



UNIVERSITAS GADJAH MADA

PANDUAN PRAKTIKUM JURNALISME PERTANIAN

PROGRAM STUDI PENYULUHAN & KOMUNIKASI PERTANIAN
DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN

2023



Buku Panduan Praktikum Fakultas Pertanian
Universitas Gadjah Mada 2023

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya, buku Panduan Praktikum Jurnalisme Pertanian ini dapat disusun. Buku Panduan Praktikum Jurnalisme Pertanian ini disusun untuk kebutuhan Praktikum Jurnalisme Pertanian Tahun Ajaran 2023/2024. Buku panduan ini disusun dengan tujuan membantu dan melengkapi kuliah Jurnalisme Pertanian di Fakultas Pertanian Universitas Gadjah Mada.

Buku panduan ini disusun oleh Co-Asisten PKP bersama dengan Dosen Pengelola Praktikum Jurnalisme Pertanian. Materi praktikum yang akan dilaksanakan ditujukan untuk lebih mengenal dan memahami materi yang berkaitan dengan Jurnalisme Pertanian.

Dengan terwujudnya buku panduan ini diharapkan kualitas pelaksanaan praktikum menjadi lebih baik. Namun demikian, hal ini tidak akan terwujud tanpa adanya kerja sama dari berbagai pihak, untuk itu kami ucapkan terima kasih kepada pihak – pihak yang telah membantu dalam penyusunan buku ini. Para praktikum diharapkan agar mempersiapkan diri dengan membaca bahan kuliah (*handout*) maupun pustaka – pustaka yang berkaitan dengan acara praktikum.

Semoga petunjuk praktikum ini dapat bermanfaat dan membantu mahasiswa dalam menyelesaikan Mata Kuliah Jurnalisme Pertanian.

Yogyakarta, Agustus 2023

Tim Penyusun :

Dosen Pengampu Mata Kuliah Jurnalisme Pertanian

1. Dr. Ir. Roso Witjaksono, M.S.

2. Mesalia Kriska, S.P., M.Sc.

Tim Asisten Praktikum Jurnalisme Pertanian

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	ii
PENDAHULUAN	iii
ACARA 1	1
ACARA 2	4
ACARA 3	10
ACARA 4	14
ACARA 5	22
ACARA 6	30
ACARA 7	40
ACARA 8	44

PENDAHULUAN

A. Deskripsi Mata Praktikum

Praktikum Jurnalisme Pertanian mempunyai bobot satu SKS, sebagai bagian dari Mata Kuliah Jurnalisme Pertanian yang berbobot dua SKS teori dan satu SKS Praktikum (2/1).

Kegiatan praktikum ini praktikan dibimbing untuk lebih mengenal dan mengetahui kegiatan – kegiatan yang berkaitan dengan jurnalistik khususnya Jurnalisme Pertanian. Pelaksanaan praktikum ini dilakukan di dalam dan di luar kelas.

B. Jadwal Acara Praktikum

No	Hari	Tanggal	Acara	Judul Acara	Kegiatan
1	Rabu	30/08/2023		Asistensi	a. Penjelasan tata tertib dan seluruh acara praktikum b. <i>Grand Test</i> c. Pengumuman pembagian kelompok praktikum
2			1	Penulisan Judul Berita (<i>Headline</i>)	a. Membuat judul berita (<i>Headline</i>) b. <i>Post-test</i> Acara 1
3			2	Penulisan Teras Berita (<i>Lead</i>)	a. <i>Pre-test</i> Acara 2 b. Membuat teras berita (<i>Lead</i>)
4		06/09/2023	3	Lembaga Jurnalistik	a. Pemateri dari narasumber bidang jurnalisme b. <i>Post Test</i> Acara 3 c. Membuat <i>resume/essay</i>
5		13/09/2023	4	Penulisan Tajuk Rencana dan Opini	a. <i>Pre-test</i> Acara 4 b. Membuat tajuk rencana c. Membuat opini
6		20/09/2023	6	Analisis Isi, Media Daring, dan Kode Etik Jurnalistik	a. <i>Pre-test</i> Acara 6 b. Melakukan analisis isi berita pertanian
7		27/09/2023	7	Mendesain <i>Layout</i>	a. <i>Pre-test</i> Acara 7 b. Membuat <i>layout</i>
8			8	Mendesain <i>Prototype</i>	a. <i>Pre-test</i> Acara 8 b. Membuat <i>prototype</i>

C. Peraturan dan Tata Tertib Praktikum Jurnalisme Pertanian

1. Praktikan wajib hadir pada setiap acara praktikum, mengikuti tes (*grand test, pre-test, post-test*), dan mengumpulkan tugas praktikum.
2. Apabila dalam keadaan terpaksa (sakit, musibah, dan lain–lain) serta dibuktikan dengan bukti yang sah yang dapat diterima oleh Co-Asisten, praktikan diperkenankan izin maksimal sebanyak 1 kali dari total acara praktikum. Kemudian, praktikan wajib mengikuti inhal sesuai jadwal yang ditentukan oleh Asistan Lab. Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian.
3. Praktikan wajib hadir tepat pada jam yang telah ditentukan. Keterlambatan harus disertai alasan atau bukti yang dapat dipertanggungjawabkan.
4. Keterlambatan hadir lebih dari 15 menit sampai 30 menit, praktikan diperkenankan mengikuti praktikum dan akan diberikan tugas untuk melakukan *resume* jurnal nasional yang diterbitkan 5 tahun terakhir dengan topik sesuai acara praktikum yang dilaksanakan. Tugas dikumpulkan pada pertemuan berikutnya.
5. Keterlambatan hadir lebih dari 30 menit, praktikan tidak diperkenankan mengikuti praktikum dan harus mengikuti inhal dengan syarat menunjukkan alasan disertai bukti yang jelas terkait keterlambatannya. Kemudian, nilai praktikum pada acara tersebut bernilai maksimal 60 (dari skala 0 – 100).
6. Praktikan wajib mengikuti acara praktikum secara tertib, berperilaku sopan, menjaga ketenangan, dan kelancaran praktikum, berpakaian rapi dan berkerah, serta memakai sepatu tertutup.
7. Apabila rata – rata nilai *pret-est* dan *post-test* dari semua acara kurang dari 60, praktikan akan mendapatkan tugas berupa *me-resume* jurnal nasional dengan topik sesuai dengan acara praktikum (memilih salah satu acara

praktikum) yang diterbitkan 5 tahun terakhir. Jurnal dilampirkan sebagai tanda bukti. Hasil *resume* dikumpulkan 1 minggu setelah pertemuan terakhir kepada asisten Jurnalisme Pertanian.

8. Pelanggaran tata tertib dapat dikenakan sanksi akademik berupa peringatan atau pembatalan praktikum sehingga harus mengikuti praktikum pada tahun berikutnya.
9. Segala bentuk plagiarisme dalam praktikum Jurnalisme Pertanian dilarang dan praktikan akan mendapatkan sanksi yang sesuai.
10. Peraturan – peraturan yang belum dijelaskan di atas akan ditentukan selanjutnya.

D. Evaluasi Praktikum

Evaluasi kegiatan praktikum Jurnalisme Pertanian mencakup evaluasi kognitif, afektif, dan psikomotorik yang dilakukan terhadap proses maupun hasil kegiatan praktikum yang terbagi ke dalam beberapa komponen. Proporsi komponen terhadap nilai akhir ditentukan seperti dalam tabel berikut ini:

Komponen	CP MK	Bobot per Komponen	Bobot per CPMK
<i>Pretest</i> atau <i>Posttest</i> acara 1 – 8	1	40%	100%
Praktikum Acara III (Kunjungan Lembaga)		60%	
Praktikum Acara I dan II (Penulisan Judul dan Teras Berita)	2	40%	100%
Praktikum Acara IV (Penulisan Tajuk Rencana & Opini)		60%	
Praktikum Acara V (Pencarian Bahan Berita)	3	50%	100%
Praktikum Acara VI (Analisis Isi, Media Daring, dan Kode Etik Jurnalistik)		50%	
Praktikum Acara VII (Mendesain <i>Lay Out</i>)	4	30%	100%
Praktikum Acara VIII (Membuat <i>Prototype</i> Surat Kabar)		70%	

ACARA 1

PENULISAN JUDUL BERITA (*HEADLINE*)

A. Latar Belakang

Kegiatan jurnalistik sebenarnya telah lama dikenal manusia di dunia ini. Betapa tidak, kegiatan tersebut selalu hadir di tengah-tengah masyarakat, sejalan dengan kegiatan pergaulan hidupnya yang dinamis, terutama dalam masyarakat *modern* sekarang ini. Jurnalistik adalah seni dan keterampilan mencari, mengumpulkan, mengolah, menyusun, dan menyajikan berita tentang peristiwa yang terjadi sehari-hari secara indah, dalam rangka memenuhi segala kebutuhan hati nurani khalayaknya, sehingga terjadi perubahan sikap, sifat, pendapat, dan perilaku khalayak sesuai dengan kehendak para jurnalisnya (Suhandang, 2004).

Sesuai dengan tujuan kegiatan jurnalistik dalam rangka memengaruhi khalayaknya, unsur keindahan sajian produknya sangat diutamakan. Indah, dalam arti dapat diminati dan dinikmati, karena itu selain dibentuk dalam berbagai jenis, berita pun disajikan dengan konstruksi tertentu. Dalam hal ini keseluruhan bangunan naskah berita terdiri atas tiga unsur, yaitu: *headline* (judul berita), *lead* (teras berita), dan *body* (kelengkapan atau penjelasan berita).

B. Tujuan

Praktikum ini bertujuan untuk:

1. Praktikan dapat menentukan dan membuat *headline* (judul berita) yang baik
2. Praktikan dapat mengenal dan memahami tentang *headline*, baik bentuk maupun jenisnya

C. Dasar Teori

Pada hakikatnya *headline* merupakan intisari dari berita. *Headline* dibuat dalam satu atau dua kalimat pendek, memberitahukan pokok persoalan peristiwa yang diberitakannya, mempunyai daya tarik, dibuat beragam, dan berbeda dengan penerbitan lain untuk substansi isi yang sama.

Headline berfungsi untuk memanggil khalayak agar mau membaca, mendengar, atau menonton beritanya. Minimal pembaca tahu apa yang menjadi pokok pemberitaannya, terutama bagi khalayak yang tidak punya cukup waktu untuk membaca berita secara keseluruhan. Dengan melihat *headline* maka pembaca telah cukup memperoleh informasi dari apa yang diberitakan.

Dalam usaha membuat judul berita yang menarik, ada kalanya wartawan terdorong menulis judul yang menarik berdasarkan isinya. Umpamanya mengenai jumlah korban kecelakaan, peperangan, dan sebagainya. Angkanya sering dibulatkan ke atas menjadi puluhan, ratusan, atau ribuan dan seterusnya. Lebih baik tulis angka yang pasti. Kalau tidak mengetahuinya, tulislah ‘lebih kurang’ atau ‘sekitar’ (Soehoet, 2003).

Jenis *headline* menurut tingkat kepentingannya dibedakan menjadi:

1. BANNER HEADLINE

Untuk berita yang sangat penting atau terpenting, jenis dan ukuran huruf lebih besar/tebal daripada *headline* lainnya, menempati 4 kolom surat kabar.

2. SPREAD HEADLINE

Untuk berita penting, menempati 3-4 kolom surat kabar.

