BAB I

PENGERTIAN JURNALISTIK, PERS DAN MEDIA MASSA

I. Pengertian Jurnalistik

Jurnalistik kata dasarnya adalah "**jurnal"** (journal).

Artinya laporan atau catatan, atau **"jour"** dalam bahasa Prancis yang berarti **"hari"** (day) atau **"catatan harian**" (diary).

Dalam bahasa Belanda journalistiek artinya penyiaran catatan harian.

Menurut para ahli, jurnalistik diartikan sebagai:

1. Fraser Bond dalam bukunya, *An introduction to Journalism,* terbitan tahun 1961, mengatakan: Jurnalistik adalah segala bentuk yang membuat berita dan ulasan mengenai berita agar sampai pada kelompok pemerhati.
2. Roland E. Wolseley dalam bukunya *UndeJurnalistik* adalah pengumpulan, penulisan, penafsiran, pemrosesan dan penyebaran informasi umum, pendapat pemerhati, hiburan umum secara sistematik dan dapat dipercaya untuk diterbitkan pada SK, majalah dan disiarkan stasiun siaran.
3. Adinegoro dalam buku: *Hukum Komunikasi Jurnalistik*, karya M. Djen Amar terbitan tahun 1984, mengatakan: Jurnalistik adalah semacam kepandaian mengarang yang pokoknya memberikan pekabaran pada masyarakat dengan selekas-lekas'a agar tersiar luas.
4. Astrid Susanto dalam bukunya: *Komunikasi Massa,* terbitan tahun 1986, menyebutkan: dalam Jurnalistik adalah kegiatan pencatatan dan atau pelaporan serta penyebaran tentang kegiatan sehari-hari.

5. Onong Uchjana Effendy dalam bukunya: *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, terbitan tahun 1993 menyebutkan, Jurnalistik adalah teknik mengelola berita mulai dari mendapatkan bahan sampai menyebarluaskannya kepada masyarakat.
6. Djen Amar bukunya: *Hukum komunikasi Jurnalistik*, terbitan tahun 1984 mengatakan: Jurnalistik adalah kegiatan mengumpulkan, mengolah dan menyebarkan berita kepada khalayak seluas-luasnya dengan secepat-cepatnya.
7. Erik Hodgins, redaktur majalah Time seperti yang dikutip Kustadi Suhandang dalam bukunya: *Pengantar Jurnalistik, Seputar Organisasi, Produk dan Kode Etik*, terbitan tahun 2004, mengatakan : Jurnalistik adalah pengiriman informasi dari sini ke sana dengan benar, seksama dan cepat dalam rangka membela kebenaran dan keadilan berfikir yang selalu dapat dibuktikan.
8. Drs. A.S. Haris Sumadiria, M.Si, dalam bukunya, *Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Feature, Panduan Praktis Jurnalis professional*, Simbiosa Rekatama Media, Bandung, 2005, merumuskan definisi jurnalistik sebagai: Kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan menyebarkan berita melalui media berkala kepada khalayak seluas-luasnya dengan secepat-cepatnya

Sebagai proses, jurnalistik adalah “aktivitas” mencari, mengolah, menulis, dan menyebarluaskan informasi kepada publik melalui media massa. Aktivitas ini dilakukan oleh wartawan (jurnalis).

Sebagai teknik, jurnalistik adalah “keahlian” (*expertise*) atau “keterampilan” (*skill*) menulis karya jurnalistik (berita, artikel, feature) termasuk keahlian dalam pengumpulan bahan penulisan seperti peliputan peristiwa (reportase) dan wawancara.

Sebagai ilmu, jurnalistik adalah “bidang kajian” mengenai pembuatan dan penyebarluasan informasi (peristiwa, opini, pemikiran, ide) melalui media massa.

II. Pengertian Pers

Istilah pers berasal dari bahasa Belanda, yang dalam bahasa Inggris berarti press. Secara harfiah pers berarti cetak dan secara maknawiah berarti penyiaran secara tercetak atau publikasi secara dicetak (printed publication).

Dalam perkembangannya pers mempunyai dua pengertian, yakni pers dalam pengertian luas dan pers dalam pengertian sempit.

Dalam pengertian luas, pers mencakup semua mediakomunikasi massa, seperti radio, televisi, dan film yang berfungsi memancarkan/ menyebarkan informasi, berita, gagasan, pikiran, atau perasaan seseorang atau sekelompok orang kepada orang lain. Maka dikenal adanya istilah jurnalistik radio, jurnalistik televisi, jurnalistik pers.

Dalam pengertian sempit, pers hanya digolongkan produk-produk penerbitan yang melewati proses percetakan, seperti surat kabar harian, majalah mingguan, majalah tengah bulanan dansebagainya yang dikenal sebagai media cetak.

Fungsi Pers, di antaranya ;

a. Media Informasi
b. Media Pendidikan
c. Media Hiburan
d. Media Kontrol Sosial
e. Sebagai Lembaga Ekonomi

Menurut Leksikan Komunikasi, Pers berarti :

a. usaha percetakan dan penerbitan;
b. usaha pengumpulan dan penyiaran berita;
c. penyiaran berita melalui surat kabar dan majalah (dalam arti sempit) dan pers dalam arti luas yang menyangkut media masa (surat kabar, radio, televisi dan film).

d. orang yang bergerak dalam penyiaran berita
e. media penyiaran dan berita yakni surat kabar, majalah, radio dan televisi

III. Pengertian Media Massa

Menurut *Leksikon Komunikasi*, media massa adalah "sarana penyampai pesan yang berhubungan langsung dengan masyarakat luas misalnya radio, televisi, dan surat kabar".

Media adalah bentuk jamak dari *medium* yang berarti tengah atau perantara. Massa berasal dari bahasa Inggris yaitu mass yang berarti kelompok atau kumpulan. Dengan demikian, pengertian media massa adalah perantara atau alat-alat yang digunakan oleh massa dalam hubungannya satu sama lain (Soehadi, 1978:38).

Media Massa adalah sarana komunikasi massa dimana proses penyampaian pesan, gagasan, atau informasi kepada orang banyak (publik) secara serentak.

Karakteristik Media Massa

Tidak semua media bisa disebut media massa. Karakteristik media massa terpopuler antara lain:

1. **Publisitas**. Disebarluaskan kepada publik, khalayak, atau orang banyak.
2. **Universalitas**. Pesannya bersifat umum, tentang segala aspek kehidupan dan semua peristiwa di berbagai tempat, juga menyangkut kepentingan umum karena sasaran dan pendengarnya orang banyak (masyarakat umum).
3. **Periodisitas**. Tetap atau berkala, misalnya harian atau mingguan, atau siaran sekian jam per hari.
4. **Kontinuitas**. Berkesinambungan atau terus-menerus sesuai dengan priode mengudara atau jadwal terbit.
5. **Aktualitas**. Berisi hal-hal baru, seperti informasi atau laporan peristiwa terbaru, tips baru, dan sebagainya. Aktualitas juga berarti kecepatan penyampaian informasi kepada publik.

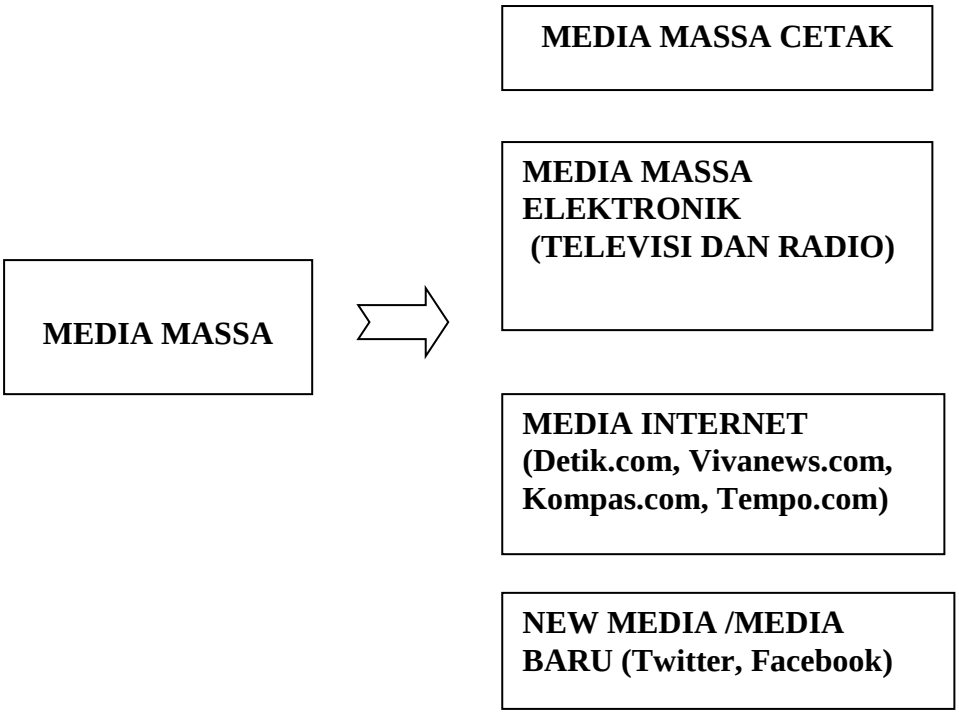
Menurut Djafar H. Assegaf (1991), media massa memiliki lima ciri:

1. Komunikasi yang terjadi dalam media massa bersifat searah di mana komunikan tidak dapat memberikan tanggapan secara langsung kepada komunikatornya yang biasa disebut dengan tanggapan yang tertunda (delay feedback).
2. Media massa menyajikan rangkaian atau aneka pilihan materi yang luas, bervariasi. Ini menunjukka bahwa pesan yang ada dalam media massa berisi rangkaian dan aneka pilihan materi yang luas bagi khalayak atau para komunikannya.
3. Media massa dapat menjangkau sejumlah besar khalayak. Komunikan dalam media massa berjumlah besar dan menyebar di mana-mana, serta tidak pernah bertemu dan berhubungan secara personal.
4. Media massa menyajikan materi yang dapat mencapai tingkat intelek rata-rata. Pesan yang disajikan dengan bahasa yang umum sehingga dapat dipahami oleh seluruh lapisan intelektual baik komunikan dari kalangan bawah sampai kalangan atas.
5. Media massa diselenggarakan oleh lembaga masyarakat atau organisasi yang terstruktur. Penyelenggara atau pengelola media massa adalah lembaga masyarakat/organisasi yang teratur dan peka terhadap

