

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Penulis mencari studi pustaka di perpustakaan dan internet yang menyediakan studi perbandingan skripsi. Dari hasil penelusuran dan penelitian penulis menemukan tiga penelitian terdahulu yang dapat dijadikan acuan dan syarat dalam menggunakan metode penelitian-penelitian mengenai analisis isi di media daring Indonesia. Dari penelitian-penelitian tersebut bisa menjadi gambaran serta referensi bagi calon-calon peneliti lain yang akan melakukan penelitian serupa.

Penelitian pertama merupakan penelitian yang dilakukan oleh seorang mahasiswa Universitas Esa Unggul yang bernama Mordekhay dengan judul penelitian “PEMENUHAN SYARAT PENULISAN JUDUL DAN KECENDERUNGAN PENERAPAN JENIS LEAD BERITA UTAMA PADA HARIAN BERITA KOTA, POS KOTA DAN WARTA KOTA EDISI APRIL 2010” yang bertujuan untuk mengetahui sampai sejauh manakah Harian Berita Kota, Pos Kota, dan Warta Kota memenuhi delapan syarat penulisan judul berita dan apa kecenderungan jenis lead yang kerap kali diterapkan oleh ketigamedia ini.

Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode penelitian analisis deskriptif. Peneliti melihat pada surat kabar *Berita Kota*, *Poskota* dan *Warta Kota*. Bila diperhatikan mayoritas peminat media ini, cenderung masyarakat lapisan menengah kebawah. Perlu dijelaskan lapisan masyarakat menengah bawah adalah masyarakat dari segi material tidak

berlebihan melainkan berkecukupan.

Surat kabar *Berita Kota*, *Poskota* dan *Warta Kota* menginformasikan beragam rubrik setiap harinya, tentunya agar memenuhi kebutuhan masyarakat akan pentingnya berita. Khusus pada *headline*, ketiga media ini mengemas persoalan, peristiwa, atau kejadian penting dalam bentuk berita langsung. Pada penelitian ini, peneliti membatasinya hanya pada judul dan lead karena kedua bagian dari struktur berita ini, memiliki peran sentral dalam menarik khalayak pembaca. Peneliti membatasi kajian penelitian mengenai syarat penulisan judul dan jenis- jenis lead pada berita utamanya (*headline news*).

Sesuai pengamatan penulis, penulisan lead pada ketiga surat kabar ini berbeda, *Berita Kota* cenderung menggunakan *lead* siapa (*who*), apa (*what*) dan kapan (*when*). *Pos Kota* cenderung menggunakan unsur siapa (*who*) dan (*what*), tetapi lebih fokus pada unsur siapa (*who*). *Warta Kota* cenderung menggunakan lead siapa (*who*) dan apa (*what*).

Pada penelitian ini, penulis ingin mengetahui kecenderungan penerapan jenis *lead* pada berita utama. Alasannya, sesuai pengamatan penulis yang sudah dijabarkan sebelumnya, bahwa ketiga surat kabar ini mempunyai cara tersendiri dalam menerapkan jenis lead. Maka dari itu, penulis ingin mengetahuinya lebih jauh.

Secara teoritis kegunaan penelitian adalah apakah teori-teori yang dikemukakan pakar komunikasi dapat diterapkan pada penelitian ini, khususnya Ilmu Jurnalistik seputar syarat penulisan judul dan kecenderungan penerapan jenis lead pada berita utama Harian *Berita Kota*, *Pos Kota* dan *WartaKota*.

Secara praktis penelitian bertujuan untuk membantu memecahkan masalah dan mengantisipasi masalah yang ada pada objek yang diteliti. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberi masukan kepada para pimpinan redaksi mengenai syarat penulisan judul dan jenis-jenis *lead* yang benar pada berita utama.

Penelitian kedua adalah penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Amiluddin dengan judul penelitian “ANALISIS BAHASA JURNALISTIK BERITA UTAMA HARIAN BERITA KOTA MAKASSAR EDISI SEPTEMBER 2017” yang bertujuan untuk mengetahui penggunaan bahasa jurnalistik berita utama pada harian berita kota Makassar.