3. SECONDARY HEADLINE

Untuk berita kurang penting, menempati 2 kolom surat kabar.

4. SUBORDINATED HEADLINE

Untuk berita yang dianggap tidak penting, diperlukan untuk menutup tempat yang kosong, menempati 1 kolom surat kabar.

D. Pelaksanaan Praktikum

1. Praktikan menentukan bentuk dan jenis *headline* dari berita yang disiapkan oleh asisten

2. Praktikan membuat *headline* yang baik dari berita tanpa judul yang telah disiapkan oleh asisten
3. Praktikan mengenal dan memahami tentang *headline*, baik bentuk maupun jenisnya

Daftar Pustaka

Suhandang, K. 2004. Pengantar Jurnalistik Seputar Organisasi, Produk, dan Kode Etik. Nuansa, Bandung.

Soehoet, H. A. M. 2003. Dasar-dasar Jurnalistik. Yayasan Kampus Tercinta, Jakarta.

ACARA 2

PENULISAN TERAS BERITA

A. Latar Belakang

Surat kabar adalah suatu media komunikasi massa yang sangat penting dalam penyebaran suatu informasi ke masyarakat luas. Indonesia sebagai salah satu negara berkembang berusaha untuk memanfaatkan surat kabar dalam pembangunan khususnya pembangunan pertanian. Adanya Koran Masuk Desa (KMD) yang mulai dikembangkan mulai tahun 1970-an adalah salah satu proyek negara untuk memanfaatkan surat kabar sebagai media penyebaran informasi pertanian ke masyarakat luas.

Berita adalah fakta sosial (peristiwa dan persoalan) yang ditulis oleh wartawan yang dinilai penting dan menarik bagi masyarakat luas. Penyebaran informasi melalui surat kabar biasanya adalah dengan format berita (*news*). Suatu berita yang dimuat oleh suatu surat kabar dapat diketahui dengan cepat oleh pembacanya melalui teras berita yang dimuat sebelum menceritakan isi berita secara lebih rinci. Dengan demikian teras berita merupakan rangkuman dari suatu berita yang dimuat serta merupakan laporan singkat yang bersifat klimaks mengenai suatu peristiwa. Oleh sebab itu, dalam penulisannya harus bisa menarik perhatian, sehingga mudah dipahami oleh pembaca.

B. Tujuan

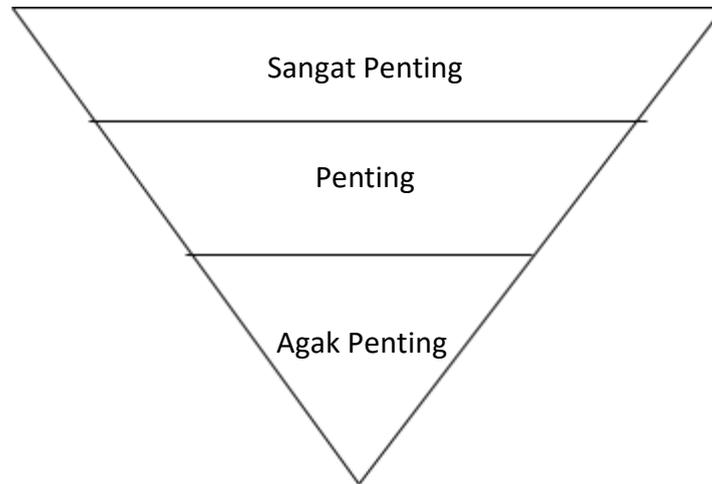
Praktikum ini bertujuan untuk:

1. Praktikan dapat mengenal berbagai macam teras berita yang terdapat dalam surat kabar
2. Praktikan mampu memahami dan membuat teras berita yang baik dalam bidang pertanian

C. Dasar Teori

Pareno (2003) menjelaskan bahwa berita-berita di media cetak pada umumnya berbentuk *straight news* yaitu berita yang selain padat dan lengkap, juga memiliki unsur-unsur 5W + H (*what, who, when, where, why, + how*). Dalam

straight news dikenal bentuk piramida terbalik, yang dapat digambarkan sebagai berikut:



Secara umum penulisan berita melalui media cetak dibuat dengan mengacu pada rumusan 5W + 1H, artinya berita yang baik adalah berita yang komperhensif, yakni berita yang mencakup semua jawaban atas pertanyaan-pertanyaan *what, who, when, where, why, dan how*. Keenam pertanyaan tersebut selain menjadi *guide* bagi para penulis berita, juga merupakan aspek-aspek yang dapat membangkitkan minat pembacanya. Rangkain berita yang terdiri dari susunan kalimat dan paragraf pada dasarnya merupakan proses penyampaian pesan-pesan penting yang menarik sesuai dengan minat pembaca dan kecenderungan penulis dalam menekankan fokus berita yang ditulisnya. Oleh karena itu, *lead* atau intro suatu berita pada umumnya akan berusaha menjawab minimal satu dari keenam pertanyaan 5W + 1H.

Salah satu bagian terpenting dalam menulis berita adalah menulis teras berita yang dalam bahasa Inggris disebut *lead* atau *intro*. Menulis teras berita adalah bagian yang paling sulit dilakukan, karena berita yang baik harus mampu menyajikan fakta penting yang diberitakan dan dapat menarik minat pembaca untuk membacanya lebih jauh (Assegaff, 1983).

Fungsi inti berita adalah memudahkan pembaca memahami bagian yang terpenting dari keseluruhan isi berita. Oleh karena itu inti berita harus memenuhi syarat:

- a. Mengandung inti berita terpenting dari berita
- b. Lengkap, padat, dan singkat
- c. Bahasanya mudah dipahami dan menarik
- d. Susunan sebab akibatnya teratur

Bentuk teras berita (*lead*) dapat diklasifikasikan berdasarkan beberapa kategori antara lain segi penekanan pada 5W + 1H dan bentuk *lead* berdasarkan gaya bahasa (stilistika) penyusunan cerita.

1. Bentuk *lead* menurut penekanannya pada 5 W + 1H dapat dibedakan menjadi enam, yaitu (Suhandang, 2004):

a. Teras berita apa (*what lead*)

Apabila yang ditekankan atau ditonjolkan dalam uraian *lead* tersebut adalah macam atau bentuk kejadiannya. *Lead* ini selalu dimulai dengan jawaban terhadap pertanyaan “apa” dari peristiwa.

b. Teras berita siapa (*who lead*)

Apabila yang dijadikan pokok pembicaraan dalam uraian *lead* atau beritanya adalah orang-orang yang terlibat dalam peristiwa yang diberitakan.

c. Teras bertia kapan (*when lead*)

Yaitu *lead* yang disusun untuk menonjolkan waktu di mana peristiwa yang diberitakan itu terjadi. Biasanya penuturannya diawali dengan informasi tentang saat-saat peristiwa itu terjadi.

d. Teras berita dimana (*where lead*)

Yaitu *lead* yang menonjolkan tempat peristiwa yang diberitakan itu terjadi. Seterusnya diikuti oleh informasi lain yang bisa menjawab pertanyaan unsur-unsur 5 W + 1 H lainnya.

e. Teras berita mengapa (*why lead*)

Yaitu *lead* yang lebih mementingkan sebab musabab peristiwa yang diberitakan. *Lead* tersebut diawali dengan jawaban atas pertanyaan “Mengapa peristiwa itu terjadi ?”

f. Teras berita bagaimana (*how lead*)

Yaitu *lead* yang mengawali tuturannya dengan menjelaskan bagaimana peristiwa yang diberitakan itu terjadi. *Lead* ini lebih

menonjolkan berlangsungnya dan kelanjutannya dari suatu peristiwa daripada jawaban terhadap pertanyaan unsur 5 W + 1 H.

2. Bentuk *lead* berdasarkan gaya bahasa (stilistika) penyusunan cerita dapat dibedakan menjadi delapan bentuk yaitu (Bond, 1961 dalam Suhandang, 2004):

a. *The digest lead*

Yaitu *lead* yang disusun dengan mengutarakan semua fakta terpenting secara ringkas dan sederhana. *Lead* ini tampil dengan konstruksi dan bentuk tuturan yang paling mendasar serta variasinya sangat sederhana.

b. *The direct appeal lead*

Yaitu *lead* yang meniru gaya surat pribadi dalam menarik perhatian publiknya. Dialamatkan langsung kepada pembaca atau pendengarnya dengan menggunakan kata “Anda” sedemikian rupa sehingga bisa merangsang pembaca atau pendengar untuk tertarik pada informasi berikutnya.

c. *The circumstantial lead*

Yaitu *lead* yang diawali dengan situasi lain yang ada hubungannya dengan peristiwa yang diberitakan. Biasanya digunakan dalam peristiwa yang bersifat *human interest*.

d. *The statement lead or Quotation lead*

Yaitu *lead* yang beranjak dari suatu pemberitahuan yang selalu memakai tanda kutip (kalimat langsung) atau tidak menggunakan tanda kutip (kalimat tidak langsung).

e. *The descriptive lead*

Yaitu *lead* yang dimulai dengan suatu bentuk lukisan atau pemandangan. Memaparkan cerita yang hidup dengan menyajikan sebagian atau lebih banyak rincian para pelaku utamanya.

f. *The suspended interest lead*

Yaitu jenis *lead* yang memberikan cukup informasi yang menarik dan merangsang pembaca untuk meminatinya, walaupun penuturannya tidak berlebihan. *Lead* ini menuntut penuturan *body* berita yang

disusun secara kronologis, sehingga membuat pembaca ingin membacanya sampai akhir cerita.

g. *The tabulated lead*

Teras berita yang menyajikan informasi yang penting dimasukan dalam bentuk daftar atau tabulasi. Masing-masing informasi mempunyai tingkat kepentingan yang sama, sehingga informasi tersebut disusun sesuai kepentingannya.

h. *The varios "stunt" lead*

Yaitu *lead* yang menuturkan konklusi peristiwa yang diberitakannya dengan gambaran lain yang menakjubkan dan aneh. Penulisan *body* berita ditulis secara kronologis dan rinci.

3. Ragam *lead* lainnya

a. *Conjunction lead*

Lead yang diawali dengan kata sambung seperti dengan, ketika, dan lain-lain.

b. *Intuitive lead*

Lead yang diawali dengan kata depan seperti bagi, untuk, demi, dan lain-lain.

c. *Condition lead*

Lead yang diawali dengan kata apabila, seandainya, kalau, dan seterusnya.

d. *Substantive lead*

Lead yang diawali dengan kata ganti, seperti dia, ia, dan lain-lain.

e. *Question lead*

Lead yang diawali dengan kalimat tanya seperti mengapa, kenapa, kapan, dan lain-lain.

f. *Astonisher lead*

Lead yang diawali dengan kalimat yang mengejutkan (*surprise*).

g. *Mane lead*

Lead yang diawali dengan nama tokoh yang terlibat dalam suatu peristiwa yang diberitakannya. *Mane lead* memiliki perbedaan dengan

who lead. Pada *mane lead*, nama yang dituliskan haruslah sebuah nama, sedangkan pada *who lead* dapat berupa jabatan.

h. Cartridge lead

Lead yang diawali dengan kalimat yang menegangkan atau menggelisahkan.