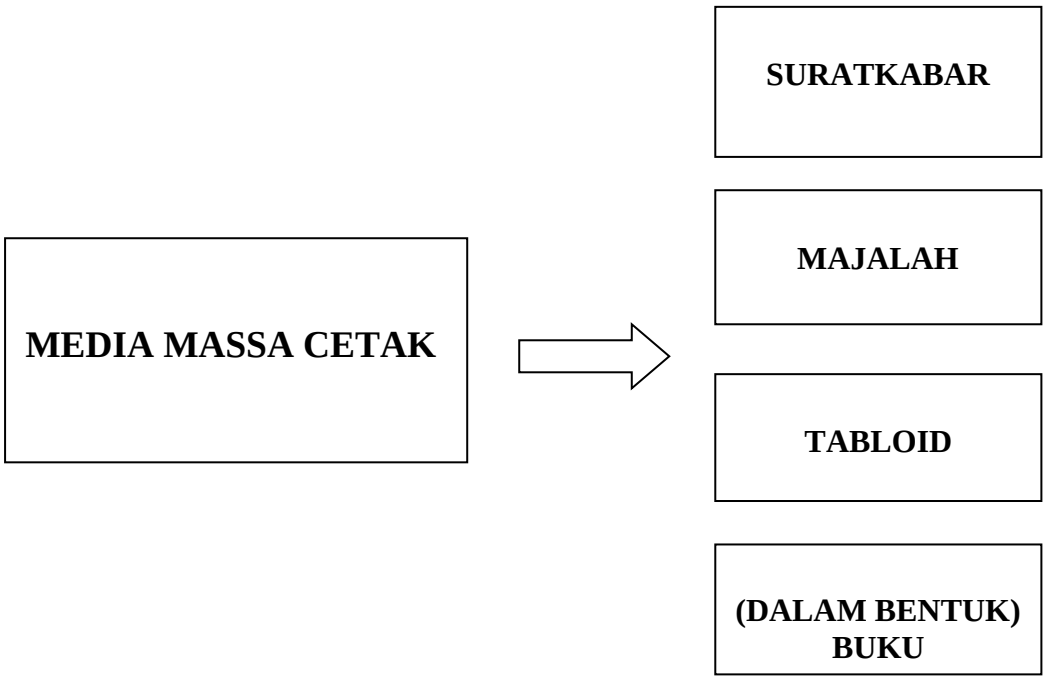
Jenis-jenis media massa saat ini secara garis besar dibagi tiga:

1. Media Cetak (Printed Media): Suratkabar, Tabloid, Majalah.
2. Media Elektronik (Electronic Media): Radio, Televisi, Film/Video
3. Media Siber (Cyber Media): Website, Portal Berita, Blog, Media Sosial.

JENIS-JENIS MEDIA MASSA



JENIS MEDIA MASSA CETAK



Suratkabar = Kompas, Media Indonesia, Republika, Suara Karya, Sinar Harapan, Jawa Pos, Indo Pos, Rakyat Merdeka
Majalah = Tempo, Gatra, Femina, Rolling Stones
Tabloid = Koran Tempo, Nova, Bola, Trubus
Buku = Intisari, Sabili

BENTUK-BENTUK TULISAN JURNALISTIK DI MEDIA MASSA

BERITA (NEWS)

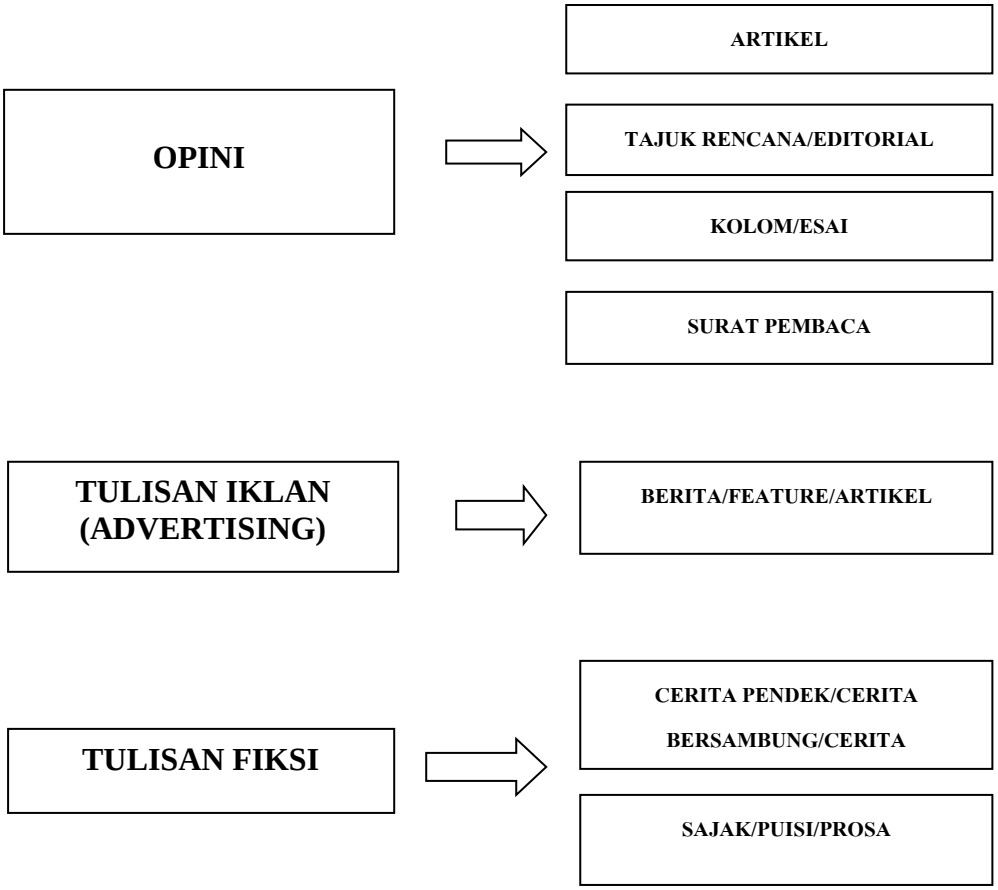
- BERITA KERAS (HARD NEWS)
- BERITA LANGSUNG (SPOT NEWS)
- BERITA FEATURE (FEATURE NEWS)
- BERITA ILMIAH (SCIENTIFIC NEWS
- BERITA ARTIKEL (ARTICLE NEWS)

KARANGAN KHAS (FEATURE)

- FEATURE BERITA
- FEATURE TOKOH
- FEATURE PERJALANAN
- FEATURE ILMIAH
- FEATURE ATIKEL

LAPORAN MENDALAM (DEPTH REPORTING)

- LAPORAN UTAMA
- LAPORAN PELENGKAP/TAMBAHAN
- LAPORAN PELENGKAP/TAMBAHAN


OPINI
ARTIKEL
TAJUK RENCANA/EDITORIAL
KOLOM/ESAI
SURAT PEMBACA
TULISAN IKLAN (ADVERTISING)
BERITA/FEATURE/ARTIKEL
TULISAN FIKSI
CERITA PENDEK/CERITA BERSAMBUNG/CERITA
SAJAK/PUISI/PROSA

BAB II

BERITA DI MEDIA MASSA

I. Pengertian Berita

Berita adalah laporan tercepat mengenai data-data dan fakta dari peristiwa atau kejadian yang baru terjadi (aktual) dan menarik atau penting bagi masyarakat yang disebarluaskan oleh media massa cetak dan elektronik.

Berita merupakan penyampaian dan penyebaran informasi kepada khalayak pembaca (media massa cetak) atau pemirsa (media massa elektronik).

Menurut Mitchell V. Charnley, berita adalah laporan tercepat dari suatu peristiwa, atau kejadian yang faktual, penting dan menarik bagi sebagian besar pembaca, pendengar atau pemirsa

Sebagai produk tulisan jurnalistik, berita memiliki karakteristik yakni:

1. Bersifat informasi

   Artinya, berita merupakan penyampaian dan penyebaran informasi kepada khalayak pembaca (media massa cetak) atau pemirsa (media massa elektronik).

2. Mengandung unsur kebaruan (novelty)

   Berita harus mengandung unsur kebaruan atau hal-hal yang baru diketahui oleh masyarakat pembaca. Pengertian kebaruan yakni peristiwa atau kejadian itu baru terjadi atau peristiwa atau kejadian itu baru diketahui masyarakat pembaca.

3. Unsur kecepatan dalam penyampaian informasi (aktualitas)

   Karena berita bersifat informasi, maka penyampaian berita mengandung unsur kecepatan. Semakin cepat informasi itu diberitakan atau disampaikan kepada khalayak pembaca atau pemirsa, maka semakin

baik.

4. Harus menarik

   Berita harus mengandung unsur data dan fakta dari sebuah peristiwa atau kejadian yang menarik untuk diberitakan. Semakin menarik peristiwa atau kejadian itu maka semakin menarik untuk diberitakan.

BERITA = LAPORAN INFORMASI PERISTIWA/KEJADIAN

Jenis-jenis Berita:

1. **Straight News**: berita langsung, apa adanya, ditulis secara singkat dan lugas. Sebagian besar halaman depan surat kabar berisi berita jenis ini.

Jenis berita **Straight News** dipilih lagi menjadi dua macam:

(a**)** **Hard News:** yakni berita yang memiliki nilai lebih dari segi aktualitas dan kepentingan atau amat penting segera diketahui pembaca. Berisi informasi peristiwa khusus *(special event)* yang terjadi secara tiba-tiba.
(b) **Soft News,** nilai beritanya di bawah *Hard News* dan lebih merupakan berita pendukung.

2. **Depth News:** berita mendalam, dikembangkan dengan pendalaman hal-hal yang ada di bawah suatu permukaan.
3. **Investigation News**: berita yang dikembangkan berdasarkan penelitian atau penyelidikan dari berbagai sumber.
4. **Interpretative News**: berita yang dikembangkan dengan pendapat atau penelitian penulisnya/reporter.
5. **Opinion News**: berita mengenai pendapat seseorang, biasanya pendapat

para cendekiawan, sarjana, ahli, atau pejabat, mengenai suatu hal, peristiwa, kondisi poleksosbudhankam, dan sebagainya.

