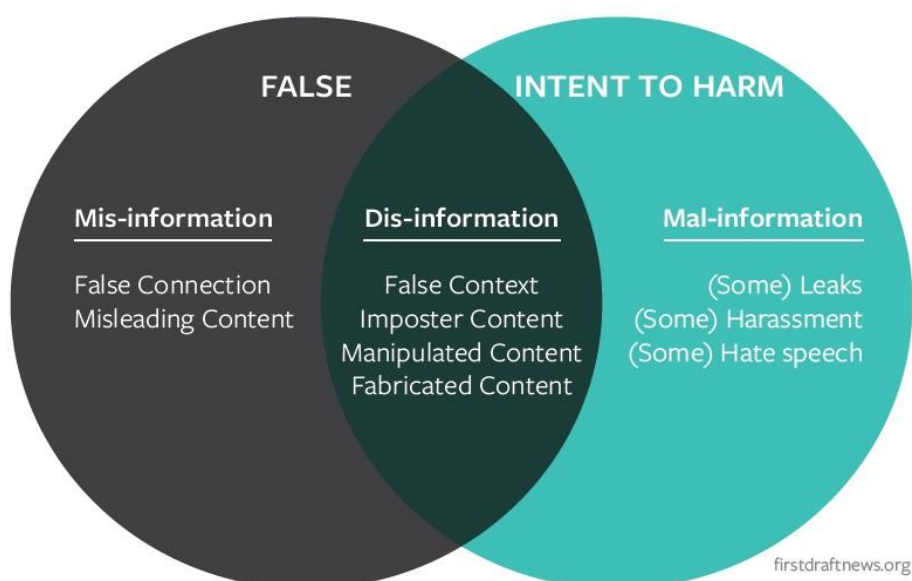


Figure 1: 'Information disorder'

Karena itu, peran jurnalis untuk bisa menghasilkan berita yang berkualitas, yang bisa dipercaya dan setia pada kepentingan Masyarakat, menjadi tuntutan yang harus dipenuhi setiap jurnalis.

5.4 Jurnalistik Media cetak

Jurnalistik media cetak adalah jurnalistik yang paling tua. Seperti yang telah dijelaskan di bagian sejarah jurnalistik, media cetak menjadi sarana pertama bagi penyebaran informasi yang dilakukan jurnalis. Jurnalistik media cetak dipengaruhi oleh dua faktor, yakni faktor verbal dan visual. Verbal, sangat menekankan pada kemampuan kita memilih dan menyusun kata rangkaian kalimat dan paragraf yang efektif dan komunikatif. Visual, menunjuk pada kemampuan kita dalam menata, menempatkan, mendesain tata letak atau hal-hal yang menyangkut segi perwajahan. Materi berita yang ingin kita sampaikan kepada pembaca memang merupakan hal sangat penting. Namun, bila berita tersebut tidak ditempatkan dengan baik, dampaknya akan kurang berarti. Hal inilah yang harus diperhatikan oleh bagian desain visual, tata letak, atau perwajahan (Ikhwan, 2022 : 54)

Adapun yang termasuk kedalam media cetak adalah koran atau surat kabar, majalah, tabloid, bulletin dan newsletter. masing masing media tersebut memiliki karakteristik yang khas. Namun secara umum, karakteristik dari jurnalistik media cetak bisa digambarkan sebagai berikut:

1. Menyajikan berita dalam bentuk verbal (teks) dan visual (tata letak, perwajahan, foto dan grafis).
2. Jurnalistik cetak melalui proses panjang, meliputi peliputan, penulisan, penyuntingan, layout, dan percetakan.
3. Berita disebarluaskan dan berlaku dalam sehari.
4. Sering terjadi salah cetak atau salah ketik sehingga ada ralat di edisi berikutnya.
5. Memiliki berita utama (headline) yang ditampilkan secara menonjol di halaman depan (cover).
6. Jumlah berita dibatasi kolom dan halaman.
7. Menggunakan bahasa jurnalistik secara ketat karena keterbatasan ruang (halaman).
8. Mengenal tenggat waktu (deadline)—biasanya malam hari—karena harus segera cetak sebelum pagi. (Romli dalam Ikhwan, 2022 : 55).