D. Pelaksanaan Praktikum

1. Praktikan memahami macam-macam bentuk teras berita
2. Praktikan membuat teras berita dari berita yang telah disiapkan oleh asisten

Daftar Pustaka

- Assegaff, D. H. 1983. *Jurnalistik Masa Kini (Pengantar ke Praktek Kewartawanan)* Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Pareno, H. S. A. 2003. *Manajemen Berita Antara Idealisme dan Realita*. Papyrus, Surabaya.
- Suhandang, K. 2004. *Pengantar Jurnalistik Seputar Organisasi, Produk, dan Kode Etik*. Nuansa, Bandung.

ACARA 3

LEMBAGA JURNALISTIK

A. Latar Belakang

Lembaga jurnalistik adalah media massa (*channel*, media/medium, saluran, sarana, atau alat) yang dipergunakan dalam proses komunikasi massa, yakni komunikasi yang diarahkan kepada orang banyak (*channel of mass communication*). Komunikasi massa merupakan komunikasi melalui media massa (*communicate with media*), yang termasuk media massa utama adalah surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film sebagai *The Big Five of Mass Media* (Lima Besar Media Massa), juga internet (*cybermedia* atau *media online*).

B. Tujuan

Praktikum ini bertujuan untuk:

1. Praktikan mengenal dan memahami lembaga jurnalistik dan proses yang ada di dalamnya
2. Praktikan dapat merencanakan lembaga jurnalistik dan media yang baik

C. Dasar Teori

Suatu surat kabar dikatakan dapat menjalankan peranannya dengan baik apabila semua bagian, baik itu redaksi maupun manajemen bisnis, dapat bekerjasama dan menjalankan fungsinya masing-masing dengan baik. Bagian redaksi berkaitan dengan produk berita yang dihasilkan, sedangkan bagian manajemen bisnis menyangkut pembinaan sumber daya manusia, keuangan, sirkulasi, periklanan, hubungan masyarakat dan percetakan. Semua orang yang terlibat dalam organisasi surat kabar harus mengetahui bahwa menerbitkan surat kabar adalah kesatuan proses produksi yang utuh dari mencari berita, mencetak, mengedarkan sampai menagih uang langganan. Seluruh proses tersebut memerlukan perhatian yang sama dan kontrol kualitas secara terus menerus (Utama, 1987).

Terdapat dua bagian besar sebuah penerbitan pers atau media massa, yaitu Bagian Redaksi (*Editor Department*) dan Bagian Pemasaran atau Bagian Usaha

(*Business Department*). Bagian Redaksi dipimpin oleh Pemimpin Redaksi. Bagian Pemasaran dipimpin oleh Manajer Pemasaran atau Pemimpin Usaha. Di atas keduanya adalah Pemimpin Umum (*General Manager*). Pada beberapa lembaga, pemimpin umum ada yang merangkap menjadi Pemimpin Redaksi. Bagian Redaksi tugasnya meliput, menyusun, menulis, atau menyajikan informasi berupa berita, opini, atau *feature*. Redaksi merupakan sisi ideal sebuah media atau penerbitan pers yang menjalankan visi, misi, atau idealisme media.

Pembagian tugas dalam penerbitan pers atau media massa:

1. Pemimpin Umum (*General Manager*)

Bertanggung jawab atas keseluruhan jalannya penerbitan pers, baik ke dalam maupun ke luar.

2. Pemimpin Redaksi

Pemimpin Redaksi (*Editor in Chief*) bertanggung jawab terhadap mekanisme dan aktivitas kerja keredaksian sehari-hari. Di surat kabar mana pun, Pemimpin Redaksi menetapkan kebijakan dan mengawasi seluruh kegiatan redaksional.

3. Dewan Redaksi

Dewan Redaksi biasanya beranggotakan Pemimpin Umum, Pemimpin Redaksi dan Wakilnya, Redaktur Pelaksana, dan orang-orang yang dipandang kompeten menjadi penasihat bagian redaksi. Dewan Redaksi bertugas memberi masukan kepada jajaran redaksi dalam melaksanakan pekerjaan redaksional.

4. Redaktur Pelaksana

Di bawah Pemimpin Redaksi biasanya ada Redaktur Pelaksana (*Managing Editor*). Tanggung jawabnya hampir sama dengan Pemimpin Redaksi/Wakil Pemimpin Redaksi, namun lebih bersifat teknis. Dialah yang memimpin langsung aktivitas peliputan dan pembuatan berita oleh para reporter dan editor.

5. Redaktur

Redaktur (editor) sebuah penerbitan pers biasanya lebih dari satu. Tugas utamanya adalah melakukan editing atau penyuntingan, yakni aktivitas penyeleksian dan perbaikan naskah yang akan dimuat atau disiarkan.

6. Redaktur Pracetak

Bertanggung jawab menangani naskah siap cetak (*All In Hand/All Up*) dari para redaktur, yaitu semua naskah berita yang sudah diturunkan ke percetakan dan sudah diset bersih, desain cover dan perwajahan (tata letak, *lay out*, artistik), dan hal-ihwal sebelum koran dicetak.

7. Reporter

Di bawah Editor adalah Reporter. Mereka merupakan prajurit di bagian redaksi yang memiliki tugas pokok mencari bahan berita lalu membuat atau menyusunnya.

8. Fotografer

Fotografer (wartawan foto atau juru potret) tugasnya mengambil gambar peristiwa atau objek tertentu yang bernilai berita atau untuk melengkapi tulisan berita yang dibuat wartawan tulis. Fungsi foto jurnalistik antara lain menginformasikan (*to inform*), meyakinkan (*to persuade*), dan menghibur (*to entertain*).

9. Koresponden

Selain reporter, media massa biasanya memiliki pula Koresponden (*correspondent*) atau wartawan daerah, yaitu wartawan yang ditempatkan di negara lain atau di kota lain (daerah), di luar wilayah di mana media massanya berpusat.

10. Kontributor

Kontributor atau penyumbang naskah/tulisan secara struktural tidak tercantum dalam struktur organisasi redaksi, ia terlibat di bagian redaksi secara fungsional. Termasuk kontributor adalah para penulis artikel, kolomnis, dan karikaturis.

Proses Kerja Jurnalistik:

1. Rapat Redaksi
2. Reportase
3. Penulisan Berita
4. Editing

Editing adalah proses memeriksa kembali naskah/tulisan untuk menyempurnakan tulisan, yang menyangkut ejaan, gaya bahasa,

kelengkapan data, efektivitas kalimat, dan sebagainya. Pelaksana editing disebut editor atau redaktur. Terdapat dua jenis penyuntingan, yaitu:

- a. Penyuntingan secara redaksional, yaitu editor memeriksa tiap kata dan kalimat agar logis, mudah dipahami, dan tidak rancu (benar ejaan, punya arti, dan enak dibaca).
 - b. Penyuntingan secara substansial, yaitu editor memperhatikan data dan fakta agar tetap akurat dan benar, isi tulisan mudah dimengerti, dan sistematika harus tetap terjaga.
5. Setting dan Lay Out

Setting merupakan proses pengetikan naskah yang menyangkut pemilihan jenis dan ukuran huruf, sedangkan layout merupakan penanganan tata letak dan penampilan fisik penerbitan secara umum. Setting dan layout merupakan tahap akhir dari proses kerja jurnalistik. Setelah proses ini selesai, naskah dibawa ke percetakan untuk dicetak sesuai jumlah yang ditentukan.

D. Pelaksanaan Praktikum

1. Praktikan menganalisis perbandingan antara lembaga jurnalistik nasional dan internasional, meliputi struktur organisasi, sumber daya manusia, dan proses jurnalistik
2. Praktikan secara individu membuat rencana lembaga jurnalistik dan media yang baik
3. Praktikan mempresentasikan rencana lembaga jurnalistik dan media yang telah dibuat

Daftar Pustaka

Utama, Y. 1987. Prespektif Pers Indonesia. LP3ES. Jakarta.

ACARA 4

PENULISAN TAJUK RENCANA DAN OPINI

A. Latar Belakang

Setiap surat kabar umumnya memiliki satu halaman yang disediakan untuk pendapat atau opini. Lazimnya lembaran ini disebut halaman pendapat atau *opinion page*. Di dalam *opinion page* terdapat tajuk rencana, surat pembaca, pojok, dan tulisan atas nama (*by line story*) atau juga artikel-artikel dari tokoh-tokoh penulis atau ilmuwan. Penulisan halaman tersebut dilandaskan untuk memisahkan fakta dan opini.

Penulisan tajuk rencana merupakan satu hal yang sangat penting untuk dapat menggambarkan opini atau pendapat yang biasanya datang dari pihak perusahaan penerbit atau manajemennya mengenai suatu masalah atau fakta yang terjadi pada waktu tertentu. Oleh karena itu, penulisan tajuk rencana harus memuat pernyataan opini yang singkat, logis, dan menarik yang bertujuan untuk mempengaruhi pendapat atau memberikan suatu interpretasi terhadap suatu berita yang menonjol, sehingga pembaca tertarik untuk membacanya.

B. Tujuan

Praktikum ini bertujuan untuk:

1. Praktikan dapat mengenal dan memahami tentang tajuk rencana, baik macam maupun isinya
2. Praktikan dapat membuat suatu tajuk rencana yang baik

C. Dasar Teori

Kamus Purwadarmita menyebutkan bahwa tajuk rencana merupakan induk karangan pada surat kabar atau majalah. Arti sebenarnya dari tajuk rencana adalah mahkota. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa tajuk rencana merupakan mahkota dari suatu surat kabar atau majalah.

Dalam buku yang berjudul *Editorial Writing*, Lyle Spencer memberikan batasan tajuk rencana sebagai "*Pernyataan mengenai fakta dan opini secara singkat, logis, dan menarik ditinjau dari segi penulisan serta bertujuan untuk*

mempengaruhi pendapat atau memberi interpretasi terhadap suatu berita yang menonjol sebegitu rupa, sehingga bagi kebanyakan pembaca surat kabar akan menyimak pentingnya arti berita yang ditajukan” (Assegaff, 1983).

Dalam surat kabar di tanah air, tajuk rencana biasanya ditempatkan di halaman opini dan biasanya ditulis oleh pemimpin redaksi surat kabar. Isi tajuk rencana senantiasa licin, didasari alasan kuat, dan meredam sekuat mungkin sikap menyerang terhadap sesuatu kebijakan atau isu publik (Kusumaningrat, 2005).

Mengingat pentingnya tajuk rencana dalam suatu surat kabar atau majalah, maka terdapat beberapa hal penting yang terkait dengan tajuk rencana diantaranya fungsi tajuk rencana, penulisan tajuk rencana, kode etik bagi penulis tajuk rencana, struktur tajuk, dan sifat tajuk.