BERITA HARUS BERSIFAT OBJEKTIF/ TIDAK ADA OPINI WARTAWAN

II. Nilai Berita

Menarik tidaknya sebuah peristiwa atau kejadian untuk diberitakan ditentukan oleh nilai-nilai berita. Semakin banyak nilai-nilai berita yang terkandung dalam peristiwa atau kejadian itu maka semakin menarik atau penting untuk diberitakan atau diketahui masyarakat pembaca.

Nilai-nilai berita dari suatu peristiwa atau kejadian :

1. **Aktualitas**

   Peristiwa atau kejadian itu harus secepatnya diberitakan. Semakin cepat peristiwa atau kejadian itu diberitakan maka semakin baik untuk diketahui masyarakat. Jangan sampai media massa lain sudah lebih dahulu memberitakan.

2. **Kebaruan (Novelty)**

   Peristiwa atau kejadian yang ingin diberitakan harus mengandung unsur kebaruan. Ada dua unsur kebaruan yang harus diperhatikan yakni pertama; peristiwa atau kejadian itu baru saja terjadi dan kedua; peristiwa atau kejadian itu baru diketahui masyarakat walaupun sudah lama terjadi.

   Misalnya, artis dangdut Yanti Sustyanti dua hari lalu menikah dengan seorang pengusaha jam tangan. (baru terjadi). Atau terungkap informasi bahwa tahun lalu, artis dangdut Yanti Sustyanti ternyata pernah melakukan aborsi akibat hubungan gelapnya dengan seorang pengusaha (baru diketahui padahal sudah lama terjadi)

3. **Unsur Kedekatan**

Peristiwa atau kejadian itu harus dekat dengan pembacanya. Semakin jauh peristiwa atau kejadian itu dengan pembaca, maka berita itu menjadi tidak menarik.

Unsur kedekatan ada dua yaitu pertama kedekatan secara geografis dan psikologis. Kedekatan secara geografis yakni jarak peristiwa/kejadian dengan tempat keberadaan si pembaca. Pembaca lebih senang membaca berita yang dekat dengan lingkungannya. Pembaca tidak tertarik dengan berita-berita yang terjadi di tempat yang jauh dengannya berada atau tinggal. Misalnya, pembaca yang tinggal di Jakarta, tidak tertarik dengan berita kecelakaan bus di Paris, Perancis.

Kedua, kedekatan secara psikologis. Yakni, seorang pembaca lebih senang membaca berita yang kejadian atau peristiwanya memiliki kedekatan psikologis dengannya. Misalnya, pembaca senang membaca berita tentang pariwisata di Paris, Perancis karena pernah berkunjung ke Paris. Atau pembaca senang membaca berita-berita liga pertandingan sepak bola Eropa karena dia memiliki hobi bermain sepak bola.

4. **Kriminalitas**

Semua peristiwa atau kejadian kriminal seperti pembunuhan, perampokan, penjambretan atau pencurian selalu menarik bagi pembaca sehingga layak untuk diberitakan.

5. **Seks**

Semua peristiwa atau kejadian yang mengandung unsur seks selalu menarik untuk diberitakan. Misalnya, peristiwa perselingkuhan, pemerkosaan, pencabulan atau penggrebekan tempat pelacuran selalu menarik untuk diberitakan.

6. **Konflik**

Semua peristiwa atau kejadian yang menyangkut konflik seperti pertengkaran, perkelahian atau perebutan selalu menarik untuk dijadikan berita.

7. **Tokoh/Ternama**

   Semua peristiwa atau kejadian yang dialami seorang tokoh ternama atau pesohor seperti artis atau pejabat selalu menarik untuk ditulis menjadi berita.

8. **Keganjilan atau keanehan**

   Peristiwa atau kejadian yang ganjil, aneh atau unik selalu menarik untuk diberitakan. Misalnya, seorang kakek bernama Sinin yang bisa bertelur, pengamen yang bisu di bus kota atau penjaja kerupuk keliling yang buta dan hanya berkaki satu.

9. **Prestasi**

   Peristiwa atau kejadian yang berisikan prestasi seseorang menarik untuk diketahui pembaca. Baik itu prestasi yang bersifat positif atau negatif. Prestasi positif misalnya atlet bulutangkis menang di Olimpiade. Prestasi negatif, misalnya, kisah seorang wanita tuna susila (WTS) yang sudah sepuluh tahun menjadi primadona di sebuah lokalisasi. Atau seorang penjambret yang masih berstatus pelajar SMP tapi sudah berkali-kali keluar masuk penjara.

10. **Dampak atau akibat**

    Peristiwa atau kejadian yang (diprediksi) berdampak atau berakibat fatal kepada banyak warga masyarakat, menarik untuk diberitakan. Misalnya, dampak dari kenaikan harga bahan bakar minyak atau dampak bencana letusan Gunung Sinabung yang mengakibatkan ribuah warga mengungsi atau banjir Sungai Bengawan Solo yang bisa merendam ribuan rumah.

III. Gaya Penulisan Berita

A. Piramida Terbalik

Berita ditulis dengan menggunakan prinsip piramida terbalik. Dalam penulisan piramida terbalik ada tiga unsur penting di dalamnya yakni **Lead** (alinea

pertama), **Second Lead** (alinea kedua) dan **Tubuh Berita** yang berisi lead-lead (aline) pelengkap.

Struktur berita selengkapnya adalah sebagai berikut

1. Judul (head)
2. Dateline, yakni tempat atau waktu berita itu diperoleh dan disusun. Contoh: Jakarta, Kompas : Republika, Senin, "PR".
3. Teras berita (Lead)
4. Isi berita (Body)

Berita ditulis dengan gaya penulisan piramida terbalik dalam arti fakta-fakta dan data yang penting ditulis di alina paling atas. Semakin fakta dan data itu tidak penting, maka dituliskan di bagian bawah.

Mengapa berita ditulis dengan gaya piramida terbalik karena berita dibatasi oleh waktu (deadline) dan ruang halaman (kolom/space) suratkabar. Karena bersifat informasi yang harus secepatnya diberitakan dan dibatasi oleh ruang halaman, berita bisa dipotong dari alinea terbawah sehingga berita itu bisa ditulis hanya tinggal satu aline saja.

5 W + 1 H

APA (WHAT), SIAPA (WHO), KAPAN (WHEN), DI MANA (WHERE), MENGAPA (WHY), dan BAGAIMANA (HOW).

What, berarti peristiwa apa yang akan dilaporkan kepada khalayak.

Who, berarti siapa yang menjadi pelaku dalam peristiwa berita itu.

When, berarti kapan peristiwa itu terjadi, seperti tahun, bulan, minggu, hari, jam, menit.

Where, berarti dimana peristiwa itu terjadi.

Why, berarti mengapa peristiwa itu sampai terjadi.

How, berarti bagaimana jalannya peristiwa atau bagaimana cara menanggulangi peristiwa tersebut.

B. Teras Berita

Teras berita atau disebut pula **Lead**, adalah bagian paling penting dari sebuah isi berita yang terletak di alinea atau paragraf pertama. Karena berisi informasi paling penting dari berita tersebut, seorang pembaca cukup membaca lead untuk mengetahui apa isi dari berita yang ditulis.

Ada berbagai jenis teras berita:

1. Statement Lead

   Adalah teras berita yang berupa pernyataan dari narasumber. Misalnya,

Presiden menyatakan/menegaskan akan menaikkan harga bahan bakar minyak (BBM) bersubsidi awal tahun depan.

2. Opinion Lead

   Jenis teras berita yang berupa pendapat dari satu atau beberapa narasumber. Misalnya, Pengamat ekonomi dari Universitas Indonesia Prof Dr Maryanto berpendapat, kenaikan harga BBM bersubsidi belum saatnya dilakukan dalam waktu dekat

3. Accident Lead

   Adalah bentuk teras berita yang berisikan kejadian atau peristiwa. Misalnya, Bus Laju Terus menabrak Kereta Api (KA) Parahyangan di perlintasan kereta di kawasan Tambun, Bekasi, Jawa Barat, Kamis pagi.

4. Description Lead

   Jenis teras berita yang berisikan gambaran dari suatu peristiwa atau kejadian atau tempat. Contohnya, Ribuan warga memadati Masjid Istiqlal, Minggu pagi untuk menunggu giliran memperoleh daging kurban.

Ada 10 pedoman yang dikeluarkan PWI Pusat terkait penulisan teras berita (lead), yakni:

1. Teras berita yang menempati alinea pertama harus mencerminkan pokok terpenting berita. Alinea pertama dapat terdiri dari lebih satu kalimat, akan tetapi sebaiknya jangan sampai melebihi dari tiga kalimat.
2. Teras berita jangan mengandung lebih dari 30 – 45 kata.
3. Teras berita harus ditulis sebaik-baiknya, sehingga muda ditangkap dan cepat dipahami, kalimatnya singkat, sederhana, susunan bahasanya memenuhi prinsip ekonomi bahasa, menjauhkan kata mubazir, satu gagasan dalam satu kalimat, dibolehkan memuat lebih dari satu unsur 5W +1H.
4. Hal yang tidak begitu mendesak, berfungsi sebagai pelengkap,

hendaknya dimuat dalam badan berita (body).

5. Teras berita lebih baik mengutamakan unsur "apa" (what).
6. Teras berita juga dapat dimulai dengan unsur "siapa" (who). Tetapi, bila unsur siapa itu kurang menonjol, sebaiknya dimuat pada badan berita.
7. Teras berita jarang menonjolkan unsur "kapan" (when), kecuali bila unsur itu punya makna khusus dalam berita itu.
8. Bila harus memilih dari dun unsur, yaitu unsur tempat (where) dan waktu (when), maka pilihlah unsur tempat dulu, baru waktu.
9. Unsur lainnya, yakni bilamana dan mengapa, diuraikan dalam badan berita, tidak dalam teras berita.
10. Teras berita dapat dengan kutipan pernyataan seseorang (quotation lead), asalkan kutipan itu tidak berupa kalimat panjang. Pada alinea berikutnya, tulis nama orang itu, tempat, serta waktu din membuat pernyataan itu.