Meskipun saat ini media cetak semakin ditinggalkan, karena masyarakat banyak yang beralih ke media digital, bukan berarti pembahasan tentang jurnalistik media cetak menjadi tidak penting. Apalagi, Jurnalistik cetak, sebagaimana juga jurnalistik televisi, radio maupun

online, juga memiliki keunggulan dan kelemahan masing-masing. Dalam jurnalistik cetak, ada beberapa keunggulan yang dimiliki, di antaranya:

1. Berita yang disampaikan lebih lengkap dan komprehensif dibanding media televisi, radio maupun online. Berita cetak lebih memiliki waktu yang cukup untuk menyajikan fakta dan data secara lebih lengkap. Terlebih lagi bila media cetak tersebut adalah majalah, di mana waktu untuk melakukan peliputan lebih lama.
2. Lebih akurat dan bisa dipertanggungjawabkan. Jurnalis media cetak memiliki waktu yang lebih lama untuk melakukan observasi, wawancara, konfirmasi dan verifikasi. Dengan hal itu itu, maka berita yang muncul di media cetak relatif lebih akurat dan faktual.
3. Permanen. Berita-berita yang disajikan bisa disimpan sehingga pembaca bisa mengulangnya sampai pembaca mengerti isi pesan yang disampaikan, tanpa biaya tambahan.
4. Informasi yang disajikan media cetak lebih beragam dan berwarna. Ibarat supermarket, kita bisa belanja apa saja di tempat tersebut. Begitu juga dengan media cetak. Kita bisa mencari dan mendapatkan informasi apa saja di situ. Dari mulai berita politik, teknologi, ekonomi, hukum, internasional, olahraga, hiburan, kesehatan, dan sebagainya. (Ikhwan, 2022 : 56)

Namun di luar keunggulan itu, jurnalistik media cetak juga memiliki kelemahan, di antaranya:

1. Lambat dan tidak langsung. Informasi yang terjadi hari ini baru bisa dibaca pada besok hari. Hal ini tentu berbeda dibanding media radio, televisi dan media online, di mana beritanya bisa diketahui langsung pada saat itu juga. Apalagi kalau televisi itu menggelar siaran langsung (live report).
2. Jauh. Media cetak kurang memiliki kedekatan bila dibandingkan dengan media lainnya. Pembaca tidak bisa langsung mendengar atau melihat kondisi dan situasi ataupun objek yang dilaporkan. Ini tentu berbeda dengan televisi, di mana penonton bisa langsung melihat peristiwanya. Apalagi ketika informasi tersebut disajikan secara langsung oleh reporternya. Maka di situ ada unsur kedekatan antara penonton dengan media, di mana reporter tersebut mampu mewakili suara hati dari penonton.
3. Tidak akrab. Keberadaan presenter televisi ataupun penyiar radio membuat sajian berita di media penyiaran menjadi lebih akrab, lebih bisa menjalin hubungan kedekatan antara media dengan penonton.

4. Tidak fleksibel. Membaca informasi media cetak tentu tidak bisa dilakukan sambil memasak atau mengendarai kendaraan.

5.5 Jurnalistik foto

Foto jurnalistik sebagai produk jurnalistik memang tak setua jurnalistik tulis. Ia berakar dari fotografi dokumenter setelah teknik perekaman gambar secara realis ditemukan. Embrio foto jurnalistik muncul pertama kali pada Senin, 16 April 1877, saat surat kabar harian *The Daily Graphic* di New York memuat gambar yang berisi berita kebakaran hotel dan salon pada halaman satu. Terbitan tersebut menjadi tonggak awal adanya foto jurnalistik pada media cetak yang saat itu hanya berupa sketsa. (Wijaya, 2014: 1)

Foto dalam jurnalistik cetak akan mampu menghadirkan fakta secara lebih kuat. Elemen teks yang dilengkapi oleh foto, akan membuat sebuah informasi menjadi lebih faktual. Foto juga mampu menghadirkan sisi emosional dari sebuah cerita. Karena itulah, foto akan selalu melengkapi sebuah berita. Selain itu, foto jurnalistik adalah media komunikasi yang menggabungkan elemen verbal dan visual. Elemen verbal berupa kata kata disebut caption. Caption berfungsi melengkapi informasi sebuah gambar karena sebuah foto tanpa keterangan dapat kehilangan makna.

Mengutip Wijaya dalam bukunya *Foto Jurnalistik* (2018 : 80), Ada beberapa jenis foto jurnalistik, yakni :

1. Foto headline, yakni foto utama di halaman pertama surat kabar. Karena sifatnya yang lebih utama dibandingkan dengan foto-foto lainnya, biasanya foto headline dimuat paling besar dan dominan. Foto headline adalah foto terpenting sebuah edisi karena ia dipilih dari sekian banyak foto yang masuk ke meja redaktur sehari sebelumnya. Bisa dibilang foto headline adalah foto terbaik dari keseluruhan foto yang terdapat pada cetakan edisi hari itu. Pada majalah, foto yang sama penting dengan foto headline adalah foto di sampul muka (cover).
2. Foto spot, yaitu foto yang menekankan kejadian utama sebuah peristiwa. Ia memenuhi kaidah sebagai spot news. Seperti halnya hard news pada berita tulis, foto spot bertutur secara lugas, karena sifatnya yang mudah basi. Ia harus dimuat sesegera mungkin. Foto dengan pendekata foto spot berupa foto action yang mengandalkan kecekatan menangkap momen (Wijaya, 2014: 70). Misalnya adalah foto peristiwa unjuk rasa, kecelakaan lalu lintas, bencana alam, dan sebagainya.
3. Foto feature. Foto feature menyampaikan sesuatu dibalik kerak peristiwa. Pembaca masa kini menginginkan kedalaman agar mereka mampu mengetahui dan memahami cerita