1. Fungsi tajuk rencana

a. Membentuk dan mengarahkan opini

b. Menjelaskan berita

Harus mampu menjelaskan informasi mutakhir dan memberikan interpretasi sehingga masyarakat lebih memahami makna informasi tersebut

c. Mengisi latar belakang

Memberikan kaitan antara berita dengan kenyataan sosial lainnya, mengungkap fakta-fakta yang mempengaruhinya sehingga pembaca dapat lebih memahami sesuatu berita melalui pandangan baru dan faset-faset (unsur-unsur) yang semula tidak terlihat

d. Meramalkan masa depan

Penulis seakan-akan berperan sebagai futuris untuk mengetahui apa yang akan terjadi sehingga pembaca dapat mengantisipasinya

e. Meneruskan suatu penilaian moral

Penulis tajuk mampu memberikan penilaian dan memanfaatkan sikapnya terhadap suatu kejadian

2. Penulisan tajuk rencana

a. Penulis tajuk rencana adalah pemimpin atau redaktur senior atau pemimpin redaksi yang merupakan orang terpercaya dan mengetahui kebijakan pemberitaan maupun kebijakan surat kabarnya

- b. Pada surat kabar besar, penulis tajuk biasanya dikerjakan oleh staff atau tim yang terdiri dari dua orang atau lebih
 - c. Penulis tajuk memikul tanggung jawab yang berat terhadap publik, wajib menyampaikan informasi yang baik dan benar
3. Kode etik bagi penulis tajuk rencana
- a. Selalu menyajikan fakta dengan jujur dan lengkap
 - b. Harus mengambil konklusi secara objektif dan fakta tertentu dengan didasarkan pada bobot buktinya serta konsep yang telah dipertimbangkan secara masak
 - c. Tidak pernah dimotivasi kepentingan pribadi
 - d. Harus menyadari bahwa dirinya tidak sempurna dan harus mengutarakan perbedaan pendapat dengan cara yang layak
 - e. Harus meninjau kembali konklusinya apabila menimbulkan salah paham
 - f. Harus mempunyai keberanian untuk menyatakan keyakinan secara benar
 - g. Harus mendorong kepada koleganya agar memupuk kesetiaan pada integritas proporsional yang bermutu tinggi
4. Struktur tajuk rencana
- a. Judul
 - b. Informasi yang mendasari
 - c. Opini yang timbul atas informasi tersebut
 - d. Uraian yang menjelaskan alasan timbulnya opini
 - e. Panjang tajuk rata-rata 300 kata
5. Sifat tajuk rencana
- a. Bersifat memberikan informasi
 - b. Bersifat menjelaskan atau memberikan interpretasi pada suatu peristiwa
 - c. Bersifat memberikan argumentasi
 - d. Memberikan alasan-alasan suatu peristiwa terjadi dan apa akibatnya

- e. Pada tajuk yang mengarahkan timbulnya aksi, tajuk bersifat mendorong terjadinya suatu aksi atau tindakan masyarakat secara cepat
- f. Bersifat jihad
- g. Bersifat membujuk
- h. Berupa himbauan kepada pembaca untuk melaksanakan tindakan tertentu atau membentuk opini umum
- i. Bersifat memberi pujian
- j. Bersifat menghibur
- k. Berkait dengan *human interest*

D. Pelaksanaan Praktikum

1. Praktikan memahami tajuk rencana baik bentuk maupun isinya
2. Praktikan membuat tajuk rencana dari berita pertanian yang menonjol dalam surat kabar yang telah dipersiapkan

Daftar Pustaka

Assegaff, D. H. 1983. *Jurnalistik Masa Kini (Pengantar ke Praktek Kewartawanan)*. Ghalia Indonesia, Jakarta.

Kusumaningrat, H. dan P. Kusumaningrat. 2005. *Jurnalistik: Teori & Praktik*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.

PENULISAN OPINI

A. Latar Belakang

Pada surat kabar biasanya terdapat satu halaman yang disediakan untuk menyampaikan argumen atau opini terhadap suatu hal. Lazimnya disebut dengan rubrik opini yang disajikan pada beberapa kolom. Tujuan dibuat rubrik khusus opini agar dapat memisahkan antara opini dengan berita sehingga terdapat batasan yang jelas antar keduanya. Penulisan opini tersebut dilandaskan atas argumen yang logis dan pemikiran kritis terhadap suatu permasalahan yang aktual maupun kontroversial.

Opini dapat diwujudkan dalam dua cara, yaitu dengan lisan maupun tulisan. Opini lisan dapat berupa perkataan maupun ucapan seseorang secara langsung untuk mengungkapkan argumennya terhadap suatu hal. Pada dasarnya opini bertujuan untuk memengaruhi, menegaskan atau meyakinkan pembacanya.

B. Tujuan

Praktikum ini bertujuan untuk:

- 1) Praktikan dapat mengetahui dan memahami tentang cara penulisan opini menggunakan bahasa dan kaidah penulisan yang benar.
- 2) Praktikan dapat membuat suatu opini yang baik

C. Landasan teori

Opini merupakan tulisan lepas yang dibuat seseorang lazimnya bukan orang yang berada didalam redaksi media yang bersangkutan untuk mengupas masalah aktual dan masalah kontroversional tertentu (Kuncoro Dalam Rahardi, 2012). Penulis opini dapat mencurahkan seluruh pikiran atau idenya terhadap suatu hal. Penulis opini diberi kebebasan untuk mengkritisi tanpa dipengaruhi oleh orang lain.

Unsur subjektifitas dalam opini sangat kental sehingga opini dapat mempengaruhi dan meyakinkan orang lain. Hal ini sejalan dengan pendapat (Rahardi,2012) menyatakan bahwa opini dapat digunakan untuk mempengaruhi, meyakinkan atau menegaskan. Pada surat kabar terdapat inisial penulis opini hal ini bertujuan agar meminimalisir penulis opini berasal dari dalam redaksi surat

kabar itu sendiri. Pandangan (*view*) penulis dalam membuat opini terdapat 2 syarat, yaitu (Rahardi, 2012):

1. Aktual

Aktual dalam hal ini mencakup dua dimensi yaitu aktual dalam dimensi waktu (hal/ peristiwa yang baru saja terjadi) dan aktual dalam dimensi tema (suatu hal/peristiwa yang baru saja terjadi maupun hal/peristiwa yang sudah berlangsung lama namun bisa aktual jika ditulis sekarang).

2. Kontroversial

Segala hal maupun topik bahasan yang dapat menimbulkan pro-kontra dan mengangkat tema yang mengandung perbedaan pendapat bahkan pertentangan. Dalam pembuatan opini menurut Damayanti (2016) proporsi isi dari sebuah opini mencakup 10% data yang mendukung opini penulis, proporsi paling besar yaitu argumen penulis sebesar 50% dan 40% solusi (*solution giving*) maupun kritik dan saran yang disampaikan penulis untuk mengatasi permasalahan yang sedang dibahas. Opini merupakan salah satu jenis tulisan jurnalistik. Ragam bahasa jurnalistik memiliki ciri-ciri, antara lain bersifat sederhana sehingga dapat dipahami secara mudah, komunikatif karena dalam bahasa jurnalistik harus menyampaikan informasi yang tepat, dan ringkas karena keterbatasan ruang (dalam media cetak) dan keterbatasan waktu (dalam media elektronik).

Hassanudin dalam Ansori (2005) memberikan uraian yang rinci tentang ciri-ciri bahasa jurnalistik, yaitu:

- 1) Lugas

Bahasa yang dipergunakan harus lugas, artinya bahasa yang dipergunakan secara langsung pada sasaran makna yang ingin diungkapkan. Seorang penulis harus menghindari menggunakan bahasa yang kemungkinan akan mempunyai banyak tafsir (memiliki dua arti).

- 2) Sederhana, lazim, dan umum

Media cetak ditujukan untuk segala lapisan masyarakat. Oleh karena itu, penulis dituntut menyajikan sebuah tulisan yang sederhana, artinya menggunakan bahasa yang lazim dan diketahui masyarakat umum. Dengan cara ini, bukan berarti bahwa penulis kurang pengetahuan atau

menganggap rendah pembacanya. Hal ini mengingatkan bahwa bahasa dalam surat kabar harus dapat dibaca oleh semua kalangan dan semua jenjang usia.

3) Singkat dan padat

Surat kabar memiliki keterbatasan teknis (ruang). Untuk itu bahasa yang dipergunakan harus singkat, tidak betele-tele, dan tidak berbelit-belit. Dalam menghasilkan sebuah tulisan yang singkat dan padat, penulis biasanya menggunakan rumus 5W + 1H dalam menyusun sebuah tulisan.

4) Sistematis dalam penyajian

sebuah tulisan pada surat kabar harus kronologis, menyajikan keteraturan peristiwa dalam penulisan. Kesistematian ini akan bermanfaat bagi pembaca untuk secepatnya mendapatkan informasi yang disampaikan surat kabar yang bersangkutan. Kesenambungan informasi menjadi hak pembaca dalam mengetahui sebuah peristiwa.

5) Berbahasa netral dan tidak memihak

Bahasa jurnalistik harus demokratis, bersifat netral, tidak membedakan posisi sumber sebuah tulisan. Penulis harus menyajikan sebuah tulisan secara seimbang dan tidak tendensius.

6) Menarik

Surat kabar dikonsumsi untuk dibaca masyarakat. Agar masyarakat mau membacanya, maka surat kabar itu harus menampilkan bahasa yang menarik dan meningkatkan minat baca. Menarik tidak berarti tendensius atau menyajikan gosip. Menyajikan dengan fakta yang jelas dan akurat adalah salah satu bagian yang menjadikan pembaca mau membaca informasi tersebut.

7) Kalimatnya pendek

Kalimat pendek dalam bahasa jurnalistik dimaksudkan agar pokok persoalan yang diungkapkan segera dapat dimengerti pembacanya. Kalimat pendek yang lengkap dapat mengungkapkan maksud penulis secara jelas. Upayakan untuk menghindari kalimat majemuk dalam sebuah tulisan.

Untuk menyusun sebuah tulisan yang dapat menarik minat pembaca, terdapat dua hal yang perlu diperhatikan, di antaranya:

a. Bentuk kalimatnya aktif

Agar laporan atau sebuah tulisan itu menarik dan terasa hidup, maka kalimat aktif yang harus digunakan dalam menyajikan sebuah tulisan.

b. Menggunakan bahasa positif

Bahasa positif lebih banyak diminati dibandingkan bahasa negatif. Dalam kegiatan jurnalistik bahasa positif bisa dijadikan agar pembaca tertarik membaca sebuah tulisan yang dituliskan penulis.

D. Pelaksanaan praktikum

1. Praktikan membuat opini sesuai dengan kaidah penulisan dan bahasa yang benar.
2. Praktikan mengirimkan opini yang telah dibuat secara individu ke lembaga pers dibuktikan dengan *screenshot* pengiriman opini (sebagai syarat responsi).

Daftar Pustaka

Ansori, D.S. 2005. Pembelajaran menulis ilmiah populer berbasis bahasa media koran. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*. 1(1): 1-17.

Rahardi, K. 2003. *Bahasa Indonesia dalam Problematika Kekinian*. Malang. Diorma.

ACARA 5

PENCARIAN BAHAN BERITA

A. Latar Belakang

Suatu berita selain didapatkan dari hasil observasi dan wawancara juga didapatkan dari hasil penulisan kembali hasil riset, artikel, dan lain-lain yang terdapat dalam majalah dan buku-buku relevan. Pencarian bahan berita dapat dilakukan dengan berbagai cara, di antaranya dengan dokumen dan wawancara. Penulisan berita melalui dokumen tersebut sangat berguna untuk mempublikasikan informasi yang didapat tanpa melalui wawancara.

Teknik wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang paling banyak dilakukan oleh seorang wartawan untuk mengumpulkan suatu berita. Melalui wawancara seorang wartawan atau reporter dapat mengumpulkan informasi yang dibutuhkan secara lebih rinci dan kompleks.

Wawancara pada hakikatnya sama dengan percakapan biasa, namun demikian wawancara sifatnya lebih formal dari percakapan biasa dan tingkat keakuratan yang lebih tinggi. Dengan demikian wawancara memerlukan persiapan yang matang sebelum melakukannya, baik materi, pertanyaan, mental, peralatan dan perlengkapannya.