Ciri dari sebuah tulisan berita yakni:

1. Diawali dengan tempat berita itu ditulis (JAKARTA)
2. Dari mana berita itu diambil atau ditulis oleh wartawannya atau sumber lain (Kompas)
3. Berita biasanya diakhiri dengan kode atau inisial si wartawan (MYR)
4. Berita lebih menekankan pada unsur laporan atau penyampaian informasi kepada pembaca

Misalnya:

JAKARTA (Kompas) : Presiden Joko Widodo akan meresmikan proyek pembangunan jembatan di Palembang, Sumatera Selatan, Kamis (22/11) yang sangat dibutuhkan masyarakat sebagai sarana penghubung antar kota kecamatan. Jembatan baru itu dibangun untuk menggantikan jembatan lama yang hancur diterjang saat banjir pada Januari lalu. (MYR).

C. Gaya Bahasa Penulisan Berita

Berita harus ditulis selugas mungkin dan tidak boleh bertele-tele.Karena itu, berita ditulis dengan bahasa jurnalistik yang efektif dan efisien yang

mempunyai ciriciri: singkat, padat, sederhana, lugas, menarik, lancar, dan jelas.

Bahasa jumalistik menurut Rosihan Anwar adalah bahasa yang digunakan oleh wartawan (jumalis) dalam menulis karya-karya jumalistik di media massa.

Ciri-ciri tersebut harus dipenuhioleh bahasa jumalistik, bahasa surat kabar, mengingat surat kabar dibaca oleh lapisan masyarakat yang tidak sama tingkat pengetahuannya. Berita harus bisa dibaca dan dipahami dari warga masyarakat yang berpendidikan dasar sampai dengan warga masyarakat yang berpendidikan tinggi.

Selain itu, jangan sampai seorang pembaca menghabiskan banyak waktu untuk membaca dan memahami isi berita-berita di suratkabar. Oleh karena itu, bahasa jumalistik sangat mengutamakan kemampuan untuk bisa menyampaikan semua informasi kepada pembaca secepatnya. Dengan kata lain, bahasa jumalistik lebih mengutamakan daya komunikasinya

Ciri-ciri Bahasa Jurnalistik:

1. Singkat

   Bahasa jurnalistik harus *singkat.* artinya bahasa jumalistik harus menghindari kalimat yang panjang-panjang dan bertele-tele.

2. Padat

   Bahasa jumalistik juga harus padat, artinya bahasa jumalistik yang ingkat itu harus sudah mampu menyampaikan infonnasi yang selengkap-lengkapnya dan sepadat-padatnya. Semua informasi yang diperlukan pembaca harus sudah tertampung di dalamnya.

   Dalam istilah jurnalistik, artinya berita itu harus memenuhi syarat 5 W + 1 H -- sudah mampu menjawab pertanyaan apa *(what),* siapa *(who),* di mana *(where),* kapan *(when),* mengapa dan apa sebabnya *(why),* dan bagaimana/apa akibatnya *(how).*

Bahasa jumalistik yang padat, juga harus menghindari keterangan-keterangan yang tidak perlu, membuang kata-kata yang dianggap mubazir, dan memegang teguh prinsip ekonomi kata.

Penerapannya dalam tulisan yakni menggunakan kalimat pendek dan menghindarkan sejauh mungkin pemakaian bentuk majemuk. Dalam unsur kata, yakni dengan menghilangkan kata mubazir dan memilih istilah yang pendek (Anwar, 1979: 20).

Efisiensi bahasa haus diperhatikan oleh jurnalis. Ini perlu karena surat kabar harus menghemat halaman. Jurnalis hams memilih pengungkapan pikiran, gagasan, ide, dan obsesi-obsesinya yang tersingkat dengan menghindari kata yang berlebih (Badudu, 1992: 78).

3. Sederhana

   Bahasa jurnalistik yang *sederhana,* artinya bahasa jurnalistik hams sedapat-dapatnya memilih kalimat tunggal yang sederhana. Kalimat tersebut bukan kalimat-kalimat majemuk yang panjang, rumit, dan kompleks. Kalimat yang efektif, yang praktis adalah kalimat yang sederhana dengan pemakaian/pemilihan kata yang secukupnya saja, tidak berlebihan, dan berbunga-bunga (bombastis).

4. Lugas

   Bahasa jumalistik harus *lugas,* artinya harus mampu menyampaikan pengertian atau makna informasi secara langsung, dengan menghindarkan bahasa.yang berbunga-bunga (bombastis).

5. Menarik

   Bahasa jurnalisitk harus menarik. Artinya bahasa jurnalistik selalu memakai kata-kata yang masih hidup, tumbuh, dan berkembang, menghindari kata-kata dan ungkapan-ungkapan klise.

6. Jelas

Bahasa jurnalistik harus jelas, artinya informasi-informasi yang disampaikan jurnalis dengan mudah dapat dipahami oleh khalayak umum (pembaca). Dengan demikian, struktur kalimatnya harus benar dan tidak menimbulkan penyimpangan pengertian/makna, menghindari ungkapan bersayap atau bermakna ganda (ambigu). Oleh karena itu, ditekankan agar bahasa jurnalistik memakai kata-kata yang bermakna denotatif.

Bahasa jurnalistik tetap didasarkan pada bahasa baku serta norma-norma, dan kaidah-kaidah bahasa Indonesia.

D. Prinsip Ekonomi Kata

Berita ditulis dengan gaya bahasa yang menerapkan prinsip **Ekonomi Kata.** Artinya bahasa penulisan berita harus menghilangkan kata-kata mubazir atau tidak perlu. Bahasa-bahasa yang mubazir atau tidak perlu ini bisa dihapus atau dihilangkan selama tidak menghilangkan atau mengaburkan makna dan maksud dari kalimat tersebut.

Misalnya:

PALEMBANG (METRO SUMSEL): Presiden Joko Widodo akan meresmikan sebuah proyek pembangunan jembatan yang melintang di atas Sungai Musi, di Kota Palembang, Provinsi Sumatera Selatan pada hari Kamis tanggal 20 Oktober 2015 bersama-sama dengan sejumlah pejabat dari pemerintah pusat di Jakarta dan pemerintah daerah di Sumatera Selatan. (Ant)

Tulisan ini bisa disingkat dengan penerapan **Ekonomi Kata** yaitu:

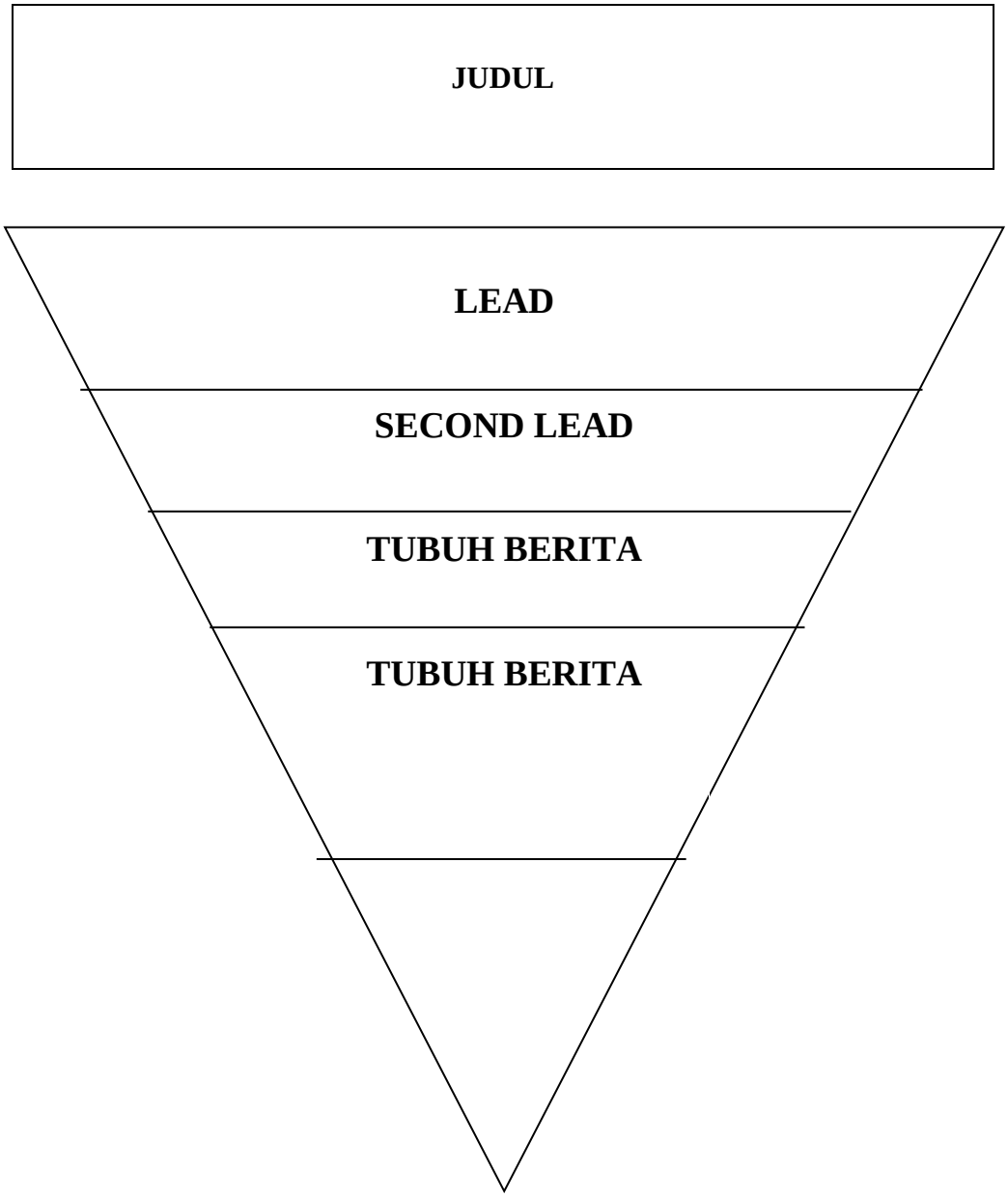
PALEMBANG (METRO SUMSEL): Presiden Joko Widodo akan meresmikan pembangunan jembatan di atas Sungai Musi, di Palembang, Sumatera Selatan pada Kamis (20/11). Presiden akan didampingi pejabat dari pusat dan pemerintah daerah. (Ant)

Kata dan kalimat yang dihapus atau dihilangkan tanpa mengaburkan makna dan maksud dari kalimat tersebut yakni: **sebuah proyek, yang melintang**, **kota, provinsi, hari, tanggal 20 Oktober 2015, bersama-sama dengan sejumlah, pemerintah, di Sumatera Selatan**.