yang ada dibalik setiap peristiwa. Kekuatan foto feature adalah kesan yang ditimbulkannya. Ia menancap dibenak karena memengaruhi emosi dan lebih memberi ruang kepada pembaca untuk memaknai foto jurnalistik secara konotatif. Foto feature mengutamakan sisi human interest dan tidak mudah basi. Ia bisa dimuat beberapa kali setelah peristiwa terjadi.

4. Foto cerita. Foto cerita (photo story/picture story) lebih memunculkan kutuhan cerita dan detail. Yakni berupa foto beruntun— empat foto atau lebih—dalam suatu adegan yang sama dan bersifat hard news. Bentuk kedua berupa susunan foto dengan pendekatan feature yang sama sekali berbeda antara foto satu dengan yang lainnya, namun tetap berada dalam satu konteks. Jenis foto ini biasanya memiliki kedalaman dan membutuhkan waktu penggarapan lebih lama serta memuat rangkaian teks yang lebih panjang.
5. Foto olahraga. Foto yang merekam tentang peristiwa olahraga. Jurnalis foto berupaya menangkap momen dan merekam drama dalam satu pertandingan. Selain aksi dalam pertandingan, foto olahraga juga berupa imaji tentang emosi, kekonyolan, kesakitan (cedera), tangis, tawa dan sorai sorai. Tak jarang ekspresi pemain saat mencetak gol lebih mewakili tensi pertandingan untuk menjadi foto utama, ketimbang momen terjadinya gol.

5.6 Jurnalistik Penyiaran

Penyiaran atau dalam bahasa Inggris dikenal sebagai broadcasting, adalah keseluruhan proses penyampaian siaran yang dimulai dari penyiapan materi produksi, produksi, penyiapan bahan siaran, kemudian pemancaran sampai kepada penerimaan siaran tersebut oleh pendengar/pemirsa di satu tempat. Sebagaimana bahasa aslinya: broadcasting, penyiaran bersifat tersebar kesemua arah (broad) yang dikenal sebagai omnidirectional. (Djamal & Fachruddin, 2011 : 45-46)

Sementara pengertian penyiaran, sebagaimana tertulis pada Pasal 1 butir 2, Ketentuan Umum Undang-Undang No. 32/2002 tentang Penyiaran, yakni sebagai kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran. Media penyiaran terbagi atas dua, yakni radio dan televis. Kita mulai pembahasan jurnalistik penyiaran dengan jurnalistik radio.

Dibanding berita di media lain, berita di media radio memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Segera dan cepat secara produksi. berita yang tayang di radio lebih sederhana, tidak memerlukan rantai produksi yang panjang dan juga tidak memerlukan sumber daya manusia yang banyak. Dengan hanya menggunakan handphone, seorang reporter bisa langsung menyiarkan berita dari lapangan, baik secara langsung maupun rekaman (taping).
2. Aktual dan faktual. karena unggul dalam hal kecepatan, maka berita yang disiarkan radio adalah informasi yang sedang terjadi. Karena itulah, informasinya sangat aktual dan juga faktual atau sesuai dengan fakta yang ada di lapangan.
3. Lokal emosional. berita radio adalah peristiwa yang terjadi disekitar pendengar. Daya jangkau siaran radio, secara geografis sangat terbatas. Karena itu, berita yang disajikan biasanya adalah informasi yang memang relevan dengan audience pendengarnya. Kedekatan lokasi kejadian yang kemudian menjadikan berita radio memiliki unsur emosional dan sangat dekat dengan pendengarnya.
4. Personal. unsur lokal dan emosional tersebut pada gilirannya membuat berita yang disajikan bersifat personal. Gaya bertutur yang disampaikan reporter ataupun penyiar, membuat berita yang disampaikan, seperti halnya orang berbicara atau ngobrol. Kesan yang terbangun adalah berita tersebut sangat personal.
5. Selintas berita radio yang dibacakan oleh reporter dan presenter tidak bisa ulang. Bila pendengar terlewat, maka dia tidak akan mendapatkan informasi tersebut. Karena itulah, berita radio disebut selintas.

Jurnalistik penyiaran lainnya adalah jurnalistik televisi. Bila mengacu pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), televisi adalah sistem penyiaran gambar yang disertai dengan bunyi (suara) melalui kabel atau melalui angkasa dengan menggunakan alat yang mengubah cahaya (gambar) dan bunyi (suara) menjadi gelombang listrik dan mengubahnya kembali menjadi berkas cahaya yang dapat dilihat dan bunyi yang dapat didengar.

