

Tujuan Jurnalisme Prinsip-Prinsip Jurnalisme Kewajiban Jurnalisme

Prof. Dr. Suroso, M.Pd.

Loyalitas Jurnalisme

Jurnalisme sebagai

Media Penjaga Masyarakat Kewarganegaraan

Pragmatisme dan Jurnalisme

MENUJU JURNALISME MASYARAKAT KEWARGANEGARAAN

Komunikasi Masyarakat dan Kewarganegaraan

Tantangan Jurnalisme di Era Digital

Informasi dan Jurnalisme

Informasi Jurnalisme sebagai

Jurnalisme sebagai Pemberdaya Masyarakat dan

Umat Jurnalisme dan Kenetralan Media

Jurnalisme dan Fasilitasi

Independensi dari Fasilitasi

Forum Publik dan Jurnalisme

DAN RAGAM BAHASA JURNALISTIK

Bahasa Jurnalistik dan Bahasa

Ragam Bahasa Lain Bahasa Jurnalistik dan

dan Iklan Bahasa Jurnalistik dan

Peran Jurnalistik dalam Pengemban

TEKNIK MENULIS BERITA

Narasumber dan Teknik

dan Teknik Menulis

dalam Wawancara

Hasil Wawancara Mengakhiri Wawancara

BERITA Tujuan Menulis Berita Jenis Berita

Fakta Kritis Terhadap Fakta Peliputan

Berdasarkan Prinsip

Berdasarkan Peliputan Berita

Berita Berdasarkan Prinsip

Kendala dalam Peliputan berita Praktik Menulis Berita

PENULISAN FEATURES Pengertian Features Tujuan Menulis

Jenis Features Features Berita (News Features) Features

Pengetahuan (Science Features) Features

Kemanusiaan (Human Interest Features) Features

Da-
sar

Teori & Praktik

(Historical Features) Features Perjalanan (Advanturing Features) Copy



Jurnalisme Dasar

Teori & Praktik

Prof. Dr. Suroso, M.Pd.



JURNALISME DASAR: TEORI & PRAKTIK
© Cantrik Pustaka, 2021

Penulis : Suroso
Editor : Mawaidi
Atak & Sampul : Telaga Syahdu
Penyelaras Aksara : Sadani

Diterbitkan oleh Cantrik Pustaka
Anggota IKAPI (Ikatan Penerbit Indonesia)
✉ redaksi@cantrikpustaka.com
☎ 0812-1344-3842

Perpustakaan Nasional:
Katalog Dalam Terbitan (KDT)
Jurnalisme dasar: teori & praktik/ Suroso
—Yogyakarta: Cantrik Pustaka, 2021
180 hlm; 14 x 20 cm

ISBN 978-623-6063-37-8
Cetakan 1, November 2021

Apabila pembeli mendapati buku ini dalam keadaan rusak, halaman terbalik, atau kosong, silakan hubungi email atau nomor telepon/whatsapp di atas



PRAKATA

Pada era keterbukaan ini, mahasiswa dituntut untuk semakin kreatif dan inovatif. Selain itu, mahasiswa juga dituntut untuk sanggup menjalin kolaborasi dan memiliki daya pikir yang kritis. Menteri Nadiem Makarim bahkan mencanangkan “Kampus Merdeka dan Merdeka Belajar”. Artinya, belajar bisa di mana saja, kapan saja, menggunakan media apa saja. Termasuk menggabungkan berbagai bidang ilmu. Apa pun program studinya, siapa pun orangnya, jika memiliki motivasi untuk berprestasi dapat saja menjadi seorang jurnalis.

Program studi Pendidikan bahasa Indonesia mengembangkan kurikulum dengan menawarkan mata kuliah Jurnalistik yang terdiri lima mata kuliah yaitu (1) Teknik Wawancara dan Penulisan Berita, (2) Teknik Menulis Opini, Features, dan Resensi, (3) Fotografi Jurnalistik, (4) *Layout* dan perwajahan Surat Kabar, dan (5) Magang Jurnalistik. Tujuan mata kuliah ini adalah membekali mahasiswa memiliki keterampilan menulis di media massa dan sebagai pengajar di SMP dan SMA dapat mentransfer pengalamannya kepada siswa. Pilihan paket mata kuliah jurnalistik (10 SKS) ini menarik minat mahasiswa. Selain dapat menjadi guru, beberapa alumni bekerja di media massa baik di industri penerbitan maupun penyiaran.

Buku ini pada dasarnya diperuntukkan sebagai buku pegangan untuk mata kuliah teknik wawancara dan penulisan berita serta teknik menulis opini, *features* dan resensi. Tidak menutup kemungkinan mahasiswa juga bisa belajar sejarah jurnalistik sejak orde baru hingga reformasi, ideologi media, dan berlatih untuk menghasilkan karya jurnalistik seperti opini, *features*, resensi, dan grafis untuk berbagai keperluan. Harapan penulisan buku ini agar mahasiswa mengenal teori jurnalistik dan dapat mempraktikkan pada bidang pekerjaannya kelak.

Melalui buku ini diharapkan mahasiswa dapat mengembangkan kemampuan beretorika melalui topik-topik wawancara untuk penulisan berita dan *features*. Kemampuan melakukan wawancara dan mengenal sumber berita berimplikasi pada penguasaan keterampilan lain seperti keterampilan berbicara, menjadi MC, humas dan protokoler, motivator, kosultan, penceramah agama dst., yang sanggup memotensikan kecerdasan bahasa.

Kemampuan menulis berita, opini, *features* berimplikasi dalam pengembangan karier di bidang kepenulisan dalam ragam bahasa Indonesia seperti jurnalistik, bisnis, sastra, ataupun filsafat. Kemampuan ini dapat melahirkan profesi baru seperti *content writing*, *copy writing*, *bloger*, *vloger*, *game streamer*, *trailer*, *teaser*, bahkan *ghost writer*.

Melalui buku ini diharapkan mahasiswa memiliki pandangan pengembangan profesi di bidang jurnalistik seperti fotografi, editor, dan kegiatan yang berkaitan dengan grafis. Selanjutnya mahasiswa dapat mengembangkan potensinya menjadi wirausaha di bidang tersebut yang erat kaitannya dengan pilihan pekerjaan milenial masa kini.

Buku ini banyak mengambil pemikiran dari pakar dan praktisi jurnalistik seperti Ashadi Siregar, I Made Suardjana, Rondangh Pasaribu I (LP3Y), Jakub Oetama (*Kompas*), A Muis (Pakar Komunikasi), Novel Ali (Dosen Komunikasi), Ishadi SK (Pakar Media), Parni Hadi (Pakar Media), Ahmadun Yosi Herfanda (Penyair dan wartawan *Republika*), Fx Koesworo, JB Margantoro,

Ronnie S Vico (Wartawan *Kedaulatan Rakyat*) dll. Kredibilitas para pakar dan praktisi jurnalistik dan media seperti disebut di atas menguatkan kepercayaan pada buku ini.

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Dekan FBS UNY yang mendanai penulisan proyek penulisan buku ini. Kepada Mawaidi, SS., M.Pd. penyunting naskah diucapkan terima kasih. Kepada Penerbit Cantrik yang untuk kedua kalinya menerbitkan buku penulis diucapkan terima kasih.

Yogyakarta, September 2021

Penulis



DAFTAR ISI

Prakata — 5

BAB 1: PENDAHULUAN — 11

1.1. Tujuan Jurnalisme — 13

1.2. Prinsip-Prinsip Jurnalisme — 18

1.2.1 Jurnalisme yang Berpihak Pada Kebenaran— 19

1.2.2 Loyalitas Jurnalisme — 20

1.2.3 Intisari Jurnalisme Adalah Disiplin
dan Verifikasi — 24

1.2.4 Pada Praktiknya Jurnalisme Harus Menjaga
Independensi terhadap Sumber Berita — 25

1.2.5 Jurnalisme Harus Berlaku sebagai
Pemantau Kekuasaan — 26

1.2.6 Jurnalisme Harus Menyediakan Forum Publik — 27

1.2.7 Jurnalisme Harus Berupaya Membuat Hal yang
Penting Menarik dan Relevan — 28

1.2.8 Jurnalisme Harus Menjaga Berita Agar
Komprehensif dan Proporsional — 29

1.2.9 Para Praktisinya Harus Diperbolehkan Mengikuti
Nurani Mereka — 31

1.3. Kewajiban Jurnalisme — 32

1.4. Jurnalisme sebagai Pilar Keempat Demokrasi — 34

1.5. Media Penjaga Masyarakat Kewargaan — 36

1.6. Idealisme dan Pragmatisme dalam Jurnalistik — 37

BAB 2: MENUJU JURNALISME MASYARAKAT

KEWARGAAN — 40

- 2.1 Jurnalisme dan Komunikasi Masyarakat Kewargaan — 42
- 2.2 Tantangan Jurnalisme di Era Kebebasan Informasi — 44
- 2.3 Jurnalisme sebagai Media Infomasi — 46
- 2.4 Jurnalisme sebagai Media Edukasi — 48
- 2.5 Jurnalisme sebagai Pemberdaya Masyarakat — 50
- 2.6 Jurnalisme Perdamaian — 52
 - 2.6.1 Jurnalisme Verifikasi — 55
 - 2.6.2 Jurnalisme Independensi dari Faksi — 57
 - 2.6.3 Jurnalisme sebagai forum Publik — 60

BAB 3: BAHASA JURNALISITK DAN

RAGAM BAHASA LAIN — 62

- 3.1 Pengertian Bahasa Journalistik — 62
- 3.2 Prinsip Dasar Bahasa Journalistik — 67
- 3.3 Bahasa Journalistik dan Ragam Bahasa Lain — 73
- 3.4 Bahasa Journalistik dan Sastra — 75
- 3.5 Bahasa Journalistik dan Iklan — 76
- 3.6 Bahasa Journalistik dan Pengembangan Kosakata — 79

BAB 4: TEKNIK WAWANCARA — 83

- 4.1 Mengenal Narasumber Berita — 83
- 4.2 Tujuan, Waktu dan Tempat Wawancara — 86
 - 4.2.1 Jenis Wawancara — 88
- 4.3 Etika dalam Wawancara — 91
- 4.4 Mendokumentasikan Hasil Wawancara — 93
- 4.5 Mengakhiri Wawancara — 93

BAB 5: TEKNIK PENULISAN BERITA — 95

- 5.1 Tujuan Menulis Berita — 95
- 5.2 Jenis Berita — 97
- 5.3 Mengidentifikasi Fakta — 100
- 5.4 Kritis Terhadap Fakta — 101

- 5.5 Meliput Berita — 107
 - 5.5.1 Berita Berdasarkan Peristiwa Momentum — 107
 - 5.5.2 Berita Berdasarkan Peristiwa Rutin/Teragenda— 108
 - 5.5.3 Berita Lanjutan (*Follow-Up News*) — 108
 - 5.5.4 Berita Berdasarkan Peristiwa Fenomena — 109
- 5.6 Kendala dalam Peliputan Berita — 110
- 5.7 Praktik Menulis Berita — 110

BAB 6: TEKNIK PENULISAN FEATURES — 113

- 6.1 Pengertian *Features* — 113
- 6.2 Tujuan Menulis *Features* — 114
- 6.3 Jenis *Features* — 115
 - 6.3.1 *Features* Berita (*News Features*) — 115
 - 6.3.2 *Features* Ilmu Pengetahuan (*Science Features*) — 116
 - 6.3.3 *Features* Kemanusiaan (*Human Interest Features*) — 117
 - 6.3.4 *Features* Sejarah (*Hystorical Features*) — 118
 - 6.3.5 *Features* Perjalanan (*Adventuring Features*) — 119
 - 6.3.6 *Features* Petunjuk (*Guideline Features*) — 119
 - 6.3.7 *Features* Obrolan Warung Kopi (*Side Bar Features*) — 120

BAB 7: TEKNIK PENULISAN ARTIKEL OPINI — 121

- 7.1 Pengertian Opini — 121
 - 7.1.1 Tajuk Rencana — 123
- 7.2 Tujuan Menulis Artikel Opini — 127
- 7.3 Manfaat Menulis Artikel Opini — 129
- 7.4 Pedoman Pokok Penulisan Artikel Opini — 131
- 7.5 Langkah-Langkah Penulisan Artikel Opini — 133

8. MEMUBLIKASIKAN KARYA JURNALISTIK — 139

- 8.1 Mengenal Jenis Media Massa — 139
 - 8.1.1 Media Cetak — 142
 - 8.1.2 Media Daring (*Online*) — 142
- 8.2 Mengenal Karakter Media Massa — 144
 - 8.2.1 Pemilik Media dan Afiliasi Politik — 146

- 8.2.2 Gaya Selingkung (Khas) Media — 148
- 8.2.3 Kiat Sukses Menembus Media — 149
- 8.3. Berlatih Mengenal Karakter Media — 151
 - 8.3.1 Kepopuleran Media — 151
 - 8.3.1 Media Internal Lembaga — 152
 - 8.3.2 Media Massa Umum — 152
- 8.4. Merancang Publikasi pada Media Massa — 153
 - 8.4.1 Menentukan Topik Aktual — 155
 - 8.4.2 Mempertimbangkan Media — 157
 - 8.4.3 Membaca Peluang Pemuatan — 158
- 8.5 Kontribusi Kegiatan Bermedia — 159
 - 8.5.1 Popularitas — 159
 - 8.5.2 Finansial — 160
 - 8.5.3 Produk Karya Jurnalistik — 160

9. JURNALISME DI ERA INFORMASI — 163

- 9.1 Jurnalisme di Era *Big Data* — 163
- 9.2 Perubahan Radikal, Tak terprediksi,
Kompleks, dan Ambigu — 164
- 9.3 Munculnya Media Baru — 166

10. PROFESI RELEVAN DENGAN KEGIATAN JURNALISTIK — 168

- 9.1 Fotografer — 170
- 9.2 Editor — 170
- 9.3 *Content Writer* — 172
- 9.4 *Copy Writer* — 172
- 9.5. Grafis dan *Layouter* — 173

- Daftar Pustaka — 174**
- Tentang Penulis — 177**

1

PENDAHULUAN

Sejak kebangkitannya yang disebut sebagai era reformasi digital kehadiran jurnalistik sejak dulu sampai sekarang tetap diperlukan. Bahkan, Abraham Lincoln, bapak bangsa pendiri Amerika, mengatakan, “Lebih baik ada media tanpa negara daripada ada negara tanpa media.” Artinya, kehadiran media massa akan tetap diperlukan sebagai sarana penyampai informasi, selain juga berfungsi sebagai media edukasi. Media juga dipandang sebagai pilar ke empat (*the fourth estate*) demokrasi selain kekuasaan legislatif, eksekutif, dan yudikatif. Media ialah *watch dog*—anjing penjaga demokrasi.

Akan tetapi, sejak zaman reformasi pada 1998 terjadi perubahan yang sangat signifikan dalam dunia media massa. Runtuhnya rezim Orde Baru yang berkuasa 32 tahun yang membungkam kebebasan pers menjadi momen baru kebebasan berpendapat, berkumpul, berserikat oleh masyarakat, termasuk kemerdekaan dalam mengelola industri media penerbitan, khususnya surat kabar dan majalah. Pada masa itu muncul UU NO. 40 tahun 1999 tentang pers, yang menyebabkan bergairahnya industri penerbitan pers. Siapa pun dan organisasi apa pun bebas menerbitkan pers tanpa harus disusahkan dengan adanya Surat Izin Usaha Penerbitan dan Percetakan (SIUP) dan Surat Izin Penerbitan (SIP). Pada era 1990-an sampai 2010 industri media, khususnya penerbitan pers,

tumbuh bagaikan jamur di musim hujan. Demikian juga dengan industri penyiaran baik industri televisi berita ataupun radio tumbuh dengan pesat.

Era kebebasan pers ada batasnya. Setelah muncul media alternatif yang bernama media sosial seperti Facebook, YouTube, Instagram, Twitter menggeser kedudukan media konvensional seperti surat kabar, majalah, dan televisi. Siapa pun bisa memposisikan diri sebagai “wartawan” yang bisa menulis, memotret, dan menyiarkan melalui media sosial. Akibatnya, media sosial menyajikan informasi yang tidak jarang melupakan prinsip-prinsip jurnalistik khususnya dalam memberikan informasi dan edukasi pada masyarakat pembaca. Tidak jarang orang sulit membedakan mana berita yang benar-benar berita atau berita yang bukan berita.

Terjadi perang media yang tentu saja di belakangnya ada kepentingan-kepentingan pemilik media untuk tujuan-tujuan tertentu seperti politik. Banyak media muncul karena dibiayai oleh orang-orang kuat tertentu bahkan berafiliasi pada politik dan golongan tertentu. Akibatnya muncul istilah “*buzzer*” orang yang ditugasi menulis dan menyiarkan berita baik terkait dengan kehebatan seseorang atau menyerang pihak lain yang kurang sependapat dengan orang yang terberitakan atau dibelanya. Bahkan *buzzer* ini memiliki kanal penyiaran sendiri—situs web resmi. Tak jarang para *buzzer* juga “dilindungi” oleh penguasa.

Di pihak lain juga banyak *buzzer* yang selalu ditugasi untuk mengkritik, bahkan “maaf” dengan kata-kata yang kasar memaki, menjelekkkan, bahkan meniadakan kepentingan pihak lain. *buzzer* juga berafiliasi pada golongan dan kepentingan politik tertentu. Istilah populernya terjadi perang media antar*buzzer* untuk mencitrakan tokoh dan rezim tertentu.

Di era keterbukaan ini semua sudah diatur oleh Undang-Undang ITE, jika ada pihak yang merasa dirugikan dengan adanya berita yang mendiskreditkan, menghina, mencemarkan nama baik, dan berbau rasisme dapat melaporkan dengan bukti-bukti yang ada, pada pihak berwajib dan dapat diproses secara hukum.

Akibatnya, banyak orang, baik penulis amatir yang menulis di media sosial (situs web atau blog) tersandung pada masalah hukum dan mendapat vonis penjara. Banyak pula konten tulisan dan video yang diunggah di media sosial dilaporkan kepada pihak berwajib dengan alasan bertentangan dengan nilai-nilai kemanusiaan, susila, persatuan, dan kesatuan bangsa.

Terhadap berbagai persoalan penulisan jurnalistik, baik yang disiarkan melalui media arus utama oleh para wartawan profesional, atau mereka yang menulis di media sosial oleh para penulis biasa, diperlukan apa yang disebut sebagai wawasan jurnalistik. Mengapa? Dengan wawasan jurnalistik seorang penulis-jurnalis akan terhindar dari kesalahan-kesalahan yang berakibat pada tuntutan hukum. Seorang jurnalis perlu memahami tujuan jurnalistik, prinsip-prinsip jurnalistik dalam menghasilkan karya jurnalistik baik berita, *features* (jurnalisme sastrawi), maupun opini.

1.1. Tujuan Jurnalisme

Ashadi Siregar (1998: 10-11) dalam kata pengantarnya di buku *Bagaimana Meliput dan Menulis Berita untuk Media Massa* menekankan jurnalisme dalam kehidupan demokratis dan kepingan beragam tafsiran dapat dibuat atas suatu realitas sosial. Setiap tafsiran memiliki hak hidup yang sama. Oleh karena itu keragaman informasi mendapat tempat dalam kehidupan masyarakat. Jurnalisme memberikan disiplin kerja dalam mengubah realitas empiris menjadi informasi wacana yang substantif.

Penghargaan atas realitas yang bersifat objektif dan empiris akan menentukan penghargaan terhadap profesi jurnalisme. Jurnalisme dapat pula digunakan dengan cara lain, manakala informasi yang disampaikan lebih banyak dari realitas subjektif dan ideologis, bukan realitas objektif praktis. Jurnalisme semacam ini akan menempatkan ideologi kekuasaan (negara atau kapital) sebagai pembentuk bagi wacana informasi. Kekuasaan negara

dan kapital dapat mewujudkan secara eksternal (di luar organisasi perusahaan informasi) maupun internal (di dalam perusahaan informasi sendiri).

Apa yang disampaikan pendiri Lembaga Penelitian, Pendidikan, dan Penerbitan Pers Yogyakarta (LP3Y) di pasca-Reformasi atau 20 tahun lalu itu terbukti dalam tujuan jurnalisme media masa kini. Para pengusaha media, baik yang dikuasai negara, maupun yang dikuasai lembaga sosial masyarakat memiliki kecenderungan memberi informasi yang bersifat monolitik; dari atas ke bawah, dari kekuasaan kepada masyarakat. Jurnalisme seperti ini lebih berfungsi sebagai alat propaganda. Gerakan ini mencoba mengubah ideologi, misi, gagasan, dan kepentingan pragmatis dari kekuasaan menjadi informasi yang dimaksudkan untuk mengubah masyarakat agar bersikap atau berperilaku sesuai kepentingan ideologi dan kekuasaan, sesuai instrumen rekayasa kekuasaan negara atau kapital. Dalam perspektif Roger Fowler, jurnalisme yang berpihak—jurnalisme pada kepentingan kekuasaan—disebut akan lebih banyak pro kebijakan pemerintah. Sebaliknya, jurnalisme yang mengakomodasi realitas sosial yang terjadi di masyarakat disebut pro masyarakat (Suroso: 2003). Sementara itu jurnalisme yang tidak memihak pada kekuasaan negara maupun realitas yang ada di masyarakat disebut berperspektif netral, tidak pro negara maupun pro masyarakat.

Independensi jurnalisme pada dasarnya berpijak pada penghargaan kepada realitas sosial empiris, dan adanya peluang penuh untuk menjadikannya sebagai informasi tanpa campur tangan kepentingan pragmatis kekuasaan. Dengan demikian jurnalisme dibangun atas basis penghargaan pada realitas sosial dan kepercayaan kepada informasi yang berkembang di masyarakat. Dalam bahasa media sosial, informasi yang bersifat viral paling banyak ditonton dan dibaca oleh para pengguna media sosial. Dengan demikian, kekuasaan media sosial dalam menyampaikan realitas lebih dapat diwacanakan. Dengan demikian, jarak antara kenyataan sosial dengan informasi dapat terentang senjang. Hak

ini disebabkan oleh kenyataan yang kabur secara struktural atau kelemahan manusiawi dalam melihat kenyataan, sehingga gagal dalam perwujudannya sebagai informasi.

Belajar jurnalisisme dimulai dengan upaya menghadapi kenyataan secara objektif, menyadari kecenderungan bias dalam melihat kenyataan. Seluruh pengetahuan dan keterampilan jurnalisisme bersifat teknis (*technicalities*) yang pada dasarnya hanya untuk membantu seorang jurnalis dalam melihat kenyataan dan memformatnya menjadi informasi. Kaidah dalam aspek teknis hanya akan punya makna jika seorang jurnalis memiliki visi intelektual. Bahkan disebutkan, kerja profesional seorang jurnalis adalah manifestasi dari intelektualisme. Belajar jurnalisisme bukan sekadar mengenali kelayakan berita, atau semata-mata menulis kaidah teknis dan realitas sosial menjadi informasi jurnalisisme. Apalagi dengan cukup menguasai formulasi 5W+1H (*what, who, where, when, why + how*) sungguh meremehkan ranah jurnalisisme. Permasalahan mendasar adalah mengenali realitas sosial bukan sekadar menuliskan catatan fakta yang ada di gawai seorang jurnalis. Proses awal adalah melihat fakta dan realitas sosial untuk dicatat ke dalam gawai, di sinilah titik intelektualisme jurnalis dimulai.

Fakta yang terjadi di era keterbukaan seperti sekarang ini, para penulis, baik yang menulis di media arus utama, maupun media sosial tidak mematuhi etika jurnalistik, khususnya dalam memahami tujuan jurnalistik. Banyak berita tanpa peristiwa, walaupun ada peristiwa tidak ada beritanya. Perang media selalu berhubungan dengan ideologi pemilik media, baik media cetak maupun elektronik. Tidak heran kemudian jika ada media yang khusus menyampaikan propaganda kekuasaan atau partai pengusung pemerintah. Dan ada juga media yang tugasnya selalu mengkritik kebijakan-kebijakan pemerintah.

Pemetaan perspektif media cetak dan elektronik pada ideologi dan politik tertentu dapat dilihat dari siapa pemilik media, afiliasi

politik, dan para pendukungnya. Dengan demikian dalam media cetak dan elektronik juga terjadi pembelahan perspektif yaitu yang pro pemerintah, pro masyarakat, netral, atau pro terhadap kepentingan yang lain. Kendatipun media tidak bisa lepas dengan korporasi yang tujuan utamanya adalah profit. Hidup matinya media juga tergantung dengan para pendukung, baik yang memberi donasi langsung maupun mereka yang memasang iklan dengan memanfaatkan *Google AdSense*. Makin banyak orang mengakses laman-laman media tersebut maka banyak pula keuntungan bagi hasil dari iklan yang terpasang di medianya.

Pengklasifikasian media massa elektronik seperti televisi dalam jargon televisi berita dan televisi hiburan, sejatinya bertujuan untuk menjual paket program yang menjadi ciri penandanya. Ada televisi yang khusus menyiarkan kuis, hiburan musik, kontes ajang mencari bakat, dan semacamnya. Ada juga televisi yang mengutamakan sajian berita. Berita yang sama akan ditayangkan di beberapa televisi dengan "gaya" yang berbeda. Fungsi pers menurut UU No 40 Tahun 1999 tentang Pers pada pasal 3 disebutkan bahwa, (1) Pers nasional memiliki fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial; (2) Di samping fungsi-fungsi tersebut pada ayat 1, pers nasional dapat berfungsi sebagai lembaga ekonomi.

Fungsi pertama, pers memberikan informasi kepada komunikasi yang dapat meningkatkan keingintahuan dan pengetahuan akan informasi yang diperlukan. Informasi tersebut bisa didapatkan dari berbagai sumber dengan objektif. Fungsi kedua, memberikan edukasi atau pencerdasan kepada masyarakat. Banyak distorsi dan hoaks di media yang merisaukan masyarakat. Pemberitaan pers diharapkan dapat menjernihkan persoalan, menghilangkan kerisauan, dan menciptakan ketenangan hidup masyarakat. Pemberitaan terhadap kasus pelecehan seksual atau pemerkosaan dengan pelaku dihukum berat dapat menjadi pembelajaran untuk tidak melakukan tindak asusila tersebut. Demikian pula dengan pemberitaan kasus korupsi dan dihukum berat membuat pembaca

mengutuk keras terhadap maling berkedok pejabat. Demikian pula kasus-kasus kemanusiaan seorang hakim yang membebaskan seorang ibu dari tuntutan perusahaan perkebunan hanya karena mengambil pisang di area perkebunan.

Fungsi ketiga, pers sebagai sarana rekreasi atau hiburan. Pers mampu menyajikan informasi yang bersifat menghibur. Misalnya, banyak anak-anak dari keluarga miskin mendapatkan beasiswa bidikmisi, KIP, atau LPDP dari pemerintah sehingga mereka dari kalangan tidak mampu dapat mengaksesnya untuk informasi kuliah tanpa adanya biaya. Pembangunan jalur kereta api di Balikpapan, Kalimantan Timur. Pembangunan ruas jalan tol di Provinsi Irian Jaya dan Sulawesi Selatan. Pembangunan beberapa Waduk penampung air di NTT sehingga membahagiakan para petani di sana. Keberhasilan kepala desa dalam mengembangkan wisata desa, dan seterusnya. Kabar-kabar yang memberi hiburan dapat diliput dari peristiwa budaya, seni, dan gaya hidup yang dapat memberikan rasa optimis pada masyarakat. Kartun, komik, teka-teki silang, dan rubrik sastra dan budaya di antara rubrik yang memberi hiburan.

Fungsi keempat, pers sebagai fungsi kontrol sosial. Pers dapat melakukan kontrol sosial terhadap permasalahan yang terjadi di masyarakat dan kebijakan negara. Kontrol sosial ini bisa disebut sebagai pilar keempat demokrasi selain fungsi legislatif, eksekutif, dan yudikatif. Keinginan atau aspirasi masyarakat dapat ditampung dan disalurkan oleh pers. Misalnya, penggalangan dana untuk korban bencana banjir, tanah longsor, tsunami, dan kekeringan dapat disampaikan oleh pers untuk mendapatkan dukungan masyarakat. Sosialisasi program pemerintah untuk membangun ibu kota baru di Kalimantan Timur misalnya, menjadi tugas pers untuk merekam informasi yang didapat dari denyut nadi masyarakat. Demikian kebijakan dan program-program lain yang dilakukan oleh pemerintah dalam menangani Pandemi Covid-19. Misalnya, mendengar aspirasi masyarakat dengan adanya pembatasan kegiatan dalam kurun waktu tertentu.

1.2. Prinsip-Prinsip Jurnalisme

Bill Kovach dan Tom Rosentiel (2010) dalam *The Elements of Journalism: What News People Should Know and The Public Should Expect* mengatakan bahwa jurnalisme hadir untuk membangun kewarganegaraan (*citizenship*). Jurnalisme ada untuk memenuhi hak-hak warga negara. Jurnalisme ada untuk demokrasi. Jurnalisme ada untuk jutaan orang yang terberdayakan pada arus informasi bebas. Prinsip jurnalisme adalah menyediakan informasi yang dibutuhkan warga agar mereka bisa hidup merdeka dan bisa mengatur diri sendiri.

Berikut prinsip-prinsip jurnalisme tersebut.

1. Kewajiban pertama jurnalisme adalah pada kebenaran;
2. Loyalitas pertama jurnalisme kepada warga;
3. Intisari jurnalisme adalah disiplin dan verifikasi;
4. Pada praktisnya harus menjaga independensi terhadap sumber berita;
5. Jurnalisme harus berlaku sebagai pemantau kekuasaan;
6. Jurnalisme harus menyediakan forum publik untuk kritik maupun dukungan warga;
7. Jurnalisme harus berupaya membuat hal yang penting menarik dan relevan;
8. Jurnalisme harus menjaga agar berita komprehensif dan proporsional; dan
9. Para praktisinya harus diperbolehkan mengikuti nurani mereka.

Gambaran sembilan elemen jurnalisme seperti di kemukakan dalam pers Amerika masih mengalami kendala dalam penerapannya kendatipun sebagai negara maju, apalagi—untuk tidak menunjukkan inferioritas—pada negara-negara berkembang. Pembunuhan wartawan masih terjadi akibat peristiwa pemberitaan. Kasus terbunuhnya Udin, wartawan *Bernas* asal Yogyakarta yang masih menjadi teka-teki nasional sampai saat ini.

Teror yang dilakukan kepada wartawan masih terjadi, walaupun mereka sudah mencoba melakukan prinsip-prinsip penulisan yang seimbang (*balance*) meliputi dua sisi (*both side cover*), objektif, dan kegiatan *check and recheck*. Jurnalisme tidak lepas dari kepentingan. Pertanyaan yang muncul terhadap keberlangsungan jurnalisme yang memenuhi sembilan elemen tersebut adalah apakah jurnalisme yang independen bisa bertahan? Jawabannya akan tergantung pada apakah wartawan memiliki kejelasan dan keyakinan untuk menyampaikan arti jurnalisme yang independen.

Terapan praktik jurnalistik seperti dikemukakan di atas dalam konteks jurnalisme Indonesia seperti penjelasan berikut.

1.2.1 Jurnalisme yang Berpihak Pada Kebenaran

Perspektif kebenaran di hadapan pengusaha media sangat relatif. Tidak ada kebenaran mutlak. Bahkan, yang benar diberitakan belum tentu bisa diterima oleh masyarakat, terlebih penguasa. Di era Orde Baru berita yang dapat membahayakan stabilitas nasional—walaupun berita itu benar—tak layak angkat ke media. Pasca-Reformasi 1998 ketika rezim Orde Baru runtuh, setiap jurnalis, bahkan setiap orang bisa menyatakan kebenaran yang disampaikan secara tertulis di media arus utama atau mereka menulis di sosial media. Sebagai contoh, kasus pertumbuhan pembangunan nasional, penurunan angka kemiskinan, pemberdayaan masyarakat, dan pembangunan infrastruktur yang diberitakan oleh jurnalis dari berbagai media memiliki perspektif yang berbeda-beda. Bahkan, ada berita yang bertentangan walaupun memberitakan fakta yang sama.

Hal ini yang membuat komunikator atau pembaca harus berpikir kritis terhadap fakta yang diterimanya. Demikian pula dengan utang luar negeri Indonesia pada kepemimpinan seorang presiden akan memiliki angka-angka yang berbeda. Hal ini terjadi karena antara media yang satu dengan media yang lain memiliki kepentingan masing-masing. Demikian pula dalam acara *Talkshow* di televisi, selalu mendatangkan dua pihak narasumber yang pro

dan kontra untuk menanggapi fakta sosial di berita. Kemudian, pembaca disuruh menarik kesimpulan sendiri atas fakta yang diterimanya.

Kasus ditangkapnya beberapa menteri koruptor yang kebetulan dari partai tertentu oleh KPK di mata jurnalis juga memiliki sudut pandang atau “kebenaran” sendiri. Demikian pula kasus para petinggi partai yang masuk penjara karena korupsi berbeda cara pandang pemberitaannya. Hal ini berbeda dengan kasus-kasus kejahatan kemanusiaan seperti pembunuhan, pemerkosaan, mutilasi, *human trafficking*, perdagangan anak, jurnalis punya pandangan sama atas fakta kejahatan kemanusiaan dan bagaimana menuliskannya. Kasus-kasus pemberitaan yang berbau suku, agama, ras dan antargolongan akan lebih hati-hati pemberitaannya dibandingkan dengan pemberitaan kebenaran dalam kasus kejahatan kemanusiaan.

1.2.2 Loyalitas Pertama Jurnalisme Kepada Warga

Prinsip kedua dari sembilan elemen jurnalistik adalah keberpihakan kepada warga. Kepada wargalah loyalitas jurnalisme diamanatkan. Mengapa? Sebab, jurnalis menjadi mitra masyarakat dalam menghadapi perubahan-perubahan. Di era ini tidak ada lagi peristiwa yang bersifat lokal. Kejadian lokal di pojok manapun dunia, seketika serentak menjadi peristiwa global begitu diungkapkan atau disiarkan oleh media. Kecepatan warga untuk memperoleh informasi merupakan tujuan jurnalisme.

Hal itu hanya bisa dilakukan melalui media daring seperti media sosial termasuk televisi. Hal itu berbeda dengan media cetak, baik majalah maupun surat kabar yang proses produksinya memakan waktu sehingga ada jarak antara kejadian dan penyiarannya sebagai berita. Apa yang diberitakan sudah terjadi. Melalui media elektronik dan media sosial, berita bukan apa yang telah terjadi melainkan apa yang sedang terjadi.

Di televisi dikenal dengan *break news*. Siaran berita CNN misalnya, atau liputan langsung yang dilakukan oleh wartawan

televisi berlangsung dari dan di tempat kejadian. Peristiwa demonstrasi, bencana, kriminalitas, *launching* atau peresmian teknologi baru dilakukan saat itu juga. Bahkan, ada jurnalis yang khusus meliput perang. Namun, semua liputan jurnalistik itu ditujukan sepenuhnya untuk kepentingan warga. Jurnalis mampu berperan sebagai penyampai fakta yang diperlukan warga.

Jurnalis bekerja untuk kepentingan keingintahuan warga pembaca atau pemirsa. Dalam fakta tindakan dan kebijakan yang dilakukan pemerintah dalam penanganan krisis ekonomi akibat pandemi Covid-19, antisipasi kekeringan yang mengakibatkan kebakaran hutan, banjir dan longsor, gempa bumi, prediksi pertumbuhan ekonomi, prospek pertumbuhan SDM ke depan, pembangunan infrastruktur, pembangunan ibu kota baru Indonesia, bahkan estimasi keadaan 100 tahun kemerdekaan Indonesia pada 2045 perlu diketahui oleh warga. Mengapa? Warga berhak mengetahui informasi yang dilakukan oleh negara bagaimana peluang, tantangan dalam mewujudkan banyak hal untuk kemakmuran bangsa. Dalam konteks penegakan hukum yang adil, yang tidak tumpul ke atas dan tajam ke bawah, warga berhak mengetahui kasus penerapan hukum yang bijaksana. Dalam konteks pemerataan pendapatan, hak berusaha, hak memiliki, hak berkumpul, dan berserikat warga juga berhak mengetahui aturan main. Hal inilah yang mestinya dilakukan jurnalis untuk memberitakan fakta dan informasi yang bermanfaat bagi warga.

Di bidang pembangunan pendidikan dan ekonomi, walaupun sudah ada Biro Pusat Statistik (BPS) lembaga pemerintah, warga perlu juga mengetahui pemerataan pendidikan, baik persebaran tenaga pendidik dan kependidikan, pemerataan sarana dan prasarana belajar, dan tersedianya akses informasi dalam kegiatan pembelajaran. Wartawan bisa meliput berita dari versi negara sebagai pembuat kebijakan dan eksekutor dalam peningkatan mutu pendidikan, yang dalam hal ini diwakili oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan dan Kementerian Koordinator Kesejahteraan Rakyat.

Demikian juga dalam hal pembangunan ekonomi, sosial, dan budaya, warga berhak memperoleh informasi tentang rencana, pelaksanaan, dan hasil yang sudah dicapai dan kendalanya. Dengan jurnalisme yang berpihak kepada warga, ditulis secara berimbang, warga akan memperoleh kepastian dalam mengambil keputusan ke depan. Dalam hal peningkatan mutu SDM di bidang pendidikan dialokasikan beasiswa kepada keluarga tidak mampu oleh pemerintah pusat atau pemerintah daerah. Pemberdayaan sekolah-sekolah kejuruan di daerah dengan dunia industri sehingga mereka bisa bekerja sekaligus belajar di daerah. Hal ini akan mengurangi terjadinya urbanisasi karena tersedia peluang kerja di daerah. Artinya, ada sinergi antara dunia pendidikan dan dunia kerja yang dapat dilaksanakan di daerah. Informasi perihal ini baik yang diliput dari kepala daerah, atau pihak berkaitan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) akan membahagiakan warga. Informasi yang membahagiakan akan membuat partisipasi warga. Informasi tersebut bisa berupa berita kecil yang bernilai besar bagi warga, bukan berita orang-orang besar yang tidak bernilai berita.

Jurnalis tidak menganggap bahwa pembaca berita hanya pelanggan. Dia tidak menyajikan berita-berita yang sedang hangat dibicarakan di masyarakat tetapi juga melakukan analisis yang membuat pembaca memahami persoalan dan tidak terjebak dengan kemauan media. Sebagai contoh, kasus plagiarisme yang dilakukan oleh salah satu rektor PTN di Jawa Tengah atas karya skripsi mahasiswa yang dibimbingnya. Kasus yang membunyah dan sempat viral dimediasi oleh majalah arus utama di Indonesia itu kesannya memang ingin agar tidak terjadi kesan plagiarisme di kalangan akademisi. Fakta memang terjadi hal demikian dan tidak hanya dilakukan satu dua oknum saja, namun beberapa oknum akademisi yang terlibat. Beberapa orang pelaku dengan kesadarannya mengundurkan diri atas kesalahannya. Para pelaku padahal ada yang sudah menjadi guru besar bahkan figur publik. Kesan yang dijadikan *headline* di PT yang bersangkutan akhirnya merembet pada edisi berikutnya tentang Pemberian Gelar Doktor

HC pada orang yang ditengarahi bekas koruptor. Warga memang berhak mengetahui seberapa jauh integritas para pengelola perguruan tinggi dalam menegakkan disiplin akademik secara benar.

Dalam praktik jurnalisme yang berpihak pada warga, (1) Pemilik perusahaan harus menomorsatukan kepentingan warga, terhadap fakta-fakta yang berhak diketahui warga dan bermanfaat. Kemeranian berita bukan karena credo “anjing menggigit orang” bukan berita, tetapi “orang menggigit anjing baru berita”. Bukan dekonstruksi seperti itu yang dimaksudkan keberpihakan yang bermanfaat pada warga. Berita-berita yang memiliki daya tarik, diminati, dan ingin diketahui warga wajib dinomorsatukan pengusaha media. (2) Pekerjaan manajer juga menomorsatukan warga. Manajemen pemberitaan sanggup memilih orang-orang yang berpengalaman dalam jurnalisme dan peka terhadap konflik yang berkembang. Koran arus utama mampu mengurangi pemuatan iklan, pada saat ada peristiwa yang membutuhkan ruang lebih banyak untuk berita. (3) Tetapkan dan komunikasikan dengan standar yang jelas. Litbang surat kabar *Media Indonesia* misalnya, menerbitkan *Buku Pegangan Wartawan* (2000) yang memuat *code of conduct*/aturan main para wartawan yang bekerja di *Media Indonesia* berupa kebijakan isi umum, isi khusus, *New Room Manajement*, komisi etik dan sanksi disertai lampiran uraian tugas koordinator kompartemen, tugas redaktur, tugas redaktur senior, tugas asisten redaktur, tugas asisten redaktur pariwara, tugas reporter senior, dan tugas reporter.

Kebijakan *isi umum* itu di antaranya soal keakurasian, menggunakan kata denotatif. Misalnya pemakaian kata “sedikit”, “banyak”, “jauh”, “dekat” semua harus disampaikan. Misalnya, dalam demo petani dihadiri 100 petani dan 500 mahasiswa. Biarkan pembaca menyimpulkan sendiri. *Fair* (adil) pihak terberitakan diberi proporsi yang sama. *Balance* dan *cover both sides*, peliputan harus seimbang (*balance*). Jika satu pihak diberi informasi tiga paragraf maka pihak lain juga diberi informasi tiga paragraf. Tubuh berita

akhirnya imparisial (tidak memihak). Diusahakan dalam penulisan berita tidak menggunakan kata rancu atau kata bermakna ganda. Misalnya, kata “menaikkan BBM” tidak ditulis “menyesuaikan harga BBM”, demikian kata "diamankan" mengganti kata yang lebih jelas “ditahan”. Isi berita menjunjung asas proporsional. Tidak membesarkan yang kecil dan tidak mengecilkan yang besar. Objektivitas tidak terjebak dalam bias atau prasangka pribadi. Objektivitas dalam menuliskan berita merupakan indikator untuk mengukur profesionalitas dan kematangan seorang wartawan. *Check and recheck* tujuan dari kegiatan menulis berita adalah memverifikasi fakta, bukan menanggapi dan membandingkan opini seorang sumber berita dengan opini sumber berita yang lain.

Kebijakan *isi khusus* berkaitan dengan (1) meliputi konflik horizontal (antarwarga masyarakat); (2) meliputi masalah gender; (3) meliputi pengadilan; (4) meliputi kejahatan/kriminalitas anak di bawah umur; (5) meliputi kejahatan seksual, perkosaan, dan sebagainya; (6) meliputi kekerasan, pembunuhan, sadisme, dan sebagainya; (7) meliputi lingkungan hidup, dan meliputi ilmu pengetahuan dan teknologi. Dalam kasus peliputan kejahatan kriminal anak di bawah umur dan asas kejahatan seksual perkosaan, dan lainnya, identitas lengkap, dan potret kejahatan seksual harus disembunyikan, baik kasus itu masuk pengadilan maupun tidak masuk pengadilan. Namun, jika sudah ada putusan bersalah nama pelaku bisa dituliskan. Demikian juga jika korban meninggal dunia. Sebagai contoh, kasus psikopat Very Idham Henyansyah seorang pelaku pembunuhan berantai di Jakarta dan Jombang yang membunuh dan memutilasi dan semua korban diberitakan meninggal. Putusan hukuman mati untuk Ryan juga diberitakan.