Gaya penulisan bahasa berita dengan menerapkan prinsip **Ekonomi Kata** diperlukan karena berita:

1. Harus dilaporkan dan ditulis dengan secepat mungkin.
2. Berita karena bersifat informasi tidak boleh bertele-tele sehingga harus menggunakan kata dan kalimat yang sefisien mungkin.
3. Berita dibatasi oleh waktu
4. Berita dibatasi oleh ruang kolom

STRUKTUR PENULISAN BERITA
DENGAN SISTEM PIRAMIDA TERBALIK



BAB III

TULISAN KARANGAN KHAS
(FEATURE)

a. Pengertian Feature

Tulisan karangan khas atau sering disebut tulisan feature adalah jenis tulisan produk jurnalistik yang mengungkapkan fakta-fakta dan data di balik peristiwa atau kejadian yang mengeksploitasi unsur sisi kemanusiaan (human interest).

Tulisan karangan khas (feature) kerap mengungkap fenomena peristiwa atau kejadian yang ada di masyarakat.

Berbeda dengan berita yang bertujuan untuk menyampaikan informasi, tulisan karangan khas bertujuan untuk menggugah sisi emosi pembaca. Diharapkan dengan menggugah emosi, pembaca akan tertarik membaca tulisan feature itu sekaligus menyadari adanya fenomena yang menarik di lingkungan sekitarnya.

Tulisan karangan khas atau feature digunakan juga untuk mengungkapkan data-data dan fakta yang menarik yang tidak bisa tertuang atau disampaikan dalam berita karena berita lebih mengutamakan penyampaian informasi dan kecepatan penyampaian berita kepada pembaca suratkabar atau pemirsa televisi dan radio.

Ciri-ciri tulisan karangan khas (feature) :

1. Tidak terikat waktu (tidak menekankan aktualitas)

   Tulisan Feature tidak dibatasi oleh waktu. Aktualitas tidak diutamakan. Sebuah tulisan Feature bisa muncul satu bulan atau bahkan satu tahun setelah peristiwa atau kejadian.

2. Mengandung segi human interest.

   Tulisan feature memberikan penekanan pada fakta-fakta yang dianggap mampu menggugah emosi-menghibur, memunculkan empati dan keharuan. Dengan kata lain, sebuah feature juga harus mengandung segi human interest atau human touch-menyentuh rasa manusiawi

3. Mengandung unsur sastra.

   Tulisan feature adalah ia harus mengandung unsur sastra. Feature ditulis dengan cara atau gaya menulis fiksi. Karenanya, tulisan feature mirip dengan sebuah cerpen atau novel-bacaan ringan dan menyenangkan-namun tetap informatif dan faktual. Karenanya pula, seorang penulis feature pada prinsipnya adalah seorang yang sedang bercerita.

FEATURE = TULISAN HUMAN INTEREST
(MENYENTUH EMOSI PEMBACA)

Ada berbagai jenis tulisan karangan khas (feature) yakni:

1. Feature Peristiwa

Jenis tulisan feature ini biasanya berisikan fakta dan data dari sebuah peristiwa atau kejadian yang menarik bagi masyarakat. Feature peristiwa umumnya kelanjutan dari berita peristiwa yang mengundang perhatian pembaca.

Fungsi dari Feature Peristiwa mengungkapkan segi-segi manusiawi (human interest) dari sebuah peristiwa yang pemberitaannya membuat heboh atau menarik bagi masyarakat.

Misalnya, muncul berita yang berisikan laporan informasi tentang pesawat

Mandala jatuh di pegunungan.

Sementara tulisan Feature Peristiwa adalah tulisan yang mengharukan bagaimana seorang pramugari pesawat Mandala bersusah payah membantu penumpang yang sedang hamil ke luar dari pesawat.

2. Feature Tokoh

Tulisan feature ini berisi tentang siapa dan bagaimana cerita seorang tokoh atau seorang yang prestasinya layak diketahui oleh pembaca. Misalnya, cerita seorang pahlawan kemerdekaan RI.

3. Feature Perjalanan/Wisata

Tulisan yang menggambarkan perjalanan ke sebuah tempat yang menarik dan layak dikunjungi oleh pembaca lainnya. Misalnya, tulisan tentang menariknya Kota Tokyo, Jepang atau Kota Washington, AS, di malam hari.

4. Feature Ilmiah

Sebuah jenis tulisan Feature yang bersifat ilmiah atau keilmuan atau pengetahuan yang disampaikan secara populer. Dengan membaca jenis tulisan Feature Ilmiah ini, pembaca yang tidak memiliki pengetahuan di bidang teknologi, tetap bisa memahaminya.

Misalnya, tulisan tentang proses pembuatan bayi tabung atau tulisan tentang teknologi terbaru telepon genggam atau gawai (tablet).

5. Feature Artikel

Feature Artikel adalah jenis tulisan feature yang berisikan permasalahan atau persoalan yang menjadi kontroversi atau menarik di masyarakat berikut solusinya. Misalnya, bagaimana mengatasi kemacetan atau banjir di Jakarta.

Dalam tulisan Feature Artikel ini, si penulis menjelaskan masalah yang dihadapi, penyebab masalah itu, serta jalan keluar yang dihadapi. Si penulis juga menyampaikan ide, usulan dan argumentasi dari masalah itu.

Ada lima fungsi feature :

(a) sebagai pelengkap sekaligus variasi sajian berita langsung *(straight news).*
(b) pemberi informasi tentang suatu situasi, keadaan, atau peristiwa yang terjadi,
(c) penghibur atau sarana rekreasi dan pengembangan imajinasi yang menyenangkan,
(d) wahana pemberi nilai dan makna terhadap suatu keadaan atau peristiwa, dan
(e) sarana ekspresi yang paling efektif dalam mempengaruhi khalayak.

FEATURE BERSIFAT SUBJEKTIF

b. Gaya Penulisan Feature

Berbeda dengan gaya penulisan berita yang berbentuk piramida terbalik, Feature ditulis dengan gaya penulisan berbentuk kubus atau segi empat memanjang ke bawah.

Bila berita memiliki **Lead** dan **Second Lead** serta unsur **5 W + 1 H,** tulisan Feature tidak memilikinya. Alinea pertama dalam penulisan Feature sering disebut juga sebagai etalase. Artinya, alinea pertama di tulisan Feature harus dibuat semenarik mungkin sehingga pembaca tertarik dan terus membaca tulisan Feature hingga alinea terakhir.

Disebut etalase, sama seperti etalase toko yang menampilkan pameran produk yang dijual dengan semenarik mungkin untuk menarik pengunjung/pembeli masuk ke toko itu, alinea pertama di tulisan Feature juga bertugas menarik pembaca untuk membaca Feature itu.

Karena berbentuk seperti kubus, semua alinea memiliki data-data dan fakta penting. Karena itu, berbeda dengan penulisan berita, tulisan Feature tidak bisa asal dipotong saja. Karena boleh jadi, pada alinea terakhir, ada solusi atau kesimpulan si penulis.

Gaya penulisan Feature seperti tulisan fiksi atau sastra. Bahasanya cenderung mendayu-dayu dan agak bertele-tele namun tidak membosankan. Wartawan atau penulis biasanya membuat kalimat-kalimat yang agak panjang dengan cara bertutur.

Unsur subyektif si penulis sangat kental dalam penulisan Feature. Karena berusaha mengeksplorasi sisi emosi (*human interest*) pembaca, penulis Feature berusaha meramu kata-kata dan kalimat dengan semenarik dan seindah mungkin.

Ciri-ciri tulisan Feature:

1. Judul dan tulisannya biasanya ditulis dengan huruf miring
2. Nama si wartawan penulis ditulis dengan lengkap
3. Umumnya disertai foto untuk memperkuat informasi
4. Tulisannya lebih panjang ketimbang berita
5. Ditulis dengan gaya bahasa mendayu-dayu atau sastrawi seperti tulisan sastra atau cerpen.
6. Feature untuk mengungkapkan fakta dan data di balik peristiwa
7. Feature menekankan unsur human interest (sisi kemanusian/emosi pembaca)
8. Feature juga berupaya mengungkapkan fenomena atau gejala-gejala yang ada di masyarakat dan umumnya berupa penyimpangan sosial atau penyakit sosial.

STRUKTUR TULISAN FEATURE

JUDUL TULISAN

ETALASE **(ALINEA PERTAMA/PEMBUKA)**
TUBUH TULISAN
TUBUH TULISAN
TUBUH TULISAN
TUBUH TULISAN
PENUTUP/SOLUSI/KESIMPULAN

BAB IV

TULISAN PELAPORAN MENDALAM
(DEPTH REPORTING)

I. Pengertian Laporan Mendalam

Laporan Mendalam atau juga disebut *Depth Reporting* adalah jenis tulisan di media massa yang mengupas fakta-fakta dan data dari sebuah peristiwa atau kejadian yang menarik bagi pembaca dari berbagai sisi atau segi.

Laporan Mendalam sangat mementingkan unsur kedalaman atau kelengkapan dari pelaporan atau penulisan sehingga pembaca memperoleh informasi selengkap mungkin.

Laporan Mendalam biasanya digunakan untuk mengungkap sebuah fakta-fakta dan data yang tersembunyi dari sebuah peristiwa atau kejadian atau fenomena yang terjadi di masyarakat.

Laporan Mendalam sering juga disebut sebagai laporan investigasi. Mengapa? Karena untuk memperoleh data-data dan fakta yang tersembunyi atau disembunyikan diperlukan teknik atau metode investigasi oleh si wartawannya. Teknik atau metode investigasi ini digunakan dengan cara si wartawan melakukan penyamaran atau menyembunyikan identitasnya sebagai seorang wartawan/reporter saat meliput sebuah peristiwa atau kejadian di lapangan.