Adapun yang menjadi karakteristik jurnalistik televisi adalah sebagai berikut :

1. Kecepatan. Teknologi pada televisi memungkinkan peristiwa yang terjadi bisa langsung disiarkan dengan segera. Bahkan peristiwa yang terjadi bisa disiarkan secara “real time” atau langsung dari lapangan (live report). Itulah kenapa, khususnya televisi yang fokus pada berita, seringkali menyajikan program “breaking news” untuk menyiarkan kejadian terkini.
2. Bersifat sekilas. Informasi di televisi, umumnya, disampaikan secara sekilas. Naskah berita berisi hal hal yang penting saja, dan focus pada apa, siapa, dimana dan kapan

peristiwa itu terjadi. Prinsip ini biasanya digunakan pada berita-berita peristiwa yang baru (hard news). Namun untuk berita dengan format feature, investigasi dan documenter, isi berita yang disampaikan berita lebih mendalam, beragam dari berbagai sisi dan lengkap.

3. Durasi terbatas. Berita pada televisi dibatasi oleh durasi. Untuk berita peristiwa, durasinya biasanya 1,5 sampai 2 menit. Namun untuk berita Panjang bisa sampai setengah jam.
4. Bersifat satu arah. Siaran berita televisi, meski umumnya disiarkan secara langsung dari studio ataupun dari lapangan, penonton tidak bisa memberikan respon pada saat itu juga. Respon dari penonton biasanya tertunda. Kecuali program tersebut memberikan ruang bagi penonton untuk bisa langsung memberikan komentar, baik itu melalui saluran telepon maupun media sosial.
5. Mengutamakan gambar. Jika radio mengutamakan audio, maka berita televisi mengutamakan gambar. Gambar gambar yang “hidup”, dinamis, atraktif dan gambar gambar indah, biasanya akan disukai oleh penonton. Itulah kenapa para pengelola program berita televisi, kerap kali menjadi unsur visual sebagai salah satu pertimbangan (news judgment) dalam memutuskan apakah berita itu layak atau tidak ditayangkan. Dalam jurnalisme televisi, ada jargon yang berisi “ *picture is the king, and camera person is the king maker*”. Karena ini pula, dalam penulisan naskah berita televisi, narasi atau isi berita akan sangat tergantung pada ketersediaan gambar.
6. Daya jangkauan luas. Melalui pemancarnya, siaran televisi bisa ditangkap oleh televisi di rumah dengan daya jangkauan yang luas. Daya jangkauannya jauh melampaui pemancar radio.

5.7 Jurnalistik Online

Dalam perspektif studi media atau komunikasi massa, media online menjadi objek kajian teori “media baru” (new media). Istilah “media baru” (new media) telah digunakan sejak tahun 1960-an mencakup seperangkat teknologi komunikasi yang semakin berkembang dan beragam. Dalam bukunya Teori Komunikasi Massa, McQuail menjelaskan bahwa “Media baru atau new media adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang berbagi ciri yang sama yang mana selain baru dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi”. (McQuail, 2011: 43)

Berbeda dengan media lama (old media), yakni koran, majalah, buku, televisi dan media non interaktif lainnya, media baru terdiri dari situs web, video/audio online, email,

media sosial, komunitas online, forum online, blog, telepon Internet, iklan web, pendidikan online, dan banyak lagi. Flew (2014: 2-3) menyebut New Media dengan media digital. Media digital merupakan media yang konteksnya mempunyai beberapa gabungan data, teks, suara, serta berbagai macam gambar yang disimpan dalam format digital dan penyebarannya melalui jaringan berbasis kabel optic broadband, satelit dan sistem transmisi gelombang mikro. Atau dengan kata lain, istilah media baru digunakan untuk menggambarkan teknologi digital dan kemampuannya yang lebih memudahkan masyarakat dalam menerima informasi lebih cepat.

Istilah lainnya dari media online adalah media daring (media dalam jaringan). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) disebutkan, “daring” itu singkatan dari “dalam jaringan”, maksudnya dalam jaringan internet. “Daring adalah akronim dalam jaringan, terhubung melalui jejaring komputer, internet, dan sebagainya”. Istilah lainnya dari media online adalah media siber. Dalam pedoman pemberitaan media siber yang dikeluarkan dewan pers, disebutkan media siber sebagai “segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, serta memenuhi persyaratan Undang-Undang Pers dan Standar Perusahaan Pers yang ditetapkan Dewan Pers” (<https://dewanpers.or.id/kebijakan/pedoman>).