1.2.3 Intisari Jurnalisme Adalah Disiplin dan Verifikasi

Disiplin verifikasi adalah ihwal pemisah antara jurnalisme dari hiburan, propaganda, fiksi, atau seni. Hiburan (*entertainment*) dan kerabatnya “*infotainment*” berfokus pada hal-hal

yang mengembirakan hati. Propaganda menyeleksi fakta atau mengarang fakta demi kepentingan lain untuk persuasi dan manipulasi. Demikian pula fiksi, mengarang skenario untuk sampai pada kesan yang lebih personal.

Ada lima hal yang harus dijadikan prinsip sebuah laporan ilmiah dalam verifikasi. (1) Jangan menambahi sesuatu yang tidak ada; (2) jangan pernah menipu audiens; (3) berlakulah setransparan mungkin tentang metode dan motivasi Anda; (4) andalkan reportase Anda sendiri; dan (5) bersikaplah rendah hati.

Jangan menipu berarti jangan pernah menyesatkan audiens. Membodohi orang adalah sebetulnya kebohongan dan menghina ide bahwa jurnalisme harus berpegang teguh pada kejujuran. Prinsip ini terkait erat dengan prinsip jangan menambahi dan jangan mengurangi. Untuk menguji verifikasi dalam kerja jurnalis ada tiga langkah. *Pertama*, informasi yang dicari harus cukup vital untuk kepentingan publik dalam membenarkan penggunaan teknik ini. *Kedua*, wartawan tidak boleh memakai penyamaran kecuali tak ada jalan lain untuk mendapatkan cerita. *Ketiga*, wartawan harus mengungkapkan kepada audiensnya manakala mereka menyesatkan sumber-sumber untuk mendapatkan informasi, dan menjelaskan alasan mereka melakukan hal itu, termasuk mengapa laporan mereka dibenarkan perolehannya lewat penipuan dan mengapa ini menjadi satu cara. Untuk memverifikasi kebenaran berita di era sekarang sudah tersedia aplikasi peramban (*search engine*) di Google akan kebenaran berita.

1.2.4. Pada Praktiknya Jurnalisme Harus Menjaga Independensi terhadap Sumber Berita

Wartawan harus independen dari pihak yang mereka liput. Persoalan independensi wartawan ini bukan perkara mudah. Terlebih bila narasumber adalah orang yang memiliki pengaruh. Independensi juga berkaitan dengan afiliasi narasumber dan pribadi wartawan itu sendiri. Wartawan yang berideologi garis keras dan bekerja di media eksklusif tidak mudah mem-

praktikkan independensinya dalam peliputan karena kebijakan media. Independensi pikiran seperti yang dicontohkan Anthony Lewis, kolumnis opini liberal untuk *New York Time* mengatakan, “Wartawan juga menulis opini dan memiliki sikap tertentu tetapi menghargai fakta adalah segalanya.” C. P. Scott, redaktur kondang *The Guardian* berujar, “Komentar itu bebas tetapi fakta itu suci.”

Independensi dalam praktik. Aturan ini telah dimodifikasi dan diperkuat seiring dengan perjalanan waktu sampai pada situasi di mana reporter dan redaktur sekarang ini sering dilarang ikut serta dalam aksi politik, seperti unjuk rasa yang menyangkut masalah politik. Tampaknya independensi dalam praktik juga tidak mudah dilakukan dalam praktik jurnalisme. Misalnya, dalam peliputan penanggulangan Covid-19 oleh pemerintah dan pengusutan kasus penembakan Laskar FPI, peliputan persidangan kasus korupsi besar yang melibatkan menteri, dalam praktiknya audiens merasakan keberpihakan media pada kepentingan tertentu. Kasus-kasus kriminal yang melibatkan orang biasa terberitakan secara luar biasa, sedangkan kasus-kasus besar belum sepenuhnya terinformasikan sesuai harapan masyarakat.

1.2.5. Jurnalisme Harus Berlaku sebagai Pemantau Kekuasaan

Jurnalisme yang memantau kekuasaan mendapatkan piala Pulitzer Award untuk karya jurnalistik di Amerika dan Adinegoro Award untuk karya jurnalistik tingkat nasional Indonesia. Anugerah Pulitzer dianugerahkan kepada *Philadelphia Bulletin* dengan reportasi baru yang memaparkan opsir-opsir polisi di Philadelphia yang terlibat dalam kegiatan undian berhadiah, semacam lotre ilegal di luar tugas mereka.

Tulisan ini menggali apa yang kemudian menjadi gelombang pemantauan ketat terhadap korupsi polisi di kota-kota Amerika. Kategori liputan *Philadelphi Bulletin* ini dinamai reportase investigatif. Jurnalisme di Indonesia saat ini sebenarnya sudah melakukan reportase investigatif. Hanya saja belum fokus pada pengungkapan kasus-kasus besar terkait dengan peristiwa yang

merugikan masyarakat. Beberapa kasus besar misalnya kasus penyiraman air keras kepada penyidik senior KPK Novel Baswedan belum tuntas diungkap oleh wartawan Indonesia melalui reportase investigasi. Mengapa? Kasus-kasus besar yang besinggungan dengan kekuasaan dan melibatkan “tokoh publik” dan orang kuat tak mudah untuk dilakukan. Wartawan sendiri pasti belum memiliki keberanian atau memperoleh pintu masuk untuk mengungkap kasus-kasus besar tersebut. Walaupun sudah banyak lembaga pemantau seperti Indonesia Corruption Watch (ICW), Komnas HAM, Ombusman Nasional, dan komnas-komnas lain, nyatanya belum terungkap reportase investigatif yang memantau kekuasaan. Beberapa televisi swasta membelajarkan kepada warga tentang pro dan kontra terhadap kebijakan-kebijakan yang dilakukan oleh masyarakat dalam berbagai acara debat dan semacamnya.

Beberapa televisi mengandalkan acara seperti Indonesian Lawyer Club (ILC) yang memiliki peringkat tinggi dan akhirnya diberhentikan. Acara Mata Najwa yang diminati warga karena melanggar kebijakan stasiun televisi dan pindah ke stasiun televisi lain, dan acara sejenis menjadi lahan pemantauan kekuasaan. Hal itu berbeda dengan negara komunis seperti Tiongkok yang tidak tersedia acara pemantau kekuasaan baik di media cetak dan elektronik. Sebagian besar acara televisi di Tiongkok berupa hiburan, olahraga, kuis, sejarah perjuangan bangsa, dan kemajuan-kemajuan pembangunan nasional yang sedang berlangsung. Hal ini berbeda dengan media di Indonesia yang bebas memantau kekuasaan dengan kelebihan dan kekurangannya.

1.2.6. Jurnalisme Harus Menyediakan Forum Publik

Jurnalisme harus menghadirkan sebuah forum untuk kritik dan komentar publik. Semua bentuk medium yang dipakai wartawan sehari-hari berfungsi untuk menciptakan forum di mana publik diingatkan akan masalah-masalah penting sehingga mendorong warga untuk membuat penilaian dan pengambilan

sikap. Kasus belum tertangkapnya buron Harun Masiku atau tidak lulusnya karyawan KPK menjadi Aparat Sipil Negara dalam tes wawasan kebangsaan misalnya, rasa ingin tahu warga membuat mereka bertanya-tanya sesudah membaca atau menonton acara media yang terjadwal baik di media cetak maupun elektronik. Publik sudah bereaksi dengan merespons hasil kinerja wartawan baik di radio, bincang-bincang di televisi, opini media yang akan menciptakan forum publik dan kritik atas peristiwa itu.

Saat suara-suara publik terdengar oleh yang berwenang—dalam hal ini pemerintah—mereka akan akan menaruh perhatian untuk memahami perkembangan opini publik seputar subjek. Forum-forum publik yang terbentuk di masyarakat ini menjadi menu dari kelompok advokasi dan partai politik. Tak jarang mereka membelanjakan uang miliaran untuk membentuk opini publik dengan berbagai strategi komunikasi. Halaman editorial surat kabar, kolumnis opini, acara bincang-bincang, atau esai majalah memang punya hak untuk menyuarakan pendapat. Namun, jika penulisnya adalah wartawan mereka tidak boleh salah dalam menyajikan fakta. Mereka harus berpegang pada standar kejujuran yang sama atau kesetiaan pada kepentingan publik.

Oleh karena itu, jurnalis sanggup menyediakan forum untuk kritik dan kompromi publik. Kasus dana simpanan koruptor di bank luar negeri, bagaimana cara mengembalikannya kepada negara, dimanfaatkan untuk apa, publik berhak tahu kebijakan yang ditempuh untuk memulangkan uang jarahan koruptor tersebut masuk kas negara.

1.2.7. Jurnalisme Harus Berupaya Membuat Hal yang Penting Menarik dan Relevan

Wartawan harus membuat hal yang penting menjadi menarik dan relevan. Persoalannya, menarik dan relevan sifatnya sangat subjektif dan *debatabel*. Apakah berita itu sesuatu yang menyenangkan, mengasyikkan, dan memainkan sensasi? Atau hal penting yang diketengahkan dalam berita adalah yang paling

urgen. Berita atau cerita. Antara berita dan cerita tidak terlalu berjarak. Mendongengkan cerita atas fakta dan informasi tidak saling berlawanan. Keduanya dipahami sebagai bagian dalam sebuah rangkaian komunikasi.

Cerita tentang peristiwa G30S—ada yang menyebut G30S/PKI—bagi anak yang dilahirkan pasca-1965 akan menarik. Siapa pelakunya siapa korbannya? Siapa orang-orang yang terlibat dalam pembunuhan massal tragedi paling berdarah di Indonesia tersebut? Cerita bisa didasarkan pada informasi dari pelaku dan juga dari korban. Oleh karena itu kesaksian para penyintas korban G30S bagi pembaca yang lahir pasca-1965 memberi perspektif yang berbeda-beda. Banyak buku yang menarik, namun kontroversial seperti *Aku Bangga Jadi Anak PKI* (2002) karya Ribka Tjiptaning, *Pergulatan Muslim Komunis: Otobiografi Hasan Raid* (2001) karya Hasan Reid yang menarik bagi pembaca tertentu tapi tidak relevan untuk diungkap di masa kini bila informasinya kurang manfaat dalam kehidupan berbangsa, bernegara, dan kesatuan bangsa.

Dongeng tentang kekejaman penangkapan, penyiksaan, penghilangan nyawa aktivis mahasiswa pada era Reformasi 1998 menarik untuk didongengkan dalam novel *Laut Bercerita* karya Leila S Chudori daripada membaca proses peradilan tim penculik mahasiswa pada peristiwa itu. Sampai sekarang pun para korban tidak pernah kembali. Pengungkapan kejahatan terhadap kemanusiaan kadang menarik untuk diinformasikan namun soal relevansinya masih terus menjadi perdebatan.

Posisi jurnalis ada di tengah-tengah untuk menemukan cara membuat hal-hal yang penting menjadi menarik, mencari formula kemenarikan. Tugas jurnalisme adalah mendongeng dengan sebuah tujuan-tujuannya adalah menyediakan informasi yang dibutuhkan orang dalam memahami dunia. Tantangan pertama adalah menemukan informasi yang dibutuhkan untuk menjalani hidup mereka. Tantangan kedua membuat cerita itu bermakna, relevan, dan enak disimak. Petani penggarap dan bukan pemilik lahan selama ini belum sepenuhnya diuntungkan untuk memperoleh

fasilitas benih, pupuk, dan obat-obatan. Lahan petani penggarap juga tidak terlalu luas sehingga tidak menghasilkan produksi yang besar. Berbeda dengan petani di negara maju yang difasilitasi sepenuhnya oleh negara, mulai pasokan bibit, pupuk, dan obat-obatan dan penjualan produk pertanian pascaproduksi.

Pertanian dilakukan dengan teknologi modern. Ketika kita melihat YouTube “*modern farming*” maka akan didapatkan perbedaan yang signifikan, negara maju mampu menyediakan makanan hasil pertanian (termasuk peternakan dan perikanan), sedangkan di Indonesia yang dikenal sebagai negara subur masih mengimpor bahan makan. Jurnalisme yang memihak kepada kepentingan orang banyak menarik dan relevan. Sebaliknya, jurnalisme yang memihak pada pribadi—terlebih konglomerasi—menarik untuk diceritakan namun kurang relevan bagi kepentingan orang banyak.

1.2.8. Jurnalisme Harus Menjaga Berita Agar Komprehensif dan Proporsional

Wartawan harus menjaga berita dalam proporsi dan menjadikannya komprehensif. Jurnalisme merupakan kartografi modern. Ia menghasilkan peta bagi warga untuk mengambil keputusan tentang kehidupan mereka sendiri. Inilah manfaat dan alasan ekonomi kehadiran jurnalisme. Konsep kartografi ini membantu menjelaskan apa yang menjadi tanggung jawab liputan jurnalistik. Seperti halnya peta, jurnalisme bergantung pada kelengkapan proporsionalitas.

Pada skandal perselingkuhan Gisella Anastasia misalnya, apakah pemberitaan tentangnya sudah komprehensif dan proporsional? Pelaporan jurnalistik atas Gisel tampak kurang komprehensif karena belum sepenuhnya melibatkan narasumber yang berkaitan dengannya. Namun, berita yang hanya berisi hal serius dan penting, tanpa menginformasikan yang ringan dan manusiawi juga tidak seimbang. Persoalan perselingkuhan beberapa artis, poligami, homoseksualitas, paranoid, psikopat, dan sebagainya seharusnya dilaporkan juga secara komprehensif.

Apakah yang berbau kapitalisme semua jelek? Apakah yang berbau humanisme selalu berakhir dengan bela rasa? Terhadap semua persoalan itu harus diinformasikan secara komprehensif dan proporsional. Jurnalisme atas pemberitaan mengenai pelajar mahasiswa yang kurang mampu secara ekonomi dan memiliki prestasi bagus penting untuk diinformasikan daripada menuliskan gaya hidup orang-orang kaya tapi tidak berfaedah.

Dengan demikian ada tipologi orang miskin yang kaya karena dengan kemiskinannya dia bisa berbuat banyak pada orang lain, memberi pekerjaan misalnya. Atau ada orang kaya yang miskin karena dari kekayaannya yang melimpah dia tidak bisa bermanfaat bagi orang lain. Kedua persoalan itu akan menarik bila disampaikan secara proporsional. Dalam konteks lain, orang belanja sayur dan buah ke supermarket tidak ada transaksi tawar-menawar harga walaupun dinilai mahal. Namun, ketika transaksi pembelian dengan pedagang kecil di emperan pasar tradisional banyak yang melakukan tawar-menawar walaupun harganya tidak seberapa dibandingkan dengan harga barang yang sama di supermarket.

Supermarket pasti dimiliki orang kaya. Pedagang sayur di emperan pasar lokal pasti bukan orang kaya. Mereka berjualan hanya untuk mempertahankan hidupnya. Jurnalis dapat membuat judul berita atau artikel “Beli Sayur di Supermarket atau di Pasar Tradisional”. Fokus berita diarahkan pada kenyamanan belanja di supermarket walaupun harus membayar mahal dan belanja di pasar tradisioal walaupun harganya lebih murah. Siapa yang diuntungkan ketika membeli sayur dan buah di supermarket dan yang membeli di pasar tradisional? Jurnalis dapat mencari data dan fakta untuk melengkapi penulisan lebih proporsional.

1.2.9 Para Praktisinya Harus Diperbolehkan Mengikuti Nurani Mereka

Wartawan punya kewajiban terhadap nurani. Setiap wartawan—dari redaksi hingga dewan redaksi—harus memiliki etika dan tanggung jawab personal dan moral. Mereka yang bekerja sebagai pengelola media, baik jurnalistik cetak maupun elektronik harus mengakui adanya kewajiban pribadi untuk bersikap berbeda menentang redaktur, pemilik, pengiklan, bahkan warga dan otoritas mapan jika kejujuran dan akurasi mereka mengharuskan begitu. Hal ini seperti dikatakan Carol Marin pada Committee of Concerned Journalists, “Wartawan adalah seseorang yang meyakini sesuatu dan membuat mereka sanggup meninggalkan pekerjaannya demi keyakinan itu.” Demikian pula para pemilik, organisasi berita, dan para konglomerat media perlu membangun budaya tanggung jawab pribadi.

Selain faktor hati nurani, seorang jurnalis sanggup melakukan budaya kejujuran. Linda Folley, presiden Newspaper Guild mengatakan, “Kredibilitas lebih daripada objektivitas bagi industri media ... Harus ada budaya redaksi yang memungkinkan seorang wartawan punya ruang diskusi yang bebas dan terbuka (Kvack dan Rosentiel, 2001: 242). Faktor Nurani dan kejujuran akan memperpanjang kualitas redaksi. Jurnalisme sebuah media akan berumur panjang manakala informasi yang disajikan menyentuh nurani pembaca. Oleh karena itu, peran warga masyarakat menjadi penting dalam mendukung praktik jurnalistik yang berpihak pada nurani. Jika berita yang disajikan terlalu sensasional atau mengarah pada *infotainment*, maka gagal pula wartawan dalam mengedukasi pembacanya. Dalam kasus praktik jurnalisme, sering dijumpai berita yang bukan berita. Kalaupun disebut berita tetapi tidak memiliki fakta.

1.3 Kewajiban Jurnalisme

Kewajiban yang harus dimiliki oleh jurnalis adalah kompetensi dan sikap profesional. Kompetensi profesional jurnalis

yang mampu melaksanakan penulisan jurnalistik untuk memberi informasi, edukasi, dan rekreasi atau hiburan. Terlebih karya jurnalistik mereka mampu menjadi sarana kontrol sosial. Menurut Jacob Oetama (2001: 105-109) di era kebebasan pers para jurnalis wajib membekali diri dengan kompetensi profesional. Untuk menjadi wartawan yang baik tidaklah cukup kalau hanya cerdas dan berbakat menulis. Wartawan sekarang semakin dituntut untuk memiliki pengetahuan spesialisasi. Dengan kompetensi profesional itu pers memperoleh kredibilitas dan otoritas, wibawa, dipercaya, dan bisa dijadikan acuan. Etika yang disepakati sebagai kode perilaku profesional merupakan bagian penting dari kompetensi profesional.

Pekerjaan jurnalis sebagai suatu profesi karena mensyaratkan pengetahuan tertentu dan kode perilaku atau kode etik. Selain memahami seluk beluk jurnalisme, seorang jurnalis wajib memahami berbagai bidang ilmu lain yang mendukung kerja jurnalistik. Jurnalis sanggup belajar ilmu sosial di dalamnya memahami ilmu politik, sosiologi, dan antropologi. Belajar ilmu pengetahuan budaya dan humaniora di dalamnya untuk memperkuat bahasa dan sastra. Jurnalis juga mampu menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi, termasuk memiliki keterampilan memanfaatkan peralatan jurnalistik untuk menyiarkan karya-karya jurnalistiknya. Seorang jurnalis wajib menguasai ICT untuk mempercepat karya-karya jurnalistiknya terpublikasi dalam waktu cepat dan dinikmati warga.

Tantangan yang dihadapi industri media semakin besar untuk bisa survival atau bertahan hidup. Kehadiran media daring dan media sosial menjadi kompetitor industri media cetak konvensional. Oleh karena itu, industri media akan berusaha keras menyesuaikan kecenderungan mengimbangi tubuhnya media daring dan media sosial. Kehadiran Facebook, YouTube, dan Instagram, dapat membuat orang menulis dengan bebas dan menyiarkan dalam waktu cepat. Namun, tidak semua tulisan di media sosial tersebut dikategorikan karya jurnalistik. Hal ini

karena tidak semua penulis di media sosial memahami prinsip dan tujuan jurnalistik. Tugas jurnalis adalah menyampaikan informasi yang diperlukan warga agar mereka dapat mengambil keputusan dengan tidak ragu-ragu. Informasi berkaitan dengan keamanan, stabilitas politik, dan stabilitas ekonomi dapat memberi kepastian investor untuk memulai berbisnis atau menanamkan modal untuk berbisnis.

Pemberitaan berkaitan dengan toleransi dan kebersamaan di masyarakat, antusiasme masyarakat dalam memajukan industri pariwisata desa akan menyebabkan pihak lain berpartisipasi. Keberhasilan kelompok industri kecil dalam memproduksi barang-barang bernilai ekspor, pagelaran seni dan budaya, dan kebersamaan mereka menjadi daya tarik warga untuk berpartisipasi. Artinya, jurnalis mampu menggerakkan masyarakat untuk memiliki kualitas hidup lebih baik dengan karya-karya jurnalistik yang tidak hanya menarik tetapi memiliki manfaat.

Selain menyampaikan hal-hal yang serius, jurnalis juga bisa menginformasikan berita-berita yang ringan dan menghibur. Liputan berupa *features* profesi pemecah batu split di sungai dapat menjadi karya jurnalistik yang bagus bila secara seimbang menginformasikan aktivitas keseharian mereka, keluarga mereka, dan tantangan yang akan dihadapinya. Demikian pula jurnalis dapat menyampaikan karya-karya jurnalistik yang bernilai humanisme, sejarah, sains, dan teknologi.

1.4. Jurnalisme sebagai Pilar Keempat Demokrasi

Di era keterbukaan seperti sekarang ini, pers memiliki peran penting sebagai sarana kontrol sosial. Kedudukan lembaga eksekutif, legislatif, dan yudikatif memerlukan pilar keempat yaitu pers. Dalam fungsinya sebagai sarana kontrol sosial pers diberi kebebasan dalam pemberitaan yang diperluan warga. Dalam deklarasi PBB tentang HAM disebutkan bahwa wartawan memiliki hak untuk berpedapat dan berekspresi, termasuk kebebasan dalam mencari, menerima, dan menyebarkan informasi melalui media.

Pelarangan media cetak, pembredelan sudah tidak terjadi lagi di era Reformasi pasca-1998.

Untuk mengakomodasi tugas jurnalis supaya masyarakat memperoleh informasi yang memadai diperlukan sikap positif pejabat negara, lembaga, atau siapa pun juga dalam mengungkapkan masalah ketidakadilan. Menurut Abdul Muis (1999) untuk menyebarkan informasi jurnalis—ada yang menyebut wartawan—wajib menimbang beberapa hal. *Pertama*, ia harus mampu menimbang hati nurani apakah fakta yang diperoleh layak atau tidak layak diberitakan. Wartawan wajib memprediksi dampak terhadap pemberitaan. Pemberitaan yang memiliki peluang menimbulkan konflik di masyarakat dipertimbangkan untuk tidak diberitakan. *Kedua*, wartawan harus mematuhi Kode Etik Jurnalistik (KEJ) dan berbagai undang-undang peraturan pemerintah terutama tentang penyiaran. Kode etik merupakan landasan moral bagi wartawan dalam menjalankan profesinya,

Dalam menjalankan fungsinya sebagai sarana kontrol sosial yang diperlukan warga jurnalis bersikap netral. Dalam menghadapi sumber berita, wartawan wajib bersikap jujur, sopan, dan menghormati sumber berita. Sekalipun kebebasan pers dijamin, namun dalam melaksanakan kebebasan itu, wartawan tetap berpegang pada kode etik yaitu tidak memojokkan sumber berita (Siregar, 1996). Kasus pengusiran wartawan, kekerasan, bahkan pembunuhan tidak akan terjadi bila wartawan mampu menyampaikan fakta secara objektif dan berimbang.

Kebebasan berdemokrasi dalam menyampaikan fakta yang diperlukan warga tidak selalu berjalan mulus. Ada pro dan kontra. Ada yang diuntungkan dan dirugikan dalam pemberitaan media. Bagi yang merasa dirugikan atas pemberitaan yang mencemarkan nama baik mereka dapat meminta hak jawab kepada media yang memublikasikan. Jika tidak puas atas klarifikasi dapat meningkatkan tuntutan secara hukum.

Dalam kapasitasnya sebagai lembaga kontrol sosial, pers wajib melakukan beberapa hal. *Pertama*, lembaga pers rajin

melakukan pelatihan dan penyegaran untuk wartawan. Menurut Masmiar Mangiang (Dhakidae, 1994) pelatihan jurnalistik akan mengantarkan pers pada mutu dan standar jurnalisme, sekaligus ajang pendidikan profesionalisme. Kualitas pemberitaan atas riset yang dilakukan oleh Deddy Irwandy, Rizka Septiana, dan Artini (2020) menunjukkan bahwa kualitas jurnalistik DKI Jakarta dapat dilihat pada skor Indeks Kemerdekaan Pers (IKP) Provinsi DKI Jakarta pada 2020 yakni 72.63, masih masuk kategori baik, namun posisinya pada urutan ketiga dari bawah dari 34 provinsi. Ini artinya kualitas pers DKI Jakarta dapat dikatakan buruk. Skor tersebut turun dibanding IKP DKI Jakarta tahun 2019 yakni 74.37. Meski skor menunjukkan baik, namun kualitas jurnalistik dapat dimaknai masih buruk karena masih sangat jauh menuju angka 100. Tahun 2019 tercatat 600 pengaduan masyarakat ke Dewan Pers, yang sebagian besar karena pelanggaran Kode Etik Jurnalistik, antara lain karena tidak melakukan konfirmasi, masih menerima suap, kloning berita, dan plagiat.

1.5 Media Penjaga Masyarakat Kewargaan

Berbagai slogan yang berpihak pada warga menjadi identitas surat kabar Indonesia. *Kompas* melabeli korannya dengan “Suara Hati Nurani Rakyat”. *Suara Pembaruan* dengan slogan “memperjuangkan harapan rakyat dalam pembangunan nasional berdasarkan Pancasila”. *Republika* dengan slogan “Mencerdaskan Kehidupan Bangsa”, dan masih banyak slogan yang dimiliki surat kabar dan majalah sebagai identitas yang berpihak pada warga. Berbagai pertanyaan sekarang muncul dengan merebaknya berbagai media. Benarkah pers menempatkan informasi edukasi yang dibutuhkan warga? Benarkah pers sudah mampu memberikan informasi dan menyajikan fakta secara objektif? Benarkah pers sudah mampu memberi kepastian kepada pembaca untuk mengambil langkah-langkah ke depan? Semua pertanyaan itu wajib diberikan oleh media kepada warga.

Bgitu pentingnya pers dalam kehidupan berbangsa dan ber-

negara. Thomas Jefferson menganggap lebih baik ada pers tanpa pemerintah daripada ada pemerintah tanpa pers. Mantan Jaksa Agung Ali Sahid mengatakan bahwa “wartawan adalah wakil rakyat tanpa dipilih dalam pemilihan umum, sebab pekerjaannya menulis berdasarkan aspirasi rakyat. Seharusnya wartawan dengan informasi yang disampaikan lebih berkuasa daripada penguasa. Wartawan adalah penguasa wilayah Indonesia (Atang Ruswita, 1996: 1).

Menghadapi era reformasi dan keterbukaan informasi, industri media memiliki peluang besar. Dengan membaiknya tingkat ekonomi dan makin meningkatnya jumlah kelas menengah berarti makin meningkatnya daya beli masyarakat dan media memiliki nilai jual. Jika pada era kejayaan media cetak dunia industri, korporasi dan lembaga mengiklankan melalui media cetak sekarang porsinya sudah sangat sedikit. Pada umumnya industri dan korporasi mempromosikan diri melalui situs web, media elektronik, dan media sosial. Mengapa? Dunia industri dan korporasi memerlukan kecepatan dalam mempromosikan produknya dan hal itu kurang efektif bila disampaikan melalui media cetak.

Saat ini informasi apa pun bisa diakses melalui gawai berkaitan dengan bisnis, transaksi, penerbitan, bahkan dalam pelatihan dan pembelajaran. Pengemasan konten informasi dan edukasi saat ini dilakukan dengan cepat dan jangkauan yang luas. Sudah tidak ada monopoli dalam pemberitaan karena setiap media mampu menghasilkan dan mengemas berita dengan perspektif yang dimilikinya.

1.6. Idealisme dan Pragmatisme dalam Jurnalistik

Jurnalis yang idealis akan menyampaikan informasi yang diperlukan masyarakat. Sebaliknya, jurnalis yang pragmatis melaksanakan pekerjaan hanya karena tuntutan tugas sebagai karyawan media. Wartawan yang idealis akan menuai banyak risiko daripada wartawan yang pragmatis. Pengungkapan

skandal Watergate 1974 seperti yang dilakukan oleh wartawan *The Washington Post* Carl Bernstein dan Bob Woodward berakhir dengan mundurnya Presiden Richard Nixon dari kursi kepresidenan.

Dalam kasus di Indonesia, terjadi ironi terbunuhnya wartawan *Bernas* Fuad Muhammad Syafruddin alias Udin. Hanya karena memberitakan pemilihan bupati Bantul dan penyimpangan dana iuran pembangunan desa (IDT) yang jumlahnya tidak seberapa yang menyebabkan dia dianiaya dan menyebabkan kematiannya.

Apakah di era keterbukaan seperti saat ini media masih memiliki idealisme menyuarkan kebenaran dan hati nurani rakyat? Ataukah melakukan pragmatisme untuk meraup keuntungan dari industri media? Dalam konteks masa kini tugas jurnalis bukan semata-mata menciptakan perubahan yang diinginkan masyarakat, tetapi memberi pendidikan kepada masyarakat bahwa perubahan itu akan terjadi. Gencarnya pemberitaan yang pro dan kontra apa yang dilakukan pemerintah, persoalan penegakan hukum terutama pada koruptor, seharusnya jurnalis mampu menyajikan informasi secara objektif dan proporsional. Masyarakat menginginkan sumber berita dari berbagai pihak dan seimbang. Jurnalis memberi kesempatan pembaca untuk menarik kesimpulan atas fakta yang disampaikan.

Atang Ruswita (1996) menyarankan agar wartawan mampu menyajikan informasi yang (1) jelas, logis, lengkap, menyangkut semua aspek pemahaman; (2) menggugah rasio bukan hanya yang merangsang emosi; (3) bisa dipakai sebagai alat untuk menempatkan diri di tengah kehidupan dan sebagai alat untuk menjalankan perannya; (4) memberi gambaran multidimensi berlatar belakang masa lalu, masa kini, dan masa depan; (5) bisa digunakan pembaca untuk memahami perubahan sosial dan lingkungan (6) bisa dipakai mengatasi kecemasan, ketidaktahuan, harapan, dan hasrat; (7) bisa dipakai sebagai alat mengonfirmasikan sikap dan pendapat sendiri; (8) memberi petunjuk bagaimana melakukan pekerjaan, atau mengatasi masalah pelik yang

dihadapi; (9) bisa dipakai sebagai alat ekspresi diri; (10) membantu mengangkat prestise; dan (11) membantu individu mengatasi keraguan atas sikap yang diambilnya.

Pelatihan jurnalistik diperlukan untuk mewujudkan idealisme jurnalis seperti disebutkan di atas. “Hanya Si Pandirlah yang mempunyai anggapan, wartawan dilahirkan bukan untuk dididik,” demikian kata Joseph Pulitzer sang maestro jurnalis yang namanya diabadikan sebagai Pulitzer Award sebuah anugerah jurnalistik bergengsi tingkat dunia.



MENUJU JURNALISME MASYARAKAT KEWARGAAN

Untuk menciptakan masyarakat yang damai sejahtera, madani, *shalom*, jurnalistik memiliki peran penting untuk membangkitkan masyarakat mewujudkan kesejahteraan umum, demokratis untuk kebahagiaan bersama. Kesenjangan yang terjadi dalam penguasaan ekonomi pada golongan tertentu, kesempatan dalam memperoleh pendidikan yang sama atau yang dikenal dengan *education for all*, kemerdekaan dalam mengemukakan pendapat tanpa rasa takut dan tekanan, merupakan tujuan jurnalistik. Fenomena yang terjadi, bahkan yang akan terjadi menjadi bahan tulisan jurnalis untuk menyampaikan fakta-fakta empiris agar warga dapat mengantisipasi semua perubahan yang terjadi.

Rencana pengangkatan 1 juta pegawai negeri dengan perjanjian misalnya, perlu disampaikan oleh jurnalis kepada warga. Bagaimana mekanisme rekrutmen, siapa yang paling mendapat prioritas dalam pengangkatan PNS dengan perjanjian, berapa dana negara yang diperlukan untuk pengangkatan itu dan diperoleh dari mana, dan di mana mereka akan ditempatkan, merupakan informasi yang diketahui warga. Pengangkatan PNS dengan perjanjian dimaksudkan untuk mengangkat guru-guru swasta yang sudah memiliki pengabdian sebagai guru. Tentunya, bukan untuk *fresh graduate* atau lulusan baru. PNS perjanjian juga tidak mendapatkan hak pensiun yang berbeda dengan PNS pada umumnya.

Pemberitaan kasus lain seperti bantuan sosial (bansos) disampaikan jurnalis kepada warga agar mereka mengetahui berapa besar bantuan itu, mekanisme penyalurannya seperti apa, dana itu diperoleh dari mana, dan prioritas penggunaannya. Hal sama juga reportase tentang bantuan-bantuan pembangunan yang diberikan pemerintah kepada masyarakat, besaran, peruntukan, dan pengawasan disampaikan kepada warga sebagai informasi yang membahagiakan. Bantuan untuk membuat irigasi pertanian yang dikelola masyarakat, bantuan sosial untuk lembaga yang memberdayakan difabel, peran-peran lembaga dan institusi dalam pembedayaan difabel merupakan konten jurnalistik yang membahagiakan.

Mengapa jurnalis juga harus berpihak kepada difabel? Sebab masyarakat pada umumnya menganggap difabel harus dikasihani, bukan diberdayakan untuk masa depannya. Difabel perlu diberi keterampilan agar mereka memiliki hak yang sama dalam bekerja dan berusaha. Oleh karena itu informasi berkaitan dengan lembaga-lembaga pemberdayaan difabel perlu disampaikan.

Liputan-liputan dan gelar wicara yang memberi inspirasi warga seperti acara *Kick Andy* di televisi swasta, acara jelajah nusantara, dan *features* tentang kisah manusia dapat mengedukasi warga arti kerja keras, toleransi, bela rasa, dan partisipasi untuk mewujudkan harapan yang lebih bagus. Konten-konten yang berkaitan dengan ekologi dan persoalan lingkungan hidup seharusnya menjadi fokus dalam jurnalisme. Polusi udara, air, perubahan iklim yang menyebabkan air laut pasang, kerusakan lingkungan akibat eksploitasi hutan, tambang, dan bagaimana pemecahannya dapat menjadi bahan inspirasi warga agar mereka berpartisipasi dalam menjaga lingkungan hidup. Masalah kebiasaan membuang sampah ke sungai, membakar sampah plastik, dan memakai bahan-bahan plastik yang berlebihan dapat menjadi konten edukasi, bagaimana warga berpartisipasi dalam menciptakan lingkungan yang bersih dan sehat.

2.1 Jurnalisme dan Komunikasi Masyarakat Kewargaan

Menyambut era keterbukaan di bidang informasi, media massa memiliki peran penting dalam menyampaikan aspirasi masyarakat perihal ketertiban, kejujuran, kerja keras dengan liputan-liputan yang menumbuhkan dimensi humanisme, demokrasi, dan keadaban. Oleh karena itu, pemerintah dan institusi negara dan swasta mendukung peran pers dalam memberdayakan warga sesuai aspirasi mereka. Lembaga-lembaga pelatihan pers perlu melakukan pelatihan jurnalistik dan peliputan khusus.

Menurut Jacob Oetama (2001: 386) pers juga wajib mengge-lorakan kesadaran bela negara. Kesadaran bela negara berupa ketahanan nasional. Sesuai konsep dan persepsi perihal keamanan dan ketahanan, pengertian keamanan bukan hanya fisik tetapi mencakupi ideologi, konstitusi, bahkan persatuan dan kesatuan bangsa. Dasar bela negara adalah kecintaan kepada tanah air, kesadaran berbangsa dan bernegara Indonesia serta keyakinan akan kesaktian Pancasila dan kerelaan berkorban. Bela negara merupakan kesadaran hak dan kewajiban warga negara. Bukan saja ditekankan tetapi dibangun di atas keyakinan akan kekuatan sendiri, keyakinan akan berhasil dan tidak kenal menyerah.

Munculnya penggemar budaya asing, ideologi, bahkan gaya hidup dalam masyarakat perlu diantisipasi dengan edukasi jurnalis bahwa bangsa Indonesia itu sangat multikultural, punya 300 kelompok etnis, ribuan pulau yang terpisah lautan (17 ribu pulau) memiliki 718 bahasa, memiliki 6 agama besar dan kepercayaan dapat dipersatukan dalam Sumpah Pemuda dan Ideologi Pancasila. Oleh karena itu, edukasi jurnalis dalam bela negara menjadi edukasi warga betapa pentingnya mempertahankan dan memajukan negara kesatuan republik Indonesia yang berdasarkan Pancasila dan UUD 1945.

Cinta tanah air. Hal itu yang wajib disadari oleh jurnalis untuk disampaikan kepada warga. Warga memiliki kesadaran pentingnya nasionalisme dan persatuan bangsa. Jika pada masa penjajahan cinta tanah air dengan cara berperang dengan penjajah,

cinta tanah air masa kini diartikan mencintai rakyat, bumi, air, dan kekayaan alam, flora dan fauna. Yang mengagumkan bagi mereka yang berbisnis jangan hanya memanfaatkan peluang bisnis (*bussiness opportunity*), tetapi juga juga mengemban visi untuk memakmurkan rakyat. Sikap cinta lingkungan dengan tidak mengeksploitasi alam seperti pembabatan hutan (industri) dan eksploitasi tambang, perlu disampaikan sebagai konten edukasi kepada pengusaha maupun warga yang berdampak. Menumbuhkan bisnis dengan semangat cinta SDA, dan cinta rakyat, dilakukan melalui pembangunan watak dan karakter yang disesuaikan dengan zaman. Pendidikan karakter bukan hanya berupa pengetahuan, tetapi praktik dalam kehidupan bermasyarakat seperti menghargai alam, toleransi, hidup disiplin, bersih dan beriman.

Peranan pers dalam masyarakat tetap *pada to inform, to communicate, to influence public opinion*, namun peran yang berubah sesuai dengan perkembangan dan perubahan yang terjadi di masyarakat. Perubahan-perubahan itu bag Jacob Utama (2021:434-435) dilakukan dengan pertimbangan berikut.

1. Perlunya mempertimbangkan kerangka referensi dan *common fied of experience* dari audiens maupun dari pemimpin pemerintahan yang menjadi partner komunikasi pers.
2. Perlunya mengubah atau menyesuaikan orientasi dan sikap masyarakat terhadap orientasi dan seperangkat nilai atau sikap baru yang dibawa oleh pembangunan nasional.
3. Perlunya memperkenalkan, menyebarkan penyosialisasian, *socialize*, orientasi, dan seperangkat nilai serta sikap baru itu kepada masyarakat. Sebab, salah satu dimensi yang penting dari pembangunan adalah terjadinya peralihan dari seperangkat nilai lama ke serangkaian nilai baru. Adaptasi merupakan perkara yang menentukan.
4. Dalam pembangunan nasional akan terjadi kemajuan yang tidak serentak. Kemajuan yang tidak serentak itu menim-

bulkan kesenjangan sosial. Apabila melampaui suatu batas toleransi masyarakat, *social gap*, itu akan mencapai titik rawan keonaran. Bagaimana pers berperan sebagai pengisyarat dini, pemberi isyarat dini, *early warning signal*, yang dibenarkan karena itu efektif.

5. Sesungguhnya, apakah faktor-faktor yang membuat pembangunan berjalan: sumber kekayaan alam, modal, teknologi, atau *human resources*? Terjadi artikulasi baru, *human resources* (SDM) memperoleh tempat teratas yang paling penting.

Menyuarakan pesan-pesan pembangunan yang diinginkan masyarakat merupakan tugas jurnalistik. Sayangnya masih banyak bermunculan “media abal-abal” yang tidak melakukan prinsip jurnalistik dan berafiliasi pada kepentingan tertentu. Akibatnya ada pembelahan informasi yang pro dan kontra terhadap jurnalistik seperti itu. Padahal warga memerlukan informasi yang netral dan objektif. Munculnya para *buzzer*—penulis bayaran untuk membela kepentingan tertentu—sering memunculkan hoaks dan ujaran kebencian (*hate speech*). Pembaca harus berpikir ulang untuk membedakan informasi yang ditulis jurnalis yang profesional atau “jurnalis abal-abal”.

2.2 Tantangan Jurnalisme di Era Kebebasan Informasi

Tantangan jurnalistik di era kebebasan informasi adalah mengakomodasi aspirasi, harapan, dan keinginan warga atas fenomena dan perubahan yang terjadi. Kebebasan informasi wajib dikelola sedemikian rupa sebagai sarana perekat warga menyikapi perubahan yang terjadi. Menurut Asep Setiawan, anggota Dewan Pers nasional bahwa dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi setiap orang dapat membuat artikel dan berita. Hal ini yang membuat posisi jurnalis dan warga menjadi setara. Dengan menghasilkan karya-karya jurnalistik yang baik, maka jurnalis profesional dapat menunjukkan diri berbeda dengan masyarakat awam atau warga pada umumnya. Dengan karya-karya jurnalistik

yang dihasilkan para jurnalis profesional menyebabkan warga tidak beralih memperoleh berita dari media sosial yang ditulis oleh orang awam.

Jurnalis masa depan adalah jurnalis yang mampu melakukan reportase investigatif, bukan jurnalis yang melakukan konspirasi dengan memproduksi berita dan informasi yang bersifat provokatif. Oleh karena itu dalam melaksanakan laporan investigasi seorang jurnalis wajib membekali diri dengan kelengkapan senjata jurnalistik.

Pertama, dalam menghasilkan produk jurnalistik berpedoman pada kode etik jurnalistik, menjaga etika terutama yang berkaitan dengan persoalan suku, agama, dan budaya masyarakat. Sanggup merahasiakan narasumber, menuliskan fakta secara berimbang, dan mengkover dari dua sisi. Wartawan selain memiliki bidang ilmu sesuai tugas jurnalistik, mereka wajib mengasah intelektualnya dengan perspektif ilmu sosial, budaya, dan politik. Peningkatan mutu jurnalis dapat dilakukan secara formal dengan kuliah di perguruan tinggi maupun melalui pelatihan-pelatihan jurnalistik baik di dalam dan di luar negeri. Mempelajari ilmu pengetahuan secara transdisipliner dan interdisipliner merupakan tuntutan jurnalis untuk memahami perubahan dan kecenderungan di masyarakat secara akademik.

Kedua, jurnalis sanggup meliput dan menyampaikan berita dan gambar dalam waktu cepat dalam berbagai peristiwa di berbagai wilayah. Jurnalis tidak menunggu mendapatkan berita, namun berburu berita dan fakta yang layak terberitakan. Partisipasi dan gotong royong masyarakat dalam pembangunan, inisiatif warga dalam mengubah kehidupan yang lebih baik, merupakan konten yang layak disajikan kepada warga.

Ketiga, pemberitaan fakta berpihak pada kepentingan dan keinginan warga. *Keempat*, jurnalis sanggup berperan sebagai media kontrol sosial, membeberkan fakta secara objektif, empiris, konstruktif, dan korektif seperti diamanatkan dalam Undang-Undang No 40 Tahun 1999 tentang pers.

Kelima, hadirnya Dewan Pers, mampu sebagai jembatan dalam menyelesaikan konflik jika ada komplain atas pemberitaan media oleh masyarakat maupun negara.

Tantangan profesionalisme para jurnalis, bukan hanya ditentukan oleh kompetensi dalam melakukan laparan investigasi (*investigative report*), namun juga mampu memilah dan memprioritaskan kemanfaatan laporan investigasi yang dilakukan. Dalam konteks Indonesia yang sedang menjalankan demokrasi, mewajibkan jurnalis melakukan fungsi kontrol dan kritik terhadap kejahatan kemanusiaan, korupsi, kolusi, dan nepotisme, kerusakan lingkungan hidup, dan bagaimana mencegahnya menurut keinginan warga.