LAPORAN MENDALAM = TULISAN INVESTIGASI

Bahkan, melalui teknik dan metode investigasi, si wartawan melakukan kegiatan atau aktivitas yang sama dengan narasumber atau menjalin kontak dan hubungan dengan narasumber, tanpa narasumber mengetahui identitas asli si wartawan.

Karena itu, ada faktor risiko atau bahaya yang harus ditanggung si wartawan yang melakukan penyamaran atau investigasi saat menelusuri dan mencari fakta dan data yang tersembunyi atau disembunyikan itu.

Misalnya, si wartawan menyamar sebagai orangtua yang ingin membeli bayi dari pasar gelap. Si wartawan itu harus meyakinkan kaki tangan dari jaringan penjual bayi sehingga si wartawan bisa memperoleh informasi langsung dari tangan pertama (calo penjual bayi atau bahkan ibu/bapak yang ingin menjual bayinya karena faktor ekonomi atau faktor lain).

Contoh lain, si wartawan pura-pura menjadi konsumen atau pria hidung belang yang sedang mencari kenikmatan seksual saat mendatangi kawasan lokalisasi (wanita tuna susila/WTS). Dengan menyamar seperti ini, si wartawan bisa menuliskan secara tepat dan akurat bagaimana praktik pelacuran di kawasan lokalisasi itu dengan mewawancarai langsung si pelacur atau WTS, konsumen hidung belang, germo dan orang-orang yang berada di kawasan lokalisasi itu.

Selain itu, dengan mendatangi langsung lokalisasi dengan cara menyamar, si wartawan bisa melakukan pengamatan langsung kondisi dan situasi di lapangan yang sebenarnya berikut penggambaran tentang kondisi fisik dari wanita pelacur, pria hidung belang serta sang germo.

Laporan Mendalam sangat mementingkan penggambaran situasi dan kondisi langsung dari lapangan atau pandangan mata dari si wartawan, selain hasil wawancara dengan narasumber langsung.

Fungsi tulisan Laporan Mendalam:

1. Memberikan informasi yang lebih lengkap dan mendalam kepada pembaca yang tidak dapat diberikan dalam bentuk tulisan Berita
2. Sebagai laporan investigasi yang mengungkapkan fakta-fakta dan data yang tersembunyi atau disembunyikan agar tidak diketahui publik

II. Gaya Penulisan Laporan Mendalam

Pada dasarnya, Laporan Mendalam adalah tulisan Feature atau Laporan Khas. Bedanya, tulisan Feature menuliskan fakta-fakta dan data di balik peristiwa atau kejadian atau sebuah fenomena yang menarik di masyarakat dalam satu tulisan, sementara Laporan Mendalam merupakan dua atau lebih tulisan Feature yang menyorot satu peristiwa, kejadian atau fenomena di masyarakat.

Dengan kata lain, Laporan Mendalam merupakan gabungan dari beberapa tulisan Feature yang menyoroti satu peristiwa atau kejadian yang menarik di masyarakat.

LAPORAN MENDALAM = GABUNGAN DARI BEBERAPA TULISAN FEATURE

Karena Laporan Mendalam sama dengan jenis tulisan Feature maka gaya penulisan Laporan Mendalam sama dengan gaya penulisan Feature.

Struktur Laporan Mendalam sama seperti tulisan Feature berbentuk segi

empat memanjang dengan awal tulisan berupa alinea pertama yang berfungsi sebagai etalase.

Berbeda dengan struktur penulisan Berita yang berbentuk segitiga piramida terbalik di mana fakta-fakta dan data penting ditulis atau ditaruh paling atas sehingga memungkinkan untuk memotong alinea paling bawah bila tulisan beritanya terlalu panjang, tulisan Laporan Mendalam sama seperti Feature, tidak boleh redaktur atau editor memotong alinea paling bawah begitu saja.

Karena dengan struktur penulisan segi empat memanjang, semua alinea atau badan berita mengandung fakta-fakta dan data yang penting. Bila asal memotong tulisan, maka pembaca akan kehilangan informasi penting atau tulisannya menjadi janggal dibaca. Seolah ada informasi yang terpotong atau hilang dan merusak atau mengganggu keterkaitan antar-alinea atau paragraf.

Sama seperti tulisan Feature, gaya penulisan Laporan Mendalam bersifat mendayu-dayu dan seperti tulisan sastra. Gaya penulisannya mirip tulisan cerpen atau novel. Namun, bedanya tulisan Feature dan Laporan Mendalam berisikan fakta dan data peristiwa/kejadian yang benar-benar ada dan bukan khayalan atau fiksi.

Berbeda dengan berita, penulisan Laporan Mendalam dan juga tulisan Feature tidak terlalu menekankan prinsip Ekonomi Kata. Karena ditulis dengan gaya bahasa mendayu-dayu atau seperti tulisan sastra, Laporan Mendalam dan Feature agak bertele-tele penggunaan bahasa (kata dan kalimat). Namun, yang penting tetap ditulis dengan menarik.

Ciri-ciri tulisan Laporan Mendalam :

1. Judul dan tulisannya biasanya ditulis dengan huruf miring
2. Nama si wartawan penulis ditulis dengan lengkap
3. Umumnya disertai foto untuk memperkuat informasi
4. Tulisannya lebih panjang ketimbang berita

5. Ditulis dengan gaya bahasa mendayu-dayu atau sastrawi seperti tulisan sastra atau cerpen.
6. Sama seperti Feature, tulisan Laporan Mendalam untuk mengungkapkan fakta dan data di balik peristiwa
7. Laporan Mendalam sering disebut juga tulisan investigasi atau investigative report.
8. Sama seperti tulisan Feature, Laporan Mendalam juga berupaya mengungkapkan fenomena atau gejala-gejala yang ada di masyarakat dan umumnya berupa penyimpangan sosial atau penyakit sosial.
9. Laporan Mendalam merupakan gabungan dari lebih satu tulisan Feature (beberapa tulisan Feature).
10. Laporan Mendalam terdiri dari satu tulisan utama dan sisanya tulisan pelengkap atau penunjang.

STRUKTUR PENULISAN LAPORAN MENDALAM

JUDUL TULISAN

ETALASE **(ALINEA PERTAMA/PEMBUKA)**
TUBUH TULISAN
TUBUH TULISAN
TUBUH TULISAN
TUBUH TULISAN
PENUTUP/SOLUSI/KESIMPULAN

BAB V
PENULISAN ARTIKEL

I. Pengertian Tulisan Artikel

Tulisan Artikel di media massa adalah jenis tulisan jurnalistik yang berisikan opini atau pendapat dari seorang pakar atau mereka yang menguasai masalah atau persoalan yang menarik atau kontroversial di masyarakat. Tulisan Artikel berisikan opini yang berupa ide, gagasan, usul sekaligus solusi dan jalan keluar dari masalah yang ada di masyarakat.

Tulisan artikel lebih bersifat argumentatif dan berusaha menyakinkan pembaca.

Berbeda dengan tulisan Berita, Tulisan Khas (Feature) dan Laporan Mendalam yang ditulis dan dibuat oleh wartawan dari media massa tersebut, tulisan Artikel ditulis atau dibuat oleh pakar atau orang yang dianggap ahli atau menguasai permasalahan atau persoalan yang ditulis. Jadi, tulisan Artikel di media massa cetak (khususnya suratkabar dan majalah) meskipun tergolong tulisan jurnalistik, namun bukan ditulis atau dibuat oleh wartawan.

Tulisan Artikel di media massa merupakan sebuah tulisan ilmiah yang berisi pikiran, pendapat, gagasan dan ide dari si penulis (pakar) dengan menggunakan data-data dan fakta yang bisa dipertanggungjawabkan.

Meskipun ditulis secara ilmiah dan tergolong dalam tulisan ilmiah, namun tulisan Artikel di media massa haruslah ditulis secara populer. Dengan kata lain, tulisan Artikel harus menjadi sebuah tulisan yang menarik dan mudah atau enak dibaca oleh pembaca yang heterogen (beda latar belakang pendidikan), meskipun tema yang dibahas masalah yang “berat”.

ARTIKEL BERSIFAT ARGUMENTATIF

Tulisan Artikel berfungsi sebagai sarana komunikasi di antara pembaca. Tulisan Artikel juga berfungsi untuk mendorong pembaca untuk mau terlibat dalam mencari solusi dari masalah yang dihadapi masyarakat.

Karena bersifat tulisan opini, tulisan Artikel sangat subjektif. Pendapat si penulis menjadi hal yang utama yang kemudian ditunjang dengan data-data dan fakta yang sahih.

Sering terjadi, tulisan Artikel dari seorang penulis dibantah atau disanggah oleh penulis lain yang membuat tulisan Artikel "tandingan". Akibatnya, seolah terjadi "perang" tulisan Artikel di media massa (khususnya di suratkabar) karena penulis akan menyampaikan pendapat atau solusinya masing-masing dengan membantah tulisan Artikel dari penulis lainnya.

Ada berbagai macam atau jenis tulisan Artikel, yaitu:

1. Artikel Peristiwa/Kejadian

   Jenis artikel ini menyoroti suatu peristiwa atau kejadian yang menarik di masyarakat. Di sini, si penulis artikel menjelaskan mengapa peristiwa itu bisa terjadi, apa dampak dan akibatnya, serta solusi atau jalan keluar dari masalah yang dihadapi.

   Misalnya, tulisan artikel yang menyoroti kasus perselisihan antara Front Pembela Islam dan Gubernur DKI Basuki Tjahaya Purnama. Maka si penulisnya akan melihat masalah ini dari keahlian atau pengetahuan

yang dia miliki. Bila si penulis ahli dalam bidang politik, maka ia menyoroti masalah ini dari sisi ilmu politik. Bila penulisnya ahli agama, maka kasus ini ditinjau dari segi agama.

2. Artikel Ilmiah

   Jenis artikel ini bertemakan masalah pengetahuan atau ilmiah. Biasanya memperdebatkan temuan-temuan ilmiah atau masalah yang terkait dengan ilmu pengetahuan.