Setelah mengidentifikasi media online, maka jurnalisme online sesungguhnya adalah berita yang disajikan pada media online. Mark Deuze dalam penelitiannya berjudul, “The Web and Its Journalisms: Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia Online (2003) membagi empat jenis jurnalisme online, yakni mainstream news sites, Index and category sites, meta- and comment sites dan share and discussion sites. Berikut adalah deskripsi lengkapnya:

1. Mainstream news sites. situs berita arus utama, umumnya menawarkan pilihan konten editorial dan bentuk komunikasi partisipatif yang minimal, umumnya ada proses penyaringan dan dimoderasi. Situs berita ini tidak berbeda jauh dari jurnalisme cetak atau penyiaran yang mengandalkan laporan-laporan jurnalistik yang memiliki nilai berita dan hubungan dengan khalayak. Contoh media berita mainstream: CNN, BBC dan lain-lain. (2003: 208)
2. Index and category sites. Jenis jurnalisme online kedua tidak begitu banyak berada di dalam organisasi media arus utama, karena sering dikaitkan dengan mesin pencari tertentu. Jurnalisme online jenis ini menawarkan tautan ke situs berita yang ada di tempat lain. Praktik jurnalisme agregator seperti ini dipertanyakan etikanya, karena adanya garis tipis antara menawarkan tautan ke situs di tempat lain, dan sekadar

menyalin konten orang lain ke situs Anda sendiri. Situs indeks dan kategori ini umumnya tidak menawarkan banyak konten editorial “asli”, tetapi menawarkan area untuk mengobrol atau bertukar berita, info, dan tautan oleh masyarakat umum. (2003: 209)

3. Meta and comment sites. ini adalah situs berita “alternatif”. Situs berita alternatif ini tidak hanya menawarkan berita online mereka sendiri, tetapi cenderung mengomentari secara kritis berita yang ditawarkan oleh jaringan media yang ada, membimbing pengguna ke tempat-tempat di luar media arus utama. Jurnalisme online jenis ini mengumpulkan, membuat catatan, dan mengomentari sumber-sumber berita arus utama dengan secara terbuka memfokuskan pada isu-isu dan sudut pandang yang menurut mereka belum diliput. Situs-situs ini juga memungkinkan individu untuk mengunggah dan menyumbangkan cerita mereka atau memiliki penerbitan yang terbuka sehingga dapat dianggap bertindak sebagai metasitus yang mengutamakan budaya partisipasi. (2003: 209)
4. Share and discussion sites. Jurnalisme online bentuk ini memanfaatkan potensi internet karena ia memfasilitasi platform untuk pertukaran ide, cerita dan sebagainya. Deuze (2003) mengutip Lasica menjelaskan jenis jurnalisme online ini juga telah dideskripsikan sebagai ‘grup weblog’, yang menawarkan akun-akun blog pribadi tentang pengalaman mereka di internet.

Adapun karakteristik utama jurnalisme online yang membedakan dari praktik jurnalisme lainnya, menurut Deuze (2003: 210-214) adalah hipertekstualitas, multimedia, dan interaktivitas.

1. Hypertextuality. Hipertekstualitas, yakni teks yang saling terhubung melalui tautan. Tautan ini dapat merujuk secara internal (ke teks lain dalam domain teks, di dalam web) atau secara eksternal (ke teks yang berada di luar web). Tautan eksternal bisa jadi memunculkan masalah etika dalam jurnalisme online karena terkait dengan hak cipta.
2. Multimediality. Multimedia merujuk pada dua paradigma. Pertama, perusahaan-perusahaan media mengintegrasikan ruang berita tradisional mereka dengan web atau ruang redaksi yang baru yang pada gilirannya menuju integrasi konten (termasuk adanya newsroom virtual). Ini termasuk menunjukkan adanya konvergensi media. mengikuti paradigma pertama tersebut, multimedia juga terlihat dari gabungan informasi yang disajikan dengan berbagai format, diproduksi dalam unit kerja atau bahkan organisasi media yang berbeda.

3. Interactivity interaktivitas adalah karakteristik internet yang memfasilitasi hubungan, memungkinkan orang tidak hanya menerima informasi —secara pasif—tetapi juga menyebarkannya. Ada tiga jenis opsi interaktivitas jurnalisme online, yakni:

- Interaktivitas navigasi: pengguna diizinkan untuk menavigasi dengan cara terstruktur pada konten web (misalnya melalui tombol “next page” , “back to top”, atau scrolling menu bars).
- Interaktivitas fungsional: pengguna dapat berpartisipasi sampai batas tertentu dalam proses produksi berita dengan berinteraksi dengan pengguna lain atau pembuat berita pada halaman tertentu.
- Interaktivitas adaptif: setiap tindakan pengguna memiliki konsekuensi pada konten, sebagaimana pemrograman situs beradaptasi dengan perilaku pengguna dan “mengingat” preferensi pengguna.