Tugas jurnalis tidak membaca koruptor dan pelaku kejahatan terhadap lingkungan hidup saja, tetapi dengan karya jurnalistik warga memperoleh informasi para pelaku korupsi. Kegiatan korupsi sebagai kejahatan luar biasa (*extra ordinary crime*) dan memerlukan penanganan luar biasa. Kehadiran Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) harus didukung untuk menangkap dan mengembalikan hasil korupsi koruptor kelas kakap. Dengan informasi dan fakta tentang korupsi dan kejahatan kemanusiaan warga akan berpartisipasi dalam mendukung aparat hukum—kepolisian dan kejaksaan—menangkap dan memproses secara hukum pelakunya.

2.3 Jurnalisme sebagai Media Informasi

Dalam bukunya *Megatrends*, John Naisbitt menangkap 10 kecenderungan perubahan di Amerika yang dianalisis dari surat kabar dan majalah. Lebih dari enam ribu surat kabar ia ikuti dan menganalisisnya bertahun-tahun. Orang bisa menyimpulkan kecenderungan-kecenderungan yang terjadi di masyarakat. Bahkan informasi dari pemberitaan dapat dijadikan bahan analisis untuk mengetahui siapa pemenang pemilihan gubernur atau bupati pada perhelatan Pilkada.

Orang yang “membaca” media massa baik cetak maupun elektronik sejatinya tidak hanya ingin mengetahui kejadian, tetapi lebih dari itu ingin mendapatkan perkembangan kejadian demi kejadian. Dengan mengetahui perkembangan kejadian, orang tidak hanya memiliki pengetahuan tentang situasi tetapi dapat menyesuaikan situasi, bahkan menguasai situasi untuk kepentingannya. Seorang pebisnis, investor, dan pialang saham memerlukan perkembangan terkini yang terjadi di masyarakat melalui media bisnis dan ekonomi.

Seorang calon pemimpin daerah yang akan berkompetisi di Pilkada tentu harus mengetahui respons masyarakat terhadap calon pemimpinnya sehingga sang calon dapat menyesuaikan keinginan masyarakat. Orang memerlukan media massa karena media sebagai salah satu sarana hidup, bahkan yang mengetahui informasi lebih dulu, kata Alvin Toffler sang futurolog.

Pertanyaan penting yang harus dijawab adalah mengapa media massa erat hubungannya dengan kehidupan? Jawabannya karena pergaulan antarmanusia, semua persoalan hidup, kerisauan dan harapan, kesedihan dan kegembiraan, kemarahan dan kegirangan semua menjadi konten berita, melalui pemberitaan konten yang demikian warga merasa memperoleh informasi sekaligus menghibur.

Konten media massa tidak hanya hal tertentu saja tetapi juga aktual. Kejadian dan pemasalahan yang ditulis itu “baru terjadi” sedang viral karena cepat ditulis dan disiarkan. Dengan demikian, apa pun peristiwa dan kejadian di bumi mana pun dalam waktu cepat akan terinformasikan kepada warga. Aktualitas merupakan hal yang diinginkan warga. Orang yang paling cepat mengetahui kejadian merekalah yang diuntungkan. Informasi ihwal lowongan pekerjaan, rekrutmen pegawai, lelang barang, dan lowongan atas jabatan, peluang mendapat beasiswa yang diinformasikan jurnalis akan sangat bermanfaat bagi warga yang sedang mencari pekerjaan dan peluang.

Hal yang berkuasa bukan hanya ilmu tetapi juga informasi. Untuk mendorong pengusaha kecil misalnya, bukan hanya penyer-taan modal, tetapi bagaimana mereka memperoleh informasi dan kesempatan dan peluang mewujudkan usaha dan berhasil.

Demikian pula orang yang hidup di tengah lingkungan yang jalan hidupnya searah memerlukan pengetahuan tentang peru-bahan-perubahan itu, agar tidak ketinggalan dan agar dapat menempatkan diri dari perubahan itu. Hanya dengan gawai, orang bisa bertransaksi dengan bank tidak harus pergi ke bank. *e-banking* memberi kemudahan warga untuk melakukan berbagai transaksi menggunakan jasa bank virtual.

Demikian pula kehadiran aplikasi Gojek, Grab, Ovo, dan lokapasar membuat warga dimudahkan melakukan transaksi pembelian dan pembayaran beraneka kebutuhan hanya dengan gawai dari rumah. Jika Anda malas memasak cukup memanfaatkan GoFood. Jika Anda hendak pergi ke sebuah tempat bisa meman-faatkan GoRide. Anda malas membersihkan rumah atau ingin dipijat semua cukup dilakukan melalui gawai. Perubahan radikal itu akan terjadi dan akan terus terjadi. Zaman telegram dan telepon rumah sudah diganti dengan gawai. Warnet tidak ada pelanggan karena dengan gawai orang bisa menggunakan *wifi* bahkan gratis. Persoalan perubahan akan terus terjadi dan warga wajib mengantisipasi dengan informasi yang diperoleh dari media.

2.4 Jurnalisme sebagai Media Edukasi

Jurnalistik memiliki spektrum pembaca tanpa mengenal tingkat usia, status sosial, dan tingkat akademik. Pertanyaannya, apakah jurnalisme yang berkembang di media massa mampu menjadi alat untuk mencerdaskan dan mengembangkan intelektualisme SDM? Pers mampu sebagai media edukasi manakala konten yang disampaikan membangkitkan semangat dan memberi pengetahuan baru atas fakta yang disajikan. Pers masa kini bebas melakukan liputan-liputan yang diinginkan warga dengan mematuhi prinsip dan etika jurnalistik. Berbeda dengan pers di

masa Orde Baru yang mengontrol bahkan melakukan pembredelan terhadap industri pers. Pers masa kini bebasewartakan fakta-fakta dan perubahan yang terjadi di masyarakat tanpa takut. Jika ada yang tidak berkenan dan protes terhadap fakta dan informasi yang disampaikan jurnalisme, mereka dapat melakukan keberatan melalui surat pembaca dan media wajib memberikan jawaban. Namun, jika hak jawab tidak memperoleh kesepakatan, mereka yang bersengketa dapat membawa masalah tersebut kepada aparat hukum. Semua pemberitaan yang dapat menimbulkan gejolak, friksi, bahkan perpecahan, warga dapat melaporkan jurnalisme tersebut ke aparat yang berwajib. Kasus publikasi pencemaran nama baik, penistaan agama, penistaan terhadap suku dan hal-hal sensitif yang diwartakan dan merugikan warga dapat diproses secara hukum.

Di masa sekarang, siapa pun mampu membuat konten-konten yang bisa ditayangkan melalui situs web atau YouTube. Konten-konten yang disiarkan secara bebas itu seharusnya memanfaatkan norma-norma yang tidak merendahkan keberadaan suku, agama, ras, dan golongan. Dalam menyampaikan konten—terutama yang sensitif—dilakukan dengan penuh kehati-hatian, menggunakan prinsip dan etika jurnalistik agar tidak terseret pada masalah hukum.

Dalam Undang-Undang ITE pasal 45 No. 11 disebutkan orang yang dengan sengaja tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan atau membuat dapat diaksesnya informasi elektronik dan /atau dokumen elektronik yang memiliki muatan yang *melanggar kesusilaan* sebagaimana yang diatur dalam pasal 27 ayat (1) dipidana paling lama 6 (enam) tahun dan /atau denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar). Terhadap *kasus perjudian* sebagai dimaksud dalam pasal 27 ayat (2) dipidana paling lama 6 tahun dan /denda paling banyak 1 miliar. *Penghinaan* dan *pencemaran* nama baik dipidana paling lama 4 tahun dan /atau denda paling banyak Rp750.000.000,00 (tujuh ratus lima puluh juta rupiah). Muatan pemerasan dan/atau pengancaman dipidana

penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak satu miliar rupiah.

Dengan pemberitaan yang akurat, profesional, jurnalis dapat menghindari penulisan yang mengakibatkan jerat-jerat hukum seperti penyiaran berita kesusilaan, perjudian, penghinaan dan pencemaran nama baik, dan muatan pemerasan dan/atau pengancaman. Masyarakat seyogianya untuk hati-hati mentransmisikan berita tanpa hak. Kasus penyiaran konten YouTube penghinaan agama yang dilakukan oleh M. Kece, misalnya dapat dikenai pidana karena mengandung unsur pidana dan bertentangan dengan Undang-Undang ITE. Salah satu fungsi jurnalistik adalah edukasi, selain juga memberi informasi, dan rekreasi sekaligus sebagai alat kontrol sosial. Edukasi yang dilakukan jurnalis tentunya yang mengandung unsur dapat memberikan motivasi, pencerahan, dan pengetahuan baru yang bermanfaat bagi warga.

Reportase atau jurnalistik tentang peluang investasi dan bisnis yang diberikan oleh wartawan ekonomi dapat memberi pencerahan pada pebisnis, pelaku ekonomi, dan masyarakat yang berkaitan dengan pemberitaan itu. Pemberitaan sikap toleran untuk menerima kehadiran budaya dan warga asing dalam suatu wilayah, etos kerja masyarakat yang tinggi, akan menjadi pemantik investor untuk mendirikan perusahaan di tempat tersebut. Arti jurnalistik yang sesungguhnya adalah menyampaikan informasi kepada masyarakat sekaligus mengedukasi mereka menyalurkan aspirasi untuk menentukan keputusan secara benar.

2.5 Jurnalisme sebagai Pemberdaya Masyarakat

Mochtar Lubis dalam pengantar buku *Wartawan Asia* (1987) melukiskan beban berat yang harus dialami wartawan. Wartawan yang tidak profesional dalam memproduksi berita akan mengalami perundungan dan penyiksaan. Bahkan, dalam beberapa kasus ada penyiksaan wartawan yang mengakibatkan kematian. Mantan wartawan *Antara*, seorang sastrawan, yang masuk penjara di masa

pemerintahan Orde Lama dan Orde Baru atas karya jurnalistiknya.

Wartawan wajib memupuk rasa ingin tahu yang kuat tentang fenomena yang terjadi di masyarakat. Kegiatan jurnalis, perjuangan jurnalis, aspirasi jurnalis, kejujuran dan ketulusan jurnalis yang menimbulkan rasa haru kepada warga maupun pada dirinya sendiri. Pilihan menjadi jurnalis atau wartawan merupakan keputusan yang tidak ringan.

Kuatnya pengaruh penguasa dalam kehidupan masyarakat, tidak jarang membuat jurnalis tidak berlaku netral dalam mengungkapkan fakta dan fenomena. Jurnalis tidak sebebaskan menyampaikan berita yang hanya memuat sebatas sebuah fakta. Jurnalis wajib memilah dan memilih berita yang menjadi aspirasi masyarakat. Kehadiran wartawan profesional dapat berkontribusi dalam menadahi aspirasi warga melalui karya-karya jurnalistiknya.

Di masa krisis akibat pandemi Covid-19 ini tentu berdampak pada kinerja jurnalis, ketika masyarakat statis dalam kegiatan akibat pembatasan kegiatan. Perkembangan ekonomi di masyarakat juga belum menggembirakan. Kesehatan masyarakat menurun drastis, peluang bisnis macet, akibatnya banyak karyawan yang dirumahkan. Jurnalis sanggup memberi wawasan (*insight*) atau pencerahan apa yang bisa dilakukan di era pandemi yang penuh dengan perubahan-perubahan. Jumlah suspek pandemi Covid-19 yang belum menurun, kesadaran masyarakat untuk melaksanakan protokol kesehatan dengan melakukan 5M (*mencuci* tangan dengan air mengalir, *memakai* masker, *menjaga* jarak, *menjauhi* kerumunan dan mengurangi mobilitas).

Masyarakat perlu memahami bahaya Covid-19 dan dampaknya terhadap kesehatan dan ekonomi. Oleh karena itu warga perlu diberdayakan melalui edukasi mengantisipasi bahaya Covid-19 dan bagaimana bertahan di era pandemi yang melanda di seluruh dunia. Media massa baik cetak maupun elektronik—terlebih di masa pandemi—dapat memerankan diri sebagai penyedia informasi atas fakta, peristiwa dan fenomena yang terjadi di masyarakat. Jika pers memosisikan pada pemberdayaan masyarakat

tentu mampu mempraktikkan independensi atas fenomena dan persoalan yang terjadi di masyarakat.

Dalam bahasa jurnalistik ada proporsi pemberitaan kepentingan yang adalah terberitakan dan yang menerima pemberitaan. Indonesia adaah negeri zamrud katulistiwa dengan hutan lebat pepohonan yang dapat digunakan dengan bahan baku kertas. Ironisnya, harga buku dan kertas-kertas yang berkaitan dengan pembelajaran masih mahal. Kertas seharusnya menjadi alat untuk meningkatkan budaya masyarakat. Melalui bacaan yang dicetak, karya-karya jurnalistik berupa opini dan *features* dapat memperkaya informasi dan pengetahuan baru. Keinginan untuk mempercepat minat baca masyarakat tinggi tentu harus diikuti oleh harga buku, majalah yang murah, memberi subsidi pajak pada industri percetakan dan penerbitan. Jaringan internet wajib didistribusikan ke berbagai wilayah, terlebih dalam era pembelajaran daring.

Jurnalisme yang berpihak pada warga akan menyajikan fenomena yang dialami warga baik itu pandangan, perubahan, dan aspirasi mereka untuk direalisasikan. Negara tidak akan mengalami pembelahan—pro dan kontra—manakala jurnalis tidak berpihak pada penguasa. Kecenderungan pemberitaan yang bersandar pada kepentingan pemerintah akan merugikan kepentingan warga. Hal itu karena aspirasinya tidak bersumber pada warga namun pada negara.

2.6 Jurnalisme Perdamaian

Konsep jurnalisme ini disebut dengan jurnalisme damai (*peace journalism*) yang diperkenalkan oleh Johan Galtung, seorang profesor studi perdamaian yang juga direktur Transcend Peace and Development Network pada 1970-an. Jurnalisme ini adalah praktik peliputan berita yang bersandar pada pertanyaan kritis yang melihat pada entitas suatu isu kemanusiaan. Jurnalisme genre ini lebih fokus mencari perdamaian, resolusi, rekonstruksi dan rekonsiliasi dalam memandang konflik. Konflik Rohingya bisa

saja meluas. Hal itu dapat didorong dengan isu-isu suku, agama, ras, dan antargolongan (Rengkaningtias, 2017).

Jurnalisme ini biasanya memberi informasi perdamaian terhadap resolusi konflik. Kasus yang paling besar diliput media Indonesia adalah pemberitaan perdamaian antara Gerakan Aceh Merdeka (GAM) dan Pemerintah Indonesia yang di mediasi di Kota Helsinki antara Jusuf Kalla dan Tengku Hasan Tiro pemimpin GAM yang bermukim di Swedia. Hasilnya Aceh diberi otonomi khusus sebagai daerah dengan menerapkan syariat Islam dalam pemerintahan dan adanya partai lokal di luar partai nasional. Provinsi Aceh juga memberlakukan Kanun dalam menegakkan disiplin masyarakat. Pemberitaan konflik antara pasukan Indonesia dan pejuang Gerakan Aceh Merdeka menemui titik temu ketika pihak yang berkonflik dipertemukan dalam satu forum khusus.

Demikian juga, konflik pertikaian Suku Dayak dan Madura yang terjadi di Kalimantan, tepatnya di Kota Sanggao Ledo dan Sampit yang menelan banyak korban jiwa dapat diselesaikan secara adat dan jurnalis berjasa dalam memadamkan konflik tersebut. Demikian pula, dengan kasus berdarah di Ambon dan Maluku Utara diselesaikan dengan perdamaian. Wartawan atau jurnalis bisa menerapkan prinsip-prinsip jurnalistik dengan menulis secara objektif yang tidak menyebabkan protes atas sikap damai yang mereka ambil.

Dalam menyikapi isu konflik, diperlukan pembedaan khusus oleh media massa. Genre jurnalisme damai diharapkan dapat membawa pesan damai. Bukan justru “mengompromi” masyarakat dengan dalih persatuan/persaudaraan agama atau kelompok tertentu. Pembedaan berita secara eksklusif pada kelompok tertentu, suku, agama, ras, dan golongan perlu dihindari. Perlu memberikan informasi yang inklusif terkait sifat menghargai yang liyan (*the others*), sikap bisa bekerja sama, menghargai, dan apresiasi terhadap perbedaan perlu ditekankan dalam jurnalisme perdamaian.

Media Indonesia (2000) memberikan rambu-rambu kebijakan isi khusus dalam meliput konflik horizontal (antarwarga masyarakat).

1. Dalam menulis berita konflik horizontal semangat wartawan adalah untuk mendorong terwujudnya perdamaian, peredam konflik berdasarkan rasa saling menghargai perbedaan-perbedaan yang ada dalam masyarakat yang bersangkutan.
2. Dalam peliputan dan penulisan, wartawan menghindari cara peliputan dan penulisan yang bisa diartikan memihak salah satu kelompok masyarakat.
3. Dalam penulisan, wartawan menghindari gaya bahasa atau penggunaan kata yang justru bisa makin memperbesar/mengobarkan konflik.
4. Wartawan harus hati-hati, untuk tidak gampang menyebut pendapat salah satu figur tertentu sebagai mewakili pandangan masyarakatnya yang sedang bertikai. Jangan sampai wartawan diperalat oleh orang-orang tertentu, yang menjadikan konflik horizontal ini sebagai ajang mencari popularitas atau memperjuangkan kepentingannya sendiri.
5. Sedapat mungkin, wartawan yang menulis berita itu tidak berasal atau berafiliasi pada salah satu kelompok masyarakat yang bertikai. Berita konflik antara orang Madura dan Dayak di Kalimantan, misalnya, sebisa mungkin ditulis oleh wartawan yang bukan berasal dari kedua kelompok etnis tersebut.
6. Demi integritas bangsa, wartawan tidak menyebut atribut agama, suku, ras, dan pihak-pihak yang terlibat dalam konflik horizontal.
7. Penulisan jumlah korban kerusakan, baik berupa harta benda dan atau jiwa, harus menggunakan angka yang pasti dari sumber-sumber yang jelas. Penulisan korban tidak boleh menyebut asal kelompok, suku, golongan, dan sebagainya.

2.6.1 Jurnalisme Verifikasi

Disiplin verifikasi adalah ihwal memisahkan jurnalisme dari hiburan, propaganda, fiksi dan seni. Hiburan (*entertainment*)—dan sepupunya “*infotainment*”—berfokus pada hal-hal yang saling menggemberikan hati. Propaganda menyeleksi fakta atau mengarang fakta demi kepentingan yang lain—persuasif dan manipulatif. Fiksi mengarang skenario untuk sampai pada kesan yang lebih personal dari apa yang disebut kebenaran.

Dalam jurnalisme verifikasi wartawan harus menjaga objektivitas menulis berita hanya berdasarkan fakta dengan mempertimbangkan efek berita. Dalam kasus pemberitaan kerugian negara pada Korupsi BLBI (Bantuan Likuiditas Bank Indonesia) wartawan wajib memverifikasi pernyataan pejabat yang berkaitan dengan kasus itu. BLBI adalah bantuan Bank Indonesia yang diberikan kepada Bank-Bank gagal untuk merekonstruksi likuiditasnya. Namun, ternyata bantuan itu tidak menolong dan merugikan keuangan negara triliunan. Pemerintah berusaha menagih para debitur nakal tersebut.

Pemberitaan BLBI memberi efek keadilan pengelolaan bank. Sebagai pembanding, rakyat kecil meminjam Rp200 juta di bank harus melalui prosedur yang rumit, tersedia aset sebagai jaminan, harga aset diapresiasi (ditaksir harganya), membayar ongkos notaris dalam pengikatan dengan bank, dan membayar bunga yang tidak rendah. Jika wartawan menginformasikan kasus sensitif seperti para penunggak bank, terlebih mengekspos nama-nama penunggak dan koruptor, dia harus benar-benar melakukan verifikasi dan memperoleh data yang akurat dari narasumber primer yang bisa dipercaya. Menteri Keuangan, Gubernur Bank Indonesia, Lembaga Penjamin Bank, pengamat-pengamat perbankan menjadi narasumber yang baik untuk melakukan verifikasi perihal itu.

Dalam pemberitaan yang berkaitan dengan isu SARA, seorang jurnalis selalu menulis dengan *check and recheck* dan memperoleh data secara akurat dari orang-orang yang kredibel. Pemberitaan berkaitan dengan isu kerukunan umat beragama, pembangunan

tempat ibadah, perusakan tempat ibadah, pembunuhan yang dilakukan antarsuku, perselisihan antarwarga perlu memberi informasi yang objektif dan ditulis oleh jurnalis di luar komunitas yang berkonflik.

Verifikasi mengenai konten berita, narasumber, jalannya cerita, dan latar belakang mengapa terjadi konflik dan bagaimana upaya rekonsiliasi yang dilakukan antarkeduanya. Konflik juga terjadi antara masyarakat dan negara, khususnya hal yang berkaitan dengan kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah daerah seperti penataan tata ruang. Hal ini perlu mediasi pihak-pihak yang berkonflik untuk mencapai jalan tengah titik temu. Tidak ada pihak yang dirugikan terhadap putusan yang sudah disepakati.

Disiplin verifikasi berkaitan dengan lima prinsip intelektual dari sebuah laporan ilmiah (Kovack dan Rosentiel, 2021: 95-96) sebagai berikut.

1. Jangan pernah menambahkan sesuatu yang tidak ada dan menambahkan hal-hal yang tidak terjadi. Hal ini lebih dalam maksudnya dibandingkan dengan “jangan mengarang atau mengada-ada, sebab hal ini meliputi mengatur ulang kejadian dalam waktu, tempat, atau gabungan peristiwa.
2. Jangan pernah menipu dan menyesatkan audiens.
3. Bekerjalah secara transparan tentang metode dan motivasi Anda. Wartawan sebisa mungkin besikap terbuka dan jujur kepada audiens tentang apa yang mereka tahu dan apa yang mereka tidak tahu. Satu-satunya cara agar audiens mau berterus-terang dengan membuka sebanyak mungkin sumber data dan metode. *Apa yang Anda tahu? Siapa saja yang dijadikan narasumber? Seberapa banyak pengetahuan Anda tentang peristiwa itu?* dst.
4. Andalkan reportase Anda sendiri. Orisinalitas mengacu kepada berita yang diperoleh sendiri. Bukan dari sumber kedua. Dalam kasus skandal seks residen Bill Clinton dan pegawai magang di Gedung putih Monica Lewinsky, berita tidak boleh dibuat dari sumber anonim. Misalnya, Keduanya melakukan

hubungan intim suami-istri. Pastilah informasi tersebut tidak akan diperoleh oleh jurnalis dari tangan pertama, dan tak layak diberitakan.

5. Bersikaplah rendah hati. Wartawan harus rendah hati dengan keterampilan mereka. Wartawan harus sadar dan tak hanya harus skeptis apa yang mereka lihat tetapi juga menimbang kemampuan mereka untuk mengetahui kejadian yang sesungguhnya dari suatu peristiwa. Dalam kasus reportase investigasi atas kasus pembunuhan orang yang disangka pengikut PKI misalnya, wartawan harus memahami peristiwa tragis di Indonesia pada 1965 menyangkut korban dan pelakunya. *Mengapa pembunuhan dan penangkapan harus terjadi? Mengapa anak cucu mereka diberi stigma keturunan PKI? Apakah anak cucu merdeka diperlakukan sama sebagai warga negara dalam hak dan kewajibannya?* Wartawan harus bisa mengukur kemampuannya jika ingin melakukan penulisan investigatif berkaitan dengan hal itu.

2.6.2 Jurnalisme Independensi dari Faksi

Sejak beberapa masa terakhir, dunia pers Indonesia sering menjadi sasaran sinisme sosial. Tidak sedikit pengelola pers nasional kita, yang karena takut kalah bersaing di tengah ketatnya kompetisi media massa menerapkan kiat jurnalistik yang kurang terpuji dalam memenangkan perebutan publik media (Novel Ali, 1998: 13). Pernyataan dosen ilmu komunikasi tersebut masih relevan dan terjadi setelah dua dasawarsa pasca-Reformasi. Keberpihakan media pada faksi dengan kepentingan-kepentingan tertentu makin kentara. Munculnya para *buzzer* makin mengukuhkan pernyataan di atas. Para *buzzer* bahkan memiliki studio dan tim untuk memproduksi berita yang dipesan. Bahkan adanya dekonstruksi isi sebuah berita; majalah berita menjadi majalah politik, majalah ekonomi menjadi majalah politik.

Menyikapi munculnya ketidaknetralan para produsen berita—dalam hal ini majalah, koran, dan situs web—perlu prinsip jur-

nalisme yang dilakukan secara seimbang tokoh dan peristiwa terberitakan. Mengapa? Walaupun pers tidak sepenuhnya netral, setidaknya pers mampu berfungsi sebagai pemberdaya masyarakat. Liputan-liputan dan konten yang diberitakan diperlukan oleh masyarakat agar mereka mengetahui dan bersikap kritis atas peristiwa yang diberitakan. Wartawan menulis secara objektif atas peristiwa yang terjadi tanpa harus mempertentangkan persoalan yang menyebabkan konflik, tetapi justru menuliskan titik temu atau hal-hal yang bisa diterima kedua belah pihak. Wartawan juga tidak memiliki kepentingan terhadap narasumber atau kelompok yang diberitakan. Dalam kasus perkelahian antarkampung misalnya, jurnalis wajib mengetahui akar persoalan yang terjadi, mengapa terjadi konflik yang menyebabkan perkelahian.

Hal-hal sensitif yang sering terjadi dalam liputan yang berkaitan dengan liputan antarfaksi adalah penulisan yang kurang netral. Tidak berpihak pada salah satu sumber berita. Informasi yang diperoleh memiliki porsi yang sama besarnya. Beberapa liputan berkaitan dengan konflik ketidakadilan antara majikan dan buruh, pengusaha Hak Penguasaan Hutan untuk industri dengan masyarakat adat. Pertentangan antara rakyat dengan pembangunan industri baru di daerah tertentu seperti konflik agraria dan pemanfaatan lahan. Dalam liputan pemogokan buruh pabrik misalnya, wartawan wajib mencari data mengapa terjadi pemogokan. Apakah berkaitan dengan jam kerja, gaji yang tidak sesuai aturan, atau suasana kerja yang tidak mendukung. Untuk menengahi informasi sepihak antara majikan dan buruh jurnalis bisa mewawancarai petugas ketenagakerjaan atau organisasi buruh. Hal ini dilakukan supaya ada informasi yang bersikap netral yang diberikan oleh pihak ketiga.

Netralitas jurnalis dalam meliput danewartakan berita tentu didukung dengan peralatan jurnalistik yang memadai. Tersedia kamera analog dan alat rekam untuk mengabadikan peristiwa yang akan ditulis atau disiarkan. Saat ini sudah tersedia gawai canggih untuk melakukan kerja jurnalistik, dengan kelebihan dan

keterbatasan. Pemakaian kamera analog lebih mampu memotret dengan kualitas lebih baik. Pers bertugas memberi informasi sesuai keinginan publik (*give the press the public wants*), bukan untuk memuaskan selera publik (*give the press they public should knows*). Namun kenyataan juga tidak mudah sepenuhnya jurnalis bersikap netral pada keinginan publik. Mengapa? Jurnalis yang bekerja tidak lepas dari kebijakan pemilik. Oleh Karena itu, walaupun jurnalis dan wartawan bekerja di media wajib bersikap bijak memberi harmoni dan sinergi keduanya. Menyeimbangkan idealisme sebagai lembaga yang berfungsi memberi informasi, edukasi, dan kontrol sosial tetapi sekaligus sebagai industri bisnis. Tanpa melakukan kegiatan bisnis di sebuah media, industri tersebut tidak akan mampu bertahan. Pembiayaan untuk melakukan idealisme juga berasal dari kegiatan bisnis yang diperoleh dari iklan dan kegiatan lain yang tidak melanggar undang-undang.

Sinergi media kepada masyarakat dan lembaga negara dengan menerapkan jurnalisme yang netral, dengan menerapkan prinsip-prinsip jurnalistik dan kode etik jurnalistik pada akhirnya akan menciptakan jurnalisme yang damai. Pihak-pihak yang tadinya berselisih paham atas peristiwa menjadi mengerti dan bisa memahami akibat pemberitaan pers yang netral. Profesionalisme pers dan industri penyiaran bukan hanya sekadar kemampuan mengembangkan perusahaan media menjadi besar, namun juga menjadi media yang menjadi rujukan masyarakat dan dipercaya oleh masyarakat. Tentu saja, media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan Blog yang bertebaran belum sepenuhnya menerapkan independensi, bahkan lebih banyak pada keperpihakan. Konten media sosial yang produktif ketika menjelang Pemilu. Bisa saja seorang jurnalis disewa dan dibiayai untuk menyampaikan isu-isu tertentu. Tugasnya menyerang pihak lain bahkan merendahkan kubu sebelah. Para *buzzer* dibayar untuk menyampaikan kepentingan-kepentingan tertentu. *Buzeer* muncul dari berbagai kalangan dan golongan, bahkan oknum-oknum di perguruan tinggi

2.6.3 Jurnalisme sebagai forum Publik

Jurnalisme harus menghadirkan sebuah forum untuk kritik dan komentar publik (KovCK n Rosentiel, 2001: 173). Semua bentuk medium yang dipakai wartawan sehari-hari bisa berfungsi untuk menciptakan forum di mana publik diingatkan akan masalah-masalah penting sehingga mendorong warga untuk membuat penilaian dan mengambil sikap. Rasa ingin tahu membuat orang bertanya-tanya sesudah membaca liputan acara-acara yang sudah terjadwal, pembeberan penyimpangan, atau reportase tentang suatu kecenderungan yang berkembang,

Saat publik mulai bereaksi terhadap pembeberan ini, suara publik pun mengisi komunitas—di acara radio, televisi yang melibatkan pemirsa. Seperti acara di program Bedah Editorial di stasiun *Metro TV* dari opini yang dibuat oleh redaktur media massa. Opini yang ditulis redaktur senior di koran *Kompas* misalnya, berupa tajuk rencana berisi ulasan peristiwa yang paling bayak dibincangkan orang menjadi opini editor (*opinion and editorial page*). *Metro TV* yang memosisikan sebagai televisi berita memiliki acara andalan “Editorial” membahas berita dari media yang paling banyak diperbincangkan orang. Redaktur dan pembawa acara melakukan komunikasi dengan pendengar menanggapi peristiwa tersebut.

Forum pers, jumpa pers, yang dilakukan lembaga negara atas peristiwa, atau pihak-pihak yang berhubungan dengan pemberitaan, memberikan informasi dan klarifikasi atas peristiwa yang terjadi. Forum demikian berguna untuk membantu audiens memahami duduk perkara atas peristiwa yang sudah dibaca atau disaksikan audiens. Saat ini jurnalisme menghidupkan pemikiran forum terbuka dengan publik. Ketika media memiliki “berita” untuk dikabarkan, halaman editorial mejadi tempat diskusi komunitas melalui penerbitan surat-surat pembaca, bahkan ada halaman lawannya (*opposite editorial page*) yang ditulis oleh penulis nonwartawan surat kabar tersebut. *Oposite editorial page* itu bisa disejajarkan dengan opini pembaca. Artinya, surat kabar

atau media memilih dan memublikasikan artikel yang ditulis oleh masyarakat atas peristiwa yang hangat dibicarakan masyarakat. Misalnya, opini terhadap hukuman yang terlalu ringan pada pejabat koruptor. Mudahnya pengadilan memberikan remisi atau pemotongan hukuman terhadap narapidana korupsi seperti yang terjadi belakangan ini seperti yang terjadi di Kementerian Sosial. Situasi ini yang menjadi materi opini publik *Kompas* di halaman 6 dan 7 menampilkan 2-3 opini. Demikian juga koran-koran lokal seperti *Kedaulatan Rakyat* di Yogyakarta, *Pikiran Rakyat* di Bandung, dan harian *Suara Merdeka* di Semarang memuat jajak pendapat pembaca publik berupa artikel opini.

Daftar Pustaka

- Ali, Novel. (1998). “Pers Objektif, Media Pemberdayaan Masyarakat Yang Efektif” *Jurnal Ikatan Sasrjana Komunikasi Indonesia*. Vol 1/Juli 1998. (Hal 13-
- Rengkaningtias, Ayu Usada. (2017). Jurnalisme Damai (Peace Journalism) dalam Kerukunan Antarumat Beragama (Analisis Framing Kompas.com terhadap Isu Rohingnya). *Jurnal Kajian Islam Interdisipliner*, 2(2), 163-184. DOI: <https://doi.org/10.14421/jkii.v2i2.1084>



3

BAHASA JURNALISTIK DAN RAGAM BAHASA LAIN

3.1. Pengertian Bahasa Jurnalistik

Bahasa jurnalistik atau biasa disebut dengan bahasa pers, merupakan salah satu ragam bahasa kreatif bahasa Indonesia di samping terdapat juga ragam bahasa akademik (ilmiah), ragam bahasa usaha (bisnis), ragam bahasa filosofis, dan ragam bahasa literer (Sudaryanto, 1995). Dengan demikian bahasa jurnalistik memiliki kaidah-kaidah tersendiri yang membedakannya dengan ragam bahasa yang lain.

Bahasa jurnalistik merupakan bahasa yang digunakan oleh wartawan sebagai laporan liputan (Anwar, 1991). Dengan demikian, bahasa Indonesia pada karya-karya jurnalistiklah yang bisa dikategorikan sebagai bahasa jurnalistik atau bahasa pers. Bukan karya-karya opini (artikel dan esai). Oleh karena itu, jika ada wartawan yang juga ingin menulis cerpen, esai, kritik, dan opini, maka karya-karya tersebut tidak dapat digolongkan sebagai karya jurnalistik, karena karya-karya itu memiliki varian tersendiri.

Di dalam bahasa jurnalistik juga memiliki karakter yang berbeda-beda berdasarkan jenis tulisan apa yang akan diberitakan. Bahasa jurnalistik yang digunakan untuk menuliskan reportase investigasi tentu lebih cermat bila dibandingkan dengan bahasa

jurnalistik yang digunakan dalam penulisan *features*. Bahkan, bahasa jurnalistik pun sekarang sudah memiliki kaidah-kaidah khas seperti dalam penulisan jurnalisme publik dan perdamaian (McGoldrick dan Lynch, 2000). Bahasa jurnalistik yang digunakan untuk menulis berita utama—ada yang menyebut laporan utama, forum utama—akan berbeda dengan bahasa jurnalistik yang digunakan untuk menulis tajuk dan *features*. Sesungguhnya bahasa jurnalistik tidak meninggalkan kaidah yang dimiliki oleh ragam bahasa Indonesia baku dalam hal pemakaian kosakata, struktur sintaksis, dan wacana (Reah, 2000). Tetapi, karena berbagai keterbatasan yang dimiliki surat kabar (ruang, waktu), maka bahasa jurnalistik memiliki sifat yang khas yaitu singkat, padat, sederhana, lancar, jelas, lugas, dan menarik. Kosakata yang digunakan dalam bahasa jurnalistik mengikuti perkembangan bahasa sehari-hari dalam masyarakat.

Sifat-sifat tersebut merupakan hal yang harus dipenuhi oleh ragam bahasa jurnalistik mengingat surat kabar dibaca oleh semua lapisan masyarakat yang tidak sama tingkat pengetahuannya. Dengan kata lain, bahasa jurnalistik dapat dipahami dalam ukuran intelektual minimal. Hal ini dikarenakan tidak setiap orang memiliki cukup waktu untuk membaca surat kabar. Oleh karena itu, bahasa jurnalistik sangat mengutamakan kemampuan untuk menyampaikan semua informasi yang dibawa kepada pembaca secepatnya dengan mengutamakan daya komunikasinya.

Di awal 1980-an dijumpai pernyataan bahwa bahasa Indonesia di media massa menyimpang dari kaidah bahasa Indonesia baku. Roni Wahyono (1995) menemukan kemubaziran bahasa wartawan di Semarang dan Yogyakarta pada aspek gramatikal (tatabahasa), leksikal (pemilihan kosakata), dan ortografis (ejaan). Berdasarkan aspek kebahasaan, kesalahan tertinggi yang dilakukan wartawan terdapat pada aspek gramatikal dan kesalahan terendah pada aspek ortografi. Berdasarkan jenis berita, untuk konteks berita olahraga, memiliki frekuensi kesalahan tertinggi dan kesalahan terendah pada berita kriminal.

Penyebab wartawan melakukan kesalahan bahasa dari faktor penulis karena minimnya penguasaan kosakata, pengetahuan kebahasaan yang terbatas, dan kurang bertanggung jawab terhadap pemakaian bahasa karena kebiasaan lupa serta pendidikan bahasa yang belum baik. Sementara itu faktor di luar penulis yang menyebabkan wartawan melakukan kesalahan dalam menggunakan bahasa Indonesia karena keterbatasan waktu menulis, lama kerja, banyaknya naskah yang dikoreksi, dan tidak tersedianya redaktur bahasa dalam surat kabar.

Walaupun di dunia penerbitan telah ada buku-buku jurnalistik praktis karya Rosihan Anwar, Wonohito, Jacob Oetama, Ashadi Siregar, dan Ras Siregar, masih perlu diupayakan petunjuk akademik maupun teknis pemakaian bahasa jurnalistik. Dengan mengetahui karakteristik bahasa pers Indonesia—termasuk sejauh mana mengetahui penyimpangan yang terjadi—kesalahan dan kelemahannya akan dapat diformat bahasa jurnalistik yang komunikatif.

Beberapa penyimpangan bahasa jurnalistik dibandingkan dengan kaidah bahasa Indonesia baku.

Pertama, penyimpangan morfologis. Penyimpangan ini sering dijumpai pada judul berita surat kabar yang memakai kalimat aktif, yaitu pemakaian kata kerja tidak baku dengan penghilangan afiks. Afiks pada kata kerja yang berupa prefiks atau awalan dihilangkan. Kita sering menemukan judul berita misalnya, “Polisi Tembak Mati Lima Perampok Nasabah Bank”, “Israil Tembak Pesawat Mata-Mata”, dan “Amerika Bom Lagi Kota Bagdad”. Seharusnya “Polisi Menembak Mati Lima Perampok Nasabah Bank”, “Israil Menembak Pesawat Mata-Mata”, dan “Amerika Mengebom Lagi Kota Bagdad”.

Kedua, kesalahan sintaksis. Kesalahan berupa pemakaian tataahasa atau struktur kalimat yang kurang benar sehingga sering mengacaukan pengertian. Hal ini disebabkan logika yang kurang bagus. Contoh: “Kerajinan Kasongan Banyak Diekspor Hasilnya ke Amerika Serikat”. Seharusnya Judul tersebut diubah

menjadi “Hasil Kerajinan Desa Kasongan Banyak Diekspor ke Amerika”. Kasus serupa sering dijumpai baik di koran lokal maupun koran nasional.

Ketiga, kesalahan kosakata. Kesalahan ini sering dilakukan dengan alasan kesopanan (eufemisme) atau meminimalisir dampak buruk pemberitaan. Contoh, “Penculikan Mahasiswa oleh Oknum Kopasus itu *Merupakan Pil* Pahit bagi ABRI”. Seharusnya kata *Pil Pahit* diganti *Kejahatan*. Dalam konflik Dayak-Madura beberapa tahun silam itu, jelas bahwa pelakunya adalah Dayak dan Madura, tetapi wartawan tidak menunjuk kedua etnis secara eksplisit karena terikat kode etik dan sikap ini menunjukkan agar jurnalisme menjadi juru perdamaian. Di rezim Soeharto banyak sekali kosakata yang diekspose merupakan kosakata yang menekan seperti GPK (Gerakan Pengacau Keamanan), subversif, aktor intelektual, eskترم kiri, eskترم kanan, golongan frustrasi, golongan antipembangunan, ET (Eks Tapol), dll. Bahkan, di era kebebasan pers seperti sekarang ini, kecenderungan pemakaian kosakata yang bias makna semakin banyak. Sering dijumpai kata yang pada judul berita sama sekali tidak hubungannya dengan isi berita.

Keempat, kesalahan ejaan. Kesalahan ini hampir setiap kali dijumpai dalam surat kabar. Kesalahan ejaan juga terjadi dalam penulisan kata, seperti: *Jumat ditulis Jum’at, khawatir ditulis hawatir, jadwal ditulis jadual, sinkron ditulis singkron, antarkota ditulis antar kota, ekstrakurikuler ditulis ekstra kurikuler, dll.*

Kelima, kesalahan pemenggalan. Terkesan setiap ganti garis pada setiap kolom kelihatan asal penggal saja. Kesalahan ini jika memang menggunakan pemenggalan (*hyphenate*) otomatis menunjukkan aplikasi tata letak tersebut belum terintegrasi menggunakan pemenggalan untuk teks bahasa Indonesia yang pada bawannya hanya terintegrasi untuk bahasa Inggris dan lainnya. Selain kesalahan ini menunjukkan tidak bekerjanya dengan baik seorang pemeriksa aksara (*proofreader*), juga kurang telatennya seorang penata letak (*layoutter*) memenggal satu-satu sebuah teks

berlandaskan kata dasar. Misalnya, “disebarluaskan” berarti jika dicacah kata dasarnya di-sebar-luas-kan. Maka pemenggalan tidak boleh menjadi dis-eb-arl-ua-sk-an. Paling tidak jika ruang atak terlalu rapat atau renggang dipenggal menjadi di-se-bar-luas-kan.

Untuk menghindari beberapa kesalahan seperti diuraikan di atas adalah melakukan kegiatan penyuntingan baik menyangkut pemakaian kalimat, pilihan kata, dan ejaan. Selain itu, pemakai bahasa jurnalistik yang baik tecermin dari kesanggupannya menulis paragraf yang baik. Syarat untuk menulis paragraf yang baik tentu memerlukan persyaratan menulis kalimat yang baik. Paragraf yang berhasil tidak hanya lengkap pengembangannya tetapi juga menunjukkan kesatuan dalam isinya. Paragraf menjadi rusak karena penyisipan-penyisipan yang tidak bertemali dan memasukan kalimat topik kedua atau gagasan pokok lain ke dalamnya.

Penulis seyogianya memerhatikan pertautan dengan (a) memerhatikan kata ganti; (b) gagasan yang sejajar dituangkan dalam kalimat sejajar; (manakala sudut pandang terhadap isi kalimat tetap sama, maka penempatan fokus dapat dicapai dengan pengubahan urutan kata yang lazim dalam kalimat, pemakaian bentuk aktif atau pasif, atau mengulangi fungsi khusus.

Sementara itu, variasi dapat diperoleh dengan (a) pemakaian kalimat yang berbeda menurut struktur gramatikalnya; (b) pemakaian kalimat yang panjangnya berbeda-beda; dan (c) pemakaian urutan unsur kalimat seperti subjek, predikat, objek, dan keterangan dengan selang-seling. Jurnalistik “gaya *Tempo*” menggunakan kalimat-kalimat yang pendek dan pemakaian diksi imajinatif. Gaya ini banyak dipakai oleh berbagai jurnalis yang pernah bersentuhan dengan majalah *Tempo*. Gaya penulisan menggunakan kalimat-kalimat sederhana atau kalimat pendek-pendek sesuai credo penulisan jurnalistik yaitu KISS (*Keep It Simple and Short*).