Jenis penelitian ini adalah analisis isi teks media. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan menggunakan metode populasi dan sampel. Manfaat penelitian secara akademis adalah sebagai tambahan referensi bagi studi-studi yang akan datang dalam bidang jurnalistik, khususnya mengenai masalah bahasa jurnalistik. Secara praktis penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan untuk menambah wawasan bagi praktisi, wartawan, pihak-pihak yang terlibat dalam pers maupun orang yang berminat dalam dunia jurnalistik pada umumnya.

Penelitian ini memfokuskan pada berita utama Berita Kota Makassar. Peneliti membatasi penelitiannya pada berita utama Berita Kota Makassar yang menjadi headline. Penelitian ini memfokuskan untuk meneliti judul, *lead*, dan tubuh berita.

Dalam penulisan berita ada pedoman yang dijadikan sebagai dasar penulisan

berita, sehingga mudah dipahami dan dapat memikat khalayak. Salah satunya adalah penggunaan kata-kata haruslah ekonomis. Tetapi dalam praktik jurnalistik sering ditemukan paragraf yang panjang dan kata-kata yang mubazir dalam penulisan berita.

Kata-kata mubazir dapat ditemukan dalam judul berita, *lead* ataupun isi berita. Hal tersebut sering dilakukan oleh wartawan-wartawan yang sudah bekerja dan berkecimpung dalam dunia jurnalistik. Contoh nyata adalah surat kabar harian Berita Kota Makassar edisi September 2017.

Penelitian ketiga adalah penelitian yang dilakukan oleh seorang mahasiswa Universitas Sam Ratulangi yang bernama Eric Persadanta Bangun dengan judul penelitian “ANALISIS ISI UNSUR KELENGKAPAN BERITA PADA MEDIA ONLINE MANADOPOSTONLINE.COM” yang bertujuan untuk mengetahui kecenderungan faktor kecepatan dalam penyajian berita pada media online membuat penyajian berita yang dimuat pada *manadopostonline.com*.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh karena kecenderungan kecepatan berita pada media online manadopostonline.com dalam penyajian berita diduga tidak menerapkan unsur 5W+1H sebagaimana yang dijelaskan sesuai dengan konsep objektivitas yang berkaitan dengan berita dan informasi.

Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan teknik pengambilan sampel, sampel acak stratifikasi. Pada penelitian ini kategori yang dimaksud adalah berita yang diambil secara proporsional dari rubrik Berita utama, Nasional, Ekonomi Bisnis (EkBis), Politika, Kumkrim, Publika, Kawanuapolis, Minahasa, Nusa Utara, Bolmong Raya dan Olahraga

sesuai dengan berita yang dipublikasi dari tanggal 1 Juni 2019-30 Juni 2019 di website *manadopostonline.com* langkah selanjutnya untuk mengambil masing-masing berita sesuai dengan proporsinya.

Dalam penelitian pertama dan ketiga membantu peneliti untuk mencari kebaruan dalam penelitian yakni dengan menganalisa pemberitaan Rancangan Undang Undang Cipta Kerja, sedangkan untuk penelitian kedua menjadi rujukan bagi penulis dalam menggunakan metode penelitian analisis isi deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.

## **2.2 Teori dan Konsep**

### **2.2.1 Teori Tanggung Jawab Sosial**

Teori Tanggung Jawab Sosial Pers adalah salah satu teori komunikasi yang menekankan pada “kebutuhan akan pers independen yang mengawasi institusi sosial lain dan memberikan laporan berita yang objektif dan akurat” (Baran & Davis, 2010, p. 115). Teori tanggung jawab sosial biasanya diterapkandi negara-negara yang menganut sistem demokrasi. Teori tanggung jawab sosial menganggap bahwa di dalam kebebasan mengandung yang namanya suatu tanggung jawab yang sama (Fretes & Kaligis, 2018, p. 27).