Paul Bradshaw dalam “basic principal of online journalism” menyebutkan, ada 5 prinsip dasar jurnalistik online yang disingkat B-A-S-I-C, yakni brevity, Adaptability, Scannability, Interactivity, Community and Conversation.

1. Keringkasan (*Brevity*) : berita online dituntut ringkas, menyesuaikan dengan kehidupan pembaca dan tingkat kesibukannya yang makin tinggi. Pembaca memiliki sedikit waktu untuk membaca dan ingin segera tahu informasi.
2. Kemampuan beradaptasi (*adaptability*). Wartawan media online dituntut agar mampu menyesuaikan diri ditengah kebutuhan dan preferensi public.
3. Dapat dipindai (*scannability*). Memiliki sifat dapat dipindai agar pembaca tidak perlu merasa terpaksa dalam membaca informasi atau berita
4. Interaktivitas (*interactivity*). Komunikasi dari public kepada jurnalis dalam jurnalisme online semakin luas. Audiens akan semakin dilibatkan .
5. Komunitas dan percakapan (*community and conversation*). Media online memiliki peran yang lebih besar untuk menjaring komunitas. (Romli, 2018 : 17-18).

5.8 Jurnalistik multimedia

Sebagai dampak dari digitalisasi pada jurnalisme, maka pada gilirannya melahirkan sebuah konsep multimedia. jurnalisme multimedia adalah jurnalisme, seperti surat kabar cetak, radio dan televisi, tetapi diterbitkan pada platform digital baru dan digabungkan dalam berbagai media. Ini memiliki aturan yang sama untuk akurasi, keadilan dan etika. Masyarakat hanya mengkonsumsinya secara berbeda. Dan masyarakat mengonsumsinya

tanpa henti (Dunham, 2020 : 4). Sementara Vaughan (2011: 1) menyatakan, multimedia adalah gabungan dari teks, foto, suara, animasi, dan video yang diproses melalui komputer atau alat manipulasi elektronik atau digital lainnya untuk disajikan kepada audiens.

Ketika konten multimedia disajikan dengan dinamis, di mana pengguna atau pembaca bisa mengarahkan dan memilih elemen mana yang akan dibaca atau diakses, maka konten multimedia seperti itu disebut sebagai multimedia interaktif. Lalu Ketika Anda menyediakan struktur elemen terkait di mana pengguna dapat menavigasi, maka multimedia interaktif berubah menjadi hypermedia. (Vaughan, 2011: 1)

Rey G. Rosales dalam the elements of online journalism (dalam Romli, 2018: 20-21) menjelaskan, informasi berupa berita memiliki elemen multimedia dalam pemberitaannya, yakni meliputi dasar (basic) dan advance. Elemen dasar mencakup: Judul (headline), isi (text), gambar atau foto (picture), grafis, seperti ilustrasi dan logo serta Link terkait (related link). Adapun elemen advance meliputi elemen dasar ditambah audio, video, slide show, animasi, interactive feature (timeline, map), dan interactive game.

Dari paparan diatas, jelas bahwa jurnalisme online adalah penyajian pesan yang disampaikan dengan berbagai format. Tidak hanya dalam bentuk teks, tapi juga dilengkapi dengan format lainnya, seperti foto, video, data atau info grafis, slideshow, animasi dan bahkan games interaktif. Perkembangan berikutnya dalam jurnalisme multimedia ini melahirkan istilah multimedia storytelling. multimedia storytelling adalah kegiatan menyampaikan cerita atau fakta dengan menggabungkan berbagai elemen multimedia.

Dalam artikel yang diterbitkan lembaga International Center for Journalists (2011) berjudul Elements of Good Multimedia Storytelling, disebutkan bahwa multimedia storytelling menggabungkan berbagai elemen yang saling melengkapi untuk membuat cerita lebih menarik, lengkap dan memikat. Multimedia storytelling mengacu pada semakin kaburnya batasan antara media online, surat kabar, majalah, televisi dan radio. Semua format tersebut ditawarkan secara bersama. Jurnalis tidak lagi terikat oleh salah satu format media, akan tetapi harus dapat memanfaatkan semua kekuatan untuk menceritakan informasi dengan lebih baik (<https://ijnet.org/en/story/elements-good-multimedia-storytelling>)

Dengan penyajian secara multimedia, maka sebuah berita memiliki beberapa keuntungan, seperti :

1. dapat menambah kedalaman informasi.
2. Memudahkan pembaca dalam memahami informasi.
3. Sebuah informasi bisa disajikan secara lebih baik dan sederhana.
4. Multimedia memberikan pembaca kesempatan untuk berinteraksi dengan cerita.