B. Tujuan

Praktikum ini bertujuan untuk:

1. Praktikan dapat mengetahui dan memahami berbagai macam teknik dalam pencarian bahan berita
2. Praktikan dapat menulis kembali informasi yang terdapat dalam dokumen (hasil riset, artikel, dan lain-lain) menjadi sebuah berita
3. Praktikan dapat menulis kembali informasi yang diperoleh dari hasil wawancara menjadi sebuah berita

C. Dasar Teori

1. Pencarian Berita Melalui Dok Dokumen

Riset kepustakaan (studi literatur) adalah teknik peliputan atau pengumpulan data dengan mencari klipings koran, makalah-makalah atau artikel koran, menyimak brosur-brosur, membaca buku atau menggunakan fasilitas *search engine* di internet (Romli, 2003).

Penulisan berita melalui dokumen dapat dilakukan untuk meringkas atau mempublikasikan suatu informasi, sehingga menjadi sebuah berita dalam penulisan berita melalui dokumen harus memperhatikan beberapa hal penting yaitu bagaimana menggunakan bahasa dan penulisan jurnalistik.

1. Bahasa Jurnalistik

Bahasa Jurnalistik adalah bahasa yang digunakan oleh wartawan untuk menulis naskah atau berita di media komunikasi massa. Demikian pula dalam penulisan artikel oleh kolumnis harus menggunakan bahasa jurnalistik.

Bahasa yang digunakan mempunyai ciri-ciri umum antara lain:

- a. Jelas: mudah dipahami
- b. Singkat: menerapkan prinsip ekonomi bahasa
- c. Padat: unsur-unsur dalam kalimat harus tercakup Subjek, Predikat dan Objek (SPO)
- d. Sederhana: semua orang yang membaca mampu memahami
- e. Lugas: apa adanya dan *to the point*
- f. Lancar: adanya hubungan yang baik antar kalimat dan antara paragraf
- g. Menarik: orang tidak bosan atau jenuh

2. Pedoman penggunaan bahasa jurnalistik

a. Ringkas

Wartawan sebaiknya hemat kata dan menghindari penggunaan kata-kata yang mubazir. Hemat kata adalah penggunaan kata/kalimat sedikit mungkin yang bisa mewakili kata-kata atau

kalimat yang panjang tanpa mengubah makna. Mubazir adalah kata-kata yang apabila dihilangkan tidak akan mengganggu arti dan bahkan kalimat menjadi lebih lugas dan tegas. Contoh hemat kata: kata terkejut dapat diganti kaget, kata kemudian dapat diganti dengan lalu. Contoh kata-kata mubazir: daripada, kepada dan lain-lain.

b. Jelas

Bahasa mudah dipahami pembaca dan tidak membingungkan, misalnya: penggunaan singkatan tanpa keterangan, sehingga akan mempunyai banyak arti.

Syarat agar bisa menulis dengan jelas antara lain:

1. Wartawan harus memahami betul berita yang ditulis
2. Wartawan memahami betul kemampuan pembacanya
3. Tertib

Patuh pada norma-norma yang berlaku dalam penulisan berita, misalnya dalam penggunaan bahasa, susunan kata dan lain-lain.

Bahasa jurnalis harus tertib karena terkait dengan beberapa fungsi, yaitu:

- ❖ Sebagai pemersatu
- ❖ Sebagai identitas kepribadian
- ❖ Sebagai penambah kewibawaan
- ❖ Sebagai kerangka acuan.
- ❖ Singkat

Menggunakan kalimat yang singkat-singkat dan harus memperhatikan penggunaan tanda baca yang sesuai, sehingga dapat menghemat waktu dan ruang.

c. Menarik

Supaya pembaca tertarik harus menghindari ungkapan-ungkapan klise dan kata-kata yang monoton.

Contoh frase: dalam rangka itu, sementara itu, selanjutnya ditambahkan. Monoton adalah penggunaan suatu kata secara berulang-ulang.

Contoh: MHM Munajib, dalam paragraf berikutnya, disebut budayawan yang berkumis tebal.

3. Pedoman pemakaian bahasa pers
 - a. Menerapkan ejaan yang disempurnakan secara konsekuen
 - b. Membatasi diri dalam ejaan atau akronim (singkatan)
 - c. Jangan menghilangkan imbuhan, kecuali dalam judul
 - d. Menulis dengan kalimat-kalimat pendek satu ide dalam satu kalimat yang logis, teratur dan lengkap (SPO)
 - e. Menghindari ungkapan klise yang sering digunakan dalam kalimat transisi, seperti: dalam rangka itu, perlu ditambahkan
 - f. Menghindari kata mubazir
 - g. Jangan mencampuradukan kalimat aktif dan pasif, gunakan kalimat aktif karena lebih hidup
 - h. Menghindari kata-kata asing yang terlalu ilmiah dan apabila terpaksa digunakan perlu diberi penjelasan
 - i. Mentaati kaidah tata bahasa
 - j. Bahasa komunikatif dan spesifik dinilai dari tiga aspek yaitu isi, bahasa dan teknik penyajian. Komunikasi yang efektif dilihat dari isi pesan meliputi kode pesan, isi pesan dan wujud pesan
4. Kendala dalam berbahasa yang baik
 - a. Menulis di bawah tekanan waktu
 - b. Kemasabodohan dan kecerobohan
 - c. Malas mengikuti petunjuk
 - d. Ikut-ikutan
 - e. Merusak arti

2. Pencarian Berita Melalui Wawancara

Semua jenis peliputan berita memerlukan proses wawancara (*interview*) dengan sumber berita atau narasumber (*interviewee*). Wawancara bertujuan menggali informasi, komentar, opini, fakta, atau data tentang suatu masalah atau peristiwa dengan mengajukan pertanyaan kepada narasumber (Romli, 2003).

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan bahan berita (data atau fakta). Pelaksanaannya bisa dilaksanakan secara langsung bertatap muka (*face to face*) dengan orang yang diwawancarai, atau secara tidak langsung seperti melalui telepon, internet, atau surat (wawancara tertulis termasuk lewat e-mail dan sms).

Menurut Romli (2003), di dunia jurnalistik dikenal beberapa macam wawancara, antara lain:

- a. Wawancara berita (*news-peg interview*), yaitu wawancara yang dilakukan untuk memperoleh keterangan, konfirmasi, atau pandangan *interviewee* tentang suatu masalah atau peristiwa.
- b. Wawancara pribadi (*personal interview*), yaitu wawancara untuk memperoleh data tentang diri-pribadi dan pemikiran *interviewee*. Berita yang dihasilkan berupa profil *interviewee*.
- c. Wawancara eksklusif (*exclusive interview*), wawancara yang dilakukan oleh seorang wartawan atau lebih (tetapi berasal dari satu media) secara khusus dengan *interviewee*, berkaitan dengan masalah tertentu di tempat yang telah disepakati bersama oleh pewawancara dan *interviewee*.
- d. Wawancara sambil lalu (*casual interview*), yaitu wawancara yang dilakukan tidak secara khusus, berlangsung secara kebetulan, tidak perjanjian terlebih dahulu dengan *interviewee*. Misalnya mewawancarai pejabat sebelum, setelah, atau di tengah berlangsungnya sebuah acara yang ia hadiri.
- e. Wawancara keliling/jalan-jalan (*man-in-the street interview*), yaitu wawancara yang dilakukan seorang wartawan dengan menghubungi berbagai *interviewee* secara terpisah, yang satu sama lain mempunyai kaitan dengan masalah atau berita yang akan ditulis. Misalnya ada berita kebakaran. Wartawan melakukan wawancara dengan saksi mata, korban, dan lainnya tentang peristiwa tersebut.

Wawancara tidak bisa dilakukan dengan sembarang narasumber. Ada beberapa kriteria yang harus dimiliki seorang narasumber (Abdullah *cit.* Romli, 2003), yaitu:

- a. Kredibel, orang yang nomor satu, terkenal atau terkemuka, pakar di bidangnya, memiliki kewenangan, berprestasi atau unggul.
- b. Tajam dan analitis.
- c. Kaya data dan info mutakhir.
- d. Berani berbicara apa adanya.
- e. Berpikir rumit.
- f. Berwawasan luas.
- g. Bukan jago kandang.
- h. Konsisten.
- i. Gampang dihubungi.
- j. Paham dunia jurnalistik.

Tahap yang harus ditempuh seorang pewawancara ada 2, yaitu tahap persiapan dan pelaksanaan wawancara. Kedua tahap tersebut seperti yang dikutip dalam Romli (2003), yaitu:

a. Tahap Persiapan

Pada tahap ini, langkah pertama pewawancara menentukan topik pembicaraan atau masalah apa yang akan ditanyakan, termasuk alasan atau latar belakang pemilihan topik tersebut. Wawancara yang baik tidak berangkat dengan kepala kosong. Langkah kedua, pewawancara harus merumuskan pertanyaan yang tentu saja tidak bersifat kaku, melainkan fleksibel. Langkah ketiga adalah menjalin hubungan dengan pihak yang hendak diwawancarai (*interviewee*).

b. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini terdapat beberapa hal penting untuk diperhatikan.

- 1) Datang tepat waktu
- 2) Memperhatikan penampilan
- 3) Datang dengan persiapan dan pengetahuan masalah
- 4) Sebaiknya mengemukakan alasan kedatangan (maksud dan tujuan) sebagai pengantar ataupun basa-basi untuk menjaga suasana psikologis *interviewee*
- 5) Pertanyaan hendaknya dimulai dengan hal-hal umum (secara garis besar)

- 6) Pertanyaan tidak bersifat interogatif atau terkesan memojokkan *interviewee*
- 7) Dengarkan jawaban dengan baik, dan boleh menyela jika *interviewee* menyimpang dari topik wawancara.
- 8) Siapkan catatan

Selain itu, pelaksanaan wawancara akan lebih baik jika pewawancara mengenal lebih baik biografi *interviewee*. Adapun hal yang harus dihindari antara lain jangan menjilat, sok akrab, dan menjual nama orang. Jika ada jawaban/kata-kata yang meragukan, bisa ditanyakan kembali atau dikonfirmasi kepada *interviewee*. Jika tidak memungkinkan, bisa menanyakan kepada sumber lain.

Reporter dapat mengasumsikan bahwa wawancara adalah “*on the record*” (untuk dipublikasikan). Terkadang sumber akan mengatakan bahwa ada hal-hal yang “*off the record*” (tidak untuk dipublikasikan). Jika reporter setuju untuk mendengar sesuatu yang *off the record*, maka reporter harus memahami dengan jelas kapan wawancara akan kembali *on the record*. Ketika narasumber berbicara *on the record*, segala sesuatu yang dikatakannya bisa dikutip langsung atau tidak langsung dan disebutkan namanya. Akan tetapi, meski berasumsi bahwa wawancara adalah *on the record*, bukan berarti bahwa reporter diwajibkan menggunakan semua fakta dan komentar yang diberikan narasumber selama wawancara (Rolnicki *et. al*, 2008).

3. Pencarian Berita Melalui Observasi

Pencarian berita melalui observasi dilakukan secara langsung. Penulisan informatif bertumpu pada fakta-fakta, sedangkan fakta yang paling meyakinkan adalah fakta yang dihimpun wartawan dengan cara observasi langsung. Contoh: Kejadian bencana alam akan lebih hidup dengan deskripsi langsung dari wartawan yang melihat secara langsung dari lokasi.