Di Indonesia Teori Tanggung Jawab Sosial telah diterapkan di pers terutama setelah zaman orde baru. Sebelumnya teori ini dianggap kurang berlaku pada masa itu karena pers yang kerap dihadapi tuntutan dan kontrol yang ketat dari ‘istana’ atau pemerintah (Sobur, dalam Sambuaga, 2016, p.22). Pada masa kini penerapan Teori Tanggung Jawab Sosial dapat dilihat

dengan adanya berbagai regulasi pers yang dikeluarkan. Salah satu regulasi yang paling umum adalah Undang-Undang 40 tahun 1999 tentang Pers dan Kode Etik Jurnalistik.

Dikutip dari McQuail (2010, p. 171), berikut beberapa prinsip dari Teori Tanggung Jawab Sosial yakni sebagai berikut:

1. Media mempunyai kewajiban kepada masyarakat dan kepemilikan media adalah kepercayaan publik.
2. Media berita harus jujur, akurat, adil, objektif, dan relevan.
3. Media harus bebas, tetapi dapat diatur secara sendiri.
4. Media wajib mematuhi kode etik dan pedoman perilaku profesional yang telah disepakati.
5. Pemerintah dapat melakukan intervensi untuk melindungi kepentingan publik dalam keadaan tertentu.

Sedangkan menurut *The Commission on Freedom of the Press* (1947, pp. 20-29) terdapat lima persyaratan agar media dapat menerapkan Teori Tanggung Jawab Sosial, yaitu:

1. Menyajikan pemberitaan yang jujur, komperhensif,dan cerdas mengenai peristiwa yang terjadi hari ini dalam konteks yang bermakna.
2. Sebagai forum untuk penukaran komentar dan kritik.
3. Memberikan gambaran yang dapat mewakili kelompok-kelompok konstituen dalam masyarakat.
4. Menyajikan dan menjelaskan tujuan-tujuan dan nilai-nilai masyarakat.
5. Menyediakan akses penuh terhadap informasi mengenai peristiwa yang

terjadi hari ini.

Konsep tanggung jawab media atau pers senantiasa digandengkan dengan kata sosial yang berupaya menunjukkan pada suatu konsep tentang kewajiban media untuk mengabdikan terhadap masyarakat, selain itu teori tanggung jawab sosial sulit untuk dioperasionalkan dikarenakan tarik ulur kepentingan pemerintah dan pemilik atau para jurnalis yang bergerak dalam media itu sendiri. (Triyono, 2013, p. 5).

### 2.2.2 Berita

Berita adalah laporan peristiwa yang dimuat atau disiarkan di media massa berupa fakta atau gagasan, terdiri dari unsur 5W+1H, dan mengandung nilai-nilai berita atau nilai-nilai jurnalistik (Asep Syamsul M. Romli dalam *Kamus Jurnalistik*). Biasanya yang sering digunakan adalah teras who (siapa), what (apa), atau formula 5W+1H, padahal sebenarnya banyak sekali contoh teras yang dapat dipilih. (Barus, 2010, p. 71). Selanjutnya menurut (Harahap, 2007, p. 4) “berita adalah laporan tentang fakta peristiwa atau pendapat yang aktual, menarik, berguna, dan dipublikasikan melalui media massa periodik, seperti surat kabar, majalah, radio dan televisi.”

Berita merupakan laporan tentang fakta atau ide yang termasa, yang dipilih oleh staf redaksi suatu harian untuk disiarkan, yang dapat menarik pembaca, entah karena pentingnya atau akibatnya, entah pula karena ia mencakup segi-segi *human interest*, seperti humor, emosi, dan ketegangan (Shahab, 2008, p. 2). Sedangkan menurut (Chaer, 2010, p. 11) mengatakan “berita adalah kejadian yang diulang dengan menggunakan kata-kata. Sering

juga ditambah dengan gambar atau hanya berupa gambar-gambar saja.”