5.9 Jurnalistik warga

Fenomena yang belakangan Tengah berkembang sebagai akibat dari kemajuan teknologi komunikasi adalah jurnalisme warga atau lebih dikenal dengan istilah *citizen journalism*. Jurnalisme warga kini semakin punya pengaruh dan peran yang penting dalam penyampaian informasi yang disampaikan media massa. Banyak peristiwa dan kejadian besar yang bisa diketahui Masyarakat, dari video amatir yang dihasilkan warga.

Jurnalisme warga sebagai sebuah *genre* baru dalam penyapaian informasi kepada masyarakat, lahir berkat adanya teknologi internet yang kemudian mampu menghadirkan *weblog* atau sering di sebut dengan *blog*. *Weblog atau blog* yaitu satu jenis web yang berisi tulisan, catatan, video, audio, komentar, atau informasi tentang topik tertentu, seperti politik, berita daerah, hobi, kisah keseharian, dan data diri pemilik *blog*. Penggunaan *blog* yang awalnya sekadar untuk memenuhi kepuasan diri namun akhirnya berkembang menjadi sebuah aktivitas rutin untuk saling bertukar informasi di kalangan pengguna *blog* yang sering disebut dengan *bloger*. (Wibawa, 2020 : 9)

Salah satu contoh karya citizen journalism yang paling monumental adalah rekaman seorang Perempuan Aceh yang berhasil mengabadikan dahsyatnya peristiwa gempa bumi dan tsunami di Banda Aceh pada Desember 2004. Rekaman peristiwa dari Perempuan Bernama Cut Putri itu yang akhirnya membuka mata dunia atas tragedy bencana yang terjadi di Aceh. Video itu pula yang memantik solidaritas “warga dunia” sehingga akhirnya mereka memberikan bantuan dan donasi bagi para korban gempa dan tsunami di Aceh.

Keberadaan media sosial, khususnya yang berbasis video, seperti youtube, membuat warga kini punya ruang yang lebih luas untuk bisa menyebarkan informasi. Berbagai platform digital yang menyediakan ruang untuk warga menyebarkan konten (user generated content), menjadikan warga semakin memiliki informasi yang beragam, dengan perspektif yang berbeda. Disatu sisi, konten yang dianggap memiliki nilai berita, bisa ditawarkan ke media umum untuk dipublikasikan. Disisi lain, Jurnalis dapat memanfaatkan konten buatan warga untuk pelaporan mereka, memasukkannya ke dalam berita mereka setelah terlebih dahulu memverifikasi akurasi.

Jurnalisme warga adalah praktik produksi dan penyebarluasan informasi yang berasal

dari warga biasa yang disampaikan secara khas. Lasica (2003) menyebutnya sebagai model jurnalisme yang mengakomodasi siapapun (masyarakat biasa, bukan jurnalis profesional) untuk menyampaikan informasi atas peristiwa apapun (dan segala hal yang terkait dengan itu) di berbagai media, termasuk media pers profesional ataupun independen seperti *blog*. (Eddyono et al, 2018 : 3)

dalam jurnalisme warga, audiens diposisikan sebagai produsen berita, bukan hanya konsumen pasif seperti yang berjalan dalam logika kerja jurnalisme tradisional. Dengan kata lain, jurnalisme jenis ini menyertakan Masyarakat sebagai bagian dari informasi, menempatkan warga sebagai subjek. Jurnalisme warga memfungsikan diri sebagai penyulut semangat golongan Masyarakat yang lemah dan tak berdaya serta terpinggirkan.

Warga dalam praktik jurnalisme, menurut Campbell (2014), bisa dilihat dalam dua kategori, yakni jurnalisme sebagai praktik kewarganegaraan dan jurnalisme untuk kewarganegaraan. Jurnalisme untuk kewarganegaraan, yang oleh Campbell dianggap sebagai model klasik, mengarah pada fungsi pers dalam menyediakan informasi yang bermanfaat dan mencerahkan buat publik. Sementara itu, jurnalisme sebagai kewarganegaraan merujuk pada pendapat bahwa jurnalisme merupakan wahana bagi warga dalam menikmati informasi secara aktif. Dalam situasi ini warga memiliki kesempatan memproduksi informasi, sekaligus menikmatinya. (Eddyono et al, 2018 : 6).

Dari penjelasan diatas, maka yang menjadi karakteristik jurnalisme warga adalah sebagai berikut :

Karakteristik :

1. Jurnalis atau pelapornya adalah pembaca, khalayak ramai, siapapun yang mempunyai informasi. segala bentuk kegiatan pencarian, pengumpulan, pemrosesan dan penyajian berita dilakukan oleh warga/ non jurnalis.
2. siapa pun dapat memberikan komentar, koreksi, klarifikasi atas berita yang dipublikasikan.
3. biasanya non-profit oriented. Warga yang menghasilkan berita tidak memiliki kepentingan ekonomi atau komersial. Meski begitu, pada situasi tertentu, media umum bersedia memberikan kompensasi uang jika informasi yang dimiliki warga adalah informasi penting yang materinya hanya dimiliki warga.
4. Jurnalisme warga biasanya memiliki komunitas-komunitas yang sering melakukan kegiatan untuk kepentingan komunitas itu sendiri. Komunitas ini lahir dari kesamaan hoby, minat dan bakat, yang kemudian mendokumentasikan kegiatan mereka pada media media yang mereka buat sendiri.