   Misalnya, artikel tentang bahayanya merokok ditinjau dari segi kesehatan yang ditulis seorang pakar kesehatan.

3. Artikel Praktis

   Artikel ini berisikan tips-tips atau bagaimana menghadapi suatu persoalan yang dihadapi masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Misalnya, artikel tentang mengatasi kemacetan lalu lintas di Jakarta yang ditulis seorang pakar transportasi. Dalam artikelnya, ia memberikan solusi dan tips bagi masyarakatr atau pemangku kepentingan dalam memecahkan persoalan kemacetan.

II. Gaya Penulisan Artikel

Artikel ditulis dengan gaya bahasa penulisan yang argumentatif. Sebagai tulisan ilmiah, tulisan artikel di media massa juga mengikuti kaidah struktur penulisan ilmiah seperti skripsi atau laporan penelitian.

Secara garis besar struktur penulisan artikel terbagi dalam empat bagian;

1. Pendahuluan/latar belakang

   Di bagian ini, pertama kali dijelaskan masalah apa yang tengah menarik perhatian atau menjadi kontroversi warga masyarakat berikut latar belakang dari masalah tersebut.

2. Pokok Persoalan

   Apa pokok atau inti dari persoalan dan masalah yang sebenarnya terjadi serta apa kira-kira dampak dan akibatnya.

3. Pembahasan

   Di sini masalah itu dibahas dengan mengacu pada pokok-pokok persoalan yang sudah disinggung pada bagian pokoks persoalan.

4. Solusi/kesimpulan

   Penulis memberikan solusi atau jalan keluar berikut kesimpulan dari masalah yang telah dibahas.

Sebagai tulisan yang bersifat argumentatif, maka tulisan artikel harus disertai dengan data-data dan fakta yang mendukung pendapat atau opini dari si penulis. Data-data itu bisa berupa hasil penelitian sendiri atau pakar/lembaga yang berkompeten dan kredibel. Data bisa berupa angka-angka hasil penelitian.

Sementara fakta bisa berupa peristiwa atau kejadian atau fenomena di masyarakat/alam. Fakta juga berupa pendapat, opini atau pernyataan dari seseorang yang dianggap menguasai masalah itu atau seorang pakar yang mendukung pendapat dari si penulis.

Ciri-ciri tulisan artikel:

1. Tulisannya bersifat opini dan argumentatif
2. Ditulis oleh seorang pakar/ahli
3. Tulisannya ilmiah populer
4. Di bawah judul biasanya ditulis nama dan identitas siapa si penulis
5. Di beberapa media massa, identitas dan keterangan si penulis ditulis di akhir tulisan
6. Identitas dan keterangan penulis diperlukan agar pembaca merasa yakin bahwa tulisan itu dibuat oleh pakar/ahli yang memang kredibel di bidangnya

Petunjuk membuat artikel :

1. Aktual, segar, dan sedang banyak dibicarakan masyarakat.
2. Buat judul nan provokatif dan menyengat.

3. Opini mengandung hal baru (akan lebih baik bila berbeda dengan pandangan nan berkembang di masyarakat).
4. Gaya tulisan tak kaku seperti tulisan ilmiah, sehingga mudah dipahami oleh pembaca (ingat, pembaca media cetak mempunyai latar belakang beragam).
5. Jangan terlalu banyak mengandung kalimat beragam dan gunakan paragraf-paragraf pendek agar redaksi dan pembaca tak terlalu lelah.
6. Jangan terlalu normatif.
7. Jangan terlalu banyak mengutip pendapat ahli apalagi mengutip bagian isi buku.
8. Tidak perlu terikat oleh pakem. Ingat, artikel nan dimuat oleh media ialah artikel populer bukan makalah.
9. Terakhir tetapi sangat penting, yaitu jangan bosan menulis dan mengirim artikel walaupun tak dimuat. Satu saat artikel Anda akan dimuat.

BAGAN/STRUKTUR PENULISAN ARTIKEL

JUDUL

PENDAHULUAN/LATAR BELAKANG **(10-20 PERSEN)**
POKOK PERSOALAN **(10-30 PERSEN)**
PEMBAHASAN **(40-60 PERSEN)**
SOLUSI/KESIMPULAN/PENUTUP **(10-20 PERSEN)**

BAB VI

PENULISAN TAJUK RENCANA
(EDITORIAL)

I. Pengertian Tajuk Rencana

Tajuk rencana atau juga disebut editoral merupakan tulisan jurnalistik di media massa yang mengupas atau menyoroti suatu masalah atau persoalan yang menarik atau kontroversi di masyarakat. Penulisan tajuk rencana pada dasarnya sama seperti tulisan artikel yang mengandung opini atau pendapat, gagasan dan ide dari si penulisnya.

Bedanya, tajuk rencana ditulis oleh pemimpin redaksi atau wakil pemimpin redaksi media massa tersebut atau ditulis oleh wartawan yang diberi kepercayaan untuk menulis tajuk rencana. Biasanya, wartawan yang boleh menulis tajuk recana merupakan wartawan senior atau sudah berpengalaman meliput dan menulis masalah yang menjadi tema tulisan dari tajuk rencana itu.

Joseph Pulitzer menyebutkan beberapa kriteria dari tajuk rencana (editorial):

1. Clearness of Style (jelas dalam gaya)

Tajuk rencana ditulis berdasarkan gaya penulisan dari masing-masing media massa. Ada tajuk rencana yang ditulis dengan gaya intempletatif dan ada tajuk rencana yang ditulis dengan gaya meledak-ledak atau impresif.

2. Moral Purpose (tujuan yang bermoral)

Tajuk rencana harus memiliki tujuan moral yang baik demi untuk kemaslahatan dan kebaikan masyarakat dan negara. Tajuk recana jangan

sampai menghasut dan memprovokasi pembaca.

3. Sound Reasoning (pertimbangan yang sehat)

Dalam pemaparannya, tajuk rencana harus disertai pertimbangan yang logis sehingga bisa meyakinkan pembaca. Opini yang disampaikan harus bersifat argumentatif sehingga pembaca yakin terhadap isi tajuk recana itu.

4. Power of Influence Public Opinion (daya untuk mempengaruhi opini publik)

Tajuk rencana harus mampu mempengaruhi pembaca ke arah yang lebih baik atau mampu menjadi pedoman bagi warga dalam melihat suatu masalah.

Ada beberapa fungsi dari tulisan tajuk rencana :

1. Menjadi cerminan sikap dan pendapat resmi dari institusi media massa itu terhadap suatu persoalan atau masalah yang menarik atau menjadi kontroversi di masyarakat.

   Melalui tajuk rencana lah, warga masyarakat atau pembaca mengetahui bagaimana sikap dan pendapat suratkabar atau majalah terhadap suatu persoalan.

   Misalnya, masyarakat akan mengetahui perbedaan sikap dan kebijakan dari suratkabar Republika dengan Kompas dalam melihat wacana pembubaran organisasi Front Pembela Islam (FPI).

2. Memberikan informasi sekaligus pencerahan kepada masyarakat dalam melihat suatu masalah.

   Melalui tajuk rencana, suratkabar atau majalah memberikan pencerahan sekaligus kesadaran bagi pembaca dalam melihat secara jernih suatu persoalan atau masalah.

Menurut William Pinkerton dari Harvard University, Amerika Serikat (Rivers, 1994 : 23-24), ada empat fungsi tajuk rencana yaitu:

1. Menjelaskan berita (explaining the news)

   Berfungsi sebagai guru yang menerangkan bagaimana suatu kejadian mtertentu berlangsung, faktor-faktor penyebab, serta solusi yang dapat mempengaruhi kehidupan sosial ekonomi suatu masyarakat.

2. Menjelaskan latar belakang (filling in background)

   Menceritakan suatu peristiwa penting dengan menggambarkan suatu kejadian tersebut dengan latar belakang sejarah, hubungan sebab akibat, juga menganalisis keterkaitan suatu peristiwa sekarang dengan masalah sebelumnya.

3. Meramalkan masa depan (forecasting the future)

   Kadang-kadang menyajikan analisis yang melewati batas berbagai peristiwa sekarang, dengan tujuan meramalkan sesuatu yang akan terjadi pada masa yang akan datang.

4. Menyampaikan pertimbangan moral (passing moral judgment)

   Penulisan tajuk haruslah mempertimbangkan moral atau nilai. Karena isi dari tajuk rencana ibarat ucapan penulis kepada pembaca tentang sesuatu yang benar dan salah. Penulis berjuang untuk sesuatu yang benar, dan menyerang kebatilan.

Ciri-ciri dari tulisan tajuk rencana :

1. Tulisannya bersifat opini dan persuasif untuk meyakinkan pembaca
2. Ditulis oleh pemimpin redaksi atau wakil pemimpin redaksi atau yang mewakili
3. Tidak ada nama penulis karena tulisannya mewakili institusi atau lembaga
4. Sering menggunakan kata “menggarisbawahi” atau “menekankan”

BAGAN/STRUKTUR PENULISAN

TAJUK RENCANA

JUDUL

PENDAHULUAN/LATAR BELAKANG **(10-20 PERSEN)**
POKOK PERSOALAN **(10-30 PERSEN)**
PEMBAHASAN **(40-60 PERSEN)**
SOLUSI/KESIMPULAN/PENUTUP **(10-20 PERSEN)**

BAB VII
WAWANCARA JURNALISTIK

Wawancara :

Adalah tanya jawab dengan seseorang dengan informan untuk mendapatkan keterangan atau pendapatnya tentang suatu hal atau masalah

Wawancara jurnalistik;

Adalah wawancara yang dilakukan wartawan terhadap narasumber untuk memperoleh informasi berupa fakta dan data untuk selanjutnya ditulis dalam bentuk produk jurnalistik (berita, tulisan khas, dan laporan mendalam).

I. Apa gunanya atau fungsi dari wawancara jurnalistik?

1. untuk memperoleh fakta/pendapat
2. Untuk mengonfirmasikan sesuatu berupa masalah, peristiwa, kejadian
3. Untuk memperoleh keberimbangan berita (chek and recheck)
4.Untuk memperoleh kelengkapan beritas ehingga informasidalam berita menjadi lengkap

I. KriteriaNarasumber;

1. Reliabilitas (reliability);

a. Apakah narasumber bisa dipercaya?
b. Apakah informasinya bisa dipercaya?
c. Apakah narasumber ini orang yang betul-betul mengetahui permasalahan?
d. Bagaimana latarbelakang kepentingannya sehingga ia bersedia diwawancarai?