Dalam beberapa hal atau peristiwa model observasi langsung ini memang akan memuaskan harapan pembaca. Seperti misalnya pada sebuah pidato, bila yang butuh diketahui adalah kata-kata si pembicara, atau pada sebuah bencana alam bila yang dibutuhkan adalah deskripsi kejadian. Ini adalah ajaran

gambaran-cermin (*mirror-image*) lama dalam jurnanisme, yang dianggap sebagai jalan menuju obyektivitas.

Membatasi wartawan pada observasi langsung bisa menghasilkan distorsi tersendiri. Ada limitasi atau keterbatasan, yaitu bahwa wartawan dibatasi pada penulisan peristiwa saja. Bila tidak terjadi sesuatu, maka tidak ada yang mesti diberitakan. Namun, kita tahu, kenyataan menunjukkan bahwa “tidak ada sesuatu yang terjadi” terkadang juga layak untuk menjadi berita. Contoh: Wartawan kepolisian yang tiap hari menulis tentang kejahatan dan kecelakaan fatal lalu lintas, atau satu tahun tanpa terjadi pembunuhan, maka nilai berita di sini adalah hasil dari tidak adanya kejadian (*non-event*).

D. Pelaksanaan Praktikum

1. Praktikan mengetahui dan memahami berbagai macam teknik dalam pencarian bahan berita
2. Praktikan mengetahui dan memahami macam-macam sumber berita
3. Praktikan mencari satu atau lebih sumber berita melalui dokumen kemudian ditulis kembali menjadi sebuah berita
4. Praktikan melakukan wawancara dengan tema tertentu dan menuliskan hasil wawancara tersebut dalam sebuah berita

Daftar Pustaka

- Budiyatna, M. 2005. *Jurnalistik Teori dan Praktik*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Rolnicki, T. E., C. D. Tate, S. A. Taylor. 2008. *Pengantar Dasar Jurnanisme (Scholastic Journalism)*. Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Romli, A. S. M. 2003. *Jurnalistik Praktis untuk Pemula Edisi Revisi*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.

ACARA 6

ANALISIS ISI, MEDIA DARING, KODE ETIK JURNALISTIK

A. Latar Belakang

Era global dapat dikatakan memberikan pengaruh pada semua bidang kehidupan manusia tak terkecuali jurnalisme. Munculnya internet memunculkan istilah baru bagi media seperti televisi, radio, media cetak sebagai media tradisional. Pengaruh *the new media* terlihat dari perubahan *channel* informasi dari media tradisional menjadi media daring (dalam jaringan). Selain itu juga munculnya konsep *citizen media* yang mendapat tanggapan skeptis dan optimis dari media pada umumnya. Ini artinya dunia jurnalistik di Indonesia sedang memasuki era baru globalisasi informasi yang tentunya tidak bisa terhindar dari tantangan-tantangan yang telah dikemukakan di atas.

Namun, isu keunggulan ini tidak lantas membuat media massa internet menjadi yang paling sempurna. Ada banyak hal yang masih perlu dievaluasi dalam bisnis media yang menggunakan teknologi ini. Masalah pokok dalam dunia jurnalisme media internet adalah kualitas dan kredibilitas informasi yang sampai ke masyarakat. Masalah kualitas dan kredibilitas ini bermula dari apa yang diunggulkan pada media massa daring yang memiliki kecepatan menyampaikan informasi. Kecepatan media daring dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat luas yang belum terverifikasi sehingga terkadang menimbulkan perbedaan persepsi dan perbedaan interpretasi fakta. Laporan yang masuk ke Dewan Pers mengenai keluhan berita di media massa daring jumlahnya terus meningkat. Letak kesalahan lebih banyak karena masalah akurasi informasi yang dipaparkan lembaga media daring. Data dari Dewan Pers ini bukan sekadar statistik, tapi sudah lebih pada peringatan bahwa harus ada yang dibenahi dalam tubuh institusi media massa internet. Aliansi Jurnalisme Indonesia (AJI) menyerukan, alangkah bijak jika pelaku industri media massa internet kembali mengingat tujuan awal lahirnya media massa sebagai media informasi, pendidikan, dan hiburan. Filosofi terdalam media massa adalah sebagai alat untuk membebaskan manusia dari kebodohan. Dalam ruang politik demokrasi, media massa adalah seperangkat medium untuk menyampaikan aspirasi publik. Oleh karena itu, media daring tetap menempatkan etika dan prinsip-prinsip jurnalistik

sebagai landasan utama pemberitaannya. AJI Indonesia mendorong media-media daring yang berbasis berita untuk mengacu pada Pedoman Penulisan Berita Siber yang dikeluarkan oleh Dewan Pers.

B. Tujuan

Praktikum ini bertujuan untuk:

1. Praktikan mengetahui perbedaan berita media cetak dengan media daring (*online*)
2. Praktikan dapat menganalisis isi berita pada media daring (*online*)

C. Landasan Teori

Jurnalisme dalam KBBI disebut sebagai pekerjaan mengumpulkan, menulis, mengedit, dan melaporkan berita kepada khalayak. Dalam perkembangannya, media penyampaian berita kepada pembaca tidak hanya terbatas pada surat kabar. Tetapi seiring perkembangan teknologi, kini arah perkembangan media menuju persaingan media daring.

Media daring dapat menampung berita teks, foto, audio dan video. Berbeda dengan media cetak, yang hanya menampilkan teks dan foto/ gambar. Menurut KBBI (2016) daring adalah dalam jaringan, terhubung melalui jejaring komputer, internet, dan sebagainya. Jurnalisme daring ini merupakan perubahan baru dalam ilmu jurnalistik.

Menurut M. Romli (2014) jurnalistik daring didefinisikan sebagai proses penyampaian informasi melalui media internet, utamanya website.

1. Karakteristik Jurnalisme Daring

Mike Ward dalam jurnalisme daring menyebutkan beberapa karakteristik jurnalistik daring sekaligus membedakannya dengan media konvensional dilihat dari keunggulannya, yaitu (Romli, 2014):

- a. *Immediacy*; kecepatan dalam menyampaikan informasi. Radio dan televisi memang bisa cepat dalam menyampaikan berita, tetapi biasanya harus “menginterupsi” acara yang sedang berlangsung (*breaking news*). Jurnalistik daring tidak demikian, setiap menit bahkan setiap detik sebuah berita dapat diunggah.

- b. *Multiple pagination*; bisa berupa ratusan halaman dan bisa dibuka sendiri (tab baru/ jendela baru).
- c. *Multimedia*; menyajikan gabungan teks, gambar, audio, video dan grafis sekaligus.
- d. *Flexibility Delivery Platform*; wartawan media daring dapat menulis berita kapan saja dan dimana saja.
- e. *Archiving*; tersipkan, dapat dikelompokkan berdasarkan beberapa kategori atau rubrik atau kata kunci dan juga tersimpan lama yang dapat diakses kapan pun.
- f. *Relationship with reader*; interaksi dengan pembaca dapat langsung pada saat itu juga melalui kolom komentar dan lain-lain.

Karakteristik serupa juga dikemukakan James C. Foust dalam buku *Online Journalism. Principles and Practices of News For The Web*, keunggulan jurnalistik daring, yaitu sebagai berikut (Romli, 2014):

- a. *Audience Control*; jurnalistik daring memungkinkan *audience* untuk bisa leluasa dalam memilih berita yang ingin didapatkannya.
- b. *Nonlienarity*; jurnalistik daring memungkinkan setiap berita yang disampaikan dapat berdiri sendiri, sehingga pembaca tidak harus membaca secara beruntun untuk memahami isi berita tersebut.
- c. *Storage and retrieval*; jurnalistik daring memungkinkan berita tersimpan dan dapat diakses kembali dengan mudah oleh pembaca.
- d. *Unlimited space*; jurnalistik daring memungkinkan jumlah berita yang dipublikasikan untuk pembaca menjadi lebih lengkap dibandingkan media lainnya.
- e. *Immediacy*; jurnalistik daring memungkinkan informasi dapat disampaikan secara cepat dan langsung kepada pembaca.
- f. *Multimedia capability*; jurnalistik daring memungkinkan bagi tim redaksi untuk menyertakan teks, suara, gambar, video dan komponen lainnya di dalam berita yang akan diterima oleh pembaca.
- g. *Interactivity*; jurnalistik daring memungkinkan adanya peningkatan partisipasi pembaca dalam setiap berita melalui kolom komentar.

2. Istilah – Istilah Terkait

Ada beberapa istilah yang harus diperhatikan sebelum membahas lebih lanjut tentang tantangan jurnalis di era internet (Hasfi, *no date*):

- a. Media massa adalah semua organisasi yang mengumpulkan, memfilter dan menyiarkan berita dan informasi, meliputi stasiun televisi, surat kabar, radio, situs berita
- b. Tradisional media adalah semua media massa di luar internet yaitu televisi, radio dan media cetak
- c. *New media* atau media baru adalah internet
- d. Jurnalis profesional adalah seseorang yang bekerja di media massa formal baik di media tradisional maupun media baru dan memiliki keahlian khusus mencari, menulis dan menyiarkan berita.
- e. Jurnalis warga (*Citizen journalism*) adalah warga biasa yang menjalankan fungsi selayaknya jurnalis profesional yang pada umumnya menggunakan *channel* media baru, yaitu internet untuk menyebarkan informasi dan berita yang mereka dapat.
- f. Jurnalisme daring (*online journalism*) adalah praktik jurnalistik yang menggunakan *channel* internet. Bisa jadi *online journalism* dilaksanakan oleh jurnalis profesional yang bekerja di sebuah situs berita formal dan bisa juga dilakukan oleh jurnalis warga yang menulis di blog-nya.
- g. *Online media* adalah semua media yang menggunakan internet untuk menjalankan operasinya, misalnya situs berita, informasi dan hiburan atau portal dan blog
- h. *Online news* adalah berita yang didistribusikan via internet
- i. *Online news site* adalah media organisasi yang menyebarkan beritanya lewat situs atau web
- j. *Citizen journalism* adalah praktik jurnalisme yang dilakukan oleh non profesional jurnalis dalam hal ini oleh warga
- k. *Citizen media* adalah *channel* yang digunakan untuk menjalankan *citizen journalism* biasanya menggunakan internet.

3. Pedoman Pemberitaan Media Siber (Dewan Pers, 2012)

Kemerdekaan berpendapat, kemerdekaan berekspresi, dan kemerdekaan pers adalah hak asasi manusia yang dilindungi Pancasila, Undang-Undang Dasar 1945, dan Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia PBB. Keberadaan media siber di Indonesia juga merupakan bagian dari kemerdekaan berpendapat, kemerdekaan berekspresi, dan kemerdekaan pers.