#### 2.2.2.1 Pengertian dan Jenis-Jenis Judul

Judul berita sangat penting untuk mengantarkan pembaca masuk ke dalam berita. Penulisan judul berita hendaknya mengikuti kaidah penulisan judul berita. Judul berita memiliki beberapa fungsi, yakni untuk menarik minat pembaca; merangkum isi berita; melukiskan “suasana berita”; menyoroti perwajahan surat kabar. Dalam buku Biyani, Tsioutsoulas, dan Blackmer (2016) terdapat 8 jenis judul yaitu *exaggeration*, *teasing*, *inflammatory*, *formatting*, *graphic*, *bait-and-switch*, *ambiguous*, dan *wrong*, berikut penjelasannya:

1. *Exaggeration* merupakan jenis judul yang berlebihan pada halaman url (uniform resource locator). Artikel yang dimuat oleh situs liputan6.com, yaitu “Dianggap Tak Layani Warganya, Wali Kota Ini Dihukum Pancung”.
2. *Teasing* merupakan jenis judul yang mengolok-olok atau mencoba memprovokasi seseorang dengan cara yang menyenangkan, yaitu dengan cara menghapus rincian dari judul dengan tujuan untuk membangun ketegangan atau menggoda.
3. *Inflammatory* adalah jenis judul yang bermaksud membangkitkan perasaan marah atau penuh kekerasan dengan menggunakan ungkapan atau penggunaan kata kata yang tidak tepat/vulgar.
4. *Formatting* adalah jenis judul yang terlalu sering menggunakan huruf kapital atau tanda baca, terutama huruf kapital atau tanda



seru.

5. *Bait-and-switch* adalah hal yang dituliskan/tersirat dari judul tidak ada di url: memerlukan klik tambahan atau sama sekali tidak ada.
6. *Wrong* (salah) adalah jenis judul maupun artikel yang salah: fakta yang tidak benar (*just plain incorrect article: factually wrong*).
7. *Ambiguous* (ambigu) adalah jenis judul yang tidak jelas atau membingungkan dengan tujuan untuk memicu keingintahuan (*title unclear or confusing to spur curiosity*).
8. *Graphic* adalah judul yang mengandung materi yang cabul, mengganggu/menjjikkan atau tidak dapat dipercaya.

Menurut Yunus (2010:76-78) untuk dapat membuat judul berita yang baik diperlukan syarat-syarat judul berita. Syarat-syarat judul berita adalah sebagai berikut:

1. Provokatif Judul berita yang provokatif lebih cenderung psikologis. Judul berita lebih menekankan untuk membangkitkan minat dan perhatian para pembaca. Judul beritayang provokatif mampu menggugah sikap, intuisi, dan emosi pembaca. Contoh, Akbar Tantang Mega, Mahasiswa Demo Rektor.
2. Singkat dan Padat Judul berita harus singkat, padat, lugas, dan tegas. Judul berita tidak perlu bertele-tele. Isi berita yang singkat dan padat pada judul berita berkisar 3-7 kata. Judul berita yang singkat dan padat juga menjadi tuntutan karena terbatasnya spasi

dan mampu menjadi bacaan sepintas pembaca. Contoh: Harga BBM Naik, Pesawat Presiden Jatuh.

3. Relevan Judul berita harus berkaitan dengan teras berita atau berita terpenting yang ingin disampaikan. Judul berita mewakili berita yang disajikan. Judul berita tidak boleh keluar dari pesan terpenting yang ingin disampaikan. Contoh: Akbar Tantang Mega (sebagai gambaran dari Akbar Tanjung untuk berkompetisi dengan Megawati dalam pencalonan Presiden).
4. Fungsional Judul berita seharusnya menggunakan kata-kata yang tegas, lugas sesuai dengan fungsi informasinya. Kata-kata yang digunakan dalam judul harus berdiri sendiri, tidak ambigu, dan tidak tergantung pada kata yang lain. Kata-kata yang dipakai dalam judul berfungsi sebagai makna inti dari berita yang dibahasnya. Contoh: Acara Presiden Hari Ini Padat (fungsional), Acara Presiden Hari Ini Menerima Banyak Materi (tidak fungsional).
5. Bahasa Baku Judul berita hendaknya menggunakan gaya bahasa yang baku. Baku di sini, tidak menyimpang dari kaidah makna dan bahasa yang lazim. Judul berita tidak sepatutnya menjadi contoh buruk perilaku berbahasa masyarakat. Etika berbahasa juga perlu diperhatikan dalam membuat judul berita. Jurnalistik juga mengemban misi edukasi kepada masyarakat dalam penyajian judul berita yang harus singkat, padat, lugas, dan tegas. Kreativitas berbahasa dalam membuat judul berita perlu

dikembangkan. Contoh: Majikan dan Pembantu Berhubungan Intim (bahasa baku), Majikan dan Pembantu Ngesek Bareng (bahasa tidak baku).