3.2 Prinsip Dasar Bahasa Jurnalistik

Bahasa jurnalistik merupakan bahasa komunikasi massa seperti tampak dalam harian-harian surat kabar dan majalah. Dengan fungsi yang demikian itu, bahasa jurnalistik itu harus jelas dan mudah dibaca dengan tingkat ukuran intelektual minimal. Menurut J. S. Badudu (1988) bahasa jurnalistik memiliki sifat-sifat khas yaitu singkat, padat, sederhana, lugas, menarik, lancar, dan jelas. Sifat-sifat itu harus dimiliki oleh bahasa pers, bahasa jurnalistik, mengingat surat kabar dibaca oleh semua lapisan masyarakat yang tidak sama tingkat pengetahuannya. Oleh karena itu beberapa ciri yang harus dimiliki bahasa jurnalistik di antaranya:

1. Singkat, artinya bahasa jurnalistik harus menghindari penjelasan yang panjang dan bertele-tele.
2. Padat, artinya bahasa jurnalistik yang singkat itu sudah mampu menyampaikan informasi yang lengkap. Semua yang diperlukan pembaca sudah tertampung di dalamnya. Menerapkan prinsip 5W+1H, membuang kata-kata mubazir dan menerapkan ekonomi kata.
3. Sederhana, artinya bahasa pers sedapat-dapatnya memilih kalimat tunggal dan sederhana, bukan kalimat majemuk yang panjang, rumit, dan kompleks. Kalimat yang efektif, praktis, sederhana pemakaian kalimatnya, tidak berlebihan pengungkapannya (bombastis).
4. Lugas, artinya bahasa jurnalistik mampu menyampaikan pengertian atau makna informasi secara langsung dengan menghindari bahasa yang berbunga-bunga.
5. Menarik, artinya dengan menggunakan pilihan kata yang masih hidup, tumbuh, dan berkembang. Menghindari kata-kata yang sudah mati.
6. Jelas, artinya informasi yang disampaikan jurnalis dengan mudah dapat dipahami oleh khalayak umum (pembaca). Struktur kalimatnya tidak menimbulkan penyimpangan/pengertian makna yang berbeda, menghindari ungkapan

bersayap atau bermakna ganda (ambigu). Oleh karena itu, seyogyanya bahasa jurnalistik menggunakan kata-kata yang bermakna denotatif. Seringkali kita masih menjumpai judul berita: “Tim Toyota Berhasil Mengatasi Lugas”. Artinya bahasa jurnalistik mampu menyampaikan pengertian atau makna informasi secara langsung dengan menghindari bahasa yang berbunga-bunga.

Dalam menerapkan ke-6 prinsip tersebut tentunya diperlukan latihan berbahasa tulis yang terus-menerus, melakukan penyuntingan yang tidak pernah berhenti. Dengan berbagai upaya pelatihan dan penyuntingan, barangkali akan bisa diwujudkan keinginan jurnalis untuk menyajikan ragam bahasa jurnalistik yang memiliki rasa dan memuaskan dahaga selera pembacanya.

Dipandang dari fungsinya, bahasa jurnalistik merupakan perwujudan dua jenis bahasa yaitu seperti yang disebut Halliday (1972) sebagai fungsi ideasional dan fungsi tekstual atau fungsi referensial, yaitu wacana yang menyajikan fakta-fakta. Persoalan yang muncul bagaimana cara mengonstruksi bahasa jurnalistik itu agar dapat menggambarkan fakta yang sebenarnya. Persoalan ini oleh Leech (1993) disebut retorika tekstual yaitu kekhasan pemakai bahasa sebagai alat untuk mengonstruksi teks. Dengan kata lain prinsip ini juga berlaku pada bahasa jurnalistik.

Terdapat empat prinsip retorika tekstual yang dikemukakan Leech:

1. Prinsip prosesibilitas, menganjurkan agar teks disajikan sedemikian rupa sehingga mudah bagi pembaca untuk memahami pesan pada waktunya. Dalam proses memahami pesan penulis harus menentukan (a) bagaimana membagi pesan-pesan menjadi satuan satuan; (b) bagaimana tingkat subordinasi dan seberapa pentingnya masing-masing satuan; dan (c) bagaimana mengurutkan satuan-satuan pesan itu. Ketiga macam itu harus saling berkaitan satu sama lain.

Penyusunan bahasa jurnalistik dalam surat kabar berbahasa Indonesia, yang menjadi fakta-fakta harus cepat dipahami oleh pembaca dalam kondisi apa pun agar tidak melanggar prinsip prosesibilitas ini. Bahasa jurnalistik Indonesia disusun dengan struktur sintaksis yang penting mendahului struktur sintaksis yang tidak penting.

Perhatikan contoh berikut, yang diambil dari surat kabar Indonesia Pasca-Reformasi 1999.

- a) Pangdam VIII/Trikora Majen TNI Amir Sembiring mengeluarkan perintah tembak di tempat, bila masyarakat yang membawa senjata tajam melawan serta tidak menuruti permintaan untuk menyerahkannya. Jadi, petugas akan meminta dengan baik. Namun, jika bersikeras dan melawan, terpaksa akan ditembak di tempat sesuai dengan prosedur (*Kompas*, 24/1/99).
- b) Ketua Umum PBNU KH Abdurahman Wahid (Gus Dur) mengadakan kunjungan kemanusiaan kepada Ketua Gerakan Perlawanan Timor (CNRT) Xanana Gusmao di LP Cipinang, Selasa (2/2) pukul 09.00 WIB. Gus Dur didampingi pengurus PBNU Rosi Munir dan staf Gus Dur, Sastro. Turut juga Aristides Kattopo dan Maria Pakpahan (*Suara Pembaruan*, 2/2/99)

Contoh (a) terdiri dari dua kalimat, yaitu kalimat pertama menyatakan pesan penting dan kalimat kedua menerangkan pesan kalimat pertama. Contoh (b) terdiri dari tiga kalimat, yaitu kalimat pertama menyatakan pesan penting dan kalimat kedua serta kalimat ketiga menyatakan pesan yang menerangkan pesan kalimat pertama.

2. Prinsip kejelasan, yaitu agar teks itu mudah dipahami. Prinsip ini menganjurkan agar bahasa teks menghindari ketaksaan (*ambiguity*). Teks yang tidak mengandung ketaksaan akan dengan mudah dan cepat dipahami. Perhatikan contoh:

- a) Ketika mengendarai mobil dari rumah menuju kantornya di kawasan Sudirman, seorang pegawai bank, Deysi Dasuki, sempat tertegun mendengar berita radio. Radio swasta itu mengumumkan bahwa kawasan Semanggi sudah penuh dengan mahasiswa dan suasananya sangat mencekam (*Republika*, 24/11/98).
- b) Wahyudi menjelaskan, negara rugi karena pembajak buku tidak membayar pajak penjualan (PPN) dan pajak penghasilan (PPH). Pengarang juga dirugikan karena mereka tidak menerima royalti atas karya ciptaannya (*Media Indonesia*, 20/4/1997).

Contoh (a) dan (b) tidak mengandung ketaksaan. Setiap pembaca akan menangkap pesan yang sama atas teks di atas. Hal ini disebabkan teks tersebut dikonstruksi oleh kata-kata yang mengandung kata harfiah, bukan kata-kata metaforis.

3. Prinsip ekonomi. Prinsip ekonomi menganjurkan agar teks itu singkat tanpa harus merusak dan mereduksi pesan. Teks yang singkat dengan mengandung pesan yang utuh dapat menghemat waktu dan tenaga dalam memahaminya. Sebagaimana wacana dibatasi oleh ruang, wacana jurnalistik dikonstruksi agar tidak melanggar prinsip ini. Untuk mengonstruksi teks yang singkat, dalam wacana jurnalistik dikenal adanya cara mereduksi konstituen sintaksis yaitu (a) singkatan; (b) elipsis; dan (c) pronominalisasi.

Singkatan, baik abreviasi maupun akronim, sebagai cara mereduksi konstituen sintaksis banyak dijumpai dalam wacana jurnalistik. Perhatikan contoh:

- a) Setelah dipecat oleh DPR AS karena memberikan sumpah palsu dan menghalang-halangi peradilan, Presiden Bill Clinton telah menjadi presiden kedua sejak berdirinya Amerika untuk diperintahkan diadili di dalam senat (*Suara Pembaruan*, 21/12/98).
- b) Ketua DPP PPP Drs. Zarkasih Noer menyatakan, segala bentuk dan usaha untuk menghindari disintegrasi bangsa dari manapun atau siapa pun perlu disambut baik (*Suara Pembaruan*, 21/12/98).

Pada contoh (a) terdapat abreviasi DPR AS. Pada contoh (b) terdapat aprebiasi DPP PPP. Selain itu ada abreviasi lain seperti SARA, GPK, OTB, OT, AMD, SDM, BAAK, dll. Terdapat pula berbagai bentuk akronim dengan variasi pembentukannya walaupun sering kali tidak berkaidah. Misalnya curanmor, curas, miras, dll.

Elipsis merupakan salah satu cara mereduksi konstituen sintaksis dengan melepaskan konstituen tertentu. Perhatikan contoh:

- a) AG XII Momentum gairahkan olahraga Indonesia (*Suara Pembaruan*, 21/12/98).
- b) Jauh sebelum Ratih diributkan, Letjen (Pur) Mashudi, mantan Gubernur Jawa Barat dan mantan Ketua Umum Kwartir Gerakan Pramuka telah menerapkan ide mobilisasi massa. Konsepnya memang berbeda dengan ratih (*Republika*, 223/12/98).

Pada contoh (a) terdapat pelepasan afiks me(N)- pada verba gairahkan. Pelepasan afiks seperti contoh (a) di atas sering terdapat pada judul wacana jurnalistik. Pada contoh (b) terdapat pelepasan kata mobilisasi masa pada kalimat kedua.

Pronominalisasi merupakan cara mereduksi teks dengan menggantikan konstituen yang telah disebut dengan

pronomina. Pronomina pengganti biasanya lebih pendek daripada konstituen terganti. Perhatikan contoh:

- a) Ketua Umum Dewan Pimpinan Pusat Partai Demokrasi Indonesia (DPP PDI) hasil kongres Medan Soerjadi dan Sekjen Buttu Hutapea pada hari Minggu (23/8) sekitar pukul 18.30 Wita tiba di bandara Mutiara, Palu Sulawesi Tengah, dengan diangkut pesawat khusus. Keduanya datang untuk mengikuti Kongres V PDI, dengan pengawasan ketat langsung menunggu Asrama Haji dan menginap di sana (*Kompas*, 24/8/98).
- b) Hendro Subroto bukan militer. Sebagai seorang warga sipil, jejak pengalamannya dalam beragam mandala pertempuran merupakan rentetan panjang sarat pengalaman mendebarkan. Ia hadir ketika Kahar Muzakar tewas disergap pasukan Siliwangi di perbukitan Sulsel (*Kompas*, 24/8/98).

Pada contoh (a) tampak bawa keduanya pada kalimat kedua merupakan pronominalisasi kalimat pertama. Pada contoh (b) kata ia mempronominalisasikan Hendro Subroto, sebagai warga sipil pada kalimat pertama dan kedua.

3. Prinsip ekspresivitas. Prinsip ini dapat pula disebut prinsip ikonisitas. Prinsip ini menganjurkan agar teks dikonstruksi selaras dengan aspek-aspek pesan. Dalam wacana jurnalistik, pesan bersifat kausalitas dipaparkan menurut strukturnya, yaitu sebab dikemukakan terlebih dahulu baru dikemukakan akibatnya. Demikian pula bila ada peristiwa yang terjadi berturut-turut, maka peristiwa yang terjadi lebih dulu akan dipaparkan lebih dulu dan peristiwa yang terjadi kemudian dipaparkan kemudian. Perhatikan contoh:

- Dalam situasi bangsa yang sedang kritis dan berada di persimpangan jalan, karena adanya benturan ide maupun paham politik, diperlukan adanya dialog nasional. “Dialog diperlukan untuk mengubur masa lalu, dan untuk start ke masa depan,” tutur Prof. Dr. Nurcholis Madjid kepada *Kompas* di kediamannya di Jakarta Rabu (23/12) (*Kompas*, 24/12/98).

Pada contoh di atas tampak bahwa kalimat pertama menyatakan sebab dan kalimat kedua mendatangkan akibat. Dengan paparan bahasa jurnalistik seperti yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa bahasa jurnalistik adalah bahasa yang digunakan oleh jurnalis dalam menulis berita. Bahasa jurnalistik bersifat khas yaitu singkat, padat, sederhana, lugas, menarik, lancar, dan jelas.

Terdapat empat prinsip retorika tekstual bahasa jurnalistik yaitu prinsip prosesibilitas, mudah dipahami pembaca. Prinsip kejelasan yaitu menghindari ambiguitas. Prinsip ekonomi, menggunakan teks yang singkat tanpa merusak dan mereduksi pesan. Prinsip ekspresivitas, teks dikonstruksi berdasarkan aspek-aspek pesan.

3.3. Bahasa Jurnalistik dan Ragam Bahasa Lain

Pemakaian ragam bahasa jurnalistik di media massa dapat memanfaatkan ragam bahasa lain yaitu ragam bahasa sastra, bahasa filsafat, bahasa ilmiah, dan bahasa bisnis, atau usaha. Leksikon atau kata-kata yang digunakan dalam ragam jurnalistik bisa berasal dari bidang politik, ekonomi, sosial budaya, dan sains.

Jurnalis dapat memanfaatkan bahasa sastra yang bisa memberikan imajinasi terhadap apa yang terberitakan. Misalnya, penggambaran tokoh dan peristiwa dalam berita dapat menggunakan deskripsi yang biasa dilakukan oleh sastrawan dalam memaparkan cerita. Misalnya, ilustrasi tentang berita penyekapan, penyiksaan, dan perundungan dapat membandingkan

peristiwa tersebut dengan peristiwa dalam sastra. Dalam kasus korupsi misalnya, jurnalis selain memperoleh fakta dari sumber berita juga dapat memanfaatkan kisah korupsi pembangunan jembatan dalam novel *Orang-Orang Proyek* karya Ahmad Tohari. Di situ diuraikan bagaimana korupsi itu terjadi dan para pelakunya. Siapa pelaku korupsi dan yang antikorupsi. Diksi atau leksikon dan peristiwa dalam sastra dapat digunakan untuk mempermanis gaya jurnalistik.

Jurnalis juga dapat memanfaatkan ragam bahasa filsafat dari tokoh-tokoh besar. Jurnalis dapat mengutip filsafat dari Jean Paul Sartre “Realitas manusia adalah bebas, secara asasi dan sepenuhnya bebas (*Human reality is free, basically and completely free* (Hassan, 1992: 144)”. Perihal Tuhan Sang filsuf eksistensialisme Karl Jaspers (1910-1969) menyatakan, “Tuhan yang diimani adalah Tuhan yang jauh, Tuhan yang tersembunyi, Tuhan yang tak bisa diperagakan. Oleh karena itu, saya harus mengakui bahwa sebenarnya saya tak tahu akan Tuhan. Bahkan, tak tahu apakah saya percaya (terhadap-Nya)”.

Kutipan filsafat, baik tokoh filsafat dunia atau tokoh filsafat Indonesia, kata-kata dan diksinya dapat digunakan sebagai pemanis karya jurnalistik. Bahkan kata-kata pemimpin besar dapat digunakan mempermanis bahasa jurnalistik. Dalam hal belajar misalnya, Y.B. Mangunwijaya mengatakan, “Begitu hati diletakkan di situ proses belajar dimulai”. Artinya, jangan mengajar hanya dengan otak yaitu pengetahuan dan logika, tetapi juga menggunakan perasaan atau hati.

KH. Ahmad Dahlan pendiri Muhammadiyah mempunyai pesan mendalam dalam kalimat, “Jangan hidup di Muhammadiyah, tetapi hidupilah Muhammadiyah”. Bisa disaksikan persyarikatan yang berdiri 1912 ini sekarang memiliki lembaga pendidikan modern di berbagai wilayah Indonesia dan mulai membuka pendidikan di luar negeri.

Jurnalis menulis berita yang bersifat pasti. Bukan tulisan prediktif. Pemanfaatan bahasa ilmiah dalam bahasa jurnalistik

memiliki ciri kebakuan baik struktur kalimat maupun kata, demikian penulisan istilah dan ejaan. Ide yang disampaikan dapat diterima secara logis. Contoh: *Masalah pengembangan dakwah kita tingkatkan*. Kalimat itu tidak logis. Masalah tidak bisa kita tingkatkan. Seharusnya kalimat yang logis: *Pengembangan dakwah kita tingkatkan*.

Pemakaian ragam bahasa lain dalam bahasa jurnalistik akan memberi warna dalam penulisan. Ibarat makanan, bumbu atau adonan yang diperoleh dari ragam lain jika diambil secara pas akan menyedapkan tulisan untuk dikonsumsi pembaca. Bahasa iklannya “rasanya rame-rame”. Ada rasa manis, asin, dan asam. Meminjam bahasa iklan majalah *Tempo*: “Enak Dibaca dan Perlu”.

3.4 Bahasa Jurnalistik dan Sastra

Buku monumental yang memanfaatkan sastra untuk keperluan jurnalistik berjudul *Ketika Jurnalisme Dibungkam, Sastra Harus Bicara* ditulis oleh sastrawan Seno Gumira Ajidarma. Mengapa sastrawan terkemuka Indonesia itu menulis buku tersebut? Ketika dia menjadi wartawan untuk melaporkan peristiwa kekerasan pembantaian yang dilakukan aparat militer pada kasus penembakan di makam Santa Cruz, Dili Timor Timur yang diliput oleh majalah *Jakarta Jakarta*, karya jurnalistiknya dilarang untuk beredar karena kebijakan penerbit yang masih di bawah bayang-bayang kekuasaan absolut. Lalu Seno Gumira Ajidarma menulis cerpen dengan data dan fakta yang dia alami sebagai jurnalis.

Dalam catatan pengantar kumpulan cerpen *Saksi Mata*, Seno menulis: *Saya telah menulis sebuah dokumen atas pengalaman saya, dan saya tidak akan mengulanginya lagi di sini. Saya hanya akan menceritakan bagaimana peristiwa itu terasa dekat-dekat saja, yakni bahwa saya masih bisa mengingat wajah-wajah para pejabat militer dan para pejabat perusahaan di tempat saya bekerja, yang setelah sepuluh tahun masih juga menerbitkan rasa iba pada diri saya. Itulah wajah-wajah kekuasaan yang angkuh tapi rapuh, jemawa tapi ketakutan, marah tapi tak berdaya—dan untuk*

kebakaran jenggot semacam itu, kesalahannya harus ditimpakan kepada saya.

Pelarangan untuk menyiarkan karya jurnalistik di era Orde Baru menjadi momok aparat pemerintah dan pengelola media. Militer melakukan pelarangan karena diminta atasan. Demikian juga, pengelola media takut karena kebijakan pemerintah. Selanjutnya Seno menulis: *Saya hanya bisa mengatakan, situasi ini sangat khas di masa Orde Baru. Kami, para pekerja pers masa itu, telah akrab dengan ketakutan. Sebagian bisa main-main dengan ketakutan, sebagian lagi memelihara ketakutan itu, setelah Orde Baru tumbang.*

Pekerja jurnalistik masa kini jauh berbeda keadaannya dengan jurnalis di masa Orde Baru atau rezim Soeharto. Saat ini banyak lembaga-lembaga advokasi yang paling tidak, dapat meringankan kerja para jurnalis. Sudah tidak banyak tekanan, ancaman oleh penguasa, sudah tersedia banyak undang-undang yang mengatur kebebasan pers. Jika jurnalis masa kini bekerja secara profesional, tidak ada lagi ketakutan seperti yang disampaikan Seno Gumira Ajidarma yang saat itu posisinya sebagai jurnalis sekaligus sastrawan.

Pilihan menyampaikan fakta melalui karya sastra—bukan karya jurnalistik seperti berita atau *features*—karena sastra mampu memberikan imajinasi atas fakta yang terjadi. Sastra membawakan cerita jurnalistik membahasakan berita. Antara cerita dan berita itu bedanya tidak terlalu banyak. Mengapa? Karena sastra juga menyampaikan fakta, tetapi disampaikan secara subjektif oleh pengarang dan pembaca menafsirkannya.

Karya jurnalistik—tentu didasarkan fakta dan berdasarkan pengalaman—yang disaksikan jurnalis dapat dikemas dalam bentuk *features* akan memiliki daya pikat reflektif dan imajinatif bagi pembaca. Kisah-kisah horor tentang interogasi, penyiksaan, dan para korban yang ditulis dalam *Saksi Mata* dapat memberikan sensasi yang berbeda dari hanya sekadar laporan datar-datar saja.

3.5 Bahasa Jurnalistik dan Iklan

Pemakaian ragam bahasa iklan dalam bahasa jurnalistik di antaranya mencermati, mengidentifikasi kalimat iklan, baik iklan komersial maupun iklan layanan masyarakat. Bahasa iklan pada dasarnya dapat dicapai untuk memunculkan efek persuasif pada audiens.

Jurnalis dapat memanfaatkan ragam bahasa iklan, bahasa usaha, atau bahasa bisnis. Memanfaatkan slogan, iklan, dan wacana bahasa persaingan dalam berdagang dapat mempermanis bahasa jurnalistik. Jurnalis dapat memanfaatkan diksi yang bermakna semiotik dalam iklan-iklan rokok seperti, *Pria Punya Selera, How Low can You Go, Pleasure, Sure Confidence*. Slogan iklan minuman *Kutahu yang kumau*, dst.

Pemakaian ragam bahasa iklan kecantikan seperti pemakaian kata *terbukti, dijamin, baru, dan COD*. Menggunakan nama artis atau *influencer* terkenal, menggunakan kata *promo, cepat, buruan*. Mencatut lembaga sertifikasi mencantumkan BPOM untuk mendapat kepercayaan konsumen. “*Tak perlu khawatir untuk belanja kebutuhan kecantikanmu, semua produk kami sudah mendapat sertifikat BPOM dan berlabel halal.*” Mencantumkan kata *gratis* untuk menarik minat. “*Gratis lip scrub setiap pembelian 2 lip stick selama periode 1-30 Mei 2021.*” “*Agar tetap cetar, ternyata Syahrini sering banget pakai bulu mata ini, Sist. Cek di produk terbaru kami, yuk!*”

Pemakaian bahasa iklan, seperti pemakaian diksi di atas akan mempermanis pemakaian bahasa jurnalistik. Artinya, jurnalis dapat merekonstruksi pilihan kata untuk meyakinkan atau memprovokasi para pembacanya. Bisa dikatakan bahasa jurnalistik itu seperti orang berbicara, bahkan mungkin kalimatnya seperti kalimat verbal. Struktur bahasa jurnalistik wajib mengikuti struktur bahasa Indonesia yaitu fungsi subjek, predikat, dan keterangannya.

Iklan bertujuan komersial, bersifat umum, diperuntukkan untuk semua lapisan masyarakat, diajukan oleh organisasi yang

diterima atau diakui, memiliki dampak dan kepentingan tinggi.

Contoh teks iklan layanan masyarakat antinarkoba:

- Ketika tekanan kerja mendera, dan hidup terasa membebani, jiwa dan langkah kehilangan arah. Saat itulah, narkoba mengulurkan tangan-tangan kejinya, merenggut karier, merampas pekerjaan, menghancurkan orang-orang tercinta, tak ada tempat untuk lari. Kecuali memperteguh diri dan kembali ke pelukan keluarga. Sayangi keluargamu – JAUHI NARKOBA!! (iklan layanan BNN).

Contoh teks kalimat iklan layanan masyarakat bahaya rokok:

- Mungkin menurut remaja merokok itu terlihat gaul, bagi sebagian wanita merokok adalah gaya hidup. Tapi apakah Anda tahu apa yang terkandung dalam rokok? Terdapat lebih dari 4000 zat kimia yang berbeda. 43 di antaranya diketahui sebagai penyebab KANKER. Apakah anda akan tetap merokok????? atau... BERHENTI!! (iklan layanan GIS, Depkominfo).
- **MATIKAN ROKOK ANDA SEKARANG ATAU SEBELUM ROKOK MEMATIKAN ANDA DAN SEKITAR ANDA.**

Contoh teks iklan layanan masyarakat *global warming*:

- Pemanasan global adalah suatu proses meningkatnya suhu rata-rata atmosfer, laut, dan daratan bumi. Dampak dari pemanasan global diperkirakan akan mengakibatkan perubahan-perubahan. Meningkatnya fenomena cuaca ekstrem, naiknya permukaan air laut, hilangnya glesler dan punahnya berbagai jenis hewan. Bertindaklah sekarang juga, Selamatkan Bumi Kita!

- SAVE EARTH FOR FUTURE. ONE PLANET ONE EARTH
A UNITED STAND AGAIN GLOBAL WARNING

Contoh teks iklan layanan masyarakat kesehatan:

- Anak harus diajak ngobrol dan bermain. Supaya dia mau makan 3 kali sehari, diselingi buah 2 kali agar anak sehat dan tinggi. Itu salah satu cara agar anak bergizi tinggi dan berprestasi (iklan layanan masyarakat Posyandu).
- AYO LINDUNGI BUAH HATI ANDA DARI KESAKITAN, KECACATAN, DAN KEMATIAN, KARENA PENYAKIT CAMPAK DAN RUBELA.

Contoh teks iklan *go green*:

- Ada tindakan yang lebih bijaksana. Daripada membuang sampah sembarangan, kita dapat memanfaatkan kembali botol bekas air mineral ini untuk dijadikan vas bunga, tempat pensil, dan celengan. Kita harus mulai peduli tentang dampak yang ditimbulkan dari membuang sampah sembarangan. Semua dapat dilakukan dari hal yang kecil. “*Reuse, Reduce, Recycle*”. Bila masih sulit untuk melakukan hal ini. Mari kita mulai dengan membuang sampah pada tempatnya (sumber: Multimedia SMK Sukawati Sragen).
- GO GREEN THROUGH THE FUTURE

Kata atau kalimat yang terdapat dalam iklan layanan masyarakat dapat digunakan untuk memperkaya kosakata dan gaya memersuasi audiens, sehingga mereka bisa teredukasi sekaligus memberi pencerahan pentingnya hidup sehat dan menjaga lingkungan hidup.

3.6 Bahasa Jurnalistik dan Pengembangan Kosakata

Jurnalis wajib mengembangkan kosakata sehingga mampu memilih diksi yang tepat. Pengembangan kosakata bisa bersumber dari bahasa Indonesia, bahasa daerah, maupun bahasa asing. Bahasa Indonesia digunakan sebagai alat ekspresi, ide, dan gagasan. Bahasa daerah untuk menggali muatan budaya. Bahasa Inggris untuk menggali pengetahuan global. Pengembangan kosakata berdampak pada penambahan jumlah (lema/entri) kata dan peristilahan dalam bahasa jurnalistik. Mengapa perlu pengembangan kosakata? Jurnalis wajib hati-hati dalam menggunakan kosakata karena kata berdampak pada emosi pembaca.

Dalam kasus perkosaan misalnya, terdapat kata *dinodai*, *dicabuli*, *diperkosa*. Dalam contoh kalimat:

1. Ayah tiri mencabuli anak gadisnya yang masih berumur 12 tahun.
2. Mahasiswi pecinta alam dinodai pacarnya di puncak gunung.
3. Gadis seronok yang suka keluyuran di bar diperkosa pemuda mabuk.

Pemakaian kata kerja *dicabuli* pada kalimat (1), kata kerja *dinodai* pada kalimat (2), dan *diperkosa* pada kalimat (3) memiliki dampak psikologis yang berbeda pada pembaca. Pembaca akan marah dengan kalimat pertama karena sangat amoral. Memahami kalimat kedua karena kalau naik gunung berdua dan berlainan jenis ada kemungkinan bisa dinodai pacarnya dan tidak ada yang sanggup membela. Kalimat ketiga dianggap wajar karena gadis seronok dan suka keluyuran di bar kemungkinan besar mendapat musibah diperkosa pemuda mabuk.

Teknik pengembangan kosakata dapat dilakukan dengan sinonimi atau mencari berbagai jenis kata yang nuansa maknanya sama. Misalnya kata *melihat* memiliki sinonim dengan kata *menoleh*, *melirik*, *menatap*, *mengamati*, dst. Demikian juga dengan

kata *membawa* bersinonim dengan *menjinjing*, *memanggul*, *memikul*, *menenteng*, dst. Kata aparat negara bisa saja bersinonim dengan polisi, tentara, dan jaksa. Jurnalis juga suka mengonstruksi kata dengan frasa-frasa baru yang berkonotasi dengan kejahatan. Misalnya, kata curanmor (pencurian kendaraan bermotor), curat (pencurian dengan pemberatan), dan curas (pencurian dengan kekerasan). Sinonimi dari kejahatan yaitu *kekejaman*, *kekejian*, *kekerasan*, *penyelewengan*, *sadisme*, *kebejatan*, dll. sesuai kalimat yang dibuat dan efek yang ditimbulkan.

Pengembangan kosakata dapat dilakukan dengan teknik antonimi. Kata *ramai* berantonim dengan *sepi*. Selain itu *besar-kecil*, *sempit-longgar*, *aktual-basi*, *akrab-canggung*, *ceroboh-waspada*, *elastis-kaku*, *tradisional-modern*, dst.

Pengembangan kosakata juga dapat dilakukan dengan hipernimi dan hiponimi yaitu hubungan makna yang mengandung pengertian hierarki. Contoh hipernimi dan hiponimi di antaranya yaitu:

Hipernim	Hiponim
buah	anggur, apel, jeruk, manggis, durian jambu, mangga, dll.
ikan	lele, nila, mujair, patin, koi, gurami, cumi-cumi, hiu, dll.
bunga	melati, mawar, tulip, anyelir, kenanga, aster, krisan, dll.

Pengembangan kosakata juga dapat dilakukan dengan proses adopsi, adaptasi, dan penerjemahan dari bahasa asing ke dalam bahasa Indonesia yang disesuaikan dengan kaidah bahasa Indonesia.

Adopsi adalah memasukkan kosakata dalam bahasa asing tanpa perubahan apa pun dalam bahasa Indonesia. Contoh: kata monitor, pizza, tetikus, printer.

Adaptasi pemakaian kata asing ke dalam bahasa Indonesia disesuaikan dengan bunyi bahasa Indonesia. *Computer* menjadi *komputer*, dan *caddy* menjadi *keci*. *Campus* menjadi *kampus*, *bussiness* menjadi *bisnis*, dll.

Penerjemahan sebuah upaya menafsirkan konteks kosakata bahasa asing ke dalam bahasa Indonesia. Contoh: *spare part* = *suku cadang*, *sopisticated* = *canggih*, *impact* = *dampak*, dll.

Pengembangan kosakata baik melalui teknik sinonimi, antonimi, dan hipernimi-hiponimi, atau memasukkan kata asing dalam bahasa Indonesia sesuai kaidah bahasa Indonesia pada akhirnya akan memperkaya lema/entri bahasa Indonesia.

Daftar Pustaka

- Anwar, Rosihan (1988) *Bahasa Jurnalistik dan Komposisi*. Jakarta: Pradnya Paramita
- Badudu, JS (1988) *Cakrawala Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia.
- Dinata, Arda (2015) *Mengenal Bahasa Ragam Ilmiah*. Kompasiana Beyond Blogging.
- Reah, Danuta (2000) *The Language of Newspaper*. London: Routledge.
- G. Lynch (2000) *Jurnalisme Perdamaian Bagaimana Melakukannya*. Surabaya: Media Watch..
- Eryanto. (2001M) *Analisis Wacana Pengantar Teks Media*. Yogyakarta: LkiS, 2001
- Fairclough, Norman. (1995) *Media Discourse*. London: Arnold.
- Fowler, Roger. (1991). *Language in the News. Discourse and Ideology in the Press*. London: Rputledge,
- Sudaryanto (1995) *Ragam Bahasa Jurnalistik dan Pengajaran BI*. Semarang: Citra Almamater.
- Suroso. (2000) *Menuju Pers Demokratis: Kritik atas Profesionalisme Wartawan*. Yogyakarta: LSIP



TEKNIK WAWANCARA

4.1. Mengenal Narasumber Berita

Narasumber sangat penting kedudukannya bagi jurnalis dalam memperoleh bahan dalam penulisan berita. Sebelum wawancara jurnalis wajib memiliki informasi terkait dengan sumber berita. Sumber berita merupakan pokok atau asal sebuah berita. Sumber berita dapat berasal dari manusia atau lingkungan sekitar. Sumber tersebut dapat terlibat langsung maupun tidak dari sebuah peristiwa tersebut. Contoh: kecelakaan di daerah pegunungan Dieng yang melibatkan antara mobil dan truk, dilaporkan secara langsung oleh reporter atau ditulis oleh jurnalis. Sumber berita bisa diperoleh dari orang-orang yang terlibat dalam kecelakaan tersebut baik pengemudi, saksi di tempat kejadian, dan keterangan polisi yang menyidik peristiwa kecelakaan tersebut.

Sebelum melaksanakan wawancara—kepada sumber berita berkaitan dengan persoalan aktual yang terjadi (viral)—pewawancara wajib mencari dan menemukan pakar yaitu tokoh, orang yang berkaitan secara langsung dengan pokok berita. Wawancara yang diperlukan untuk menulis tentang pandangan tokoh besar atau berpengaruh, jurnalis terlebih dahulu mencari *curriculum vitae* atau riwayat hidup tokoh mengenai tingkat pendidikan, riwayat masa kecil, masa pemuda, dewasa, karier, hobi, ideologi, dan pandangan-pandangannya.

Seorang jurnalis sebelum menggali informasi kepada narasumber wajib berpengetahuan luas dan memiliki syarat profesi dalam pekerjaannya. Pengetahuan luas terhadap topik yang akan digali dari narasumber akan mempermudah narasumber memberi informasi yang dibutuhkan jurnalis. Sebagai contoh berita terbakarnya penjara di Tangerang. Seorang jurnalis memiliki curiositas mengapa penjara sampai terbakar dan memakan korban jiwa dari penghuni lapas. Siapa yang paling bertanggung jawab terhadap peristiwa tersebut, bagaimana menangani dan tidak akan terulang kejadian serupa di penjara. Narasumber yang perlu dimintai informasi adalah korban selamat, saksi-saksi di penjara seperti sipir dan warga binaan. Selain orang yang terlibat langsung, informasi juga diperoleh dari pihak berwajib yang menangani masalah tersebut, dan pimpinan yang secara langsung bertanggung jawab pada peristiwa tersebut.

Narasumber berasal dari strata sosial dan profesi. Mulai dari orang biasa sampai orang luar biasa seperti tokoh masyarakat, tokoh politik, budayawan, pengusaha, militer, polisi, sampai artis. Sebagai contoh, berita terkait dengan penanganan Covid-19 yang sudah berlangsung sejak awal Maret 2019 sampai saat ini. Pemerintah sudah melaksanakan penanganan Covid-19 dengan vaksin secara massal dan gratis, memberi bantuan sosial bagi warga yang berdampak sosial ekonomi, memberi bantuan modal kepada pedagang-pedagang kecil, dan melakukan Pemberlakuan Pembatalan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Seyogianya, seorang jurnalis perlu juga mencari data kepada orang-orang yang berdampak ekonomi. Apakah bantuan pemerintah sudah mencukupi untuk bertahan selama pandemi Covid-19 yang sudah berlangsung 1,5 tahun? Bagaimana dampak yang dirasakan pengusaha kecil, penjual jasa wisata dan karyawan yang mengalami kemerosotan ekonomi?

Ketika tempat wisata ditutup, hotel tak ada tamu, karyawan diberhentikan, dan banyak dari mereka gulung tikar dari usahanya. Menghadapi kasus Covid-19 seperti disampaikan di awal, jurnalis

dapat mengulik data dari narasumber dari berbagai strata dan profesi. Jurnalis mencari informasi yang berasal dari pegawai *cleaning service*, buruh industri kecil, pegawai biro perjalanan, wisata dan hotel mengenai situasi ketika dari dampak ketika mereka diberhentikan karena Covid-19. Jurnalis mencari informasi pada pemilik hotel, pengusaha, dan pihak-pihak terkait yang terdampak langsung dengan pandemi Covid-19.

Dari berbagai sumber berita yang didapat, jurnalis dapat mengonstruksi berita sesuai tujuan. Apakah berita memberikan simpati, emosi, dan pada akhirnya memunculkan pemakluman, simpati, dan solidaritas atas peristiwa yang diberitakan. Sumber berita yang berasal dari orang kecil dapat menjadi berita besar. Sebaliknya berita dari orang besar bisa berdampak kecil. Program *features* kemanusiaan di tayangan televisi swasta dengan cara membantu orang-orang kecil tentu diawali dengan survei ke sumber berita sebelum kegiatan *shooting* dilakukan. Dampak penayangan orang-orang kecil di media massa sebagai pembelajaran kepada audiens untuk bersimpati. Misalnya, kisah penambang batu, penambang belerang, penambang pasir yang upahnya hanya bisa untuk makan keluarga walaupun sudah membanting tulang bekerja.

Sumber berita berasal dari sumber utama yaitu reporter dan kantor berita. Reporter bertugas mencari berita di mana saja dan kapan saja. Sumber-sumber berita itu bisa dari pemerintahan (presiden, para menteri, petinggi negara) kalangan DPR, pelaku bisnis, akademisi, badan olahraga, kalangan profesional, dan sebagainya. Jurnalis juga dapat mencari berita dari kantor berita nasional yakni LKBN Antara atau kantor perwakilan berita asing. Seperti Reuters (Inggris) NBC News, Foxn News, United Press Internasional (UPI), dll

Jurnalis juga dapat mencari sumber berita lainnya berupa penerbitan (*publication*), Jumpa pers (*news conference*), Peman-tauan (*monitoring*), dan kontak pribadi (*personal contact*). Sumber berita penerbitan berasal dari surat kabar koran, majalah nasional, dan asing.

Sumber berita juga bisa diperoleh dengan jumpa pers berupa taklimat (*briefing*) dan rapat-rapat (*public meeting*). Jurnalis juga dapat memperoleh materi berita dari pemantauan terhadap stasiun radio, televisi nasional, dan internasional. BBC World Service London misalnya, memiliki dinas pemantauan dengan perlengkapan canggih. Lembaga ini sanggup memantau siaran stasiun radio di seluruh dunia selama 24 jam penuh. Hasilnya bukan hanya untuk keperluan BBC sendiri tetapi juga untuk keperluan pemerintah Inggris (Oramahi, 2003: 19)

Jurnalis pun dapat memperoleh sumber berita dari kontak pribadi. Diperkirakan ada jutaan calon sumber berita (*potential news sources*), jika jurnalis mampu melakukan wawancara dan menuliskannya. Kisah-kisah orang-orang biasa sampai orang-orang luar biasa, cerita dari tiada ke berada (*from nothing to something*) dari sampah ke kemakmuran (*from trash to treasure*) dapat menjadi materi jurnalistik yang menarik.

4.2 Tujuan, Waktu, dan Tempat Wawancara

Wawancara dilakukan bertujuan untuk memperoleh informasi, opini, bahan cerita mengenai *human interest*, dan bahan biografi (Bonar, 1991). Beberapa hal yang menarik bagi pembaca atau audiens ketika membaca berita karena jurnalis mencatat persis kata-kata yang disampaikan oleh narasumber. Pembaca seolah-olah seperti bercakap-cakap langsung dengan narasumber atas tulisan yang dibuat. Jurnalis juga mampu membantu pembaca untuk memahami suasana ketika sumber berita diwawancarai. Informasi yang diperoleh dari sumber berita yang memiliki otoritas (pejabat, aparat, Komnas HAM, komisi-komisi yang dimiliki pemerintah) memiliki validitas dibandingkan sumber berita yang diperoleh dari orang awam.

Wawancara menjadi efektif jika tujuan wawancara adalah memberi informasi, hiburan, atau bimbingan yang praktis. Penemuan-penemuan, proses-proses baru, metode-metode yang luar biasa, proyek-proyek baru, dan kisah sukses yang dicapai dari

segala macam persoalan untuk dapat dijelaskan bagi kepentingan pembaca. Misalnya, pembangunan Jalan Trans Papua yang menghubungkan Sorong-Manokwari, dibangunnya Jembatan Merah-Putih di Ambon yang menyebabkan orang tidak menyeberang menggunakan kapal lagi, serta dibangunnya jembatan Suramadu yang menghubungkan Pulau Jawa dan Madura. Sekarang setiap anak bangsa yang berprestasi berkesempatan memperoleh beasiswa sampai S3. Kehadiran telepon pintar (*smart phone*) memudahkan orang untuk melakukan mobilisasi, transaksi, dan servis secara pribadi. Topik-topik menarik berkaitan dengan perkembangan dan kehidupan manusia modern dapat dijadikan bahan wawancara.

Berdasarkan siapa dan kapan pemberitaan terdapat jenis wawancara berita aktual (*factual news interview*). Dalam wawancara ini jurnalis meminta pendapat narasumber atas kejadian yang baru terjadi. Misalnya, Menteri Keuangan akan memberi hadiah satu miliar kepada siapa pun yang bisa mencari kesalahan presiden. Berita ini biasanya menyangkut orang besar dan memiliki daya tarik tinggi bagi audiens.

Wawancara kepribadian tokoh (*personality interview features*) fokus pada sisi pribadi, sikap, dan pandangan tokoh atas peristiwa aktual yang terjadi. Bedanya wawancara ini dengan wawancara berita terletak pada sikap dan pandangan tokoh atas peristiwa yang terjadi. Berdasarkan tujuannya terdapat wawancara biografi (*biographical interview*). Dalam wawancara ini dibicarakan prestasi-prestasi, sifat-sifat, dan ideologi, serta pandangan politik tokoh atau sumber berita. Wawancara kepribadian atau *personality interview* wawancara yang bertujuan menggali pribadi dan pandangan tokoh yang berbeda dan khas dibandingkan dengan tokoh lain. Misalnya, wawancara dengan Djoko Pekik seniman tiga zaman yang karya lukisannya “Berburu Celeng” berharga satu miliar. Penderitaannya ketika dijadikan tahanan politik pada masa Orde baru yang dituduh PKI. Pewawancara dapat menggali sikap, pandangan, dan ideologinya dalam seni rupa, mengapa ia sampai ditahan, disiksa hanya karena lukisannya. Mengapa

ia berorganisasi dalam Bumi Tarung, organisasi seniman yang menaunginya.

Wawancara berita aktual (*actual news interview*) tujuan wawancara ini meminta pendapat orang yang memiliki otoritas (pejabat, ulama, pengusaha) atas kejadian yang baru saja terjadi untuk segera dipublikasikan. Misalnya, kegiatan Basuki Tjahaja Purnama sebagai komisaris utama Pertamina yang memberi kontribusi 110,6 triliun untuk pertengahan 2021 dan sebelumnya menyeter hampir 200 triliun sepanjang 2020 (Sumber: genpi.co).

4.2.1 Jenis Wawancara

Pertama, wawancara di jalan (*man in the street interview*). Jurnalis menghentikan dan menanyakan kepada seseorang di jalan untuk menanggapi peristiwa aktual yang sedang terjadi. Misalnya, bagaimana pendapat Anda mengenai rencana pembangunan ibu kota baru di Kalimantan Timur? Bagaimana pendapat Anda tentang belajar luring setelah PPKM (Pemberlakuan dan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) setelah levelnya diturunkan? Bagaimana pendapat Anda dengan tempat wisata di Yogyakarta? Bagaimana Pendapat Anda dengan Wisata di Bali, dst.

Cara ini dilakukan untuk mencari pendapat umum secara acak untuk melihat respons masyarakat atas suatu hal. Dari lima orang yang ditanya mungkin jawabannya berbeda-beda tetapi pasti ada yang sama.

Kedua, wawancara mendadak (*causal interview*) yaitu wawancara spontan dan tidak disiapkan sebelumnya. Misalnya, seorang jurnalis menghadiri undangan pernikahan seorang tokoh. Di situ ia tanpa sengaja berjumpa dengan tokoh penting yang dia kenal. Lalu terjadilah wawancara dengan narasumber tanpa direncanakan sebelumnya. Narasumber yang diwawancarai mungkin tokoh berpengaruh, seniman, artis, ulama, dan mungkin budayawan atau yang lainnya. Dalam situasi seperti ini wartawan dapat merekam wawancara menggunakan telepon pintar dan segera mentranskrip untuk dijadikan *features* atau berita ringan.