Media siber memiliki karakter khusus sehingga memerlukan pedoman agar pengelolaannya dapat dilaksanakan secara profesional, memenuhi fungsi, hak, dan kewajibannya sesuai Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers dan Kode Etik Jurnalistik. Untuk itu Dewan Pers bersama organisasi pers, pengelola media siber, dan masyarakat menyusun Pedoman Pemberitaan Media Siber, sebagai berikut:

- a. Ruang Lingkup
 - a. Media Siber adalah segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, serta memenuhi persyaratan Undang-Undang Pers dan Standar Perusahaan Pers yang ditetapkan Dewan Pers.
 - b. Isi Buatan Pengguna (*User Generated Content*) adalah segala isi yang dibuat dan atau dipublikasikan oleh pengguna media siber, antara lain, artikel, gambar, komentar, suara, video dan berbagai bentuk unggahan yang melekat pada media siber, seperti blog, forum, komentar pembaca atau pemirsa, dan bentuk lain.
2. Verifikasi dan keberimbangan berita
 - a. Pada prinsipnya setiap berita harus melalui verifikasi.
 - b. Berita yang dapat merugikan pihak lain memerlukan verifikasi pada berita yang sama untuk memenuhi prinsip akurasi dan keberimbangan.
 - c. Ketentuan dalam butir (a) di atas dikecualikan, dengan syarat:
 - 1) Berita benar-benar mengandung kepentingan publik yang bersifat mendesak;
 - 2) Sumber berita yang pertama adalah sumber yang jelas disebutkan identitasnya, kredibel dan kompeten;

- 3) Subyek berita yang harus dikonfirmasi tidak diketahui keberadaannya dan atau tidak dapat diwawancarai;
 - 4) Media memberikan penjelasan kepada pembaca bahwa berita tersebut masih memerlukan verifikasi lebih lanjut yang diupayakan dalam waktu secepatnya. Penjelasan dimuat pada bagian akhir dari berita yang sama, di dalam kurung dan menggunakan huruf miring.
- d. Setelah memuat berita sesuai dengan butir (c), media wajib meneruskan upaya verifikasi, dan setelah verifikasi didapatkan, hasil verifikasi dicantumkan pada berita pemutakhiran (*update*) dengan tautan pada berita yang belum terverifikasi.
3. Isi Buatan Pengguna (*User Generated Content*)
- a. Media siber wajib mencantumkan syarat dan ketentuan mengenai Isi Buatan Pengguna yang tidak bertentangan dengan Undang-Undang No. 40 tahun 1999 tentang Pers dan Kode Etik Jurnalistik, yang ditempatkan secara terang dan jelas.
 - b. Media siber mewajibkan setiap pengguna untuk melakukan registrasi keanggotaan dan melakukan proses *log-in* terlebih dahulu untuk dapat mempublikasikan semua bentuk Isi Buatan Pengguna. Ketentuan mengenai *log-in* akan diatur lebih lanjut.
 - c. Dalam registrasi tersebut, media siber mewajibkan pengguna memberi persetujuan tertulis bahwa Isi Buatan Pengguna yang dipublikasikan:
 - 1) Tidak memuat isi bohong, fitnah, sadis dan cabul;
 - 2) Tidak memuat isi yang mengandung prasangka dan kebencian terkait dengan suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA), serta menganjurkan tindakan kekerasan;
 - 3) Tidak memuat isi diskriminatif atas dasar perbedaan jenis kelamin dan bahasa, serta tidak merendahkan martabat orang lemah, miskin, sakit, cacat jiwa, atau cacat jasmani.

- d. Media siber memiliki kewenangan mutlak untuk mengedit atau menghapus Isi Buatan Pengguna yang bertentangan dengan butir (c).
 - e. Media siber wajib menyediakan mekanisme pengaduan Isi Buatan Pengguna yang dinilai melanggar ketentuan pada butir (c). Mekanisme tersebut harus disediakan di tempat yang dengan mudah dapat diakses pengguna.
 - f. Media siber wajib menyunting, menghapus, dan melakukan tindakan koreksi setiap Isi Buatan Pengguna yang dilaporkan dan melanggar ketentuan butir (c), sesegera mungkin secara proporsional selambat-lambatnya 2 x 24 jam setelah pengaduan diterima.
 - g. Media siber yang telah memenuhi ketentuan pada butir (a), (b), (c), dan (f) tidak dibebani tanggung jawab atas masalah yang ditimbulkan akibat pemuatan isi yang melanggar ketentuan pada butir (c).
 - h. Media siber bertanggung jawab atas Isi Buatan Pengguna yang dilaporkan bila tidak mengambil tindakan koreksi setelah batas waktu sebagaimana tersebut pada butir (f).
4. Ralat, Koreksi, dan Hak Jawab
- a. Ralat, koreksi, dan hak jawab mengacu pada Undang-Undang Pers, Kode Etik Jurnalistik, dan Pedoman Hak Jawab yang ditetapkan Dewan Pers.
 - b. Ralat, koreksi dan atau hak jawab wajib ditautkan pada berita yang diralat, dikoreksi atau yang diberi hak jawab.
 - c. Di setiap berita ralat, koreksi, dan hak jawab wajib dicantumkan waktu pemuatan ralat, koreksi, dan atau hak jawab tersebut.
 - d. Bila suatu berita media siber tertentu disebarluaskan media siber lain, maka:
 - 1) Tanggung jawab media siber pembuat berita terbatas pada berita yang dipublikasikan di media siber tersebut atau media siber yang berada di bawah otoritas teknisnya;

- 2) Koreksi berita yang dilakukan oleh sebuah media siber, juga harus dilakukan oleh media siber lain yang mengutip berita dari media siber yang dikoreksi itu;
 - 3) Media yang menyebarluaskan berita dari sebuah media siber dan tidak melakukan koreksi atas berita sesuai yang dilakukan oleh media siber pemilik dan atau pembuat berita tersebut, bertanggung jawab penuh atas semua akibat hukum dari berita yang tidak dikoreksinya itu.
- e. Sesuai dengan Undang-Undang Pers, media siber yang tidak melayani hak jawab dapat dijatuhi sanksi hukum pidana denda paling banyak Rp500.000.000 (Lima ratus juta rupiah).
5. Pencabutan Berita
 - a. Berita yang sudah dipublikasikan tidak dapat dicabut karena alasan penyensoran dari pihak luar redaksi, kecuali terkait masalah SARA, kesusilaan, masa depan anak, pengalaman traumatik korban atau berdasarkan pertimbangan khusus lain yang ditetapkan Dewan Pers.
 - b. Media siber lain wajib mengikuti pencabutan kutipan berita dari media asal yang telah dicabut.
 - c. Pencabutan berita wajib disertai dengan alasan pencabutan dan diumumkan kepada publik.
 6. Iklan
 - a. Media siber wajib membedakan dengan tegas antara produk berita dan iklan.
 - b. Setiap berita/artikel/isi yang merupakan iklan dan atau isi berbayar wajib mencantumkan keterangan 'advertorial', 'iklan', 'ads', 'sponsored', atau kata lain yang menjelaskan bahwa berita/artikel/isi tersebut adalah iklan.
 7. Hak Cipta

Media siber wajib menghormati hak cipta sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku.
 8. Pencantuman Pedoman

Media siber wajib mencantumkan Pedoman Pemberitaan Media Siber ini di medianya secara terang dan jelas.

9. Sengketa

Penilaian akhir atas sengketa mengenai pelaksanaan Pedoman Pemberitaan Media Siber ini diselesaikan oleh Dewan Pers. Jakarta, 3 Februari 2012. (Pedoman ini ditandatangani oleh Dewan Pers dan komunitas pers di Jakarta, 3 Februari 2012).

4. Pengertian Analisis Isi

Analisis isi sudah banyak dilakukan oleh peneliti bidang komunikasi. Biasanya dilakukan untuk mengukur kontribusi media massa, khususnya media cetak yang berupa surat kabar terhadap penyajian akan suatu pemberitaan dalam jangka waktu tertentu.

a. Menurut Berelson dan Setyawati (1983)

Analisis isi adalah suatu teknik penelitian untuk menggambarkan atau memaparkan isi komunikasi yang dinyatakan secara obyektif, sistematis, dan kuantitatif. *Content analysis* digunakan apabila data yang tersedia sebagian besar terdiri dari bahan-bahan yang terdokumentasi.

b. Menurut Berelson dalam Holsti (1969)

Teknik penelitian yang menggunakan analisis memiliki kelebihan yaitu dapat menggambarkan secara obyektif, sistematis, dan kuantitatif tentang isi komunikasi yang tersurat.

- Obyektivitas dicapai dengan menggunakan kategori analisis yang diklasifikasi secara tepat sehingga jika orang lain menggunakan kategori yang sama dalam menganalisis isi akan memperoleh hasil yang sama pula.
- Sistematis diartikan bahwa prosedur tertentu diterapkan dengan cara yang sama pada semua isi yang dianalisis.
- Kuantitatif berarti penelitian ini dicerminkan dalam data kuantitatif atau melalui perhitungan angka.

5. Langkah-langkah Analisis Isi

- Menentukan unit analisis (misalnya jumlah teks yang ditetapkan sebagai kode).
- Menentukan sampling.
- Menentukan variabel dan menyusun kategori pengkodean.
- Menarik kesimpulan.

D. Pelaksanaan Praktikum

1. Membandingkan karakteristik berita pertanian dan umum pada media cetak dengan media daring (*online*)
2. Menganalisis isi berita pertanian pada media daring (*online*)

Daftar Pustaka

- Dewan Pers. 2012. Pedoman Pembaritaan Media Siber. <<https://dewanpers.or.id/kebijakan/pedoman>> diakses pada 15 Februari 2021.
- Hasfi, Nurul. *No date*. Tantangan Jurnalis Di Era Globalisasi Informasi. <http://eprints.undip.ac.id/7226/1/journalism_globalisasi_informasi.pdf> diakses pada 14 Februari 2021.
- Holsti, R. 1969. *Content Analysis for Social Science and Humanities*. Addison Westly Publishing Company, Massachussets.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). 2016. <<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/daring>> diakses pada 14 Februari 2021.
- Romli, Asep Syamsul M. 2014. *Jurnalistik Online*. Nuansa Cendekia, Bandung.
- Setyawan, Bambang. 1983. *Content Analysis*. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

ACARA 7

MENDESAIN LAY OUT

A. Latar Belakang

Pada suatu surat kabar, *make-up* difokuskan pada riasan wajah halaman depan atau kulit depannya. Namun, tidak berarti bahwa halaman-halaman berikutnya tidak penting untuk dirias, justru semua halaman perlu dirias untuk menimbulkan kesan dan kenyamanan pembaca sehingga memperhatikan semua halaman yang terdapat pada suatu surat kabar. Salah satu cara untuk merias halaman adalah dengan menentukan *lay out* terlebih dahulu.

Suatu surat kabar yang sudah terbit biasanya mempunyai ciri dan karakteristik yang berbeda antara yang satu dengan yang lain salah satunya dengan adanya *lay out*. Ciri dan karakteristik *lay out* juga bisa mencerminkan keadaan suatu lembaga penerbitan. Untuk surat kabar yang sudah besar *lay out* menjadi salah satu hal penting yang menjadi salah satu karakter khas yang sudah dikenal oleh pelanggannya.

B. Tujuan

Praktikum ini bertujuan untuk:

1. Praktikan mengenal dan memahami berbagai macam *lay out* yang terdapat dalam penulisan suatu media cetak
2. Praktikan dapat membuat *lay out* yang dapat digunakan dalam penulisan sebuah surat kabar

C. Dasar Teori

Untuk menentukan rias wajah (*make-up*) suatu halaman surat kabar perlu dibuat terlebih dahulu *lay out* dari halaman yang dimaksud. *Lay out* dalam suatu surat kabar mempunyai peran yang sangat penting. Peran *lay out* antara lain:

- a. Mengatur penempatan berbagai unsur komposisi: huruf, teks, garis-garis bidang gambar dan sebagainya.
- b. Memberi kesempatan kepada *lay out* dan langgananya untuk melihat pekerjaan sebelum dicetak.