2. Akuntabilitas (accountability)

a. Apakah narasumber ini secara bertanggungjawab atas informasi?

b. Apakah ada narasumber lain yang lebih punya otoritas tanggungjawab?

3. Kredibilitas

a. Apakah narasumber ini punya keahlian/kepakaran pada bidangnya?

b. Apakah pendidikan dan pengetahuannya bisa mencukupi

4. Aksesibilitas

a. Apakah narasumber itu mudah diwawancarai (dari segi waktu dan tempat)

b. Apakah narasumber itu tidak sulit diwawancarai (mudah dikontak)

II. Kenapa narasumber tidak mau diwawancara?

a. Waktu: narasumber merasa sibuk dan tidak ada waktu untuk ditemui

b. Rasa bersalah: narasumber yang merasa bersalah sering tidak berani bertemu wartawan dan cenderung menghindar

c. Kecemasan :

- Narasumber cemas karena dia pemalu dan tidak berpengalaman ditemui wartawan
- Narasumber cemas karena takut salah dalam memberikan jawaban
- Narasumber takutdan cemas kalau jawabannya menyinggung pihak lain

d. Perlindungan:

- Narasumber ingin melindungi seseorang atau keluarga/teman yang melakukan perbuatan yang salah
- Narasumber ingin melindungi dirinya sendiri dan tidak ingin terlibat dalam masalah lebih jauh

e. Ketidaktahuan

- Narasumbe rmerasa tidak tahu atas masalah yang ditanyakan wartawan (catatan; Jangan dipaksa)

f. Mempermalukan

- Narasumber tidak mau memberikan jawaban atau keterangan yang bisa mempermalukan dirinya sendiri atau orang lain (terutama untuk masalah yang sangat intim/pribadi)

g. Tragedi/musibah

- Narasumber yang mengalami musiba hatau tragedi tidak ingin masalahnya menjadi konsumsi publik

III. Siapa narasumber yang harus dihindari

1. Orang yang sok tahu dan sok pandai
2. Orang yang ingin populer atau masuk televisi/suratkabar
3. Orang yang menjawab panjang lebardan tidak inti ke fokus
4. Orang yang menjawab pendek-pendek dan terkesan ketus
5. Orang yang terkesan menyepelekan wartawan atau narasumber

IV. Jenis Wawancara:

1. Wawancara langsung: wartawan mewawancarai narasumbernya langsung dengan melakukan temu atau janji wawancara
2. Wawancara doorstop: wartawan mewawancarai langsung narasumber sesudah sebuah acara berlangsung
3. Wawancara jumpa pers: wawancara saatn arasumbe rmemberikan keterangan langsung misalnya; artis yang akanpentas/manggung, pejabat yang memberikan keterangan tentang kenaikan harga BBM
4. Wawancara ekslusif: wartawan mewawancara narasumber secara ekslusif/ tidak ada wartawan media massa lain yang hadir
5. Wawancara sambil lalu; artinya wartawan tiba-tiba secara tidak sengaja bertemu narasumber misalnya artisatau pejabat di mall atau bioskop
6. Wawancara on the spot; wartawan mewawancarai narasumber pada saat kejadian/peristiwa berlangsung seperti kebakaran, penggusuran, tabrakan
7. Wawancara investigasi; wartawan melakukan wawancara secara tertutup/tersembunyi tanpa menyebutkan identitasnya

V. Wawancara dari segi media;

1. Tatap muka; wartawan wawancara dengan bertemu langsung si narasumber
2. Telepon/handhpone: wartawan mewawancarai menggunakan telepon atau handphone

3. Media sosial; wartawan mewawancara melalui sarana media sosial seperti BBM, Whatsapp, facebook atau SMS
4. Tertulis; wartawan bertanya dengan mengirimkan daftar pertanyaan secara tertulis dan narasumber menjawabnya secara tertulis pula

VI. Positif dan Negatif Wawancara Terbuka dan Tertutup

1. Wawancara terbuka:

a. Wartawan bisa melihat reaksi wajah dan sikap si narasumber
b. Wartawan bisa mengembangkan wawancara dari hasil jawaban dari si narasumber
c. Wartawan bisa bertanya langsung kalau ada materi atau jawaban dari si narasumber
d. Narasumber bisa bertanya langsung kalau ada pertanyaan yang tidak jelas atau tidak dimengerti
e. Menghindari kesalahpahaman

2. Wawancara tertutup

a. Efisien dari segi waktu (dikejar deadline)
b. Efisien dari segi tempat (narasumber berada di luarnegeri/kota)
c. Jawaban dari narasumber tidak bisa diselewengkan oleh siwartawan (dipelintir)

VII. Jenis keterbukaan wawancara

a. On the record
- Narasumber mengetahui dirinya sedang diwawancara wartawan dan bersedia hasil wawancaranya dipublikasikan

b. Off the record
- Narasumber tidak mau hasil wawancaranya disebarkan ke public dalam bentuk berita atau produk jurnalistik lainnya

c. Background

- Narasumber menjelaskan latarbelakang masalah atau kejadian, tapi tidak mau namanya dikutip oleh wartawan.

VIII. Kenapa wawancara gagal ?

1. Pertanyaan tidak fokus dan terlalu melebar
2. Wartawan tidak paham masalah yang ditanyakan
3. Narasumber tidak mengerti atau tidak paham masalah yang ditanyakan
4. Waktu terlalu singkat
5. Narasumber menjawab terburu-buru dan pendek-pendek

Sebelum Wawancara

1. Kuasai persoalan yang akandiperbincangkan.
2. Kalau perlu, buatlah daftar pertanyaan.
3. Tetapkan siapasaja yang akan diwawancarai.
4. Kenali sifat narasumber sebelum wawancara.
5. Buatlah janji sebelum melakukan wawancara.
6. Siapkan mental untuk mengadakan wawancara.
7. Siapkan juga peralatan yang diperlukan.

Saat Wawancara

1. Menjaga Suasana buatlah suasana menjadi rileks. Lakukan basa-basi untuk menarik simpati narasumber.
2. Bersikap Wajar, jangan merasa rendah diria tau merasa lebih tinggi dari narasumber. Usahakan narasumber tidak berceramah.
3. Memelihara Situasi
4. Pandai-pandai memelihara situasi supaya mendapat informasi yang dibutuhkan
5. Jangan sampai terjebak untuk berdebat.
6. Tangkas Menarik Kesimpulan
7. Bersikaplah setia mengikuti setiap jawaban yang diberikan narasumber untuk menarik kesimpulandengan tangkas..
8. Menjaga Suasana buatlahsuasana menjadi rileks.
9. Bersikaplah jeli dalam menangkap persoalan yang berkaitan dengan pokok pembicaraan yang sedang dikembangkan.

10. Sopan Santun tidak bisa bersikap sembarangan, sombong atau perilaku yang tidak simpatik lainnya.
11. Menjaga Pokok Persoalan
12. Jangan segan mengingatkan narasumber ketika materi pembicaraannya mulai melenceng.
13. Kritis

Tips Wawancara

1. Gunakan kalimat tanya yang bisa membuahkan jawaban obyektif
2. Usahakan memakai kalimat pendek dan mudah dimengerti.
3. Tahu momentum yang tepat. Juga tahu apa yang layak dan tidak layak untuk ditanyakan, sekaligus cara bertanya yang pas
4. Tumbuhkan sifat empati dalam wawancara
5. Untuk hal-hal yang spesifik, paparkan persoalan yang hendak dimintakan pendapat dari narasumber

Tiga Tahapan Pelaksanaan Wawancara

1. Persiapan
2. Pelaksanaan
3. Pasca-Wawancara

1. Tahap Persiapan Wawancara

- Menentukan topik atau masalah
- Memahami masalah yang ditanyakan – wawancara yang baik tidak berangkat dengan kepala kosong.
- Menyiapkan pertanyaan.
- Menentukan narasumber
- Membuat janji –menghubungi narasumber atau “mengintai” narasumber agar bisa ditemui.

2. Tahap Pelaksanaan Wawancara

- Datang tepat waktu –jika ada kesepakatan dengan narasumber.
- Perhatikan penampilan –sopan, rapi, atau sesuaikan dengan suasana.
- Kenalkan diri –jika perlu tunjukkan ID/Press Card.
- Kemukakan maksud kedatangan –sekadar “basa-basi” dan menciptakan keakraban.
- Awali dengan menanyakan biodata narasumber, terutama nama (nama lengkap dan nama panggilan jika ada). Bila perlu, minta narasumber menuliskan namanya sendiri agar tidak terjadi kesalahan.
- Pertanyaan tidak bersifat “interogatif “ atau terkesan memojokkan.
- Catat! Jangan terlalu mengandalkan recorder.
- Ajukan pertanyaan secara ringkas.
- Hindari pertanyaan “yes-no question” –pertanyaan yang hanya butuh jawaban “ya” dan “tidak”.Gunakan “mengapa” (why), bukan “apakah” (do you/are you). Jawaban atas pertanyaan “Mengapa Anda mundur?” tentu akan lebih panjang ketimbang pertanyaan “Apakah Anda mundur?”.
- Hindari pertanyaan ganda! Satu pertanyaan buat satu masalah.
- Jadilah pendengar yang baik.Ingat, tugas wartawan menggali informasi, bukan “menggurui” narasumber, apalagi ingin “unjuk gigi” ingin terkesan lebih pintar atau lebih paham dari narasumber.

3. Tahap Pasca Wawancara

- Menyusun Rangkuman Hasil Wawancara Rangkuman adalah penyajian singkat dari suatu pembicaraan atau tulisan. Adapun langkah-langkah untuk membuat rangkuman hasil wawancara, antara lain:Menyimak seluruh pembicaraan dalam wawancara
- Mencatat pokok-pokok pembicaraan
- Merangkaikan pokok-pokok pembicaraan ke dalam beberapa paragraph dengan memerhatikan keefektifan kalimat-kalimatnya.

CONTOH BERITA