Ketiga, wawancara kepribadian tokoh (*personality interview*). wawancara ini lebih khusus lagi dilakukan jurnalis kepada orang-orang tertentu untuk menggali pandangan, sikap, kepribadian, dan aspirasi tokoh tersebut dalam kehidupan. Jurnalis beruntung dapat mewawancarai tokoh-tokoh besar penerima anugerah, tetapi jurnalis juga bisa menentukan tokoh yang bisa dipilihnya sendiri.

Dalam wawancara ini jurnalis juga mencari sumber berita yang aneh dengan pergi ke kebun binatang mewawancarai perempuan perawat dan penjinak harimau, atau perawat ratusan ular. Jurnalis juga dapat mewawancarai orang-orang yang memiliki profesi aneh atau tidak umum dilakukan.

Keempat, wawancara berita (*news interview*) dilakukan untuk memperoleh bahan berita aktual. Misalnya, berita tahanan politik yang diberi grasi atau ampunan presiden setelah dipenjara 20 tahun. Wawancara peresmian jalan tol di Papua, peresmian kereta bandara YIA (Yogyakarta International Airport). Dalam wawancara ini jurnalis fokus bertanya pada keberadaan topik, tidak bertanya yang terlalu umum. Misalnya, bagaimana pendapat Anda dengan kehadiran jalan tol Trans papua? Apa kelebihannya dengan adanya kereta bandara Yogyakarta-YIA?

Kelima, wawancara dengan menggunakan telepon (*telephone interview*). Wawancara ini digunakan dalam keadaan mendesak karena jarak, maupun karena kesibukan narasumber. Misalnya, yang sedang diwawancarai berada di luar kota atau di luar negeri. Mungkin juga sumber berita dengan kesibukannya yang padat tidak sempat melakukan wawancara langsung sehingga jurnalis atau narasumber menghendaki wawancara via telepon. Kelemahan wawancara jenis ini jurnalis tidak dapat menuliskan atmosfer atau suasana terjadinya pengambilan data. Bagaimana reaksi, gestur dari narasumber, termasuk juga dia sedang di tempat seperti apa.

Keenam, wawancara dengan pertanyaan yang disiapkan terlebih dulu (*prepared question interview*). Tujuannya agar wawancara tidak melebar ke masalah lain dan menyimpang dari pokok persoalan. Wawancara ini juga bisa dilakukan tanpa

menemui narasumber. Narasumber dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan tertulis yang disampaikan jurnalis dengan menjawab secara lisan dalam bentuk rekaman atau menuliskannya. Wawancara jenis ini dinilai efektif ketika narasumber adalah orang yang sibuk. Kelebihannya apabila narasumber adalah orang yang rendah hati (*humble*) dan antusias. Sebagai contoh sastrawan besar Budi Darma sangat peduli dan antusias menjawab pertanyaan tertulis yang disampaikan mahasiswa ketika dia menjawab hal-hal yang berkaitan dengan karya dan kegiatannya (Siswanto, 2005).

Ketujuh, wawancara kelompok (*group interview*) disebut juga jumpa pers (*press conference*). Jika dilakukan secara daring disebut *tele conference*. Jurnalis dapat mewawancarai berbagai pakar mengenai suatu topik tertentu. Misalnya, penanganan masalah Covid-19 dari aspek medis, ekonomis, pendidikan, dan sosial. Dengan demikian, jurnalis akan mewawancarai beberapa pakar mengenai dampak Covid-19 dari ketiga aspek tersebut. Jika masalah bersifat khusus seperti Covid-19 dan hanya dihadiri oleh pakar dalam ilmu yang sama, jurnalis dapat melakukan wawancara hanya kepada pakar virus.

Wawancara yang berkaitan dengan berita aktual wajib menyiankkan wawancara dengan tepat waktu. Jika wawancara dilakukan terlambat, maka berita akan menjadi basi. Berita jadi kurang menarik ketika pembaca sudah mengetahui sebelumnya. Topik atau masalah yang dipilih dalam wawancara juga memiliki kedekatan dengan pembaca dan audiens. Orang akan lebih tertarik atas wawancara yang terjadi di desa atau kawasan daripada yang terjadi di tempat jauh, luar negeri misalnya. Berita setempat (*local news*) yang lebih dikenal tentu lebih menarik daripada berita yang mereka tidak kenal. Audiens lebih tertarik berita yang berdampak pada biaya hidup, harga pangan, pajak, dan hasil pembangunan (Oramahi, 2003: 4-6). Perhatikan contoh:

- Pemerintah mengalokasikan dana satu miliar rupiah untuk disalurkan kepada desa-desa di seluruh Indonesia.

- Harga kebutuhan pokok diperkirakan stabil menjelang Idul Fitri karena panen raya. Hanya harga daging sapi mungkin ada kenaikan karena masih mengeksplor

Berita kedua tentu lebih menarik di kalangan pembaca atau audiens karena berkaitan dengan hajat hidup orang banyak. Minat pembaca dapat ditingkatkan dengan memberikan cita rasa lokal (*local flavour*) pada sebuah berita sambil memberi penekanan terhadapnya. Dalam jurnalisme radio, misalnya fenomena paling terkenal bahwa pendengar akan berhasrat mendengarkan sebuah berita. Penggemar olahraga akan lebih tertarik mendengar berita olahraga mengenai cabang yang baru saja mereka saksikan. Berita kemenangan Greysia Polli dan Apriana Rahayum dalam olimpiade di Tokyo 2020 merupakan berita menarik dan dekat dengan orang Indonesia yang memiliki hobi bulu tangkis. Demikian berita-berita lain yang dekat dengan pendengarnya.

4.3 Etika dalam Wawancara

Etika wawancara adalah pedoman yang harus dilakukan jurnalis agar pekerjaan menjadi baik. Dalam arti luas ada Kode Etik Jurnalistik (KEJ). Beberapa hal terkait dengan etika dan pedoman yang harus dimiliki seorang jurnalis (Bonar, 1991:53-55).

1. Datanglah tepat waktu ke tempat yang sudah disepakati dengan narasumber. Minimal 30 menit sebelum pertemuan dimulai, jurnalis sudah berada di tempat. Jangan sampai narasumber dibuat menunggu.
2. Persiapkan terlebih dahulu apa yang akan ditanyakan, lebih baik dalam bentuk tertulis agar tidak melebar ke masalah lain.
3. Jelaskan identitas Anda, dari media apa.
4. Terangkan dengan jelas maksud wawancara.
5. Bertanyalah dengan bijaksana.
6. Jika membuat *appointment* (janji) dengan orang penting, ulangi menyebut tempat dan jam, supaya tidak ada salah paham.

7. Selalu hormat, minta maaf, dan berterima kasih.
8. Aturilah supaya kegiatan wawancara tepat waktu (sesuai jadwal) kecuali narasumber meminta lebih lama.
9. Tidak boleh salah menyebut dan menulis nama narasumber.
10. Siapkan perangkat wawancara, rekaman, buku catatan, pulpen, telepon pintar.
11. Jangan berlagak jurnalis dengan merasa lebih tahu masalah daripada narasumber. Jika perlu memberi apresiasi capaian yang sudah diperoleh narasumber.
12. Sebelum mewawancarai narasumber perlu bertanya kesibukan, hobi, hal yang disukai, dan tidak disukainya.
13. Pertanyaan jurnalis pendek dan jawaban narasumber panjang. Jangan sampai narasumber menjawab iya/tidak/mungkin. Bertanyalah dengan redaksi, “Menurut Pendapat Bapak/ibu Sdr... Bagaimana bapak memandang atas peristiwa tersebut? Bagaimana menyikapi hal tersebut, dsb.
14. Jangan suka menyela (*interruption*) ketika narasumber berbicara, bisa mengganggu jalan pikirannya.
15. Jangan menanyakan hal yang personal yang tidak terkait dengan masalah. Misalnya pernah menikah/cerai/masih belum berkeluarga.
16. Wawancara harus fokus dan tidak keluar dari pokok masalah. Jika narasumber beralih ke luar topik dan memang penting, maka dengarkan dengan saksama.
17. Perhatikan gerak dan ekspresi narasumber, mungkin dia bahagia, capek atau letih, kurang senang membicarakan detail pertanyaan yang disampaikan.
18. Sebelum undur diri cek kembali apakah hal-hal penting perihal pokok yang diperoleh sudah tidak ada yang tertinggal.
19. Hormatilah narasumber sebelum berpisah.

4.4 Mendokumentasikan Hasil Wawancara

Setelah melakukan kegiatan wawancara, seorang jurnalis akan mendokumentasikan hasil wawancara dengan cara mentransfer audio hasil wawancara ke dalam bentuk tulis. Kegiatan ini dilakukan sekaligus menyunting isi (konten perihal topik) dan bahasa. Beberapa jika tidak menguasai steno gunakan singkatan.

Langkah yang dilakukan dalam membuat catatan hasil wawancara di antaranya seperti berikut ini.

1. Pilihlah jawaban dari narasumber yang penting dan yang tidak penting untuk ditulis.
2. Jurnalis wajib mengerti pokok persoalan, masalah, topik dari wawancara itu. Bisa jadi narasumber salah dalam memberi pernyataan menurut teori dan pandangan umum.
3. Pastikan lagi nama-nama orang, tempat yang disebutkan dalam wawancara yang tidak diketahui sendiri oleh jurnalis agar tidak terjadi kesalahan tulis.
4. Biasakan untuk menulis cepat. Bila tidak bisa menguasai steno gunakan singkatan.
5. Berlatih mengingat detail yang dikatakan narasumber dalam wawancara, biasanya hal yang mengesan.
6. Tambahkan detail yang masih diingat jurnalis dalam wawancara itu.
7. Selalu menggunakan alat bantu wawancara, buku catatan, pensil, dan gawai sehingga kalau jurnalis lupa dapat membaca atau mendengarkan ulang.

4.5 Mengakhiri Wawancara

Untuk mengakhiri wawancara dengan narasumber—yang pada umumnya mereka adalah orang sibuk, orang penting, para profesional—seorang jurnalis wajib mengakhiri dialog dengan bagus. Oleh karena itu, dalam mengakhiri wawancara dilakukan hal seperti berikut ini.

1. Berterima kasih atas kesempatan yang diberikan meluangkan waktu untuk kegiatan wawancara.
2. Meminta maaf jika dalam kegiatan wawancara banyak sekali hal yang belum bisa dilakukan karena terbatasnya waktu atau meminta maaf kalau kurang berkenan karena penampilan.
3. Bertanya sebelum mengakhiri wawancara, apakah masih ada lagi sesuatu yang ingin disampaikan. Misalnya, narasumber akan mengundang jurnalis untuk wawancara lagi di tempat berbeda.
4. Telitilah daftar pertanyaan yang mungkin belum ditanyakan. Agar tidak ada pertanyaan terlewatkan setiap habis bertanya memberi tanda centang atau stabilo yang sudah ditanyakan.
5. Biasanya narasumber yang diwawancarai di rumah akan mengantarkan jurnalis sampai pintu keluar dan ucapkan terima kasih sekali lagi.

Daftar Pustaka

- Bonar, S.K (1991)*Teknik Wawancara*. Jakarta: Bina Aksara.
- Siswanto, Wahyudi (2005) *Budi Darma: Karya dan Dunianya*. Jakarta Grasidno. Gramedia Widiaiswara Indonesia.
- Oramahi, Asy'ari Hasan (2003) *Menulis Untuk Telinga Sebuah Manual Penulisan Berita Radio*. Jakarta : Gramedia).

A large, stylized number '5' in a dark grey color, positioned on the left side of the page. A thin black diagonal line starts from the top left corner and passes through the upper part of the '5'.

TEKNIK PENULISAN BERITA

5.1 Tujuan Menulis Berita

Tujuan kegiatan menulis berita adalah melaporkan seluk-beluk suatu peristiwa yang telah, sedang, dan akan terjadi. Melaporkan di sini berarti menuliskan apa yang dilihat, didengar, atau dialami seseorang atau sekelompok orang. Berita ditulis sebagai rekonstruksi tertulis apa yang terjadi (Siregar, 1998: 19).

Terdapat dua alasan dalam penulisan berita. *Pertama*, untuk memenuhi tujuan politik keredaksian suatu media massa atau memenuhi kebutuhan pembaca. Informasi yang disampaikan kepada pembaca dipilih berdaya jual tinggi dan berdampak positif kepada pembaca. *Kedua*, selain meningkatkan oplah (tiras) pembaca, berita yang disampaikan bermanfaat bagi pembaca. Informasi itu sebagai masukan bagi pembaca supaya mampu mengantisipasi perubahan, menghindari hal-hal yang merugikan, serta mampu bersikap dalam memilih secara tepat langkah yang akan diambil.

Bercerita disajikan kepada pembaca agar membantu mencapai tujuan hidupnya. Tujuan yang dimaksud antara lain seperti di bawah ini (Siregar, 1998: 20).

1. Berita yang melaporkan adanya bahaya yang mengancam kehidupannya, bahaya fisik, semacam tindak kekerasan, bahaya alam, penyakit, dan sebagainya.

2. Berita yang mengungkapkan ancaman atau tekanan terhadap kebebasan seseorang, semacam penahanan tidak melalui saluran hukum, pengusuran, ketidakadilan ekonomi, dan sebagainya.
3. Berita yang menambah pengetahuan pembaca untuk memperbaiki kedudukan ekonomi atau sosial. Semacam berita mengenai perkembangan perdagangan, situasi lapangan kerja, petunjuk-petunjuk untuk menambah pendapatan, dan sebagainya.
4. Berita yang mengungkapkan perkembangan atau penghambat dalam peningkatan kehidupan, semacam kemerosotan kehidupan perkotaan (pergelandangan, perumahan sulit), kemajuan dalam bidang kesehatan, dunia hiburan, mode dan sebagainya.

Tidak semua perlu diberitakan. Secara umum, kejadian yang dianggap memiliki nilai berita atau layak adalah yang mengandung satu atau beberapa unsur berikut ini (Siregar, 1998: 27-28).

1. *Significance* (penting) yaitu kejadian yang berkemungkinan memengaruhi kehidupan orang banyak, atau kejadian yang memiliki akibat terhadap kehidupan pembaca.
2. *Magnitude* (besar) yaitu kejadian yang menyangkut angka-angka yang berarti bagi kehidupan orang banyak, atau kejadian yang berakibat yang bisa dijumlahkan dalam angka yang menarik bagi pembaca.
3. *Timeliness* (waktu) yaitu kejadian yang menyangkut hal-hal yang baru terjadi, atau baru dikemukakan.
4. *Proximity* (kedekatan) yaitu kejadian yang dekat bagi pembaca. Kedekatan ini bersifat geografis, maupun emosional.
5. *Prominence* (tenar) yaitu menyangkut hal-hal yang terkenal atau sangat dikenal oleh pembaca seperti orang, benda atau tempat.

6. *Human interest* (manusiawi), yaitu kejadian yang memberi sentuhan perasaan bagi pembaca, kejadian yang menyangkut orang biasa dalam situasi luar biasa, atau orang besar dalam situasi biasa.

Salah satu unsur tersebut menjadikan kejadian layak berita. Jika ditemukan lebih dari satu unsur, kejadian tersebut makin tinggi kelayakan beritanya. Oleh karena itu, berita besar adalah yang memiliki sebanyak mungkin unsur tersebut.

Terdapat empat unsur yang harus dipenuhi dalam penulisan yang dikenal dengan *news values* atau nilai-nilai berita yaitu *cepat*, *nyata*, *penting*, dan *menarik* (Romli, 2003: 5-6). *Cepat* yakni aktual atau ketepatan waktu. *Nyata* (faktual) informasinya adalah sebuah fakta (*fact*) bukan fiksi atau karangan. Fakta dalam dunia jurnalistik adalah kejadian nyata (*real opinion*), pendapat (*opinion*) dan pernyataan (*statement*) sumber berita. *Penting* karena berita menyangkut kepentingan orang banyak atau berpengaruh kepada orang banyak. *Menarik*, mengundang orang untuk membaca berita yang kita tulis.

5.2 Jenis Berita

Menurut Siregar (1998: 154-158) berita jurnalistik yang banyak muncul dalam surat kabar atau majalah berita dapat digolongkan atas berita langsung (*straight/hard/spot news*), berita ringan (*soft news*), berita kisah (*features*), serta laporan mendalam (*indept report*).

1. Berita langsung digunakan untuk menyampaikan kejadian-kejadian penting yang secepatnya perlu diketahui oleh pembaca. Berita langsung (*straight news*) penting dari peristiwa sesegera mungkin disampaikan kepada pembaca. Disebut *spot news*, wartawan harus berhadapan langsung dengan kejadian dan melaporkannya. Disebut *hard news*, menimbang bahwa

fakta yang memberitakan peristiwa adalah fakta keras, dapat diukur berdasarkan persepsi indrawi manusia.

2. Berita ringan disebut juga *soft news*. Kisah di balik berita. Berita yang kurang mengutamakan unsur penting tetapi sesuatu yang menarik yang mengandung unsur manusiawi. Berita ringan juga bisa berdiri sendiri, tidak terkait dengan berita langsung. Misalnya, kisah perempuan yang gagal menikah, karena suaminya mengalami kecelakaan pesawat terbang padahal undangan sudah beredar.
3. Berita kisah disebut juga *features*. Tulisan mengenai kejadian yang dapat menyentuh perasaan, atau untuk menambah pengetahuan pembaca melalui penjelasan rinci, lengkap, serta mendalam. Berita ini tidak terkait dengan aktualitas. Nilai utamanya adanya unsur manusiawi yang dapat menambah pengetahuan. Jenis berita kisah di antaranya *news features*, *historical features*, *profile features*, *how to do it features*, *human interest features*. Berita kisah digunakan untuk mengangkat nuansa atau warna kehidupan, hal yang sering tidak mungkin dilakukan melalui berita langsung.
 - a) Berita kisah yang ditulis berdasarkan peristiwa yang baru terjadi (*news features*). Jika berita langsung unsur penting yang ditonjolkan dalam *news features* maka unsur menarik ditonjolkan sekaligus. Mengapa demikian? *Pertama*, berita kisah ditulis karena masalah yang diberitakan terlalu luas cakupannya. *Kedua*, dampak peristiwa atau masalah menyangkut kepentingan masyarakat luas. *Ketiga*, diperlukan uraian panjang dan rinci, sehingga pembaca paham duduk perkaranya. Misalnya, perubahan budaya dari agraris ke industri. Berubahnya pola pemasaran dan perdagangan dari tradisional ke daring (*online*).
 - b) Berita kisah berkaitan dengan kejadian sejarah (*historical features*), misalnya kejadian manusiawi yang dialami Jenderal Sudirman ataupun Pangeran Diponegoro di masa lampau. Tulisan tentang kedua tokoh tersebut layak

diungkapkan, bila dikaitkan dengan kondisi sekarang. Misalnya, Jenderal Sudirman meminta istrinya untuk menjual perhiasan emas untuk membiayai perang gerilya. Pangeran Diponegoro adalah ningrat dari kerajaan di Yogyakarta yang harus meninggalkan keraton untuk mengatur perang melawan Belanda; pernah ditipu musuh, ditawan, dan wafat dikuburkan di Kota Makassar. Diponegoro meninggalkan pengikutnya di Sulawesi Utara, tepatnya di Tomohon yang disebut Kampung Jawa. Dalam *historical features* bisa dituliskan juga tempat-tempat bersejarah dan pelakunya.

- c) Berita kisah pribadi terkait dengan perjalanan hidup manusia (*profile features*). Kisah pribadi ini dapat bercerita tentang perjuangan seorang tukang kayu, menjadi eksportir mebel, menjadi wali kota, gubernur, hingga presiden. Kisah mahasiswa yang suka melayani fotokopi di kampus yang menjadi pengusaha sukses. Profil ini tidak hanya menggambarkan keberhasilan seseorang tetapi juga dapat menceritakan kegagalan seseorang dalam kurun waktu tertentu. Berita kisah pribadi tidak harus menonjolkan unsur manusiawi (*human interest*) tetapi dapat bercerita tentang profil perusahaan atau organisasi yang sukses.
- d) Berita kisah yang menjelaskan bagaimana melakukan sesuatu (*how to do it features*). Dalam berita kisah ini, informasi yang disampaikan lebih sebagai petunjuk yang dipandang penting bagi pembaca. Misalnya, melakukan perjalanan wisata darat, dengan menyajikan keterangan di mana terdapat hotel, pom bensin, rumah makan, lengkap dengan perkiraan biaya, kualitas jalan dan sebagainya. Dalam artikel ini bisa juga ditulis cara memasak di alam bebas, bagaimana menjaga keamanan ketika melakukan perjalanan di luar negeri.

- e) Berita kisah yang menonjolkan hal-hal yang menyentuh perasaan sebagai hal yang menarik (*human interest features*). Dalam berita ini ditulis peristiwa atau masalah yang dialami manusia baik yang sudah mending maupun yang masih hidup. Berita ini juga dikenal dengan minat manusia. Misalnya, orang dengan profesi yang aneh sebagai peternak ular. Orang dengan kegemaran mengoleksi mobil antik sejak perang dunia kedua. Orang yang punya hobi mendaki gunung di berbagai benua, dan sebagainya.
4. Laporan mendalam (*indepth report*) digunakan untuk menuliskan permasalahan secara lengkap, mendalam, dan analitis. Gaya dan cara penulisan ini dimaksudkan untuk menyajikan informasi agar pembaca lebih memahami duduk perkara suatu masalah. Kompleksitas permasalahan menyebabkan peristiwa perlu disoroti lewat sejumlah sudut pandang agar pembaca memperoleh pemahaman yang lebih baik, lengkap dan menyeluruh.

Sering kali kaitan sebab-akibat dan kepentingan dari berbagai pihak tidak tampak jelas di permukaan. Oleh karena itu, sejumlah fakta harus dikumpulkan jauh ke belakang sebelum peristiwa muncul. Semua fakta harus ditelusuri keterkaitannya satu demi satu terhadap perkembangan yang muncul kemudian. Laporan ditulis berdasar liputan terencana dan memakan waktu lama, dilakukan untuk mengumpulkan fakta, keterkaitan logika sejumlah fakta yang diperlukan untuk menyusun fakta. Peliputan ini dilakukan ketika sejumlah pihak menyembunyikan fakta atau menutupi kejadian sebenarnya. Sebagai contoh, liputan salah satu media yang melakukan laporan investigasi atas plagiarisme yang dilakukan oleh salah satu rektor sebuah PT di Kota Semarang.

5.3 Mengidentifikasi Fakta

Menurut Siregar (1998: 52-57) mengidentifikasi fakta peran manusia di dalam suatu peristiwa yang diberitakan dapat diungkap

dengan pertanyaan pokok jurnalistik 5W+1H yaitu *apa, siapa, mengapa, kapan, di mana, dan bagaimana*. Pengertian dari setiap unsur pertanyaan tersebut dapat diidentifikasi sebagai berikut.

1. *Apa* yang terjadi?
2. *Siapa* yang terlibat dalam kejadian?
3. *Mengapa* kejadian itu timbul?
4. *Kapan* kejadian itu?
5. *Di mana* kejadian itu?
6. *Bagaimana* kejadiannya (duduk perkaranya)?

Pertanyaan-pertanyaan sederhana ini akan menyebabkan wartawan mengumpulkan fakta seluas-luasnya. Setiap kejadian akan mengandung informasi yang menjawab keenam pertanyaan tersebut.

5.4 Kritis Terhadap Fakta

Tugas wartawan adalah merekonstruksi suatu peristiwa. Oleh karena itu, diperlukan sikap kritis agar fakta yang digunakan untuk membangun rekonstruksi berhasil menggambarkan realitas sebenarnya. Sikap kritis tidak muncul begitu saja. Sikap kritis tumbuh seiring keingintahuan yang mendalam. Sikap kritis tecermin tidak membiarkan sesuatu seperti yang tampak tanpa mempertanyakan kebenaran itu. Sikap kritis dapat tumbuh dengan melatih terus-menerus kemampuan untuk melihat perbedaan atau persamaan melalui *klasifikasi, analisis bagian, dan analisis proses* (Siregar, 1998: 58-75).

1. Klasifikasi, melihat objek-objek dalam suatu konteks logis untuk melihat hubungan satu objek dengan objek-objek lain: ke samping, ke atas, ke bawah. Melihat hubungannya ke samping, berarti melihat apakah objek itu mempunyai kesamaan-kesamaan ciri tertentu dengan objek lain atau tidak. Klasifikasi dilakukan atas satuan-satuan individual ke atas. Perhatikan contoh berikut.

Hewan Piaraan		
Sapi	Kuda	Kerbau, dst
Sapi perah	Sapi pedaging	sapi pembajak, dst.

Sapi, kuda, dan kerbau disebut satu golongan, yaitu hewan piaraan. Sedangkan *sapi perah, sapi pedaging, dan sapi pembajak* disebut satu golongan, disebut salah satu hewan piaraan yang disebut sapi. *Sapi, kuda, dan kerbau* punya hubungan horizontal setara. Sementara *sapi perah, sapi pedaging, dan sapi pembajak* adalah golongan lebih rendah (dalam hubungan ke bawah) ketimbang sapi atau kuda.

2. Analisis bagian yaitu berusaha menjawab pertanyaan “Apa bagian dari suatu barang?” Dengan analisis bagian, kita berusaha menemukan batas-batas titik sanding unsur-unsur yang membentuk suatu objek bagian yang dihubungkan satu sama lain membentuk satu kesatuan yang disebut struktur. Bila tiap bagian memiliki fungsi terhadap keseluruhan berarti barang itu mempunyai struktur. Oleh karena itu, analisis bagian selalu dikaitkan dengan analisis struktur. Contoh berikut.

rumah - atap - dinding - pintu - jendela - lantai, dsb.

Rumah adalah bangunan yang memiliki struktur, terdiri atas atap, dinding, pintu, jendela, lantai dan sebagainya. Setiap bagian, yaitu atap dan seterusnya memiliki fungsi menjadi pembentuk struktur rumah. Dinding berfungsi untuk membatasi ruang antara bagian dalam dan bagian luar. Demikian analisis ditetapkan.

3. Analisis proses dilakukan kalau bagian-bagian yang dikemukakan dapat berubah, atau menggerakkan keseluruhan itu.

Dalam hal ini ada dimensi yang ditambahkan pada analisis proses, yaitu dimensi waktu. Jadi, analisis proses bersifat 4 dimensi, karena berkaitan dengan perubahan. Setiap perubahan selalu melibatkan waktu. Dalam analisis proses memunculkan tahap yang memiliki bagian-bagian. Contoh dalam membangun rumah.

Tahap 1	: Perencanaan (desain, bahan, waktu, biaya, tukang, dsb)
Tahap 2	: Persiapan (pengadaan bahan, penyiapan bahan, tukang, dsb)
Tahap 3	: Pelaksanaan (pembuatan fondasi, dinding, lantai, rangka, dsb)
Tahap 4	: Penyelesaian akhir (pemasangan pintu, jendela, kunci, dsb)

4. Penalaran induktif bekerja dengan mengamati sejumlah fakta khusus, kemudian mengambil kesimpulan berdasarkan fakta, atau berlaku atas peristiwa sejenis. Perhatikan contoh:

Daniel orang Timtim sehari-hari makan jagung. Peter orang Timtim sehari-hari makan jagung. Andre orang Timtim sehari-hari makan jagung. Dan beberapa orang lain di Timtim makan jagung.

Generalisasi:

Orang-orang (masyarakat) di Timtim makan jagung.

Untuk bisa sampai pada generalisasi tersebut harus didukung oleh fakta yang meyakinkan. Jika fakta (Daniel, Peter, dan lainnya) tidak mencerminkan keseluruhan orang Timtim, generalisasi tidak bisa dibuat. Penalaran induktif ini diperlukan wartawan untuk membuat kesimpulan yang sifatnya sementara, sebelum mengumpulkan fakta yang sesungguhnya. Akan tetapi, kesimpulan sementara ini tidak untuk dituliskan di surat kabar. Penalaran induktif juga berguna untuk meramalkan fakta yang akan terjadi.

5. Penalaran deduktif kebalikan dari induktif. Penalaran ini dari umum ke yang khusus. Atau penerapan generalisasi pada peristiwa yang khusus untuk menarik kesimpulan. Proses penalaran deduktif berlangsung tiga tahap.
- Generalisasi sebagai pangkal bertolak.
 - Penerapan generalisasi pada kejadian tertentu.
 - Kesimpulan deduktif yang berlaku pada peristiwa yang khusus itu.

Contoh penalaran deduktif seperti berikut ini.

Masyarakat Timor Timur sehari-hari makan jagung (Premis Mayor)
Thomas anggota masyarakat Timor Timur (Premis Minor)

Jadi:

Thomas sehari-harinya makan jagung.

Generalisasi diperoleh lewat pengamatan dan eksperimen orang lain. Penalaran deduktif terdiri atas premis mayor, premis minor, dan kesimpulan.

Untuk berlatih silakan Anda membuat penalaran deduktif dengan menggunakan premis mayor, premis minor, dan kesimpulan untuk kasus-kasus yang menarik untuk bahan artikel jurnalistik. Tingkat pendidikan bangsa Indonesia masih rendah. Konsumsi daging masyarakat masih rendah. Kelas menengah masyarakat Indonesia didominasi keluarga muda. Petani Indonesia kesulitan membeli pupuk dan obat-obat pertanian. Peternak Indonesia kesulitan memperoleh pakan dengan harga murah, dst.

Memang benar tidak semua orang memiliki daya nalar yang benar dalam menghadapi persoalan, yang disebut salah nalar (*fallacy*) yaitu gagasan, perkiraan, kepercayaan, atau kesimpulan yang keliru atau sesat. Salah nalar terjadi ketika tidak mengikuti tata cara pemikiran yang tepat. Contoh salah nalar:

- a) Pak Victor bukan dosen yang baik karena mahasiswanya yang tidak lulus lebih dari sepuluh persen.
- b) Pengiriman manusia ke planet mars hanya membuang uang.

Salah nalar juga disebabkan generalisasi yang terlalu luas, Hal ini perlu disikapi secara kritis.

- a) Orang Indonesia malas
- b) Orang Indonesia percaya takhayul
- c) Orang Tionghoa suka menyuap
- d) Polisi sering meminta "uang damai" pelanggar lalu-lintas

Salah nalar berpangkal pada keinginan untuk melihat masalah yang rumit dari dua sudut pandang (yang bertentangan), hitam-putih dalam contoh berikut ini.

- a) Kita harus memilih antara demokrasi dan diktator
- b) Seorang komunis akan menghalalkan cara untuk mencapai tujuan
- c) Para petani harus bersekolah supaya terampil.

Salah nalar juga disebabkan analogi yang salah yaitu usaha membandingkan yang tidak membuktikan apa-apa dan menyesatkan, dalam contoh berikut ini.

- a) Rektor universitas harus bertindak seperti seorang jenderal menguasai tentaranya, agar disiplin bisa dipatuhi
- b) Negara ibarat kapal yang menuju tujuannya. Jika setiap kali nakhoda harus memungut suara sebelum menentukan arahnya, kapal itu tak kunjung sampai. Karena itu, demokrasi dalam tata negara pun tidak terlaksanakan.

Salah nalar juga terjadi karena penyampaian masalah dengan menukarkan pokok masalah dengan pokok lain atau menyeleweng dari garis, dalam contoh berikut.

- a) Jurang pemisah antara yang kaya dan yang miskin tidak mungkin terjadi karena UUD 1945 menetapkan asas kekeluargaan untuk ekonomi kita.
- b) Humor Indonesia berpangkal pada kedunguan karena orang Indonesia tidak mengenal humor.

Salah nalar juga terjadi ketika argumentasi yang remeh membenarkan pendiriannya, seperti tampak dalam contoh berikut.

- a) Orang boleh korupsi sebab para pejabat juga korup.
- b) Pegawai negeri tidak perlu datang tepat waktu karena atasannya juga sering datang terlambat.

Salah nalar juga terjadi karena penilaian dibuat bukan berdasar pokok masalah, tetapi sentimen pada pihak lain yang disebut argumentasi *ad hominem*. Salah nalar ini banyak terjadi di bidang politik seperti contoh berikut.

- a) Usul pembangunan waduk itu dilaksanakan karena pengusulnya anggota DPR Pusat.
- b) Kepemimpinannya diragukan karena ia berpoligami dan pernah terjerat masalah bantuan dana sosial.

Salah nalar juga disebabkan imbuhan keahlian yang patut disangsikan. Mengutip pendapat para ahli berguna, tetapi sering tidak tepat sasaran, seperti tampak dalam contoh berikut.

- a) Mengutip pendapat bintang film tentang perkembangan partai politik. Menurut DSW penyederhanaan partai politik perlu dilakukan pada Pemilu 2024.
- b) Mengutip pendapat seorang jenderal tentang ekonomi Indonesia. Menurut TBS Jenderal berbintang empat itu ekonomi Indonesia perlu fokus pada industri pertanian.

Salah nalar juga disebabkan kecerobohan yang disebut *non-sequitur*. Mengambil kesimpulan berdasarkan premis yang hampir tidak ada sangkut pautnya, seperti dalam contoh berikut.

- a) Astra merupakan perusahaan mobil yang terbesar di Indonesia, karena itu mobil Toyota yang dihasilkan adalah mobil yang terbaik.
- b) Parta Golkar merupakan kelompok yang banyak kecendekiawannya, karena itu usul-usulnya paling bermutu.

5.5 Meliput Berita

Sebagai pekerja profesional, wartawan bekerja dalam struktur keredaksian. Wartawan berada di bawah koordinasi redaktur. Redaktur yang memberi dan menjelaskan tugas yang harus dikerjakan wartawan (*assignment, order*). Kepada redaktur wartawan menyerahkan hasil kerjanya pada waktu yang telah ditentukan. Wartawan juga melaksanakan pekerjaan secara mandiri karena tugas profesi. Redaktur tidak mesti harus memberi tugas wartawan. Hubungan antara redaktur dan wartawan sebagai panggilan untuk menghasilkan berita. Sering kali tidak ada peristiwa momentum, sehingga redaktur memberi tugas kepada wartawan untuk mencari berita.

Menurut Siregar (1998: 77-80) peristiwa yang dapat menjadi berita dapat dibedakan dalam beberapa kategori. Kategori ini dibuat berdasarkan waktu terjadinya peristiwa dan juga proses mengikuti peristiwa. Berdasarkan kategori tersebut terdapat berita berdasarkan *peristiwa momentum*, berita berdasarkan *peristiwa teragenda*, *berita lanjutan (follow-up news)*, dan berita berdasarkan *peristiwa fenomena*.

5.5.1 Berita Berdasarkan Peristiwa Momentum

Berita ini ditulis berdasarkan terjadinya suatu peristiwa yang timbul tanpa diduga sebelumnya. Contoh berita jenis ini yaitu berita terjadinya kecelakaan lalu lintas, kecelakaan pesawat terbang, tenggelamnya kapal selam militer, bencana alam, kebakaran hutan, tanah longsor, keracunan massal di desa, kematian pemimpin

negara, dst. Sifat berita ini aktual dan segera diliput oleh wartawan dan segera dipublikasikan agar masyarakat mengetahui duduk perkara selaku media infomasi bagi warga.

5.5.2 Berita Berdasarkan Peristiwa Rutin/Teragenda

Berita ini ditulis berdasarkan suatu peristiwa yang sudah diketahui sebelumnya, seperti hari-hari agama (Idul Fitri, Idul Adha, Hari Natal, Paskah, Nyepi, Waisak, Imlek), Tahun Baru, Hari Buruh, Hari Kemerdekaan, Hari kebangkitan Nasional, Hari Sumpah Pemuda, Hari Kemerdekaan, Hari Pendidikan, Hari Guru, Hari Pramuka, Hari Kepolisian, Hari ABRI, Hari Bapak, Hari Ibu, Hari Anti-Madat, dst. Berita teragenda dapat diperoleh dari sumber-sumber berikut.

1. *Press release* yaitu memberi penjelasan secara tertulis kepada wartawan.
2. *Press conference* yaitu konferensi pers, acara yang sengaja diselenggarakan pihak tertentu untuk memberi penjelasan kepada wartawan. Misalnya, Humas Kepolisian, KPK, Kejaksaan, dll.
3. *Press tour* yaitu acara yang diselenggarakan oleh pihak tertentu dengan mengundang wartawan mengunjungi suatu tempat. Misalnya, pabrik, tempat wisata, sehingga wartawan dapat secara langsung mengamati tempat tersebut.

Wartawan yang suka meliput peristiwa di tempat tertentu—misalnya di sebuah universitas, Markas Besar ABRI, Mabes Polri, Kejaksaan, Pengadilan, Kantor Pemerintah Daerah—biasanya disebut Wartawan yang *ngepos*.

5.5.3 Berita Lanjutan (*Follow-Up News*)

Berita ini ditulis sebagai kelanjutan suatu berita yang telah disiarkan sebelumnya. Tujuannya untuk memberitakan perkembangan terakhir suatu peristiwa, atau mengungkapkan sisi lain suatu kejadian yang telah diberitakan. Misalnya berita tentang kecelakaan meninggal 2 orang dan 10 orang dirawat di rumah

sakit. Berita lanjutan dari 10 orang yang dirawat semua akhirnya meninggal dunia.

Berita berkelanjutan berkaitan juga dengan persidangan kasus korupsi, kegiatan seminar yang berlangsung pada suatu hari yang mengandung kontroversi, selanjutnya pada keesokan harinya ada berita perkembangannya. Berita kecelakaan biasanya berkaitan dengan kecelakaan dan bencana karena selalu ada perkembangan yang terjadi.

5.5.4 Berita Berdasarkan Peristiwa Fenomena

Berita ini ditulis berdasarkan fenomena. Peristiwa fenomena itu sendiri berlangsung tanpa memiliki petunjuk yang jelas, sehingga hanya akan dapat diketahui dengan mengamati berbagai gejala. Misalnya, fenomena semakin banyaknya pencari kerja dan menjadi anggota masyarakat urban di kota. Selain ada peluang kerja di kota, mungkin ada sebab lain yang memaksa penduduk desa memutuskan pergi ke kota meninggalkan desanya. Untuk menjelaskan fenomena perpindahan penduduk perlu pengamatan yang lebih cermat dan memerlukan waktu panjang.

Dengan mengetahui peristiwa apa saja, berita dapat dihasilkan wartawan dengan mudah. Wartawan dapat meliput dan memilih peristiwa apa yang diliput baik peristiwa momentum atau peristiwa fenomena.

Persoalan yang dihadapi wartawan adalah tingkat kesulitan meliput peristiwa memontum tidak sama kesulitannya meliput peristiwa fenomena. Meliput berita momentum lebih mudah dilakukan wartawan. Peristiwa momentum lebih mudah diamati dengan indra, misalnya peristiwa banjir, kebakaran, dan kecelakaan. Dalam peristiwa fenomena tanda-tanda fisik semacam itu belum tentu ada. Ada tanda-tanda fisik, tetapi belum tentu bisa merumuskannya.

5.6. Kendala dalam Peliputan berita

Menurut Siregar (1998: 80-82) wartawan sering gagal melihat peluang. Suatu peristiwa tidak cukup diberitakan sekali saja dan melupakannya. Tidak ada upaya untuk mengamati kelanjutan peristiwa yang telah diberitakan. Ada pula wartawan yang kesulitan untuk mengeksplorasi bahwa peristiwa teragenda dapat digunakan sebagai titik tolak untuk menyiarkan berita yang lebih bernilai. Hal yang paling buruk adalah kecenderungan menjadi wartawan fotokopi. Peristiwa teragenda diberitakan dengan mengandalkan naskah pidato maupun makalah seseorang yang dibacakan, termasuk *press release* diandalkan sebagai bahan utama penulisan berita. Jika redaktur membiarkan wartawan yang demikian, sudah barang tentu surat kabar tersebut akan kehilangan pembaca karena tidak memiliki kreativitas.

Wartawan dituntut memiliki kemampuan berpikir, kepekaan serta kejelian, sehingga tidak satu peristiwa lolos dari pengamatan. Wartawan wajib memiliki kepekaan yang tajam terhadap peristiwa yang layak diberitakan. Tuntutan tersebut bukan hanya persoalan profesionalitas, tetapi juga dilihat dari konteks persaingan media.

5.7 Praktik Menulis Berita

Penulisan berita berkaitan dengan penyusunan *lead* atau teras berita dan tubuhnya (*body*). Terdapat 10 pedoman yang dikeluarkan PWI Pusat seperti di bawah ini (Romli, 2003: 15-17).

1. Teras berita yang menempati alinea pertama harus mencerminkan pokok terpenting berita. Alinea pertama dapat terdiri dari lebih satu kalimat, akan tetapi sebaiknya jangan melebihi 3 kalimat.
2. Teras berita jangan mengandung lebih dari 30-45 kata.
3. Teras berita harus ditulis sebaik-baiknya sehingga mudah ditangkap, 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 dua unsur, yakni unsur tempat (*where*) dan waktu (*when*), maka pilihlah unsur tempat lebih dahulu, lalu diikuti waktu.
9. Unsur lain yakni “kapan” (*when*) dan “bagaimana” (*how*) dan mengapa (*why*) 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, tempat, serta waktu dia membuat pernyataan itu.

Berikut contoh teras berita menggunakan salah satu unsur 5W+1H.

1. Teras berita “apa” (*what*)

Gedung Islamic Centre Bandung (*what*) diresmikan penggunaannya oleh Gubernur Jawa Barat kemarin.

2. Teras berita “siapa” (*who*)

Gubernur Jawa Barat (*who*) meresmikan penggunaan gedung Islamic Centre Bandung kemarin.

3. Teras berita “di mana” (*where*)

Di Gedung Isamic Centre Bandung (*where*) tengah berlangsung pameran busana muslimah dan bazar buku-buku Islam.

4. Teras berita “kapan” (*when*)

Mulai besok (*when*) para nasabah 16 bank yang terlikuidasi dapat mencairkan uang simpanannya di bank-bank yang telah ditunjuk.

5. Teras berita “mengapa” (*why*)

Untuk memulihkan kondisi fisik yang kelelahan (*why*). Kepala negara akan istirahat 10 hari atas anjuran dokter.

6. Teras berita “bagaimana” (*how*)

Melalui pendidikan dan pelatihan wartawan (*how*) PWI terus berupaya meningkatkan profesionalitas anggotanya.

Dari keenam teras berita tersebut yang banyak dipakai atau digunakan wartawan adalah teras nomor 1 (*what*) dan teras nomor 2 (*who*). Dari hasil riset Suroso (2003) media massa Indonesia banyak menggunakan *lead* “*who*”, karena pada umumnya orang mementingkan siapa yang berbicara bukan apanya.

Latihan

Susunlah berita momentum atau berita teragenda atas peristiwa yang menarik. Perhatikan pedoman penulisannya seperti 10 langkah yang disebutkan di atas.

Daftar Pustaka

- Romli, Asep Syamsul M. (2003). *Jurnalistik Praktis untuk Pemula*. Bandung: Rosda Karya
- Siregar, Ashadi, dkk. (1998). *Bagaimana Meliput dan Menulis*



TEKNIK PENULISAN *FEATURES*

6.1 Pengertian *Features*

Features adalah artikel kreatif yang dirancang terutama untuk menghibur dan membantu pembaca memahami suatu peristiwa, situasi, atau suatu aspek kehidupan tertentu (Mapattoto, 1992: 5; Williamson, 1975). *Features* merupakan tulisan nonfiksi—bukan berita lempang dalam media massa yang tak tentu panjangnya—dipaparkan secara hidup sebagai pengungkapan daya kreativitas. Kadang-kadang *features* hadir dengan sentuhan subjektivitas pengarang terhadap peristiwa, situasi aspek kehidupan dengan tekanan pada daya pikat manusiawi untuk tujuan memberitahu, menghibur, mendidik, dan meyakinkan pembaca.