- c. Membantu melaksanakan pekerjaan agar lebih cepat.

Tujuan *lay out*:

- a. Menarik dan memudahkan pembaca menelaah tulisan
- b. Memudahkan pembaca menyeleksi berita yang penting
- c. Menentukan identitas surat kabar atau majalah

Menurut Soehoet (2002), ada beberapa unsur-unsur yang harus diperhatikan dan digunakan dalam layout, yaitu:

- a. Bentuk fisik surat kabar/ majalah
- b. Iklan-iklan yang akan dimuat: jumlah, ukuran, dan gambarnya (ada atau tidak ada)
- c. Berita/ pendapat: ukuran panjang
- d. Gambar: jenis (foto, lukisan, karikatur), ukuran dan isinya
- e. Huruf: jenis dan ukuran yang digunakan
- f. Garis-garis: tebal, putus-putus, tipis, titik-titik
- g. Warna: hitam atau banyak warna

Macam-macam *lay out* (Suhandang, 2004):

a. *Balanced make-up*

Merupakan format halaman (surat kabar atau majalah) yang bersifat seimbang dan simetris. Maksudnya, *lay out* tersebut disediakan untuk menempatkan bahan sajian (produk jurnalistik) secara seimbang dan simetris. Dalam hal ini seimbang berarti muatan (bobot) yang ada di sebelah kanan dan kiri halaman berimbang bila dilihat dari bobot tipografinya dan simetris artinya apabila dilihat dari bentuk produk kiri-kanannya seimbang misalnya tulisan dengan tulisan gambar dengan gambar.

b. *Unbalanced make-up*

Merupakan penataan produk jurnalistik yang bersifat seimbang tidak simetris. Maksudnya *lay out* halaman yang dimaksud disediakan untuk menempatkan produk jurnalistik muatannya seimbang namun tidak simetris, artinya bobotnya berimbang, tetapi letaknya tidak teratur seperti pada *balanced make-up*.

c. *Cross make-up*

Merupakan penataan produk jurnalistik dengan cara menempatkan masing-masing produk pada jalur diagonal dari halaman surat kabar atau majalahnya. Dalam hal ini keseimbangan dan sifat simetrisnya tidak diperhatikan, tetapi letak jajaran produk jurnalistiknya itu seolah-olah berada dalam situasi saling dan berpasangan membelah ruangan halaman yang dimaksud.

d. *Cirsus make-up*

Merupakan riasan yang tidak menganut suatu aturan seperti pada jenis *lay out* ketiga di atas. Semua produk jurnalistik yang mendukung dapat diletakan dimana saja asal menarik perhatian indah untuk dinikmatinya.

Macam-macam *lay out* yang lain:

a. *Contrast and balanced make-up*

Fokusnya diletakan pada berita yang pertama dengan *headline* 4 kolom headline ditulis dengan huruf yang lebih besar dibandingkan dengan judul-judul berita lainnya sedangkan 2 kolom ditempatkan dalam *balanced* di kiri dan kanan.

b. *Focus make-up*

Menonjolkan suatu berita yang menarik perhatian.

c. *Broken page make-up*

Sepenuhnya berlawanan dengan *balanced make-up*

d. *Unconventional make-up*

Make up tidak tetap tiap hari bisa berganti-ganti tanpa mengikuti salah satu bentuk diatas. Tujuannya untuk keindahan dan supaya beritanya lekas menarik perhatian dan mudah dibaca.

Anjuran tata letak yang baik (Soehoet, 2002):

- a. Hindari berjubelnya judul di puncak halaman
- b. Judul jangan ditumpuk di bagian bawah halaman
- c. Hindari “batu nisan”, yaitu judul-judul dari ukuran yang sama saling bersebelahan pada lebih dari dua kolom
- d. Hindari susunan yang membosankan
- e. Gunakan jenis huruf yang berbeda-beda
- f. Sajikanlah cerita besar/ berita panjang

- g. Satu judul besar dari berita utama tentunya harus menjadi paling besar yang digunakan oleh surat kabar dan seharusnya dibatasi untuk halaman pertama
- h. Hormatilah lipatan. Maksudnya, hindari pematahan baik judul atau gambaran pada halaman surat kabar
- i. Pikirkan perempat halaman. Kenyataannya, halaman-halaman surat kabar dibagi menjadi empat bagian/ lipatan, maka perhatikanlah supaya tiap bagian mempunyai paling sedikit satu yang menonjol dan memikat
- j. Jadilah seorang yang berani, artinya jangan takut melakukan percobaan membuat sebuah pola yang akan memberikan kesegaran baru kepada surat kabar
- k. Usahakan supaya tidak ada sambungan ke halaman lain

D. Pelaksanaan Praktikum

1. Praktikkan mengenal dan memahami berbagai macam *lay out* yang terdapat dalam penulisan suatu media cetak
2. Praktikkan membuat salah satu *lay out* untuk digunakan dalam pembuatan *prototype* surat kabar

Daftar Pustaka

Soehoet, A.M.H. 2002. Seleksi, Penyuntingan, dan Penataan Isi Surat Kabar dan Majalah. Yayasan Kampus Tercinta-IISIP. Jakarta.

Suhandang, K. 2004. Pengantar Jurnalistik Seputar Organisasi, Produk, dan Kode Etik. Nuansa. Bandung

ACARA 8

MEMBUAT *PROTOTYPE* SURAT KABAR

A. Latar Belakang

Prototype koran atau majalah merupakan gambaran miniatur dari sebuah majalah atau surat kabar yang dapat dilihat dan dinikmati oleh pembacanya. *Prototype* ini menyerupai sebuah surat kabar atau majalah yang siap untuk diterbitkan. Pembuatan *prototype* surat kabar ini berfungsi sebagai latihan dalam membuat suatu surat kabar atau majalah.

B. Tujuan

Praktikum ini bertujuan untuk:

1. Praktikkan mengenal dan memahami berbagai macam ulasan yang terdapat dalam surat kabar
2. Praktikkan dapat membuat suatu *prototype* surat kabar dengan bahan-bahan atau unsur-unsur surat kabar yang telah ada pada acara sebelumnya

C. Dasar Teori

Prototype koran majalah dapat dibuat dengan menggunakan *lay out* yang telah ditentukan dan memuat berbagai elemen-elemen surat kabar. Elemen surat kabar tersebut meliputi berita, tajuk rencana, opini, iklan, ulasan dan lain-lain. *Prototype* dapat dibuat setelah semua elemen yang akan dimuat sudah terkumpul dan siap untuk diterbitkan. Dengan aturan dan materi yang telah diajarkan pada acara sebelumnya maka *prototype* surat kabar dapat dibuat.

Ulasan merupakan salah satu elemen surat kabar yang mempunyai daya tarik bagi pembaca. Suhandang (2004) menyebutkan bahwa ulasan atau *view* pada hakikatnya merupakan tulisan atau ucapan yang berbentuk komentar terhadap suatu masalah, pendapat orang lain, peristiwa, ataupun situasi dan kondisi lingkungan sekitar. Karena itu kita mengenal beberapa macam “ulasan” seperti editorial atau tajuk rencana, kolom, pojok, artikel-artikel khusus (*special articles*), *by-line story* (dongeng atau cerita-cerita bersambung), cerita bergambar (cergam),

cerita pendek (cerpen), komik dan lain sebagainya serta produk-produk lain yang bersifat menghibur, mendidik, dan mengkritik.

1. Kartun atau karikatur

Berdampingan dengan tajuk rencana biasanya tampil sebuah gambar yang lazim disebut kartun. Kartun adalah gambar lucu yang melukiskan kejadian-kejadian (biasanya politik) mutakhir dari suatu pemerintahan atau perilaku kebijakan seorang pejabat negara. Dalam gambar tersebut biasanya memuat karikatur, gambar tiruan dari tokoh-tokoh yang terlibat dalam peristiwa yang dikartunkan itu. Dalam hal ini karikatur dibuat untuk melukiskan ucapan, perilaku, atau rupa yang menekankan ciri khas orang atau tokoh yang disindirnya (Echols dalam Suhandang, 2004), sehingga memancing cemoohan pembaca. Dari gambar kartun dimaksudkan agar kita memperoleh opini surat kabar yang bersangkutan dalam bentuk grafis.

2. Surat untuk redaksi

Surat pembaca (*letter to the editor*) adalah opini publik yang cukup menarik dalam penerbitan pers. Surat pembaca ini pula dijadikan sebagai umpan balik (*feedback*) bagi pengelola penerbitan pers untuk mengetahui sejauh mana berita atau informasi yang disajikan itu dibaca/ ditanggapi pembacanya. Isi surat pembaca itu sendiri bisa ditujukan ke sesama pembaca, kepada pemerintah, dan kepada semua saja yang berkaitan dengan kehidupan bermasyarakat. Isinya pun beraneka mulai dari mengkritik, memprotes, mendukung sampai menyanjung. Banyak manfaat yang diperoleh dengan adanya surat pembaca ini. Bagi sesama pembaca, rubrik surat pembaca ini cukup menarik karena datang dari berbagai lapisan masyarakat. Sedangkan bagi redaktur penerbitan pers, surat pembaca selain sebagai umpan balik juga dimanfaatkan untuk menggali sumber informasi atau melakukan *check and recheck* terhadap pemberitaannya (DjuROTO, 2000).

3. Karangan khusus (kolom)

Kolom (*column*) adalah sebuah rubrik khusus di media massa cetak yang berisikan karangan atau tulisan pendek yang berisikan pendapat subjektif penulisannya tentang suatu masalah. Rubrik khusus tersebut memiliki istilah

asli “kolom”, tetapi beberapa media massa menggunakan istilah lain, yaitu “resonansi” dan “refleksi”. Dalam bahasa Inggris istilah *columnist* diartikan sebagai penulis karangan khusus, berupa komentar, saran, informasi, atau hiburan pada surat kabar atau majalah secara reguler (Stewart dalam Suhandang, 2004). Tulisan kolom tidak mempunyai struktur tertentu misalnya ada bagian pendahuluan atau *lead*, isi atau tubuh tulisan, dan penutup, melainkan langsung berisi tubuh tulisan yakni berupa pengungkapan pokok bahasan dan pendapat penulisannya tentang masalah tersebut. Judulnya pun bisa singkat saja, bahkan dapat hanya satu kata saja.

4. Humor

Menurut Kamus Lengkap Bahasa Indonesia humor artinya sesuatu yang lucu, mempunyai rasa atau keadaan (dalam cerita dan sebagainya) yang menggelikan hati, kejenakaan atau kelucuan.

D. Pelaksanaan Praktikum

1. Praktikkan menyiapkan semua bahan pembuatan *prototype* yang berasal dari keseluruhan acara praktikum
2. Praktikkan membuat *prototype* surat kabar sesuai dengan *lay out* yang telah dibuat pada praktikum sebelumnya
3. Praktikkan menghasilkan *prototype* koran secara utuh

Daftar Pustaka

Djuroto, T. 2000. Manajemen Penerbitan Pers. PT Remaja Rosdakarya. Bandung.

Kamisa. 1997. Kamus Lengkap Bahasa Indonesia. Kartika. Surabaya.

Suhandang, Kustadi. 2004. Pengantar Jurnalistik Seputar Organisasi, Produk, dan Kode Etik. Nuansa. Bandung.