5. Pada jurnalisme warga, tidak ada seleksi ketat terhadap informasi yang disampaikan.

Meskipun jurnalisme warga tidak memiliki kode etik khusus seperti halnya kode etik jurnalis pada media umum, jurnalis warga juga tetap harus mematuhi etika etika berikut ini :

1. Tidak menyebarkan berita bohong
2. Tidak mencemarkan nama baik orang lain
3. Tidak memicu konflik SARA
4. Tidak memuat konten pornografi
5. Menyebutkan sumber berita dengan jelas

Daftar Pustaka :

Buku :

Abrar, Ana Nadhya. 2019. Menatap masa depan jurnalisme indonesia. Gadjah Mada University press. Yogyakarta.

Campbell, Richard. Martin, Christopher R. Fabos, Bettina. 2014. *Media & Culture: Mass Communication in a Digital Age*, Ninth Edition, New York

Djamal, Hidajanto dan Fachruddin, Andi. 2011. *Dasar-dasar Penyiaran. Sejarah, Organisasi, Operasional dan Regulasi*. Edisi Kedua. Kencana-PrenadaMedia Group. Jakarta.

Dunham, Richard Scott. 2020. *Multimedia Reporting, How Digital Tools Can Improve Journalism Storytelling*, *Tsinghua Global Business Journalism Series*, Springer Nature Singapore Pte Ltd.

Flew, Terry. 2014. *New Media*, Fourth Edition. Oxford University Press. Australia & New Zealand

Hanson, Ralph E. 2021. *Mass Communication: Living in a Media World*. SAGE Publications ASia-Pasific. Singapore.

Ikhwan, Muhammad. 2022. *Manajemen Media Kontemporer. Mengelola media cetak, penyiaran dan digital*. Prenada media, Jakarta.

Ireton, Cherilyn. Posetti, Julie. 2018. *Journalism, 'Fake News' & Disinformation. Handbook for Journalism Education and Training*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. Paris.

McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Salemba Humanika. Jakarta

Pavlik, John V. 2001. *Journalism and New Media*, Columbia University Press New York.

Potter, Deborah. 2006. Handbook of independent journalism. Bureau of International Information Programs. U.S. Department of State.

Romli, Asep Syamsul M. 2018. *Jurnalistik Online, Panduan Mengelola Media Online*. Nuansa Cendekia. Bandung.

Sambo, Masriadi. Yusuf, Jafaruddin. 2017. Pengantar Jurnalisme Multiplatform. Prenadamedia Group. Jakarta.

Suherdiana, Dadan. 2020. Jurnalistik kontemporer, Mimbar Pustaka, Bandung.

Vaughan, Tay. 2011. *Making it Work*, Eight Edition. Mc Graw Hill. New York. USA.

Wibawa, daradjat. 2020. Jurnalisme warga, perlindungan, pertanggung jawaban etika dan hukum. Mimbar pustaka, Bandung.

Wijaya, Taufan. 2014. *Foto Jurnalistik*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Jurnal :

Eddyono, Aryo Subarkah, Faruk HT, Irawanto, Budi. Menyoroti Jurnalisme Warga: Lintasan Sejarah, Konflik Kepentingan, dan Keterkaitannya dengan Jurnalisme Profesional, Jurnal Kajian Jurnalisme, Volume 03 Nomor 01 Tahun 2019

Deuze, Mark. 2003. The Web and Its Journalisms: Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia Online. Journal: New Media & Society.

Artikel :

Surbhi, S. Difference Between Journalism and Mass Communication :
<https://keydifferences.com/difference-between-journalism-and-mass-communication.html>

Satish, N.R. Impact of Journalism : <https://medium.com/@nrsatish29/impact-of-online-journalism-353f5fcf608f>.

Journalism : <https://www.britannica.com/topic/journalism>

Elements of good multimedia storytelling. international center for journalists
<https://ijnet.org/en/story/elements-good-multimedia-storytelling>

Sumber lain :

https://eppid.kominfo.go.id/storage/uploads/1_9_2-Undang_Undang_Nomor_14_Tahun_2008.pdf

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/>

<https://dewanpers.or.id/kebijakan/pedoman>

https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/american_english/news

<https://www.kpi.go.id/download/regulasi/UU%20No.%2032%20Tahun%202002%20tentang%20%20Penyiaran.pdf>