Berangkat dari definisi tersebut, *features* merupakan tulisan yang bisa dianggap lebih ringan dibandingkan berita atau artikel opini. Namun, bukan berarti *features* dianggap enteng. Kekhasan *features* terletak pada unsur kreativitas (dalam menciptakan), informatif (dalam hal isinya), menghibur (dalam gaya penulisan), dan boleh subjektif (cara penuturannya). Dengan demikian, jika penulis mampu memenuhi kriteria yang telah disebutkan di atas, sudah pasti dia dapat menulis *features*.

6.2 Tujuan Menulis *Features*

Tujuan penulisan *features* adalah memberi informasi dan menghibur. Dibandingkan dengan berita langsung (*straight news*) *features* kurang nilai beritanya, namun *features* bisa memberi informasi kepada masyarakat tentang situasi, dan perkembangan aspek kehidupan yang harus diketahui masyarakat. Persoalan sejarah bangsa, pendidikan, perkembangan pendidikan, tokoh-tokoh berpengaruh, dan tempat-tempat wisata menarik dapat dijadikan materi penulisan *features*. Dalam penulisan *features* harus bisa secara rinci menggambarkan setiap peristiwa, kejadian, dan deskripsi atas benda, begitupun dengan penggambaran orang. *Features* memiliki keawetan informasi karena memang bukan aktualitas yang dipentingkan, tetapi kemenarikan yang bisa menghibur, menimbulkan empati, memperluas pengetahuan kepada pembaca.

Misalnya, dalam penulisan *features* Pekan Raya Jakarta (PRJ). Jurnalis tentu menginformasikan hal yang menarik, bukan hanya sekadar menginformasikan adanya stan industri kecil, menengah, dan besar yang diresmikan oleh gubernur. Namun, jurnalis perlu membidik misalnya di PRJ setiap hari ada pagelaran musik dengan penyanyi terkenal dan banyak hadiah yang dibagikan. Pendeknya, dalam penulisan *features* ada fokus, hal yang menarik yang dapat menjadi perhatian, memberi informasi sekaligus menghibur pembaca.

Contoh lain adalah pasangan suami istri pensiunan yang sudah lanjut usia masih bermanfaat melayani masyarakat dengan memberi makan gratis setiap hari kepada masyarakat. Dokter yang praktik dengan membayar sukarela. Para santri pondok pesantren yang merawat banyak orang gila dari jalanan. Kegiatan remeh-temeh yang dilakukan presiden dengan cucunya di kala santai, dsb.

Agar tujuan penulisan *features* tercapai, jurnalis harus mampu menulis berbagai jenis kalimat pembuka (*lead*) yang menarik seperti *lead* ringkasan, bercerita, deskriptif, kutipan, pertanyaan, menohok, menggoda, nyentrik, dan *lead* gabungan. Sedangkan

penutupan (*ending*) berupa ringkasan, sengatan, klimaks dan tidak ada penyelesaian (Williamson, 1975).

6.3 Jenis Features

Features dikelompokkan dalam tujuh macam yaitu (1) *news features* (berita), (2) *science features* (ilmu pengetahuan), (3) *human interest features* (minat kemanusiaan), (4) *hystorial features* (sejarah), (5) *advanturing features* (perjalanan), (6) *guideline features* (petunjuk), dan (7) *sidebars features* (obrolan warung kopi atau berita khas).

6.3.1 Features Berita (*News Features*)

Pertama, *news features* adalah artikel khas yang didasarkan pada berita langsung (*straight news*). Hanya saja yang ditekankan dalam artikel ini adalah unsur kemenarikan dan kemanusiaan (humanisme) yang ingin diinformasikan kepada pembaca. *Features* berita biasanya muncul bersamaan dengan terjadinya peristiwa. Dalam hal ini *features* berita membicarakan kejadian dari peristiwa tersebut disertai dengan proses timbulnya kejadian itu.

Misalnya, kisah salah satu penumpang di balik musibah kecelakaan pesawat terbang Air Asia dari Bandara Juanda ke Bandara Changgi di Singapura yang meledak di perairan laut Jawa. Di balik kecelakaan itu ada kisah satu keluarga yang terdiri ayah, ibu dan satu anak yang akan menghadiri wisuda kakaknya di salah satu universitas di Singapura. Akhirnya, sang kakak menjadi sebatang kara dan mengalami stres akibat kematian semua anggota keluarga.

Demikian juga kisah serupa dengan itu, berita tenggelamnya Kapal Selam Nanggala di Utara Perairan Pulau Bali yang menewaskan sebanyak 58 orang awak kapal. Satu di antaranya adalah seorang bapak muda yang baru dikaruniai seorang bayi. Jurnalis dapat menulis kisah di balik berita tentang salah seorang yang gugur meninggalkan seorang istri yang masih muda dan bayi yang baru lahir.

63.2 *Features Ilmu Pengetahuan (Science Features)*

Kedua, science features, menginformasikan ihwal sains dan teknologi untuk memberi pengetahuan sekaligus menghibur. Biasanya dikemukakan dengan cukup berbobot. Ciri tulisan ini ditandai oleh kedalaman pembahasan dan objektivitas pandangan yang dikemukakan sehingga jenis *features* ini akan memuat data dan informasi dari sumber yang kredibel, seperti LIPI, BPS, lembaga penelitian universitas, dll. secara memadai.

Contoh perkembangan modernitas transportasi ke angkasa luar. Munculnya kendaraan modern berupa sepeda motor terbang, rekayasa genetika, kultur jaringan, penemuan material, robotik, ICT, dunia komputer, teknologi bayi tabung, kendaraan masa depan, penemuan di bidang kedokteran dan farmasi, penemuan di bidang pembangunan dan konstruksi, sains dan teknologi komputer, dll. banyak dijumpai dalam surat kabar dan majalah seperti *Kompas*, *Tempo*, *Info Komputer*, majalah *Angkasa*, majalah pertanian *Trubus*, majalah psikologi *Anda*, dll.

Features ilmu pengetahuan ini selain bertujuan memberikan informasi baru mengenai persoalan ilmu dan teknologi sekaligus mengajarkan kepada audiens untuk mengaplikasikan dalam kehidupan. Misalnya pasangan suami istri yang sulit hamil dapat membaca artikel berkaitan dengan alat reproduksi, kesuburan melalui artikel kedokteran. Demikian pula, orang memahami bahwa dunia penerbangan pengangkut pesawat raksasa pada mulanya adalah eksperimentasi keberhasilan penemu pesawat terbang pertama Wright bersaudara, yang menerbangkan “Wright Flyer1” yang tinggal di Kitty Hawk, North Carolina, Amerika Serikat. Orville Wright dan Wilbur Wright bersaudara berkali-kali mencoba menerbangkan pesawat mereka sampai berhasil mengudara.

Demikian juga Indonesia berhasil menciptakan pesawat terbang pertama N250 Gatotkaca yang diinisiasi Prof. Dr. B.J. Habibie untuk pertama kalinya terbang pada 10 Agustus 1995 yang diperingati sebagai Hari Teknologi Nasional (Harteknas) kerap diperingati setiap tahun. Sayangnya, kehebatan pembuatan

pesawat terbang oleh Indonesia tidak berlanjut karena adanya krisis dan menghentikan proyek B250 tersebut dengan IMF. Pesawat terbang perdana B250 Gatotkaca itu sekarang tersimpan di Museum Dirgantara Yogyakarta.

Perkembangan Iptek ditulis dalam *features* ilmu pengetahuan. Misalnya, kloning domba Dolly yang lahir pada 5 Juli 1996 di Skotlandia, penelitian serupa sesungguhnya sudah dilakukan sebelumnya atas landak laut pada 1880 oleh Hans Driesch. Konon, pada 2002 pernah dilakukan kloning manusia pertama seorang bayi perempuan Eve yang diciptakan oleh Clonaid yang jaringannya diambil dari seorang anak yang tewas dalam kecelakaan mobil.

6.3.3 Features Kemanusiaan (*Human Interest Features*)

Ketiga, human interest features adalah artikel yang mengutamakan humanisme atas minat dan lakon manusia. *Features* ini adalah kisah seseorang terkait minat, hobi, kegemaran dan kebiasaan yang dilakukan yang memiliki daya tarik bagi pembaca. Biasanya lebih banyak menuturkan situasi dan kehidupan yang dialami orang dengan penyajian yang menyentuh hati dan menyentil perasaan. *Features* ini berhubungan dengan perjuangan, kisah kegagalan dan sukses yang dialami seseorang, dan pengetahuan baru berkaitan dengan hobi, pekerjaan, yang dapat menimbulkan empati atau pembelajaran. Kisah sukses pengusaha roti karena terpaksa terkena pemutusan hubungan kerja dan memulai berusaha membuat roti karena hobi. Rotinya enak dan diseimbangi dengan pemasaran yang bagus. Sang pengusaha akhirnya memiliki gerai roti di berbagai mal.

Kisah celana Jeans Lewis yang bermula tak sengaja membuat celana yang kuat dan antisobek dan tidak panas untuk bekerja di perusahaan tambang yang didesain Mr. Levis Strauss. Kisah Sukiyanto pemilik Gerai Es Teler 77 yang 77 kali ganti usaha. Sebelum frustrasi akhirnya sang mama membuatkan Es Teler-77 yang berbeda dengan es teler yang lain.

Kisah perjuangan seorang makelar tiket bus yang bisa menyekolahkan anaknya tamat dari perguruan tinggi. Kisah tukang becak yang mengantar anaknya naik becak ke kampus. Ternyata sang mahasiswi anaknya itu sebagai wisudawan terbaik dan mendapat beasiswa program master ke perguruan tinggi luar negeri. Kisah perempuan setengah tua penjual daun jati yang menempuh perjalanan 15 km hanya untuk memperoleh Rp30.000 untuk ditukar dengan beras dan bumbu dapur.

Mengingat *features* lebih mengandalkan tuturan atas kejadian, situasi, peristiwa, atau proses terjadinya peristiwa, maka dalam penyajian tulisan, *features* ini harus jelas dan juga logis. Tidak dibenarkan dalam penulisan *features* disajikan ungkapan yang didramatisir, dilebih-lebihkan (bombastis) atau diberi penafsiran subjektif dari penulisnya yang tidak ada kaitannya dengan esensi *features*. Pantangan yang harus dihindari dalam penulisan *features* adalah menggurui (didaktis). Dengan demikian, penulisan *features* akan lebih menarik jika dibiarkan bercerita sesuai keadaan yang sesungguhnya sehingga tanpa terasa pembaca menjadi terhibur.

6.3.4 Features Sejarah (*Hystorical Features*)

Keempat, historical features yaitu tulisan yang mengisahkan peristiwa sejarah berkaitan dengan tokoh dan peristiwanya. *Features* ini mirip historiografi yang dijadikan metode penulisan sejarah dengan menggali fakta-fakta untuk dijadikan bukti adanya sejarah. Jurnalis dapat mengangkat tema penulisan sejarah bangsa, seperti lahirnya pancasila, penulisan proklamasi kemerdekaan, hari pahlawan, pergerakan Boedi Oetomo, dan Soempah Pemoeda. Sejarah transportasi seperti kereta api, sejarah pendidikan, sejarah musik, sejarah busana, sejarah kuliner, dll.

Features ini juga mengisahkan sejarah tempat, berikut peristiwa, dan orang yang terkait dengan tempat itu. Sejarah Candi Borobudur, Prambanan, Mendut, dan Penataran. Sejarah kejayaan di masa Sriwijaya, Majapahit, Demak, dll. Topik-topik ini dapat dijadikan bahan penulisan *features* sejarah.

6.3.5 *Features Perjalanan (Adventuring Features)*

Kelima, adventuring Features atau disebut juga *travel features*. Penulisan jenis ini menginformasikan perjalanan ke suatu tempat yang memikat di antaranya ke daerah wisata. Jurnalis dapat melakukan penulisan *features* mengikuti perjalanan ke pabrik nikel di Morowali, misalnya. Mengapa? Kehadiran wartawan untuk menulis tentang pabrik nikel yang kelak menjadi bahan baku baterai mobil listrik itu menyedot keingintahuan pembaca.

Pembangunan pabrik nikel di Morowali yang bekerja sama dengan perusahaan Cina lebih banyak menggunakan tenaga kerja dari Tiongkok daripada tenaga kerja Indonesia. Apakah benar demikian? Jurnalis dapat menuliskan seluk-beluk perusahaan tersebut dengan model *features* perjalanan.

Sebut saja petualangan tim Pecinta Alam Wanadri ke puncak dua gunung tertinggi di dunia, termasuk dalam penulisan jenis artikel ini. Perjalanan manusia ke antarbenua menggunakan perahu layar, penelusuran gua di bawah tanah, penyusuran sungai berarus deras dapat ditulis dalam *features* perjalanan. Kisah *back packer* yang berkantong tipis dapat melakukan perjalanan untuk menuliskan daerah-daerah menawan tentang alam, budaya, dan penduduknya.

6.3.6 *Features Petunjuk (Guideline Features)*

Keenam, guideline features yang menginformasikan petunjuk kepada seseorang untuk melakukan sesuatu (tutorial). Contoh *features* ini adalah tentang cara memasak, merangkai bunga, seni mendidik anak, panduan memilih perguruan tinggi, cara menyetir mobil dengan aman, cara mendesain buku, teknik beternak ayam KUB, seni meraih beasiswa ke luar negeri, dll. Artikel ini biasanya berisi informasi apa yang akan dilakukan oleh pembaca.

6.3.7 Features Obrolan Warung Kopi (Side Bar Features)

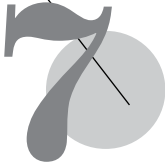
Ketujuh, sidebar features dikenal dengan sebutan berita khas. Jenis artikel ini mempunyai cantelan pada berita langsung (*straight/hard news*). Artinya, tulisan ini merupakan suplemen dari berita langsung, tetapi lebih banyak bercerita tentang manusia, pandangannya, perasaannya, penderitaannya, kesabarannya, harapannya, dan sebagainya sehubungan dengan hal-hal fisik yang dialami. Misalnya, juga pemutusan kerja akibat pandemi Covid-19.

Tulisan *sidebar ini* bisa pendek, tetapi juga bisa panjang, sapai seperti *in-depth report*. Teknik penulisannya dapat bersifat humor, ironis, dan dapat juga menciptakan kesan menegangkan (Mapptoto, 1992: 66). Pembaca biasanya senang dengan artikel sampiran ini karena ceritanya lucu. Perhatikan contoh:

Atlanta, 28/10 (UPI) Pesawat terbang Delta Airlines dengan nomor penerbangan 743 sedang dalam perjalanan dari Chicago ke Atlanta. Pramugari memberitahukan pilot pesawat, seorang penumpang wanita sakit dengan tanda-tanda kuat serangan penyakit usus buntu. Sang pilot mengetuk kawat ke Atlanta dan dokter memeriksa penumpang wanita itu di lapangan terbang. Sesudah penerbangan tertunda 23 menit karena keadaan darurat itu, pesawat tinggal landas menuju Miami dan sang dokter menyatakan dalam laporannya: belitan korset sang penumpang kelewat kencang.

Daftar Pustaka

- Koesworo, FX, Margantoro, JB, Viko, Ronnie S. (1994). *Di Balik Tugas Kuli Tinta*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Mappatoto, Andi Baso. (1992). *Teknik Penulisan Features (Karangan Khas)*. Jakarta: Gramedia.
- Siregar, Ashadi. (1995). *Sketsa-Sketsa Media Massa*. Yogyakarta: Bentang
- Suroso. (2002). *Menuju Pers Demokratik. Kritik atas Profesionalisme Wartawan*. Yogyakarta: Lembaga Studi dan Inovasi Pendidikan.
- Williamson, Daniel R. (1975). *Feature Writing for Newspaper*. New York: Hasting House Publisher.



TEKNIK PENULISAN ARTIKEL OPINI

7.1 Pengertian Opini

Artikel opini adalah jenis tulisan yang berisi gagasan, ulasan, atau kritik terhadap suatu persoalan yang ada dan berkembang di tengah masyarakat serta ditulis dengan bahasa populer. Artinya opini dapat dimengerti oleh audiens berdasarkan tingkat pendidikan yang rendah sampai tertinggi karena opini dibaca oleh khalayak.

Proses penulisan opini mengangkat hal-hal yang bersifat aktual, original, kreatif, dan inovatif. Materi opini berkaitan dengan peristiwa aktual yang terjadi, seperti opini tentang banjir rutin di Jakarta pada musim hujan, tanah longsor, atau tanah bergerak pada musim hujan di berbagai daerah. Kebakaran, kecelakaan darat, laut, udara yang sering terjadi yang memakan banyak jiwa. Materi opini juga dapat diambil dari peristiwa tetap. Misalnya, Hari Pendidikan 2 Mei, Hari Buruh 1 Mei (Mayday) Hari Kepolisian 1 Juli, Hari Kemerdekaan 17 Agustus, Hari Pahlawan 10 November, Hari Ibu 22 Desember, dst. Selain hari yang disebutkan di atas masih ada Hari Bebas Tembakau, Hari Bapak, Hari Antinarkoba, Hari Kasih Sayang (*Valentine*), hari-hari agama, dll. Oleh karena itu, seorang penulis artikel opini harus jeli dalam memandang aktualitas persoalan yang ditulisnya.

Aktualitas topik dalam media massa biasanya memiliki waktu terbatas. Oleh karena itu, penulis opini akan selalu cepat dalam menanggapi isu-isu aktual yang berkembang di masyarakat (Bahar, 1996: 40). Tujuan penulisan opini sebagai wahana untuk menampung ide-ide, gagasan, pemikiran, pandangan (visi) penulis tentang persoalan yang berkembang di masyarakat. Kendatipun dalam penulisan artikel opini semua persoalan dapat ditulis, namun perlu memperhatikan beberapa hal.

Pertama, persoalan yang ditulis berkaitan dengan masalah aktual yang terjadi di masyarakat. Misalnya, peristiwa kebakaran di penjara Tangerang yang menewaskan puluhan orang. Menurut para saksi mata, jatuhnya banyak korban karena petugas kesulitan menemukan kunci sel. Mengapa bisa terjadi? Apakah ini akibat kelalaian atau ada unsur kesengajaan? Tidakkah ada prosedur tetap (protap) dalam mengatasi bahaya kebakaran? Siapa yang bertanggung jawab?

Topik aktual mengenai penanganan kasus Covid-19 yang sudah berlangsung selama 1,5 tahun sejak ditetapkan sebagai pandemi oleh WHO pada 11 Maret 2020. Apa yang dilakukan pemerintah dan bagaimana partisipasi masyarakat. Bagaimana pencegahannya? Bagaimana meningkatkan disiplin dalam menerapkan prosedur kesehatan 5M?

Kedua, persoalan yang ditulis tidak menghasut, mengadudomba, memfitnah, dan membuat timbulnya perpecahan di masyarakat. Penulis opini wajib mempertimbangkan efek yang mungkin terjadi akibat tulisan. Opini mencoba mencari penyelesaian terhadap masalah penting yang sedang terjadi dan mencari jalan keluar dengan menggunakan data-data dan analisis rasional. Hal sensitif yang biasanya terjadi berkaitan dengan isu SARA. Sebagai contoh opini tentang penistaan agama, kejadian yang menimpa suku tertentu atau golongan tertentu, jika tidak hati-hati menuliskannya dapat menyebabkan fitnah dan adu domba. Dalam kasus ini misalnya, seorang penulis opini dapat mencari jalan keluar dan membuat pihak yang terlibat mendapat pencerahan.

Ketiga, isi tulisan sebaiknya lebih berupa solusi terhadap persoalan yang sedang terjadi dan viral dibicarakan di masyarakat. Misalnya, soal penguasaan lahan tanpa hak, perusakan lingkungan hidup karena hadirnya perusahaan di hutan konservasi, kesewenang-wenangan oknum aparat berbuat anarkis pada demo mahasiswa, kasus ibu yang menjual anak gadisnya melakukan kegiatan prostitusi, penduduk yang tak jauh dari ibukota yang tidak beraliran listrik karena tak mampu membayar tagihan, dst. Penulis dapat memilih persoalan yang sedang viral di masyarakat.

Lalu, apakah artikel opini yang ditulis pembaca atau jurnalis dapat memengaruhi pembaca? Pertanyaan ini sulit dijawab. Orang mengetahui bahwa opini bukan pendapat yang bulat, utuh, sebab opini masyarakat memang beragam, masih tidak keruan, dan masih dicampur dengan sentimen pribadi. Pendeknya, opini belum tentu sanggup memengaruhi masyarakat. Kepercayaan masyarakat terhadap opini ada lapisnya.

Sebagai contoh, orang mengetahui dan percaya bahwa Cristiano Ronaldo dan Lionel Messi adalah jawara sepakbola dunia. Orang mengetahui bahwa Khabib Nurmagomedov adalah atlet MMA yang tak terkalahkan. Anggun C. Sasmi dan Agnez Mo adalah artis terkenal di dalam dan luar negeri. Semua orang percaya dengan legitimasi tersebut. Apakah orang percaya jika opini yang ditulis mengajak menghargai demokrasi—berisi demokrasi mesti dihidupkan, lembaga harus begini rupa benar, mesti ini-mesti itu, dan sebagainya—semakin sulit orang percaya (Siregar dan Suardjana, 1995: 17).

7.1.1 Tajuk Rencana dan surat Pembaca

Dalam surat kabar dan majalah terdapat beberapa jenis artikel opini yang berupa artikel atau kolom, tajuk rencana, pojok, dan pikiran pembaca. Apabila artikel dan pikiran pembaca ditulis oleh pihak luar, maka tajuk rencana ditulis oleh wartawan dari kalangan internal media. Tajuk rencana ditulis oleh wartawan senior berisi isu aktual yang sedang viral atau berkembang di

masyarakat. Bagaimana media bersikap atas peristiwa tersebut. Dengan demikian, tajuk rencana dan pojok dianggap tulisan yang mencerminkan sikap pengelola media (Koesworo, dkk., 1994: 110-111).

Tajuk rencana menggunakan bahasa jurnalistik yang baku dan serius. Di dalamnya ada unsur analisis dan pemecahan atau jalan keluar. Sementara pojok lebih bersifat santai dan mengajak pembaca tersenyum dan tertawa terhibur. Harian *Kompas* dan *Jawa Pos* misalnya, rubrik pojok selalu menampilkan kekhasan masing-masing media. Dalam pojok harian *Kompas* biasa menuliskan 3 pojok tentang peristiwa aktual, tokoh, dan partai seperti kalimat berikut, “Bagi-bagi vaksin Covid abaikan warga lansia. Mereka adalah orang tua kita, lo”. Nengah Widiasih raih perak di Paralimpiade. *Manusia kuta sejati...*. “Partai politik sepakat jaga stabilitas. *Artinya, tahan diri tak kampanye dini, ya?*”

Baik yang ditulis dalam tajuk rencana dan pojok keduanya sama-sama masalah yang berkembang mutakhir, yaitu masalah yang menjadi perhatian masyarakat. Tajuk rencana cenderung mengajak pembaca merenung dan berpikir. Kesan yang dibawa dituntut secara mendalam. Sementara pojok hanya menampilkan kesan selintas dan hanya bersifat impresif. Tajuk rencana ditulis seperti artikel menggunakan analisis yang mendalam agar mewakili berbagai “kepentingan” secara adil.

Berikut bagian depan contoh tajuk rencana dari harian *Kompas* 28 Agustus 2021.

Sinyal Harga Gabah

Kasus harga gabah di bawah harga pokok pembelian pemerintah selama 16 bulan terakhir dapat menjadi indikasi perubahan konsumsi. Kasus harga gabah petani di bawah harga pembelian pemerintah (HPP) menurut data Badan Pusat Statistik terjadi sejak April 2020 hingga Juli 2021. Keadaan ini di luar kebiasaan sebelum Pandemi

Covid-19 di Indonesia yang kasus pertamanya ditemukan pada 2 Maret 2020.

Harga gabah petani dari waktu ke waktu berfluktuasi. Saat panen musim rendeng antara Februari dan Juni biasanya harga gabah turun di bawah HPP karena produksi sedang tinggi. Antara Juli dan November atau Desember, harga gabah petani biasanya di atas HPP karena pada musim kemarau produksi beras nasional turun.

...

Kita bisa menduga, pembatasan aktivitas di tempat umum menyebabkan pekerja dan pelajar lebih banyak berada di rumah. Di rumah boleh jadi konsumsi karbohidrat penduduk tidak hanya nasi, tetapi juga sumber lain, seperti mi dan roti yang lebih mudah dan praktis dalam pengolahan dibandingkan dengan nasi. Tahun 2020 penjualan mie instan naik di atas 10 persen dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Hal lain, kemungkinan berkurangnya konsumsi beras karena berganti ke sumber karbohidrat lokal seperti jagung, umbi-umbian, dan sagu. Bisa jadi juga masyarakat mengurangi jumlah nasi dan menggantinya dengan sayuran, protein hewani, atau nabati, buah, dan jajanan.

Apabila terjadi penganekaragaman makanan, kita melihat arah perubahan positif. Pengurangan beras dari sisi lingkungan baik. Produksi padi sawah boros air. Memproduksi satu kilogram padi di sawah di dataran rendah membutuhkan rata-rata 1.432 liter air. Penganekaragaman pangan juga baik bagi kesehatan. Petani tanaman pangan didorong beralih bertani komoditas bernilai ekonomi tinggi.

Namun, rendahnya harga gabah petani perlu diwaspadai bila merupakan tanda turunnya daya beli

masyarakat. Beras masih menjadi pengeluaran pangan terbesar penduduk berpendapatan menengah ke bawah. Bahkan, makanan memberi sumbangan terbesar pada inflasi. Presiden Joko Widodo dalam Rakornas Pengendalian Inflasi 2021, Rabu (25/8/2021), mengingatkan inflasi tahun ke tahun yang rendah, yaitu 1,52 persen pada Juli 2021, boleh jadi mengindikasikan turunnya daya beli masyarakat akibat pembatasan sosial.

Kita perlu paham duduk soal mengapa terjadi kasus gabah petani rendah, PBS perlu diberi data khusus untuk meneliti dampak pandemi terhadap perubahan pola konsumsi dan daya beli masyarakat.

Tajuk rencana di atas menginformasikan kepada pembaca tentang harga pembelian pemerintah turun karena pola konsumsi masyarakat selama pandemi Covid-19 berubah. *Kompas* juga menyarankan agar petani beralih untuk menanam bahan pangan yang bernilai ekonomi.

Tajuk rencana dipilih berdasarkan prioritas dari sekian masalah yang muncul di masyarakat dan menjadi perhatian media yang kemungkinan menjadi bahan pertimbangan pembaca khususnya pengambil kebijakan. Tajuk rencana memiliki pembaca terbatas dan kurang menjadi minat pembaca dibandingkan rubrik opini pembaca. Dengan demikian, tajuk rencana wajib ada dalam penerbitan media cetak karena keterlibatan media dalam menyikapi problem yang sedang berkembang di masyarakat.

Semua media cetak baik surat kabar, majalah, dan tabloid menyediakan rubrik surat pembaca. Setiap media memiliki nama sendiri. Ada yang menamakan surat pembaca, kontak pembaca, redaksi Yth., dll. Intinya surat pembaca merupakan keluhan, kritik, saran, atau semacam “urun rembuk” yang menyangkut kepentingan umum. Surat pembaca juga berisi pengaduan, peringatan. Misalnya, surat pembaca yang mengeluh tentang tumpukan material pembangunan yang mengganggu pengendara.

Keluhan tempat wisata yang kurang menyediakan fasilitas jamban, dst. Surat pembaca juga berisi pengaduan yang dilakukan oleh biro perjalanan, usaha perdagangan, dst. Pada surat pembaca juga bisa disampaikan ucapan terima kasih atas kebaikan seseorang yang menolong tanpa pamrih.

Akan tetapi, redaksi tidak akan menerima surat pembaca yang berisi persoalan pribadi seperti utang piutang atau kebencian yang berisi caci-maki, dll. Redaksi sangat selektif dalam memilih surat pembaca. Biasanya, redaksi meminta identitas (KTP) dan jika tidak mau menyebutkan identitas nama pengirim surat pembaca maka tidak dinaikkan. Jika ada pembaca ingin mengetahui identitas penulis surat pembaca maka redaksi tidak akan memberitahukannya.

7.2 Tujuan Menulis Artikel Opini dan Kolom

Opini merupakan artikel dalam media massa yang membahas pokok persoalan secara lugas yang ditulis oleh jurnalis maupun pembaca umum untuk merespons isu aktual yang besar. Namun, jurnalis juga bisa membuat artikel khusus yaitu tulisan tematis atas peristiwa aktual yang terjadi. Artikel ini biasanya berkaitan dengan peristiwa atau kejadian tertentu yang memiliki daya pikat yang besar. Misalnya, perpanjangan masa jabatan predisen 3 periode yang dalam undang-undang masa jabatan hanya dibatasi 2 periode, rencana pembangunan ibu kota Republik Indonesia di Kalimantan Timur. Pelacakan, peliputan, dan pemberitaannya pun dilakukan oleh sekelompok wartawan yang menulis peristiwa tematis tersebut.

Tujuan ditulisnya artikel opini adalah sebagai wahana untuk menampung ide-ide, gagasan, serta pemikiran dan pandangan penulis tentang persoalan yang terjadi di masyarakat. Pembaca dapat menulis opini apa pun, namun harus memenuhi beberapa syarat. *Pertama*, masalahnya aktual dan hangat menjadi perbincangan di masyarakat. *Kedua*, tulisan tidak menghasut, mengadu domba dan membuat perpecahan. *Ketiga*, ada solusi terhadap persoalan yang dikemukakan.

Artikel opini berisi analisis, pendapat, saran yang memiliki hubungan kausalitas. Oleh karena itu, penulisan artikel opini didorong oleh alasan-alasan ilmiah yang mengandung resiko polemik, baik yang bersifat mendukung maupun membantah. Bila ada orang yang kurang sependapat dengan artikel opini yang dibuat maka dia dapat menulis artikel balik. Jika belum tuntas biasanya redaktur akan memberikan kesempatan ruang untuk memuat sekuel dari polemik tersebut hingga 3 kali tulisan dan setelah itu menyudahi untuk tidak memuat artikel balik selanjutnya.

Tiap surat kabar memiliki ciri sendiri atau kekhasan dalam penulisan. Harian *Jawa Pos* dan *Media Indonesia* lebih menjual gaya semi *features*, sedangkan *Kompas* lebih mengandalkan opini halaman enam yang ditulis pembaca. *Kompas* mengandalkan kekhasannya dalam artikel opini untuk menarik perhatian pembaca. *Kompas* selalu memuat artikel opini penting yang ditulis oleh kalangan akademisi, aktivis, maupun praktisi. Dalam hal berita, biasanya media memiliki informasi yang sama karena memanfaatkan kantor berita. Pembaca dan audiens dapat memperoleh berita dari mana saja. Dengan demikian, media akan mencoba meningkatkan “daya pikat” dengan memuat artikel-artikel bermutu.

Tokoh-tokoh seperti Komarudin Hidayat (Guru Besar UIN Syarif Hidayatullah Jakarta), rohaniwan Frans Magnis-Suseno (Guru Besar Sekolah Tinggi Filsafat Driyarkara Jakarta), Hendardi (aktivis LSM), Sindhunata (budayawan), Muji Sutrisno (rohaniwan dan budayawan), Mohamad Sobary, dll, yang artikelnya sering menghiasi artikel opini halaman enam *Kompas*.

Selain opini pembaca yang ditulis oleh masyarakat, ada yang disebut artikel sponsor. Artikel dalam bentuk prosa yang berisi informasi dunia bisnis dan promosi. Iklan terselubung dalam bentuk artikel. Artikel ini biasanya membicarakan keunggulan suatu bisnis, usaha, jasa yang dijalankan oleh perusahaan. Artikel sponsor ini memiliki daya tarik tersendiri di kalangan pembaca yang berbeda dengan iklan biasa. Untuk jenis artikel ini perusahaan

bisnis harus membayar untuk publikasi dengan tarif istimewa. Beberapa majalah besar memiliki rubrik artikel sponsor dengan nama berbeda-beda

Kolom adalah lajur pada surat kabar atau majalah. Akrab juga disebut esai. Jenis tulisan yang menyoroti masalah tertentu dengan gaya bahasa yang bebas, bersifat subjektif, dan biasanya satiris. Tema seputar politik, ekonomi, sosial, budaya, dll. Para penulis kolom disebut kolumnis; Goenawan Mohamad, Trias Kuncahyono, Umar Kayam, dan Sindhunata adalah para penulis kolom. Goenawan selalu menulis catatan pinggir di majalah *Tempo*. Trias Kuncahyono menulis kolom politik luar negeri di *Kompas*, Umar Kayam menulis di rubrik Mr. Rigen di *Kedaulatan Rakyat* sebelum wafat. Kolom Umar Kayam sudah banyak dibukukan. Sindhunata banyak menulis kolom budaya dan sepakbola.

Kolom lebih banyak menekankan aspek pengamatan dan pemaknaan terhadap suatu persoalan atau keadaan yang terjadi di masyarakat. Kolom ditulis dengan bahasa yang ringan diselingi humor-humor segar walaupun masalahnya sangat serius seperti persoalan politik, ekonomi, sosial, budaya, hukum, keamanan, pendidikan, bencana, kecelakaan, kriminalitas, gaya hidup, dan sebagainya. Biasanya dalam kolom ada foto penulis yang disertakan oleh redaksi.

Penempatan artikel dan kolom di surat kabar biasanya di halaman opini. Di halaman ini juga terdapat tajuk rencana, kolom, dan surat pembaca. Tampaknya belakangan pindah ke halaman seni di bawah rubrik puisi atau cerita pendek. Belakangan ini yang sering menulis di sana Alissa Wahid. Kolom biasanya ditulis oleh para pakar yang diminta pengelola penerbitan atau juga dikirim oleh penulis lepas.

7.3 Manfaat Menulis Artikel Opini

Manfaat artikel opini yang terbit di media massa baik di koran maupun majalah untuk memberi wawasan, pemikiran kepada pembaca sehingga mereka memperoleh informasi atas persoalan atau

kejadian yang nyata. Seorang penulis artikel memiliki pandangan yang luas atas opini terhadap peristiwa yang akan disampaikan. Terdapat empat hal yang diperoleh seseorang ketika menulis di media massa (Ebo, 1995: 68-69) termasuk bagi seorang penulis opini.

1. Memeroleh katarsis. Dengan menulis seseorang dapat membebaskan unek-unek dalam hatinya. Pembebasan semacam ini akan menimbulkan kepuasan dalam penulis. Kepuasan ini tak bisa ditukar dengan uang. Dengan menulis ada kepuasan dan sangat menyenangkan. Terlebih, ketika tulisan disambut oleh khalayak pembaca.
2. Sarana edukasi. Tulisan yang dimuat berguna bagi pembaca. Dengan menulis kita dapat memberikan sesuatu yang bermanfaat bagi pembaca. Termasuk pengambil kebijakan.
3. Sarana pendapatan atau finansial. Dengan menulis seseorang akan mendapat kontraprestasi (imbalan) dari media massa bersangkutan dalam bentuk uang. Beberapa surat kabar lokal dan nasional mampu memberi honorarium kepada penulis opini dalam jumlah memadai.
4. Sarana popularitas. Dengan menulis di media massa dapat mengangkat nama penulis menjadi tenar. Dampak dari ketenaran ini membawa dampak ikutan menjadi pembicara berkaitan dengan topik yang ditulisnya dalam berbagai seminar atau pelatihan.

Dalam dunia akademik tulisan yang terpublikasi di media massa juga dapat dijadikan angka kredit kenaikan jabatan baik oleh guru maupun dosen. Kumpulan artikel yang terbit dapat dikumpulkan secara tematik dan dapat dijadikan sebagai buku antologi pemikiran dalam bidang tertentu. Sebagai contoh, penulis pada kurun waktu 1990-2005 menulis artikel tentang pendidikan, khususnya kualitas guru dan tantangannya dalam pengembangan profesi guru di tanah air. Artikel-artikel yang terbit di media massa seperti *Suara Pembaruan*, *Suara Karya*, *Kompas*, *Kedaulatan*

Rakyat disunting dan dijadikan buku berjudul *In Memoriam Guru Membangkitkan Ruh-Ruh Pencerdasan* (Jendela, 2002) berupa fakta, dan harapan kepada nasib guru. Melalui buku tersebut penulis diundang untuk mendiskusikan persoalan guru pada Direktorat Pendidikan Dasar dan Menengah. Kemudian lahir draf UU Guru yang kelak menjadi UU No. 14 tahun 2005 yang meningkatkan kesejahteraan guru.

7.4 Pedoman Pokok Penulisan Artikel Opini

Ada beberapa pedoman pokok dalam penulisan artikel (Suroso, 2002: 99-100) yaitu orisinalitas, belum pernah dimuat dalam media lain, dan hanya ditulis-dikirim khusus untuk *Kompas*.

1. Ada masalah yang akan ditulis. Masalah ini dapat diakes dari berbagai sumber, baik melalui media massa cetak, elektronik, maupun internet.
2. Lengkapilah masalah tersebut dengan data dari berbagai sumber pustaka, buku teks atau literatur, dan bahan lain untuk melengkapi artikel.
3. Bagi penulis pemula, sebaiknya artikel yang akan ditulis didiskusikan dengan teman sejawat atau dikonsultasikan dengan orang yang memahami pokok persoalan, praktisi atau akademisi.
4. Artikel ditulis dengan judul dan pembuka yang menarik. Mengapa Anda menulis hal tersebut? Biasanya hal yang viral di masyarakat.
5. Dalam tubuh artikel didukung fakta dan data yang valid.
6. Artikel harus memiliki simpulan dan pemecahan masalah.
7. Penulis wajib mencantumkan sumber kutipan dan data yang didapat. Jika kutipan atau data di internet wajib mencantumkan URL.
8. Jika penulis ragu terhadap masalah yang ditulis atas efek samping tulisan agar tidak mendatangkan polemik dan perpecahan, lebih baik dibatalkan saja.

Kompas sebagai koran yang tirasnya terbesar di tanah air mengutamakan tulisan-tulisan dengan sifat-sifat berikut.

1. Asli, bukan jiplakan/saduran/terjemahan. Belum pernah dimuat di media lain dan hanya ditulis/dikirim khusus untuk *Kompas*.
2. Topik aktual, sedang hangat dibicarakan di masyarakat.
3. Mengandung unsur baru, baik data konkret, pandangan baru, saran-saran, dan atau opini.
4. Menyangkut kepentingan terbesar pembaca, mengingat sifat *Kompas* sebagai harian umum, bukan majalah *vak*.
5. Cara penyajian padat, singkat, mudah ditangkap, gaya enak dibaca. Panjang maksimal 5,5 halaman kuarto untuk opini, 8 halaman kuarto untuk cerpen, 4,5 kuarto untuk ilmu pengetahuan dan teknologi, 3,5 kuarto untuk catatan hukum, 2,5 kuarto untuk catatan pendidikan. Semuanya dengan ketikan dua spasi, tulisan diharapkan jelas dan bersih.
6. Tulisan yang harusnya layak dimuat terpaksa dikembalikan karena tidak mungkin lagi memuatnya berhubung terbatasnya ruangan atau benturan dengan tulisan lain.

Selain keenam syarat yang dikemukakan di atas, para penulis juga dapat mengirim artikel-artikelnya dalam *Kompas* daring. Bahkan, sekarang siapa pun dapat menulis berbagai masalah dan peristiwa yang disebut sebagai jurnalisme warga (*citizen journalism*). Artinya anggota masyarakat dapat menulis dan memosisikan diri sebagai anggota warga negara untuk menyuarakan aspirasinya. Tentu saja dalam penulisan harus mengikuti kaidah jurnalistik dan memegang etika jurnalisme.

7.5 Langkah-Langkah Penulisan Artikel Opini

Proses penulisan artikel opini tidak terlalu berbeda dengan proses penulisan karya ilmiah yang lain. Menurut Syafii (1990) setidaknya ada tiga tahap yang harus dilalui dalam kegiatan menulis artikel opini. Kegiatan sebelum menulis (*prewriting*),

kegiatan selama menulis (*writing*) dan kegiatan sesudah menulis (*revision*).

Dalam kegiatan *prewriting* seorang penulis artikel harus mampu mencari pokok persoalan yang akan ditulis, mencari referensi dan sumber rujukan dan menyusun *outline* atau garis besar tulisan. Dalam kegiatan ini, penulis membiasakan diri terbiasa menulis dari apa yang dibaca dilihat, didengar, dirasakan dan dialaminya. Dalam kegiatan prapenulisan ini, penulis juga merancang judul yang menarik, membuat paragraf pembuka, bahkan menyalin teks yang telah dibaca dan rujukannya. Melalui kegiatan ini akan didapatkan bahan-bahan yang dimanfaatkan dalam suatu penulisan. Bahkan kadang-kadang inventarisasi sumber-sumber pendukung tulisan ini terus berlangsung selama penulisan. Sumber-sumber tulisan bisa diambil dari majalah, jurnal ilmiah, data dari BPS, LIPI, lembaga studi, arsip, dan dikutip dalam tulisan.

Dalam kegiatan *writing* atau penulisan, penulis artikel mengekspresikan *outline* atau rancangan tulisan yang telah disiapkan dengan menggunakan bahasa ilmiah, namun yang tidak terlalu terkesan sulit dimengerti. Gunakan bahasa jurnalistik yang singkat, padat, dan komunikatif. *Keep it simple and short*. Usahakan agar bahasa jurnalistik itu menggunakan kalimat sederhana dan singkat. Gunakan banyak titik dan sedikit koma dalam kalimat atau menggunakan kalimat-kalimat yang pendek. Dalam uraian yang singkat seorang penulis artikel mampu mengemukakan banyak hal dengan bahasa yang lurus, lugas, ajeg, dan monosemantik. Bahasa artikel harus hemat dan cermat karena menghendaki respons yang pasti dari pembacanya. Kaidah-kaidah sintaksis dan bentukun bahasa dan ranah penggantianinya harus mudah dipahami.

Ciptakan kata-kata baku tetapi komunikatif. Kehebatan penggunaan kata, kecermatan dan kejelasan sintaksis, dan menghapus unsur-unsur yang bersifat pribadi dapat menghasilkan artikel yang bersifat umum. Kelugasan, keobjektifan, dan keajegan membedakan artikel dengan ragam lain. Artikel demikian cocok untuk

bidang pendidikan, hukum, ilmu pengetahuan dan sains. Berbeda dengan bahasa yang digunakan untuk menulis *features* dan sastra dalam hal diksi dan pemilihan gaya bahasa.

Penulisan bahasa artikel opini agak berbeda dengan pemakaian bahasa tulisan ilmiah. Fungsi subjek, predikat, objek serta hubungan di antara fungsi itu masing-masing lebih nyata dibandingkan bahasa lisan. Peranti bahasa seperti huruf kapital, huruf miring, tanda kutip, dan tanda baca yang lain, penggunaan konjungsi dan prinsip penulisan kata, kalimat, dan paragraf perlu diperhatikan. Penataan paragraf harus memenuhi prinsip tertentu seperti ciri visual dengan margin yang menjorok ke dalam, atau bentuk lurus. Ciri ideal paragraf ditandai adanya ide utama (*main idea*) dan ide pendukung (*supporting idea*). Kalimat paragraf harus efektif, ada tautan antarkalimat sehingga membentuk satu kesatuan yang utuh. Paragraf juga koheren. Artinya ada pertautan makna dalam hubungan paragraf.

Pola pengembangan paragraf dalam artikel opini dapat dilakukan dengan dua cara. *Pertama*, pola pengembangan dengan ilustrasi, memanfaatkan logika induktif, dan mengembangkan dengan analisis penalaran dan penjelasan yang menggunakan logika deduktif. Cara ini dapat dipakai secara berdampingan dalam suatu paragraf. *Kedua*, pola perbandingan. Pola ini sering dimanfaatkan penulis untuk memperjelas opini yang ingin disampaikan. Misalnya, perbandingan guru dan siswa zaman *doeloe* dan zaman milenial, baik dalam hal keingintahuan dan perubahan yang terjadi.

Dalam kegiatan *revision* (penyuntingan) penulis artikel opini harus mampu bertindak sebagai penyunting berkaitan dengan keamanan tulisan, pemakaian kalimat, bentukan kata, pemilihan kata (diksi) dan pemakaian tanda baca hingga koreksi pengetikan ejaan yang salah. Jangan sampai ada kesalahan apa pun sebelum artikel dikirimkan ke redaktur media massa. Kalimat tidak boleh kehilangan salah satu unsurnya. Disebut juga kalimat buntung. Kalimat minimal harus ada subjek dan predikat. Penggunaan kata

tugas, pemilihan kata harus sesuai dengan apa yang dimaksud penulis. Suatu hal penting dalam kegiatan penyuntingan adalah penerapan eufemisme bahasa, supaya artikel yang ditulis tidak menyinggung perasaan pembaca.

Slamet Soeseno dalam bukunya *Teknik Penulisan Ilmiah Populer* menyebut lima langkah pokok penulisan artikel yaitu penelaahan tema, memilih pola penggarapan, pengumpulan petunjuk literatur, pengumpulan informasi paling aktual, serta pembuatan catatan, barulah memulai menulis. Ahmadun Yosi Herfanda (1995) yang redaktur senior *Republika* menyebutkan 8 langkah dalam penulisan artikel.

1. Memilih topik. Memilih topik adalah memilih pokok pembicaraan atau pokok masalah, sesuatu yang akan kita sorot, kita kunyah-kunyah lewat tulisan kita. Penulis dapat memilih topik politik, sastra, budaya, ekonomi, agama, pendidikan, pertanian, psikologi, atau apa saja yang menarik bagi pembaca. Pilih saja satu topik untuk penulisan artikel.
2. Menentukan tema. Setelah menentukan topik, barulah menentukan tema sesuai dengan topik yang kita pilih. Tema adalah pikiran dasar, landasan cerita, atau pokok pikiran yang mendasari satu karangan yang akan diuraikan sampai akhir tulisan. Tema adalah penyempitan dari topik. Tema langsung menunjuk aspek permasalahan yang akan dibahas dalam tulisan. Contoh: Sastra Indonesia Muthakhir itu topik. Temanya Peran sastra Indonesia mutakhir dalam pengembangan bahasa Indonesia atau mencari konteks sastra Indonesia mutakhir. Jangan memilih tema yang terlalu luas.
3. Mengumpulkan bahan-bahan. Bahan-bahan artikel dikumpulkan dari pustaka (buku), majalah, koran, makalah, wawancara dengan pakar, observasi, dan penelitian, sesuai yang dibutuhkan. Bahan-bahan bisa diperoleh dari naskah akademik perguruan tinggi seperti skripsi, tesis, atau disertasi. Bahan juga bisa diperoleh dari lembaga yang memiliki otoritas dan kredibilitas seperti jurnal, LIPI, BPS, dll.

4. Memilih atau membuat judul. Setelah memilih topik, menentukan tema, dan mencari bahan, biasanya sudah dapat disusun judul yang menarik. Membuat judul juga bisa dilakukan setelah selesai menulis. Namun, memberi judul sebelum menulis akan memberi arah tulisan.
5. Memilih pola penggarapan. Menurut Slamet Soeseno terdapat lima pola penggarapan artikel yaitu pola pemecahan masalah, pola pendapat dan alasan pemikiran, pola kronologi, pola perbandingan, dan pola abstraksi-deskripsi. Dalam menulis bisa menggunakan beberapa pola sekaligus. Penulis dapat menggunakan pola sendiri.
6. Membuat kerangka tulisan (*outline*). Bagi penulis berpengalaman tidak perlu membuat *outline*. Namun, bagi penulis pemula, penyusunan *outline* sangat membantu dalam proses penulisan.
7. Memulai atau membuka karangan. Kegiatan memulai ini biasanya dirasakan sulit bagi penulis pemula. Untuk mengatasi kesulitan ini bisa dimulai dengan intro (pembuka) yaitu intro *statement*, intro abstraksi, intro analogi, intro narasi, intro deskripsi, intro cuplikan kata mutiara atau kata-kata orang terkenal, intro sapaan langsung. Pilihan itu bergantung dari selera penulis.
8. Membangun dan menutup karangan. Setelah membuka karangan biasanya gagasan lain akan bermunculan—terlebih dibantu dengan *outline*. Ibarat keran sudah dibuka dan air mengalir deras. Membangun seluruh karangan adalah menyusun kalimat demi kalimat, paragraf demi paragraf, gagasan demi gagasan, argumentasi, analisis sesuai dengan tema sampai karangan ditutup.

Latihan 1

1. Cari masalah aktual yang berkembang di sekitar Anda (di rumah, di masyarakat, di sekolah, dll) Misalnya: Peningkatan pendapatan keluarga melalui industri kecil. Beternak lele/

unggas sebagai aktivitas sampingan yang produktif, sekolah ideal yang diinginkan, menuju keluarga sakinah, kiat jitu belajar tanpa mengantuk, kiat melakukan sesuatu, dll.

2. Susunlah paragraf pembuka dengan kata-kata yang menarik perhatian.
3. Cari pemecahan masalah untuk menjawab masalah yang dikemukakan.

Contoh opini dalam bentuk *guideline* atau petunjuk.

Cara Menghilangkan Kebiasaan Mendengkur

Oleh Shinta

Tidur mendengkur sudah menjadi kebiasaan orang, terutama bagi bapak-bapak. Dan sering kali pasangan suami-istri bertengkar hanya karena masalah itu. Akibat tidur mendengkur istri tidak mau tidur dengan suami karena tidak tahan dengan suara dengkuran suami, atau sebaliknya.

Untunglah ada orang yang bisa menemukan cara menghilangkan dengkuran. Yaitu dengan menyiapkan dan minum ramuan madu, jeruk nipis, dan air satu gelas.

Caranya menyiapkan ramuan antidengkur tidak sulit dan tidak memakan waktu yang lama, dengan menuangkan 1 sendok makan madu, dan segelas air putih yang telah dicampur dengan jeruk nipis setengah butir.

Ramuan tersebut diminum secara teratur 2 kali sehari, yaitu setelah bangun tidur pagi. Untuk menghilangkan dengkur, paling lama tiga bulan meminum ramuan antidengkur.

Namun, jika dalam waktu tiga bulan suara dengkuran masih terdengar, mungkin itu karena pendengkur kurang disiplin meminum ramuan antidengkur. Atau bisa jadi karena kebiasaan mendengkur Anda memang sudah akut.

Latihan 2

Ragam tulisan ini biasanya berbentuk catatan harian, autobiografi, dan kisah. Kebiasaan baik untuk mempertajam tulisan ini adalah melakukan observasi dan menulis dalam buku harian.

Tulislah sebuah kisah (perjalanan hidup, percintaan, pernikahan, pekerjaan, teror, sukacita, dukacita, dan lain-lain dengan ketentuan berikut ini.

- a. Kisah bersifat personal, bisa menggunakan sudut pandang aku atau dia.
- b. Urutkan periode kisah/kejadian.
- c. Tulislah dengan ragam bahasa yang santai, seperti bercerita, boleh menggunakan gaya bahasa metaforik, personifikasi, dll.
- d. Anda tidak perlu merenung lama, tetapi tulis semua kisah yang terbayang di otak Anda.
- e. Tulislah kisah yang menurut Anda paling menarik dan berkesan kira-kira 5 halaman kertas kuarto spasi 1,5 menggunakan huruf Times New Roman 12.
- f. Berilah judul yang menarik kisah Anda.
- g. Selamat Bekerja.

Daftar Pustaka

- Ebo, Among Kurnia. (1995). *Kiat Menembus Kolom dan Rubrik Media Massa Artikel, Ceppen, Resensi, dan Puisi*. Yogyakarta: Keluarga Mahasiswa Sastra Indoneia Universitas Gadjah Mada.
- Koesworo, FX, dkk. (1994). *Di Balik Tugas Kuli Tinta*. Surakarta: UNS Press bekerja sama dengan Yayasan Pustaka Nusantara
- Siregar, Ashadi dan Suardjana I Made. (1995). *Bagaimana Mempertimbangkan Artikel Opini untuk Media Massa*. Yogyakarta: Kanisius.
- Suroso. (2002). *Menuju Pers Demokratis: Kritik atas Profesionalisme Wartawan*. Yogyakarta: LSIP.



MEMUBLI- KASIKAN KARYA JURNALISTIK

8.1 Mengenal Jenis Media Massa

Penulis yang berkiprah dalam penulisan ragam jurnalistik di media massa wajib mengenal tulisan yang akan dipublikasikan. Terutama memahami gaya khas, gaya selingkung media terkait dengan kebijakan dan ideologinya. Media memiliki berbagai karakter terutama dengan kebijakan dan ideologi yang dibangun pemilik dan perusahaan. Terdapat media yang secara khusus bergerak untuk memublikasikan di bidang politik, ekonomi, sosial, budaya, bahkan agama.

Dalam suatu negara terdapat enam ragam sistem normatif media massa, termasuk di dalamnya sistem pers, yaitu (1) Sistem pers otoriter; (2) Sistem pers bebas; (3) Sistem pers tanggung jawab sosial; (4) Sistem pers Soviet (Rusia); (5) Sistem pers pembangunan; dan (6) Sistem pers demokratik (MacQuail, 1987: 22-27).

Pada masa pemerintahan Soeharto menggunakan istilah Pers Pancasila atau pers pembangunan pada saat yang sama digunakan di negara berkembang Asia, Afrika, dan Amerika Latin. Pers Pancasila memiliki karakteristik pers negara berkembang (1) Media diwajibkan menerima dan melaksanakan tugas-tugas positif pembangunan sesuai dengan kebijakan nasional; (2) Kebebasan media perlu dibatasi sesuai dengan prioritas ekonomi dan kebutuhan masyarakat dalam pembangunan; (3) Isi media

perlu memprioritaskan kebudayaan dan bahasa nasional; (4) media perlu memprioritaskan berita dan informasi kepada negara-negara berkembang lainnya yang memiliki kedekatan geografis, budaya, dan politik; (5) wartawan dan pekerja pers hanya mempunyai tanggung jawab kebebasan dalam melaksanakan tugasnya mengumpulkan dan menyebarkan informasi; dan (6) demi kepentingan pembangunan, negara berhak ikut campur (MacQuail, 1987: 21-23).

Setelah jatuhnya pemerintahan Orde Baru selama 32 tahun dan diangkatnya B.J. Habibie menjadi presiden, pers Indonesia mengalami perubahan. Di satu sisi pers diidealkan sebagai alat kontrol sosial dan menjadi saluran komunikasi rakyat, sehingga pers berkewajiban memberikan kepada publik apa yang mesti mereka ketahui berkaitan dengan berbagai peristiwa yang tidak pernah terberitakan ketika Soeharto berkuasa. Di sisi lain, pers sebagai industri juga memerlukan kelangsungan hidup, mendapatkan keuntungan finansial untuk menciptakan modal dan menyejahterakan pemilik dan karyawan pers (Hadi, 1995: 17-18).

Dengan kepentingan bisnis, pers memprioritaskan pembentukan selera publik daripada apa yang diketahui publik (Lesama, 1995: 9-14). Dibandingkan pers di masa Orde Baru, pers di awal reformasi mulai terbebas dari tekanan-tekanan pemerintah. Pers tidak lagi mengalami hegemoni dari pemerintah. Hal ini karena pers di era Presiden B.J. Habibie kurang lagi memiliki *power*, kekuatan berkuasa, serta melakukan mekanisme formal untuk melakukan berbagai kepentingan melalui pers. Pada masa ini muncul Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers.

Paradigma pers pada masa awal reformasi (1) Memiliki sikap skeptis. Setiap informasi yang diperoleh dari sumber tertentu harus selalu dipertanyakan, tidak diterima begitu saja. Selalu ada keraguan dan kecurigaan. Apa memang benar begitu kejadiannya? Apakah tidak ada fakta lagi selain itu? Demikian pula tampilnya tokoh baru atau perubahan sikap tokoh tertentu harus dipertanyakan apakah tokoh itu baru atau hanya berganti

baju; (2) Rasa ingin tahu yang kuat. Sikap selalu mempertanyakan setiap informasi yang diperoleh dari pihak tertentu menumbuhkan rasa ingin tahu yang kuat. Mengapa seseorang berbuat atau berkata demikian? Dengan demikian perlu menelusuri masa lalu (*track record*) yang bersangkutan. Dari sini akan diketahui sikap atau perbuatan tokoh dalam kurun waktu yang panjang; (3) Mencari informasi dari sumber dengan hierarki atas bawah. Sikap skeptis dan rasa ingin tahu jurnalis ini tidak semata-mata mengandalkan informasi yang diperoleh dari sumber utama; (4) Menjelaskan (verifikasi) kejadian berdasarkan fakta empiris. Wartawan akan mencari fakta sebanyak dan dan selengkap mungkin; (5) Memosisikan pers sebagai ruang bebas publik (*public sphere*), (6) Memosisikan pers menjalankan fungsi kontrol; dan (7) memosisikan pers menjalankan fungsi memfasilitasi debat publik. Isi liputan yang kaya fakta empiris dan diperoleh dengan beragam sumber, memungkinkan khalayak bisa menentukan fakta mana yang paling bermanfaat bagi kehidupan pragmatismenya. (Pasaribu, 1999: 108).

Di era informasi seperti ini keterbukaan atau transparansi sudah menjadi bagian yang tak terlepas dalam kehidupan pers modern. Prinsip-prinsip jurnalistik umum seperti penyampaian berita yang faktual, akurat, jujur dengan prinsip pemberitaan yang seimbang (*balance*) dan meliput dua sisi (*cover both side*), tidak memihak (*impartial*), proporsional, objektif, dan *check and recheck* harus dilakukan wartawan masa kini (*Media Indonesia*, 2000: 11-16).

Liputan-liputan khusus yang berkaitan dengan konflik horizontal antarwarga, masalah gender, pengadilan, kriminalitas anak di bawah umur, kejahatan seksual, perkosaan, kekerasan, pembunuhan, sadisme, meliput lingkungan hidup, meliput ilmu pengetahuan dan teknologi (iptek), opini, dan surat pembaca diatur dalam kebijakan khusus (*Media Indonesia*, 2000: 17-26). Hal ini dilakukan tidak lepas dari prinsip kehati-hatian agar tidak menimbulkan konflik di masyarakat.

8.1.1 Media Cetak

Media cetak merupakan sarana atau perantara komunikasi yang dicetak pada bahan dasar kertas dan kain untuk menyampaikan pesan atau informasi. Jenis media cetak yang termasuk di dalam media massa adalah surat kabar atau koran, majalah, tabloid, zine, buletin, dan lain sebagainya. Media cetak dalam surat, kabar, majalah, dan tabloid selain menginformasikan berita, *features*, kolom, dan resensi juga memuat iklan, baik iklan perusahaan maupun iklan layanan masyarakat. Pemuatan iklan ini selain sebagai pendapatan media juga menopang keberlanjutan media dalam mengembangkan perusahaan dan menggaji para awak media.

Media cetak, seperti surat kabar dan majalah ada yang terbit di ibu kota dan di daerah. Koran ibu kota yang memiliki tiras besar dan memiliki wilayah edar yang luas di berbagai daerah misalnya koran *Kompas*, *Media Indonesia*, *Republika*, *Tempo*, dll. Koran daerah yang memiliki penggemar dan eksis sebagai bacaan masyarakat di wilayah tersebut di antaranya *Kedaulatan Rakyat* (Yogyakarta), *Pikiran Rakyat* (Bandung), *Suara Merdeka* (Semarang), *Waspada* (Medan) dan hampir semua daerah di Indonesia terbit koran *Tribun* sebagai bacaan dan referensi informasi berita lokal. Sementara *Jawa Pos* (Surabaya) meskipun berbasis di Jawa Timur penyebarannya meluas ke skala nasional dengan sisipan *Radar*-nya.

8.1.2 Media Daring (*Online*)

Media daring merupakan media dalam jaringan. Daring sendiri merupakan singkatan dari dalam jaringan. Dalam konteks ini dalam jaringan yang dimaksud merupakan jaringan *online*. Jaringan *online* merupakan sesuatu yang berhubungan dengan teknologi dan internet. Karakter dari media daring memiliki keunggulan dibandingkan media cetak dalam hal kecepatan informasi (*immediacy*), pembaruan informasi (*updating*), timbal balik (*interactivity*), personalisasi (*audience control*), kapasitas tak

terbatas (*storage and retrieval*), adanya *hyperlink*, dan *multimedia capacity*. Media daring juga memiliki dampak positif dan negatif. Dampak positif sebagai media informasi, media pertukaran data, media pencari informasi, memiliki kemudahan dalam bertransaksi. Dampak negatif media daring adalah pornografi, penipuan, dan kurangnya berinteraksi secara nyata. Istilah populernya yang dekat jadi jauh, yang jauh jadi dekat.

Dalam hal pembaruan informasi dengan tidak adanya keterbatasan dalam menggunakan internet dan dapat diakses kapan dan di mana saja, sehingga pembaruan informasi dan publikasi tidak memiliki batas waktu. Pembaruan informasi begitu cepat tersebar di mana-mana. Untuk melihat akurasi sebuah berita dapat dilihat dari pembaruan pemberitaan yang masih dalam satu topik di media lain.

Hampir semua surat kabar, majalah, tabloid selain terbit dalam edisi cetak juga menggunakan media *online*. Media masa yang pertama kali menggunakan media *online* adalah *detik.com* pada 2005. Disusul oleh media lain seperti *kompas.com*, *republika.co.id*, *tempo.co*, *gatra.com*, *javapos.com*, *kontan.co.id*, dll. Selain Media besar yang disebutkan terdapat media *online* yang dikelola secara mandiri oleh lembaga dan memiliki kepentingan tersendiri baik bisnis, ekonomi, bahkan politik.

Beberapa media *online* yang dapat dijadikan ajang berkomunikasi dan bisnis yang masih relevan di era sekarang di antaranya Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, dan tentunya lokapasar (*marketplace*).

Media *online* berbasis lokapasar yang begitu berpengaruh dalam pemasaran dan bisnis diantaranya Gojek, Grab, Tokopedia, BukaLapak, Shopee yang memberi fasilitas kemudahan dalam mobilitas orang, barang dan jasa. Melalui media *online* ini orang dengan mudah untuk melakukan kegiatan apa pun dari kegiatan ringan membeli makanan (GoFood), melakukan perjalanan (GoRide/Car) bahkan kalau Anda lelah tidak mau mengerjakan pekerjaan rumah dapat memanfaatkan GoClean dan GoMassage.

Dunia pendidikan dan dunia perbankan sangat memerlukan media *online*, karena karakteristiknya yang cepat dan dapat menjangkau banyak pengguna. Tentu saja dengan kehadiran media *online* juga akan berdampak pada pengurangan tenaga kerja formal seperti pekerja bank, dan pelayan toko, karena semua transaksi bisa dilakukan secara *online*.

8.2 Mengenal Karakter Media Massa

Media massa, baik yang cetak maupun daring, memiliki afiliasi politik berkaitan dengan organisasi dan pemiliknya—dalam hal ini berlaku untuk radio dan televisi. Tak satu pun media tidak memiliki kepentingan dengan perusahaan. Beberapa surat kabar memiliki perspektif pemberitaan yang berafiliasi pada pemerintah, masyarakat, netral, atau pro pada yang lain (Suroso, 2003: 26-27).

Koran yang pemiliknya berideologi pro pemerintah akan mengadvokasi kepentingan pejabat pemerintah baik yang ada di lembaga eksekutif, legislatif, dan yudikatif serta dari kalangan militer dalam rangka menyelamatkan surat kabar dari tekanan pemerintah. Industri pers akan menyelamatkan bisnisnya dengan cara tidak melakukan konfrontasi dengan pemerintah. Media tidak mau mengambil resiko kehilangan dukungan pemerintah. Terlebih bila ada acara unggulan dari media tersebut digemari masyarakat.

Koran yang perspektif pemberitaannya pro masyarakat yang mengadvokasi suara cendekiawan di luar pemerintahan seperti tokoh masyarakat, cendekiawan perguruan tinggi, tokoh LSM, pemimpin organisasi sosial politik dalam rangka mengakarkan surat kabar kepada publik pembaca. Walaupun pers berusaha mengadvokasi kepentingan pembaca, namun pers tidak meninggalkan kegiatan “bisnis” dengan memajemen penerbitan untuk meningkatkan tiras dengan menggaet pemasang iklan, khususnya dari pengusaha yang tidak cenderung kepada afiliasi tertentu.

Media yang perspektif pemberitaannya bersifat netral supaya pembaca dapat menentukan alternatif atas fakta yang ditawarkan baik dari sisi masyarakat maupun pemerintah. Pers menyelamatkan prinsip-prinsip jurnalisme secara baik dan benar, dengan menuliskan berita yang akurat, objektif, seimbang, dan mengover dua sisi baik pemerintah maupun masyarakat. Pers membangun kecendekiaan tanpa harus didikte oleh kepentingan publik.

Keberpihakan pers pada golongan masyarakat tertentu, tetapi lebih spesifik lagi kepada kebutuhan akar rumput yang terpetakan dalam keinginan mayoritas. Keberpihakan media yang dikelola komunitas muslim misalnya, akan mempengaruhi sikap pembaca muslim dalam menentukan keputusan. Contoh dalam memilih pemimpin diupayakan pada calon yang memiliki kualitas, integritas keislaman yang dapat mengabdikan kepada Indonesia yang penduduknya mayoritas Islam. Demikian pula dalam kasus pemilu, koran yang dikelola oleh komunitas muslim akan memihak kepada wakil rakyat yang beragama Islam.

Sedangkan koran yang pengelolaannya tidak mengatasnamakan agama tertentu, keberpihakannya kepada partai tertentu didasarkan pada konstituen partai yang jumlahnya sangat besar dan memengaruhi pembaca koran yang bersangkutan. Keberpihakan pada konstituen partai ini mengingat jumlah pembaca yang besar ditinjau dari usia, pekerjaan, dan tingkat pendidikan. Namun, saat ini temuan perspektif media seperti dalam penelitian tersebut menjadi lebih kompleks permasalahannya. Kehadiran media daring seperti situs web, blog, Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube membuat pembaca semakin cerdas untuk memilih informasi yang bermanfaat bagi dirinya. Media yang berhasil adalah media yang membuat pembacanya berpikir kritis atas fakta yang disampaikan, menganalisis, dan mengambil kesimpulan sendiri dari informasi yang diperoleh.

8.2.1 Pemilik Media dan Afiliasi Politik

Industri pers dan televisi Indonesia dewasa ini sudah tergambar di sebuah negara sejak belasan tahun yang lalu. Studi yang dilakukan Robert W McChesney menjelang tahun 2000 silam menemukan bahwa berita dan informasi yang disajikan oleh media global selalu merepresentasi kepentingan pemilik modal dan berlangsung secara sistematis. Dalam studinya yang kemudian dituangkan dalam buku berjudul *Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Time*, McChesney memaparkan bahwa media massa global telah dikontrol oleh korporasi dan, karena itu, mengaburkan makna kebebasan pers yang selama ini menjadi jargon paling penting dalam dunia jurnalistik (Mustary, 2012: 127).

Kebebasan pers yang dijamin dalam UU No 40 Tentang pers pasal 4 menyebutkan bahwa (1) Kemerdekaan pers dijamin sebagai hak asasi warga negara; (2) Terhadap pers nasional tidak dikenakan penyensoran, pembredelan, atau pelanggaran penyiaran; (3) Untuk menjamin kemerdekaan pers, pers nasional mempunyai hak mencari, memperoleh, dan menyampaikan gagasan dan informasi; dan (4) Dalam mempertanggungjawabkan pemberitaan pers di depan hukum, wartawan mempunyai hak tolak. Namun, faktanya, pers—khususnya televisi—tidak luput dari tekanan-tekanan khususnya korporasi. Kasus dihilangkannya acara favorit “Mata Najwa” di televisi sebelah atau “Indonesia Lawyer Club” tidak lepas dari campur tangan korporasi.

Media yang dimiliki korporasi tidak lepas dari kepentingan bisnis dan politik. Dalam beberapa hal karyawan televisi dianggap bekerja pada korporsi atau majikannya. Kebijakan-kebijakan yang dilaksanakan di televisi selain berdasar regulasi undang-undang penyiaran, juga harus “tunduk” pada si majikan. Sebagai contoh, pengusaha kaya Indonesia, pemimpin partai, sekaligus memiliki beberapa stasiun televisi lain. Sebagai media, televisi memiliki dua kaki. Selain bertujuan memberi informasi, edukasi, rekreasi, dan media kontrol sosial. Di kaki yang lain dia adalah kendaraan

pemiliknya untuk tujuan tertentu seperti politik, popularitas, dan sebagainya. Dengan demikian, beberapa stasiun televisi swasta nasional dimiliki pimpinan sebuah partai politik.

Dengan memiliki stasiun televisi, pemilik bisa beriklan gratis atas partainya, sekaligus sebagai media untuk mencari keuntungan melalui iklan yang didapat. Pengkajian secara serius mengenai hubungan antara modal (khususnya pemilik modal pada industri media) dengan perkembangan demokrasi juga baru berlangsung pada penghujung abad ke-20 antara lain *Media Ownership and Control in the Age of Convergence* (1996) karya Vicki Mac Leod, *Media Monopoly* (1997) karya Ben Bagdikian, dan *Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Time* (2000) karya Robert W McChesney (Mustary, 2012).

Afiliasi media juga dipengaruhi perselisihan elite penguasa terhadap media, terutama sejak Orde Baru. Sejak peristiwa G30S PKI hampir semua penerbitan cetak dilarang terbit oleh pemerintah. Orde Baru memprakarsai diterbitkannya media cetak pendukung Orde Baru, seperti *Harian AB*, *Berita Yudha*, dan *Harian KAMI*. Setelah itu beberapa media lain diizinkan untuk terbit seperti *Kompas*, *Suara Karya*, *Berita Indonesia*, *Sinar Harapan*, *Harian Abadi* dan *Nusantara*. Fasilitas diberikan dalam bentuk subsidi dan kredit investasi. Subsidi juga diberikan dalam bentuk pengurangan harga kertas koran dan pengurangan ongkos angkutan udara ke daerah. Media menjadi *agent of development*, karena sebagian besar inisiatif dan pelaksanaan pembangunan dilakukan oleh pemerintah, media cenderung menjadi *agent of government* (Ishadi, 2000: 221-232).

Bila diskemakan perspektif pers dari awal era Orde Baru sampai era Reformasi digambarkan dalam matrik berikut ini (Ishadi, 2000: 226).

No	AWAL ORDE BARU (1970-1980)	MASA ORDE BARU (1980- 1998)	ORDE REFORMASI
1	Pers: <i>Agent of Development</i> <ul style="list-style-type: none"> • Pers disubsidi • Pers diproteksi 	Pers Partner Pemerintah <ul style="list-style-type: none"> • Pers disubsidi • Pers diproteksi • Pers dibina 	Pers sebagai <i>social control</i> . <ul style="list-style-type: none"> • Pers Mandiri • Pers bersaing bebas (AI,H,T, A.W.J) CNN. CNBC, BBC
2	<ul style="list-style-type: none"> • Pers diminta belum ada UU Pokok Pers • Belum ada UU Penyiaran • Keputusan Berdasarkan kasus 	<ul style="list-style-type: none"> • UU Pokok Pers menekankan Pers Bebas dan Bertanggung jawab • Tanggung jawab lebih di depan 	<ul style="list-style-type: none"> • UU Pokok Pers yang mengacu pada kebebasan pers (UU No 40/1999 • Pers sebagai institusi Bisnis
3	<ul style="list-style-type: none"> • Pers sebagai Alat Pembangunan • Pers bagian dari Pembangunan 	<ul style="list-style-type: none"> • Pers sebagai alat politik pemerintah • Pebredelan 	<ul style="list-style-type: none"> • Pers sebagai <i>Social Control</i> • Tidak ada SIUP

8.2.2 Gaya Selingkung (Khas) Media

Media memiliki kekhasan atau apa yang disebut dengan gaya selingkung. Hal ini terkait dengan kebijakan keredaksian dan pespektif ideologi yang dijadikan dasar atau pijakan para pengelola atau korporasinya. Setiap media memiliki rambu-rambu atau pedoman yang harus diikuti oleh semua awak media baik di tim redaksi dan para wartawan. *Media Indonesia* misalnya, memiliki *Buku Pegangan Wartawan* (2000) yang diterbitkan oleh Litbang Redaksi *Media Indonesia*. Buku pedoman ini berisi visi dan misi *Media Indonesia*, *code of conduct* berkaitan dengan etika wartawan dan sumber berita, kebijakan umum dan kebijakan khusus dalam peliputan.

Majalah *Tempo*, yang terkenal dengan rubrik Catatan Pinggir ala Goenawan Mohamad yang orang menyebutnya sebagai “jurnalisme sastra” memiliki semacam buku pintar *Seandainya Saya Wartawan Tempo* (Bujono dan Hadad, 1997). Buku ini berupa catatan pembelajaran dan refleksi wartawan *Tempo* bagaimana

menulis berbagai ragam tulisan di *Tempo* seperti menulis *lead* berita, teknik penulisan, mencari ide, menulis profil, dll. Dari buku pintar ini dapat diketahui kekhasan majalah *Tempo* dibandingkan dengan majalah lain. Semboyan *Tempo* “Enak Dibaca dan Perlu”, “*Fly with me*” dapat menjadi magnet untuk membaca *Tempo*.

Surat kabar *Kompas*, dengan kebijakan keredaksiannya, menempatkan halaman unggulan artikel opini halaman 4 (sekarang halaman 6). Halaman ini terdiri dari (1) Tajuk rencana; (2) Artikel kolom; dan (3) Surat pembaca. Ketiganya berisi opini, maka halaman 4 juga disebut opini (Oetama, 1987: 211-215). Dalam artikel opini berbagai persoalan besar, menengah, kecil ditinjau dari berbagai segi, sehingga semakin jelas duduk perkaranya, semakin lengkap dimensinya, dan semakin tercapai proporsinya. Dengan artikel ini pembahasan persoalan berkontribusi bagi perumusan kebijakan dan pengambilan keputusan oleh para pemegang tanggung jawab di pemerintahan maupun di masyarakat. Oleh karena itu, para penyumbang artikel opini di halaman 4 (sekarang halaman 6) datang dari berbagai kalangan khususnya dari cendekiawan perguruan tinggi, ulama, budayawan, aktivis, dan para pemerhati berbagai persoalan (HAM, feminis, demokrasi, lingkungan hidup, dll).

Hampir semua media memiliki kekhasan dan tujuan dalam kebijakan keredaksian. Tujuannya untuk menggaet pembaca sebanyak mungkin dan menempatkan media yang dibaca sebagai pilihannya. Hal itu disebabkan kedekatan ideologi, keyakinan, kepentingan untuk membaca media tersebut. Dengan demikian ada media yang mengkhususkan pada penulisan berita politik, ekonomi, budaya, gaya hidup, dll.

8.2.3 Kiat Sukses Menembus Media

Setiap penulis memiliki kiat atau cara tersendiri dalam memublikasikan karya tulisnya berupa berita, artikel opini, *features*, resensi, puisi, cerpen, dll. Untuk jurnalis yang mencari berita sudah tentu langsung bisa memublikasikan karyanya di

media tempat mereka bekerja. Untuk penulis lepas seperti penulis opini, *features*, sastra, resensi dll. tentu harus mempelajari gaya selingkung media. Bila penulis ingin menulis di surat kabar *Kompas* mereka harus mengikuti gaya penulisan surat kabar *Kompas*. Demikian juga kalau ingin memublikasikan karya sastra sudah barang tentu akan mempelajari genre sastra apa yang diminati media. Hampir semua media memiliki rubrik opini, *features* sastra dan budaya. Beberapa Majalah juga menyediakan kolom yang ditulis pembaca untuk merespon peristiwa aktual.

Sejumlah kiat dalam penulisan artikel agar dapat diterima untuk dipublikasikan di media massa seperti berikut ini (Siregar dan Suardjana, 1995: 64-73).

1. Isi artikel baru, orisinal dan bukan produk plagiat. Memiliki kedalaman fakta untuk mendukung ide pokok. Menghindari unsur SARA.
2. Bahasa yang digunakan. Struktur artikel terorganisasi, ada *lead* (pembuka) yang menarik, ada “jembatan” antarparagraf (kata atau beberapa kata yang menghubungkan satu paragraf, dan paragraf lain) perhatikan dalam penulisan kata.

Selain faktor isi dan pemakaian bahasa, faktor pendukung keberhasilan penulisan artikel opini adalah pemakaian *lead* atau teras artikel yang menarik yang bisa diambil dari kata-kata tokoh besar, metafor, kearifan lokal, dll. Penulisan judul juga menjadi daya tarik dalam penulisan artikel. Idealnya judul dalam artikel tidak lebih dari 5 kata. Memiliki kata kunci yang mudah dipahami pembaca.

Artikel yang dikirim ke media banyak jenisnya seperti artikel opini, berbagai jenis *features*, resensi buku, dan karya sastra (puisi dan cerpen). Hampir semua surat kabar memiliki rubrik puisi dan cerpen walaupun hanya diberi kolom seminggu sekali. Hadaning (1995: 45) memberi rambu-rambu dalam menulis puisi di media massa, (1) Memiliki kreativitas di tengah-tengah persaingan keras

dunia kepenyairan; (2) Memahami media dan gaya selingkung keredaksiannya; (3) Yakin dengan dengan kualitas puisi yang ditulis; (4) Sadar akan peta perubahan zaman, khususnya dalam penulisan puisi; dan (5) Melakukan evaluasi satu tahun, lima tahun, terhadap puisi-puisi yang sudah dihasilkan untuk melihat pencapaian diri hasil publikasi untuk proses kreatif selanjutnya.

8.3. Berlatih Mengenal Karakter Media

Terdapat berbagai jenis media baik bentuk, afiliasi, dan perspektifnya. Selain media arus utama (*mainstream*), terdapat media yang dikelola oleh lembaga agama. Misalnya, situs web yang dikelola oleh lembaga Islam seperti *Muslim.or.id*, *Muslimah.or.id*, *Yufid.com*, *Yufid.tv*, *kajian.net*, *IslamDownload.net*, *KonsultasiSyariah.com*, dan *BadarOnline.com*.

Media yang dikelola Kristen seperti *Amanah* Isi Kristen Protestan, *Katholik*, dsb (Opini Pendeta) *p2k.undaris.ac.id*. Situs web di atas beberapa yang dikelola lembaga agama. Terdapat pula yang situs yang dikelola partai politik, LSM, badan-badan, dan organisasi yang lain. Semua situs dipantau oleh Kemenerian Kominfo agar tidak terjadi pelanggaran terhadap UU Nomor 11 Tahun 2008 yaitu Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), khususnya Pasal 27 ayat 1 yang berbunyi, “*Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat diaksesnya informasi elektronik yang memiliki muatan yang melanggar kesusilaan.*”

8.3.1 Kepopuleran Media

Kepopuleran media ditandai dari jumlah teras yang beredar dan jumlah pembacanya. Di dalam media online, YouTube menduduki media sosial terpopuler, disusul WhatsApp, Instagram, Facebook, dan Twitter. Surat kabar nasional yang terbit di Jakarta seperti *Kompas*, *Media Indonesia*, *Tempo*, dan *Republika* memiliki tiras besar dan beredar hampir di seluruh provinsi di Indonesia karena memanfaatkan teknologi cetak jarak jauh. Demikian pula

surat kabar yang terbit di daerah memiliki fanatisme pembaca sendiri.

Mengapa media yang terbit di daerah menjadi populer di kalangan pembaca? Hal ini karena memiliki kedekatan dengan pembaca dari aspek geografis dan konten yang terberitakan.

8.3.1 Media Internal Lembaga

Media internal lembaga adalah media berupa surat kabar, tabloid, majalah, zine yang diterbitkan oleh lembaga untuk tujuan-tujuan khusus. Di perguruan tinggi misalnya, terbit koran kampus, majalah kampus baik yang dikelola universitas, fakultas, bahkan program studi. Berbagai kegiatan yang berkaitan dengan dunia jurnalistik kampus biasanya menerbitkan majalah secara rutin yang dibiayai oleh kampus. Demikian juga sekolah, lembaga agama, LSM, dan lembaga lain menerbitkan media cetak dan elektronik tidak dikomersialkan. Biasanya produk media ini dibagikan secara cuma-cuma oleh DPR RI, misalnya menerbitkan majalah *Parlemen* yang dikemas dengan *lux* dan dibagikan secara gratis di bandara dan tempat-tempat strategis.

Ada juga media yang diterbitkan di kampus yang memiliki nilai komersial karena bereputasi. Jurnal ilmiah yang terakreditasi sinta 1-6 dan jurnal bereputasi internasional berindeks scopus atau indeks lain mendapat apresiasi bagi penulis dan pembaca. Untuk terbit di jurnal demikian biasanya penulis membayar biaya publikasi. Jurnal ilmiah berakreditasi kadang ada yang membayar dan ada yang gratis tetapi proses penerbitannya tidaklah mudah.

8.32 Media Massa Umum

Media massa umum adalah media yang diterbitkan untuk tujuan komersial. Selain memberikan informasi kepada masyarakat, kelangsungan media umum ini didapat dari pemasangan iklan dan sumbangan lain yang tidak mengikat. Media massa umum biasanya berbentuk korporasi dan bekerja sama dengan berbagai lembaga untuk kelangsungan hidupnya. Media massa umum dikelola

secara profesional. Tiga pilar manajemen media massa umum adalah bagian keredaksian, bagian produksi, dan pemasaran. Bagian keredaksian adalah mereka yang bergerak dalam mencari berita, mengemas berita semenarik dan seaman mungkin. Bagian produksi adalah mereka yang menata letak (*layout*), mencetak, dan memproduksi surat kabar dengan mesin produksi. Bagian distribusi (*marketing*) adalah ujung tombak pengelola media dalam menghasilkan uang. Bagian distribusi selalain mampu menjalin kerja sama, juga mampu menghasilkan dana yang memadai dari pemasang iklan.

Media umum biasanya mengabarkan hal-hal yang bersifat umum yang sedang terjadi dan menjadi perhatian khalayak banyak. Media umum akan menjaga kredibilitas agar tetap disukai pembacanya. Bentuk kredibilitas itu di antaranya melaksanakan etika jurnalistik dengan benar dan konten yang dihasilkan bermanfaat bagi masyarakat pembaca. Informasi mengenai pembangunan, bantuan sosial, pendidikan, dan pandangan ke depan disukai pembaca dari media massa umum. Media massa ini biasanya menghindarkan diri dari kepentingan suku, agama, ras dan antargolongan (SARA).

8.4. Merancang Publikasi pada Media Massa

Merancang publikasi di media massa memerlukan strategi khusus, agar produk-produk jurnalistik seperti artikel opini, esai sastra dan budaya. Bahkan, cerita pendek dapat dipublikasikan di media massa. Belum tentu seorang yang terbiasa menulis jurnal ilmiah sanggup memublikasikan karya-karya ilmiahnya di media massa cetak maupun *online*. Hal ini karena media massa memerlukan ragam gaya sendiri dibandingkan dengan standar penulisan jurnal ilmiah. Beberapa langkah berikut dapat dijadikan dalam perancangan media.

1. Media memiliki beberapa level popularitas mulai media internal di kampus, media regional yang terbit di daerah, dan media yang terbit nasional dengan jangkauan luas. Tentu saja tingkat kesulitan memublikasikan karya di media nasional lebih sulit dibandingkan di media internal dan regional. Bagi penulis pemula, sebaiknya berlatih menulis dan memublikasikan karya-karyanya di media internal kampus maupun lembaga baik secara cetak maupun elektronik. Jika sudah terbiasa dan berhasil, barulah memublikasikan karyanya pada level di atasnya yaitu media yang terbit di level regional. Bila penulis sudah biasa menulis di media massa regional, peluang untuk memublikasi di level nasional lebih besar.
2. Kenalilah media yang akan memuat atau menyiarkan publikasi Anda baik artikel opini, esai, *features*, maupun karya sastra. Perhatikan dan amati kecenderungan karya yang dimuat di situ. Dari kegiatan itu penulis akan memahami tulisan-tulisan yang dikehendaki media.
3. Kaitkan materi yang ditulis dengan agenda dan peristiwa aktual. Mengapa? Karena media massa bersifat umum dan pembaca ingin mengetahui perkembangan informasi aktual. Misalnya, ketika ada peristiwa mutilasi, penulis dapat menyesuaikan penulisan cerpen tentang itu. Demikian pula, esai tentang psikologi mengapa orang melakukan mutilasi dan penyebabnya, dst. Dalam berita tenggelamnya kapal selam Nanggala, penulis dapat menulis esai berjudul “Resiko”, bagaimana seorang prajurit siap melaksanakan tugas apa pun risikonya.
4. Setelah tulisan Anda selesai, upayakan selalu membaca ulang, merevisi gaya tulisan Anda supaya enak dibaca. Kalimat-kalimatnya diusahakan tidak panjang-panjang, namun memiliki daya sugestif. Jangan ada salah ketik ejaan (*typo*), penulisan kata dan ejaan yang salah. Apakah struktur artikel Anda sudah proporsional antara problem yang dikemukakan dan jawabannya.

5. Jika tulisan sudah direvisi, kirimkan ke media yang memiliki kemungkinan tulisan Anda dimuat atau dipublikasikan. Kirimkan karya Anda melalui email. Alamat-alamat media media massa bisa dilihat pada peramban Google. Simpanlah alamat tersebut untuk pengirimakan artikel berikutnya.
6. Jangan menyerah ketika artikel Anda ditolak. Penolakan artikel karena beberapa alasan, mungkin karena artikel kurang tepat dengan momen atau peristiwa yang terjadi. Mungkin setelah beberapa kali menulis Anda baru berhasil dan menemukan kebahagiaan atau katarsis. Beberapa penulis harus mengalami puluhan kali gagal karyanya untuk dimuat di media massa. Namun, ada juga penulis yang sekali menulis karyanya berhasil dimuat di media massa. Prinsip menulis, menulis, menulis. Prinsip membaca, membaca, membaca. Prinsip merevisi, merevisi, dan merevisi selalu menjadi passion penulis. Untuk menjadi penulis terkenal perlu konsistensi. Kebiasaan penulis menyempatkan setiap kali bangun tidur pagi hari, membuka laptop dan menulis pada akhirnya akan menghasilkan karya-karya kreatif. Waktu pagi hari adalah saat masih segar otak mudah diajak berpikir. Namun, beberapa orang memiliki waktu dan gaya tersendiri dalam menulis.

8.4.1 Menentukan Topik Aktual

Menentukan topik tulisan merupakan langkah agar tulisan menjadi lebih fokus. Untuk menjabarkan topik, hal yang bisa dilakukan adalah menyusun peta pikir (*mind mapping*) agar pikiran-pikiran pendukung dapat dijelaskan melalui uraian peta pikir. Beberapa langkah penentuan topik, subtopik, sub-subtopik diuraikan contoh dan langkah berikut.

1. Memilih satu topik yang akan ditulis pada Hari Pendidikan. Topiknya tentang Pendidikan belum merata. Subtopiknya dimulai dengan pertanyaan *mengapa* (SDM (guru) yang kualitasnya belum memadai (belum tersertifikasi seluruhnya, sarana dan prasarana yang belum memadai khususnya sekolah

di pedesanan, infrastruktur yang buruk, dll.) sub-subtopiknya bisa diambilkan dari subtopik, misalnya SDM guru. Pendidikan guru yang kualitasnya belum standar, syarat profesional yang belum terpenuhi menurut UUD Guru, belum terjadi penyebaran guru yang merata, dll), dst.

2. Penulis juga dapat menulis topik-topik yang insidental seperti peristiwa aktual yang terjadi (banjir, kekeringan, perusakan lingkungan oleh perusahaan, penangkapan satwa liar, perkelahian antaranggota DPR, arogansi pejabat, korupsi yang terus berulang. Penulis dapat juga menulis berdasarkan topik terjadwal seperti tahun baru, hari libur agama, hari kasih sayang (*valentine*), tentang Surat Perintah Sebelas Maret yang misterius, hari Kartini, hari kebangkitan nasional, hari pendidikan, hari lahirnya pancasila, hari kepolisian, hari kemerdekaan, hari pramuka, hari gerakan satu oktober, hari pahlawan, hari Natal. Masih banyak agenda atau peristiwa rutin, seperti hari antitembakau, hari bapak-bapak (*father's day*), dll.
3. Setelah tersedia peta konsep (*mind mapping*), rancangan tulisan (*outline*), tersedia juga bahan-bahan pendukung atas fakta yang akan dibahas, maka penulisan draf tulisan dimulai. Namun, jika dengan mekanisme proses itu belum bisa dilakukan, tulislah apa saja yang ada di dalam pikiran sesuai ide yang keluar. Memulai kalimat pertama biasanya sulit, lanjutkan dengan kalimat kedua. Mulailah menuliskan topik-topik yang mudah, paling menarik, dan paling Anda kuasai (Rifai, 1997: 67). Ibarat membangun rumah, Anda sudah bisa mengonstruksi bangunan tulisan Anda dan tinggal *finishing* untuk mempercantik dengan melakukan kegiatan revisi. Revisi menyangkut struktur, isi, dan bahasa. Ingat, bahasa jurnalistik bukan bahasa ilmiah. Anda lebih baik menggunakan bahasa yang bercerita.

8.4.2 Mempertimbangkan Jenis Media

Setiap media massa memiliki persyaratan tertentu. Oleh karena itu, penulis wajib mempelajari dan menyesuaikan kecenderungan karya jurnalistik yang akan dimuat dalam media tersebut. Penulis dapat memilih media yang secara khusus meminati dan memuat karya-karya jurnalistik yang berkaitan dengan persoalan gaya hidup, hobi pada dunia pertanian, perkebunan, fesyen, motor dan mobil, dirgantara, sains, dan teknologi. Penulis juga dapat memilih media yang secara khusus memuat persoalan-persoalan psikologi, pendidikan, perilaku, bisnis, dll. Pemetaan media didasarkan pada hal berikut.

1. Surat kabar. Merupakan media massa umum yang memiliki spektrum pembaca yang luas dan tingkat pendidikan yang berbeda. Gunakan bahasa jurnalistik yang bisa dimengerti pembaca yang tingkat pendidikannya rendah, menengah dan tinggi. Di dalam surat kabar dapat dipublikasikan berbagai jenis tulisan mulai berita, esai, *features*, dan artikel opini.
2. Majalah. Majalah dibagi majalah berita dan majalah khusus. Majalah berita secara khusus memublikasikan peristiwa yang dapat dijangkau dalam setiap minggu atau dua minggu. Majalah berita terkenal di Indonesia adalah *Tempo* dan *Gatra*. Majalah berita *Time*, *Fortune*, *Vogue*. Majalah khusus sastra dan budaya seperti *Basis* dan *Horison*. Majalah anak seperti *Bobo* dan *Donal Bebek*. Majalah psikologi seperti *A & O* dan *Anda*. Majalah remaja seperti *Hai*, *Aneka*, *Kawanku*, *Teen*, *Cosmopolitan*. Majalah pengetahuan seperti *Intisari*, *Rider Digest*. Majalah sains dan teknologi seperti *Dirgantara*, *Kuark*, *National Geographic*, *Aku Tahu*. Majalah wanita seperti *Kartini*, *Wanita*, *Femina*, *Gadis*, *Herworld*, *Bazaar*, *Muslimah*, *Hijabella*, *Scarf*, dan *Populer*. Majalah laki-laki *Esquire*, *Play boy*, *Maxim*, *Glam Lelaki*, *Male*, dll. Namun, ada majalah khusus yang diberikan secara gratis seperti Majalah *Garuda* yang dibagikan kepada penumpang pesawat berisi berbagai destinasi wisata, hotel dan akomodasinya. DPR juga menerbitkan majalah

Parlemen yang diedarkan secara gratis di tempat-tempat khusus.

3. Tabloid. Surat kabar dalam format agak kecil dari surat kabar ukuran harian. Istilah ini biasanya dikaitkan dengan penerbitan surat kabar reguler nonharian yang berfokus pada hal-hal tertentu, seperti masalah pesohor (artis), olahraga, kriminalitas, dan lain-lain. Kelebihan tabloid *indept reporting* atau laporan mendalam, menarik “*eye catching*” karena penuh gambar *full colour*, khalayak mudah dipantau, bersifat *features news dan straight news*, terdokumentasikan dan pemberitaan di tabloid karena dipesan. Beberapa tabloid terkenal Indonesia di antaranya *Nova, Wanita Indonesia, Genie, Bola, otomotif* dll.

Setiap penulis akan mempertimbangkan ke mana karya jurnalistik yang dihasilkan akan dikirim untuk dipublikasikan. Setiap penulis memiliki minat khusus dari berbagai disiplin akan menulis sesuai keahliannya dan akan mempertimbangkan ke mana tulisan akan berpeluang dipublikasikan. Orang yang suka melakukan perjalanan wisata, naik gunung, dan petualangan lain dapat mengirim ke berbagai majalah dalam bentuk *features* perjalanan dengan foto dan gambar-gambar eksklusif.

8.4.3 Membaca Peluang Pemuatan

Peluang pemuatan karya jurnalistik di berbagai jenis media didasarkan pada penilaian para redaktur surat kabar. Beberapa hal berkaitan dengan peluang pemuatan karya jurnalistik seperti berikut ini.

1. Baca ulang karya jurnalistik yang sudah disusun, revisi, jangan sampai ada kesalahan sekecil apa pun terkait penulisan ejaan, kata, dan kalimat. Jangan sampai artikel Anda menimbulkan pertentangan di kalangan pembaca karena berunsur SARA.
2. Tulislah artikel Anda dengan tidak menggunakan kalimat yang panjang dan bertele-tele. Gunakan kalimat sederhana dan memiliki daya komunikasi tinggi.

3. Pakailah gaya Anda sendiri. Pada mulanya Anda mungkin mengamati gaya penulis terkenal, kemudian meniru dan memodifikasi sampai menemukan gaya penulisan Anda sendiri. Tidak menutup kemungkinan Anda menggunakan gaya Goenawan Mohamad, Seno Gumira Adjidarma, Komarudin Hidayat, Sindhunata, dll. sebagai penulis terkenal sampai Anda menemukan gaya Anda sendiri.
4. Redaktur akan mempertimbangkan pemuatan karya jurnalistik Anda jika aktual dan diperlukan oleh masyarakat pembaca.

8.5 Kontribusi Kegiatan Bermedia

Kegiatan bermedia, khususnya dalam menghasilkan karya-karya jurnalistik yang terdokumentasikan, bila dikumpulkan dalam suatu topik akan dapat menjadi buku bacaan bagi masyarakat. Orang yang menghasilkan banyak artikel pendidikan seperti H.A.R Tilar, Mochtar Buchory, YB. Mangunwijaya, memiliki buku-buku yang diminati pembaca atas karya jurnalistik yang diterbitkan dalam bentuk buku. Demikian pula sastrawan yang terbiasa menulis puisi dan cerpen pasti akan memiliki buku kumpulan puisi dan cerpen. Bahkan, penulis yang memiliki kebiasannya menulis cerpen pada akhirnya dapat menghasilkan novel seperti Umar Kayam dan Budi Darma. Kegiatan bermedia pada akhirnya juga menciptakan popularitas, peningkatan keuangan, dan menghasilkan produk-produk jurnalistik.

8.5.1 Popularitas

Popularitas penulis konten jurnalistik terwujud ketika ide-idenya bersambut di masyarakat. Orang memberi apresiasi atas kerja yang bermanfaat bagi pembacanya. Bentuk penghargaan atas kepopuleran pada karya-karya yang diterbitkan melalui respons pembaca bisa dengan mengundang penulis untuk menjadi narasumber pada acara seminar atau lokakarya. Atau kegiatan lain yang berkaitan dengan tulisannya seperti gelar wicara (*talk show*) terkait proses kreatif penulis. Bila artikel dengan topik

yang sama diterbitkan dan beredar, semakin memantapkan posisi penulis akan kepopulerannya. Biasanya kepopuleran penulis konten jurnalistik akan mendapat undangan untuk menjadi pemateri penulisan konten jurnalistik dan penulisan kreatif. Bila jurnalis menulis di jurnal ilmiah terakreditasi Sinta atau jurnal bereputasi, maka karya mereka akan disitasi dalam penulisan ilmiah dalam penulisan jurnal.

8.5.2 Finansial

Bagi penulis profesional, kegiatan menulis dapat dijadikan sebagai pekerjaan profesional yang menghasilkan pendapatan rutin. Dia akan melakukan pekerjaan menulis seperti pekerjaan lain yang dilakukan secara rutin, mengatur jam kerja, dan target yang akan dicapai. Seorang penulis opini akan berusaha menargetkan tulisannya untuk dimuat di berbagai media secara rutin. Namun, pada umumnya kegiatan menulis, hanya dijadikan sebagai kegiatan sampingan sebagai aktualisasi diri, selain juga mendapatkan keuntungan finansial. Seorang yang tidak sengaja menuliskan kisah orang lain yang fenomenal dalam bentuk biografi dan mendapat respons pasar, tentu akan memperoleh royalti yang memadai. Terlebih buku yang diterbitkan mengalami cetak ulang yang berkali-kali.

Apa pun bentuknya, karya jurnalistik yang dipublikasikan akan mendapatkan imbalan finansial dari media. Besar kecilnya penghargaan finansial tergantung dari kepopuleran media. Sebagai contoh, menulis dalam edisi Indonesia dan mengalihbahasakan dalam bahasa Inggris, kemudian mengirimkannya ke surat kabar atau majalah berbahasa Inggris, dan akan mendapat honorarium yang lebih besar daripada yang diterima dari surat kabar atau majalah edisi berbahasa Indonesia.

8.6.3 Produk Karya Jurnalistik

Terdapat berbagai karya jurnalistik yang bisa dipublikasikan. Beberapa karya jurnalistik yang ditulis wartawan dan pekerja

media adalah berita dan *features*. Sedangkan karya jurnalistik yang ditulis oleh penulis pada umumnya diluar profesi jurnalis, di antaranya adalah artikel opini, esai bahasa, sastra, budaya, dan karya sastra terutama cerita pendek dan puisi. Media massa arus utama biasanya juga menerbitkan cerita bersambung dari novel yang ditulis. Contoh, surat kabar *Kedaulatan Rakyat*, menerbitkan secara rutin cerita bersambung *Naga Sasra Sabuk Inten*. Beberapa koran terkemuka juga melakukan hal yang sama.

Referensi

- Bujono, Bambang dan Hadad, Toriq. (1997). *Seandainya Saya Wartawan TEMPO*. Jakarta: Penerbit Isai dan Yayasan Alumni TEMPO.
- Ishadi, S.K. (2000). “Persepsi Elit Penguasa Terhadap Media” dalam *Pers dalam Revolusi Mei Runtuhnya Sebuah Hegemoni*, dieditori oleh Didayat, Dedy N E, dkk. Jakarta :Gramedia.
- MacQuail, D. (1987). *Mass Communication Theory: An Introduction*. Beverly Hills California: Sage Publication.
- Mustary, Rizal. (2012). “Jurnalis Televisi, di antara Publik dan Pemilik Modal” dalam *Jurnalisme Televisi Indonesia Tinjauan Luar dan Dalam*, dieditori oleh Haris Jauharai. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Oetama, Jacob. (1987) “Halaman IV Surat Kabar Kompas” dalam *Perspektif Pers Indonesia*. Jakarta LP3S.
- Pasaribu, Rondang. (1999). “Pers dalam Tatanan Politik yang Berubah” dalam *Menuju Masyarakat Kewargaan: Dinamika Politik dan Agenda Pers dalam Pemilu*. Yogyakarta: LP3Y.
- Rifai, Mien A. (1997). *Pegangan Gaya Penulisan, Penyuntingan, dan Penerbitan Karya-Karya Ilmiah Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada Univesity Press.
- Hadaning, Diyah. (1995). “Menembus Rubrik Puisi di Media Massa” dalam *Kita Menembus Kolom dan Rubrik di Media Massa: Artikel, Cerpen, Resensi dan Puisi*. Yogyakarta: KMSI Universitas Gadjah Mada.

- Hadi, Parni. (1995). “Menjadi Wartawan Indonesia yang Ideal” dalam *Profil Pers Indonesia*. Semarang: Citra Almamater.
- Suroso. (2003). *Bahasa Jurnalistik: Perspektif Berita Utama Politik dalam Surat kabar Indonesia pada Awal Era Reformasi*. Jakarta: Pascasarjana Universitas Negeri Jakarta.
- Asa, Syubah dan Mangiang, Masmimar. (1995). “Sejumlah Tip dalam Menghadapi Artikel Opini”, dieditori oleh Ashadi Siregar dan Suardjana I Masde. Yogyakarta Kanisius.

9

JURNALISME DI ERA INFORMASI

Era informasi ini memiliki istilah lain yang senada yaitu disebut sebagai era revolusi industri 4.0 (*The Fourth Industrial Revolution*), era revolusi digital, era *big data*, era masyarakat informasi, era masyarakat pengetahuan, era inovasi disruptif, era ekonomi kreatif, hingga era pascakebenaran (*The Posttruth*) yang mana, di era ini telah banyak perubahan-perubahan yang terjadi secara radikal.

9.1 Jurnalisme di Era *Big Data*

Era *big data* membawa pengguna internet semakin tinggi sehingga berdampak pada informasi yang melimpah. Hal itu akan memberi kesempatan bagi industri jurnalistik. Kumpulan data dalam jumlah besar dapat diperoleh dan dianalisis untuk melakukan prediksi, membuat keputusan, membaca sebuah tren, melihat tingkah laku konsumen, dll. Sedikitnya itulah penjelasan Marsya Nabila dalam reportasenya berjudul “Mendiskusikan Pentingnya Implementasi Big Data dalam Jurnalistik” di *dailysocial.id*.

Menurut Wahyu Dhyatmika, perwakilan dari Aliansi Jurnalis Independen (AJI), menerangkan jurnalisme data sangat ampuh untuk menajamkan *angle* seorang jurnalis sebelum menayangkan berita. Cara kerja jurnalisme data sama seperti pada umumnya, yakni merumuskan pertanyaan, menemukan data, mendapatkan

data, memilah data, menganalisis, dan mempresentasikan data.

Industri media akan lebih dipercaya manakala disertai penggunaan dan analisis data yang memadai. Dengan demikian, diperlukan ketelitian dalam memilah data saat akan digunakan sebagai acuan, baik untuk penelitian maupun penulisan berita. Sebagai contoh, *big data* diperlukan saat menjawab hipotesis dari pertanyaan yang ingin dipecahkan. Jika hipotesis terbantahkan, jurnalis dapat mengubah tulisan mereka. Cobalah latihan di bawah ini.

1. Carilah informasi dari internet berkaitan dengan rencana penulisan topik tantangan pendidikan di era merdeka belajar. Tentang jumlah penduduk Indonesia yang berpendidikan dasar, menengah, dan tinggi. Perbandingan tingkat pendidikan penduduk Indonesia dibandingkan dengan tingkat pendidikan negara maju (Amerika, Kanada, Jepang, Jerman, Inggris, Italia, dan Rusia). Bandingkan tingkat pendidikan orang Indonesia dengan penduduk negara berkembang lainnya (20 negara). Buatlah simpulan atas data-data tersebut upaya yang dilakukan pemerintah Indonesia atas data tersebut.
2. Carilah data jumlah orang kaya Indonesia dan jumlah orang miskin Indonesia. Carilah data pekerjaan orang kaya dan orang miskin di Indonesia. Buatlah ketimpangan mengapa tidak ada pemerataan pendapatan di Indonesia. Orang miskin bekerja hanya untuk bisa memenuhi kebutuhan primer makan dan pakaian. Orang kaya tidak bekerja tapi bisa melipatgandakan kekayaannya. Uang yang bekerja bagi orang kaya. Buatlah analisis pemerataan pendapatan bagi penduduk Indonesia.

9.2 Perubahan Radikal, Tak Terprediksi, Kompleks, dan Ambigu

Disrupsi erat hubungannya dengan buku yang berjudul *Leading in a VUCA World: Integrating Leadership, Discernment and Spirituality* yang dieditori oleh Jacobus (Kobus) Kok dan Steven C. van den Heuvel yaitu *volatile, uncertain, complex,*

dan *ambiguous volatilitas* mengacu pada kecenderungan untuk berubah dari satu keadaan ke keadaan lain. Dalam kondisi tertentu, bahan yang mudah menguap dapat meledak secara berbahaya, berubah dengan cepat dari stabil menjadi tidak teratur. Ini memberikan implikasi lain bahwa kondisi *volatile* adalah kondisi yang berbahaya. Hal ini terjadi dalam bisnis, pendidikan, bahkan dalam tata nilai di masyarakat. Ketidakpastian (*uncertainty*) mengacu pada kurangnya informasi spesifik, yang dapat ditemukan dengan menjawab pertanyaan spesifik. Misalnya, apa hari ini akan hujan? Apakah pemerintah mampu meningkatkan SDM, ekonomi? Adalah pertanyaan yang merupakan upaya untuk mencirikan ketidakpastian.

Kompleksitas (*complexity*) mengacu pada jumlah komponen dan hubungan antarkomponen. Penggunaan kompleksitas oleh orang awam yang normal cenderung terlalu menyederhanakan ruang lingkup masalah praktis yang dihadapi para pemimpin dalam organisasi. Ambiguitas (*ambiguity*) mengacu pada banyak atau tidak tetap, membingungkan dalam kata *ambiance* dan *ambidextrous*. Ambiguitas merupakan penyebab stres bagi banyak orang (terutama mereka yang bekerja di organisasi yang terstruktur dengan baik) karena gangguan yang disiratkan oleh ambiguitas tidak nyaman.

Menghadapi perubahan yang demikian, jurnalis sanggup menyesuaikan informasi, data, berkaitan dengan perubahan tersebut. Dengan demikian, pembaca dapat mengantisipasi perubahan-perubahan yang disampaikan oleh jurnalis.

Menghadapi era yang tidak menentu, maka perlu redefinisi orientasi cara baru dalam menyampaikan informasi. Informasi bukan monopoli pengajar dan dosen. *Pertama*, pengajar bukan satu-satunya pemilik kebenaran. Banyak kebenaran lain yang diperoleh di luar pengajar dengan memanfaatkan informasi lain yang diperoleh melalui keterampilan hidup (*life skills*) secara nyata maupun virtual. *Kedua*, pengajar adalah fasilitator, teman diskusi, yang bertugas memberi dukungan, berbagi pengalaman,

memberi masukan. Dengan cara ini pembelajar akan antusias, terbuka, dan mengembangkan keinginan menemukan sesuatu yang baru, sesuatu yang lain. Pengajar tidak mengalihpindahkan ilmu tetapi menyemaikan ilmu, merawat dan menumbuhkan keingintahuan pembelajar untuk kreatif dan inovatif. *Ketiga*, menyeimbangkan otak, tangan, dan hati. Pembelajaran bukan hanya mengalihpindahkan pengetahuan, tetapi juga membangun keterampilan dan karakter. Dalam bahasa Unesco pendidikan yang *learning to know, to do, to be, dan to live together*.

Latihan:

1. Carilah perubahan yang tidak menentu di bidang ekonomi dan pariwisata, saat pandemi Covid-19 dan sesudah pandemi.
2. Carilah pekerjaan-pekerjaan yang akan hilang dan mungkin pekerjaan yang akan tercipta akibat perubahan yang radikal. Berilah contoh munculnya penggangguran baru akibat perubahan itu dan bagaimana penyelesaiannya.

9.3 Munculnya Media Baru

Menurut **Marshall McLuhan**, media baru atau *new media* adalah perkembangan teknologi komunikasi yang dalam sejarahnya telah memperluas jangkauan komunikasi manusia. Penggunaan istilah media baru untuk mengartikan sesuatu yang sangat mirip dengan yang dimaksudkan saat ini. Istilah media baru muncul dan bertahan serta mempunyai banyak definisi yang bisa disesuaikan dengan konteks penggunaannya.

Ronal Rice (1984) mendefinisikan media baru sebagai teknologi komunikasi yang memfasilitasi dan memungkinkan untuk terjadinya interaktivitas antara pengguna dan informasi. Interaktivitas sendiri pun sebagian besarnya merupakan karakteristik dari media baru. Tujuan dari media baru adalah untuk mengonstruksi realitas yang direkayasa oleh sebuah media demi mendapatkan keuntungan secara finansial dari orang-orang yang menggunakan segala komoditas yang ditawarkan oleh media tersebut.

Selain itu ada beberapa manfaat yang didapat dari penggunaan media baru. URL: https://id.wikipedia.org/wiki/Media_baru

1. Media baru dapat diibaratkan sebagai sumber informasi sehingga manfaat ini dapat dirasakan oleh pelajar ataupun mahasiswa. Dengan adanya media baru akan mempermudah mereka dalam mengakses informasi yang akan mereka cari, selain itu penggunaan media baru mempermudah mereka dalam mendapatkan *ebook* atau jurnal *online*.
2. Media baru sangat membantu seseorang dalam menyelesaikan pekerjaan secara cepat, adanya media surat elektronik, maka akan mempermudah seseorang dalam bertukar informasi tanpa harus bertatap muka terlebih dahulu.
3. Kemunculan media baru juga dibarengi dengan kemunculan jejaring sosial yang dapat menghubungkan satu individu dengan individu lainnya walaupun mereka tidak berada dalam satu lokasi yang sama. Contohnya: Facebook, Twitter, Instagram, dll.
4. Media baru dapat digunakan sebagai tempat untuk berbisnis daring.
5. Media baru digunakan untuk mencari pekerjaan. Hal ini akan mempermudah para pencari kerja untuk mendapatkan pekerjaan tanpa harus mendatangi suatu perusahaan, bahkan sekarang bisa melakukan tes masuk perusahaan secara *online*.

Latihan:

1. Pilihlah media baru yang paling populer untuk mempromosikan produk-produk barang dan jasa. Apa alasan Anda memilih media tersebut?
2. Tujuan apa yang Anda inginkan ketika menggunakan Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube?

9

PROFESI RELEVAN DENGAN KEGIATAN JURNALISTIK

Perubahan terjadi dari dunia pertanian, industri, teknologi transportasi dan komunikasi. Indonesia akan selalu devisit bahan makan dan menjadi importir sembako ketika tidak ada perubahan dalam revolusi dalam teknologi pertanian dan industri.

Perubahan juga niscaya akan terjadi karena program studi tidak selalu paralel dengan keahlian atau profesi. Sarjana pertanian bisa menjadi wartawan atau bankers, atau sebaliknya. Sarjana Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia sudah tentu akan menjadi dosen atau guru. Namun, mereka juga berpeluang menjadi jurnalis, editor, fotografer, artis, model, MC, kapster salon kecantikan, pemilik EO (*event organizer*), tokoh LSM, atau humas di perusahaan dan lembaga pemerintah.

Empat syarat yang wajib dimiliki sarjana bahasa dan sastra, baik yang pendidikan atau nonkependidikan, yaitu kreativitas dan inovasi, kemampuan berkomunikasi, kemampuan berpikir kritis, dan berkolaborasi.

Pengembangan potensi kreatif mahasiswa dimulai dari sejak mereka di bangku kuliah sampai mereka lulus dari perguruan tinggi. Beberapa profesi yang berkaitan dengan pengembangan *soft skills* mahasiswa di antaranya seperti berikut ini.

1. Pengembangan kemampuan berkomunikasi melalui keterampilan beretorika melalui mata kuliah keterampilan berbicara, seperti MC, humas dan protokoler, motivator, konsultan, penceramah agama dst yang sanggup memotensikan kecerdasan bahasa.
2. Pengembangan kemampuan menulis melalui matakuliah menulis faktual, karya ilmiah, menulis kreatif dari berbagai ragam bahasa Indonesia seperti jurnalistik, bisnis, sastra, dan filsafat. Kemampuan ini dapat melahirkan profesi baru seperti *content writing* dan *copy wrtiting*, jurnalis, penulis, blogger, vlogger, *gamer streamer*, perancang *trailer*, perancang *teaser*, bahkan *ghost writer*. Atta Hailintar dan Reza Arab dua nama *content creator* yang paling laris.
3. Pengembangan kewirausahaan bahasa dan seni melalui mata kuliah drama. Melalui mata kuliah ini dikembangkan kemampuan menulis skenario asli maupun produk alih wahana, pembuatan produksi teater, penyusunan sinematografi untuk membuat film pendek yang biasanya diputar prapementasan. Keterampilan melaksanakan manajemen pertunjukan melebarkan wawasan mereka untuk mengembangkan *soft skill* di bidang fotografi, videografi, sinematografi, tatarias wajah dan busana. Bahkan ada alumni perguruan tinggi yang menjadi pengusaha kuliner karena memiliki kemampuan membuat *snack* karena pernah terlibat sebagai divisi konsumsi dalam pementasan dan *event organizer*. Wirausaha kata-kata seperti produk kaos *Jogger* dan *Dagadu* membuat orang tersenyum untuk memiliki properti yang nyeleneh daripada yang lain.
4. Pengembangan *soft skills* lain sebagai pengajar BIPA, pengelola situs web, wartawan media *online*. Perintis profesi baru karena memiliki *soft skills* saat mereka menjadi aktivis UKM di kampus seperti Menwa, Pramuka, KSR, teater kampus, bela diri, basket, paduan suara, dan kegiatan seni daerah.
5. Implementasi Rekognisi Pembelajaran Lampau (RPL) bagi mahasiswa dalam kejuaraan nasional/internasional, serti-

fikasi, kegiatan kewirausahaan yang pelaksanaannya minimal 4 bulan sesuai mata kuliah yang relevan.

9.1 Fotografer

Pekerjaan jurnalistik erat hubungannya dengan kegiatan fotografi yaitu mendokumentasikan peristiwa aktual. Menginformasikan gambar peristiwa. Gambar yang bercerita. Untuk menambah profesionalitas, calon jurnalis dapat melakukan kursus fotografi, atau magang kepada para fotografer profesional. Beberapa sekolah fotografi di Jakarta, Yogyakarta, Bandung, dan Surabaya menawarkan kursus singkat yang diselenggarakannya. Contoh, LaSalle College di Jakarta dapat mengubah bakat fotografi menjadi talenta. Alvin Photography Jogja yang mengkhususkan pada pemotretan *prewedding*. Kursus fotografi Jogja dari dasar sampai mahir ada pada Edufio, dll.

Penguasaan teori fotografi dan praktik memotret menjadi penanda profesionalitas fotografer. Bagi fotografer pemula, untuk menaikkan standar profesional memotret dapat magang terlebih dahulu pada fotografer profesional untuk memperdalam pengetahuan dan keterampilan memotret objek foto, mengedit, dan mencetak. Seorang fotografer juga bisa belajar secara otodidak melalui YouTube dengan bereksperimen dan inovasi kreatif untuk produksi foto yang dihasilkan.

Kemampuan dan keprofesionalan fotografer pada akhirnya akan diminati konsumen dan mendapat apresiasi finansial. Sebagai contoh, untuk membuat satu foto *prewedding* dapat dihargai signifikan. Jika dalam satu gedung membutuhkan sepuluh foto, misalnya pasti keuntungan yang diperoleh semakin memadai.

9.2 Editor

Pekerjaan menjadi editor baik di industri penerbitan maupun secara *freelance* erat hubungannya dengan kegiatan jurnalistik. Syarat yang harus dimiliki editor, selain memiliki pengetahuan kebahasaan yang memadai, berkaitan dengan penulisan kata,

kalimat, paragraf, peristilahan dan tanda baca, wajib mengikuti kode etik penyunting seperti yang disarankan Rifai (1997:88-90) di bawah ini.

1. Mengolah naskah hingga layak terbit berdasarkan patokan pembakuan yang digariskan dan dipersyaratkan.
2. Penyunting wajib memiliki sikap terbuka atas pendapat baru yang mungkin bertentangan dengan pendapat umum.
3. Penyunting tidak diperkenankan mengikuti pendapat sendiri, pendapat teman, pendapat penulis yang disenangi, sehingga menimbulkan ketidakadilan yang tidak berhubungan dengan isi naskah.
4. Penyunting dianggap kriminal manakala menggunakan naskah yang disunting untuk diterbitkan atas namanya sendiri.
5. Penyunting wajib merahasiakan informasi yang terdapat dalam naskah.
6. Penyunting wajib disiplin dalam mengerjakan penyuntingan agar tepat waktu penerbitan.
7. Dalam mengolah naskah untuk penerbitan, penyunting hanya bertanggung jawab pada bentuk formal penerbitan dan hanya pengaranglah yang bertanggung jawab atas isi.
8. Dalam menelaah dan mengevaluasi naskah penyunting tidak cukup menyatakan, “naskah ini terlalu panjang” tanpa menunjukkan bagian yang harus dibuang, ditambah, penekanan, pelurusan, atau penyulihan.
9. Penyunting tidak dibenarkan mengubah karya seseorang penulis hanya untuk menyesuaikan dengan gaya kalimat penyunting semata-mata. Perubahan naskah haruslah merupakan perbaikan nyata dalam ketepatan, kejelasan, dan keringkasan.
10. Apa pun yang terjadi, penyunting harus selalu berpihak pada penulis sehingga penyunting wajib mawas diri bukan sebagai penulis.

Beberapa kegiatan penyuntingan banyak dilakukan pada industri perbukuan, baik industri penerbitan skala besaer maupun skala kecil. Penerbit besar memerlukan penyunting baik yang bekerja penuh waktu maupun paruh waktu. Penyunting juga bisa bekerja menyunting pemakaian bahasa karya skripsi, tesis, dan disertasi.

9.3 *Content Writer*

Content writer bertugas menulis konten yang sesuai denan pesanan dan relevan dengan *platform* yang akan diisi. Misalnya, situs web untuk kesehatan. Maka kontennya tentu berbeda dengan situs web teknologi.

Pembuat konten biasanya bekerja sama dengan lembaga, badan usaha, bahkan perorangan untuk memublikasikan keinginan dan tujuan pemesan konten. Pada musim kampanye pemilihan wakil rakyat, pemilihan bupati, gubernur, dan presiden, diperlukan konten-konten untuk mempromosikan kelebihan tokoh untuk dipromosikan kepada masyarakat. Demikian pula untuk perusahaan juga memerlukan apa yang disebut *content creator* untuk menghasilkan konten berupa video pendek. Penyusunan didasarkan pada konsep iklan yang diinginkan oleh pemesan. Misalnya, pembuatan iklan minuman, makanan, kerajinan tangan untuk dipromosikan dan disukai konsumen.

9.4 *Copy Writer*

Copy writer adalah pekerjaan penulis teks iklan atau materi publisitas. Namun, tidak semua pekerjaan *copy writer* berhubungan dengan iklan. Ada juga *copy writer* yang menulis konten berita dengan tujuan memberi informasi saja. Tugas *copy writer* adalah mempromosikan konten yang sudah jadi dalam bentuk gambar, video ke dalam tulisan. Mempromosikan video baru, produk baru, jasa perusahaan, dll. Tugas *copy writer* mengiklankan dan mempromosikan produk-produk dari perusahaan dan lembaga.

9.5. Grafis dan Atak (*Layouter*)

Desainer grafis (*graphic designer*) merupakan pekerjaan menciptakan ilustrasi, tipografi, fotografi, atau *graphic motion* baik untuk penerbit maupun media cetak dan elektronik. Seorang *graphic designer* bertanggung jawab atas tampilan pada media promosi suatu produk.

Mahasiswa Desain Komunikasi Visual (DKV) banyak menekuni dunia grafis dan *layouter*. Selain itu beberapa mahasiswa di luar DKV secara otodidak mempelajari desain grafis dan *layouter*. Produk-produk desain grafis seperti spanduk, baliho, poster, *leaflet*, kover buku, gambar, brosur, *company profile*, kaligrafi yang ditempelkan di berbagai media/barang.

Program komputer yang digunakan untuk pekerjaan desain grafis seperti Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Corel Draw, dan yang mutakhir berbasis aplikasi seperti Canva. Pekerjaan desain grafis berhubungan dengan dunia industri penerbitan dan perdagangan, misalnya pembuatan kover buku, majalah, gambar, *layout*. Dll. Produk grafis bisa ditempelkan pada berbagai media seperti kertas, kain, kayu, keramik, untuk menghasilkan karya publikasi. Contoh, souvenir memperlai pernikahan dapat memanfaatkan produk grafis yang ditempelkan porselen seperti gelas, cangkir, patung. Produk grafis dapat ditempelkan pada T-Shirt polos seperti kaus Gagadu dan Jogger.

Latihan:

1. Buatlah desain grafis untuk kover buku sastra (kumpulan puisi atau kumpulan cerpen) dengan mengambil salah satu judul puisi atau cerpen yang dianggap paling baik.
2. Buatlah grafis dengan menggunakan kata-kata yang lucu dan membuat banyak orang tertawa. Boleh mengambil contoh kata-kata yang lucu dari internet.



DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Rosihan. (1988). *Bahasa Jurnalistik dan Komposisi*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Badudu, JS. (1988). *Cakrawala Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia.
- Asa, Syubah dan Masmimar Mangiang. (1995). (Editor Siregar, Ashadi dan Suardjana I Masde) "Sejumlah Tip dalam Menghadapi Artikel Opini" *Bagaimana Mempertimbangkan Artikel Opini untuk Media Massa*. Yogyakarta: Kanisius.
- Bonar, S.K. (1991). *Teknik Wawancara*. Jakarta: Bina Aksara.
- Bujono, Bambang dan Hadad, Toriq. (1997). *Seandainya Saya Wartawan TEMPO*. Jakarta: Penerbit ISAI dan Yayasan Alumni TEMPO.
- Dinata, Arda. (2015). *Mengenal Bahasa Ragam Ilmiah*. Kompasiana Beyond Blogging.
- Ebo, Among Kurnia (ed). (1995). *Kiat Menembus Kolom dan Rubrik Media Massa Artikel, Cerpen, Resensi, dan Puisi*. Yogyakarta: Keluarga Mahasiswa Sastra Indonesia Universitas Gadjah Mada.
- Eryanto. (2001). *Analisis Wacana: Pengantar Teks Media*. Yogyakarta: LKiS, 2001.
- Fairclough, Norman. (1995). *Media Discourse*. London: Arnold.
- Fowler, Roger. (1991). *Language in the News. Discourse and Ideology in the Press*. London: Routledge.

- G. Lynch. (2000). *Jurnalisme Perdamaian Bagaimana Melakukannya*. Surabaya: Media Watch.
- Hadaning, Diyah. (1995). Menembus Rubrik Puisi di Media Massa” *Kiat Menembus Kolom dan Rubrik di Media Massa. Artikel, Cerpen, Resensi dan Puisi*. Yogyakarta: KMSI Universitas Gadjah Mada.
- Hadi, Parni. (1995). “Menjadi Wartawan Indonesia yang Ideal” dalam *Profil Pers Indonesia*. Semarang: Citra Almamater
- Ishadi, S.K. (2000). (Didayat, Dedy N E, dkk ditor) “Persepsi Elit Penguasa Terhadap Media” *Pers dalam Revolusi Mei Runtuhnya Sebuah Hegemoni*. Jakarta: Gramedia.
- Kok, Jacobson Kok dan Steven Vander Heuven. (2019). *Learning in Vuca World Integrity Leadership, Discernment and Spirituality*. Switzerland: Springer Open. ISSN 1431-1941 ISSN 2197-716X (elektronik)
- Koesworo, FX, Margantoro, JB, Viko, Ronnie S. (1994). *Di Balik Tugas Kuli Tinta*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- MacQuail, D. (1987). *Mass Communication Theory: An Introduction*. Beverly Hills California: Sage Publication.
- Mappatoto, Andi Baso. (1992). *Teknik Penulisan Features (Karangan Khas)*. Jakarta: Gramedia.
- Mustary, Rizal (Haris Jauharai ed). (2012). “Jurnalis Televisi, di antara Publik dan Pemilik Modal” *Jurnalisme Televisi Indonesia Tinjauan Luar dan Dalam*. Jakarta: Kepustakaan Popuer Gramedia.
- Pasaribu, Rondang. (1999). “Pers dalam Tatanan Politik yang Berubah” *Menuju Masyarakat Kewargaan: Dinamika Politik dan Agenda Pers dalam Pemilu*. Yogyakarta: LP3Y.
- Oetama, Jacob. (1987). “Halaman IV Surat Kabar Kompas” *Perspektif Pers Indonesia*. Jakarta: LP3S.
- Oramahi, Asy’ari Hasan. (2003). *Menulis Untuk Telinga Sebuah Manual Penulisan Berita Radio*. Jakarta: Gramedia.
- Reah, Danuta. (2000). *The Language of Newspaper*. London: Routledge.
- Rifai, Mien A. (1997). *Pegangan Gaya Penulisan, Penyuntingan dan Penerbitan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

- Siswanto, Wahyudi. (2005). *Budi Darma: Karya dan Dunianya*. Jakarta Grasindo. Gramedia Widiaiswara Indonesia.
- Sudaryanto. (1995). *Ragam Bahasa Jurnalistik dan Pengajaran BI*. Semarang: Citra Almamater.
- Suroso. (2000). *Menuju Pers Demokratis: Kritik atas Profesionalisme Wartawan*. Yogyakarta: LSIP.
- Romli, Asep Syamsul M. (2003). *Jurnalistik Praktis untuk Pemula*. Bandung: Rosda Karya.
- Sepuluh Media Online untuk Melakukan Promosi Bisnis url <http://p3ud.deliserdangkab.go.id/10-media-online-untuk-melakukan-promosi-bisnis/>
- Siregar, Ashadi dan Suarjana, I Made. (1995). *Bagaimana Mempertimbangkan Artikel Opini untuk Media Massa*. Yogyakarta: Kanisius.
- Siregar, Ashadi, dkk. (1998). *Bagaimana Meliput dan Menulis Berita untuk Media Massa*. Yogyakarta: Kanisius dan LP3Y.
- Siregar, Ashadi. (1995). *Sketsa-Sketsa Media Massa*. Yogyakarta: Bentang
- Suroso. (2002). *Menuju Pers Demokratik. Kritik atas Profesionalisme Wartawan*. Yogyakarta: Lembaga Studi dan Inovasi Pendidikan.
- Wikipedia, url https://id.wikipedia.org/wiki/Media_daring#Sejarah_dan_Perkembangan
- Williamson, Daniel R. (1975). *Feature Writing for Newspaper*. New York: Hasting House Publisher.
- .
- .

Tentang Penulis

Prof. Dr. Suroso, M.Pd., M.Th., lahir di Kediri, 30 Juni 1960. Guru Besar Ilmu Pembelajaran Sastra, pada Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta. Mengampu mata kuliah wajib, drama, kajian fiksi, sejarah sastra, kritik sastra, membaca sastra, menulis sastra dan mata kuliah pilihan teknik wawancara dan penulisan berita, teknik menulis opini, *features* dan resensi.

Pernah mengajar Bahasa dan Budaya Indonesia di Guandong University of Foreign Studies (GDUFS, 2015) di Kota Guangzhu, Jurusan Bahasa Indonesia Qujing Normal University (QNU, 2017) di Kota Qujing, Provinsi Yunnan. Mengajar BIPA pada kelas kerja sama UNY-QNU-GDUFS. Mengunjungi beberapa kota di China seperti Naning, Kunming, Foshan, Dongguan, Senzhen, Hongkong, Macau, Beijing, dan Gui Lin. Diundang sebagai pembicara tentang *Leadership* di Hyderabad (India, 2006), Resque-24 Dissasster Management di Melbourne (2007), K-Pact Intenational Leadership and Training in Writing (Hongkong 2010). Diundang sebagai peserta Haggai International Leadership Training (Maui, 2011), pembicara di CIUTTA-1st Seminar China-Indonsia University Thing-Thank Alliance (Beijing, 2016), pembicara pada Seminar of Indonesian Mass Media di School of Bussiness and Accounting (South Campuss) dan Faculty of Asian Language and Culture (FALC) GDUFS.

Beberapa publikasi penting berkaitan dengan sastra adalah *Kritik Sastra: Teori dan Metodologi serta Aplikasi* (Elmaterra Publishing, 2009) ditulis bersama Puji Santosa dan Pardi Suratno, *Estetika Sastra, Sastrawan, dan Negara* (Pararton, 2009) ditulis bersama Puji Santosa, *Drama: Teori dan Praktik Pementasan* (Elmaterra Publishing, 2017).

Publikasi berkaitan dengan karya jurnalistik *Menuju Pers Demokratis: Kritik atas Profesionalisme Wartawan* (LSIP, 2000), *In Memoriam Guru: Membangkitkan Ruh-Ruh Pencerdasan* (Jendela, 2002), *Mintalah Diberi, Carilah, Mendapat, Ketuklah Pintu Dibukakan* (Penerbit Therasia, 2001) *From Trash to Treasure: Tribute to 70th Maimunah Natasha* (Penerbit Therasia, 2012), dan *Catatan Perjalanan Budaya dari Indonesia ke Tiongkok* (Cantrik Pustaka, 2018). Beberapa karya dapat diakses melalui staffnew.uny.ac.id

Kemampuan menulis berita, opini, dan *features*, berimplikasi terhadap pengembangan karier kepenulisan dalam beragam bidang seperti jurnalistik, bisnis, sastra, ataupun filsafat. Kemampuan ini di banyak tempat telah melahirkan profesi baru seperti *content writing*, *copy writing*, *bloger*, *naravlog*, *gamer*, *streamer*, *trailer*, *teaser*, bahkan *ghost writer*.

Buku ini membentangkan pandangan mengenai sejarah jurnalistik, ideologi media, sekaligus menyediakan panduan menghasilkan karya jurnalistik seperti fotografi, editorial, dan kegiatan yang berkaitan dengan desain grafis.

Buku ini juga dilengkapi dengan latihan-latihan, teknik wawancara dan penulisan berita, pengenalan karakter media dan ragam bahasa jurnalistik, serta profesi yang relevan dengan kegiatan jurnalistik.



Prof. Dr. Suroso, M.Pd., M.Th.

Lahir di Kediri, 30 Juni 1960. Guru Besar Ilmu Pembelajaran Sastra, pada Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, FBS UNY. Pernah mengajar Bahasa dan Budaya Indonesia di Guangdong University of Foreign Studies (GDUFS, 2015) di Kota Guangzhu, Jurusan Bahasa Indonesia Qujing Normal University (QNU, 2017) di Kota Qujing, Provinsi Yunnan. Mengajar BIPA pada kelas kerja sama UNY-QNU-GDUFS.



ISBN 978-623-6063-37-8



   cantrikpustaka
www.cantrikpustaka.com

JURNALISTIK