6. Spesifik Judul berita harus spesifik, bermakna jelas, tidak menimbulkan interpretasi yang berbeda. Artinya, judul berita perlu menggunakan kata-kata khusus yang makna dan ruang lingkungannya terentu, bukan memakai kata-kata umum yang makna dan ruang lingkungannya luas. Contoh: Harga Sembako Melonjak Bulan Ini (kata umum), Harga Beras dan Minyak Goreng Melonjak (kata khusus).

Dalam membuat judul berita juga harus diperlukan melihat karakteristiknya yakni:

### **1. Mencerminkan Isi**

Judul berita harus mencerminkan isi berita. Orang begitu membaca judul sudah memperkirakan isi yang bakal diketahui dalam berita itu.

Contoh judul berita di media cetak lokal di Serang: Judul: Promosi Jabatan di Pemkot Mandek.

Intro berita: Serang – Pertimbangan teknis promosi jabatan eselon II Pemkot Serang belum juga diturunkan atau disetujui Pemprov Banten. Padahal usulan sejumlah promosi jabatan sejumlah eselon telah disampaikan Pemkot sejak 13 Februari lalu.

Perhatikan antara judul dengan isi lead atau intro berita, tidak terjadi kesesuaian. Dalam lead / intro berita lebih membahas soal belum adasurat persetujuan dari Pemprov Banten terkait usulan pergantian jabatan eselon II dari Pemkot Serang. Boleh jadi, dalam usulan terdapat pejabat yang dipromosikan dari eselon III ke eselon II. Penggantian jabatan eselon II membutuhkan persetujuan dari Gubernur Banten. Dalam berita itu, proses administrasi penggantian pejabat eselon II belum rampung karena menunggu surat persetujuan Gubernur Banten atau dalam berita itu disebut Pemprov Banten. Sedangkan kesan yang timbul dari judul berita itu suatu rangkaian atau sistem yang berkaitan dengan promosi jabatan, bukan penggantian jabatan eselon II yang didalam terdapat promosi pejabat yang lebih rendah naik ke lebih tinggi.

Perbaiki Judul:

Penggantian Jabatan di Pemkot Tertunda

## **2. Kalimat Pendek dan Atraktif**

Judul merupakan etalase atau tempat memamerkan sesuatu agar orang tertarik. Wartawan harus memanfaatkan hal itu agar beritanya menarik pembaca dengan judul. Karena itu, wartawan disarankan

menggunakan kalimat pendek dan atraktif dalam menulis judul.

Kalimat pendek, kita sudah belajar bersama dalam posting-posting sebelumnya. Apa itu judul yang atraktif? Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, atraktif bermakna mempunyai daya tarik atau sifat yang menyenangkan. Berdasarkan pengalaman penulis menjadi editor, kesan atraktif itu akan muncul dalam judul berita ketika menggunakan kalimat pendek, kata aktif dan penggunaan kata yang tepat.

Contoh belum perbaikan:

DPRD Desak Sekolah Tampung Siswa Binaan, 120 Pelajar jadi Belajar Di Lantai Bawaslu Banten Akan Awasi Perilaku Menag Kenalkan Putrinya.

Perbaikan: 120 Pelajar SMA Nunukan Belajar di Lantai Bawaslu Banten Awasi Menag

### **3. Penggunaan Nama**

Judul yang berisikan nama seseorang sebaiknya hanya digunakan pada tokoh yang dikenal luas di kalangan masyarakat. Wartawan yakin pembaca mengenal nama itu dan tidak menimbulkan bias padanama lain. Ini sesuai dengan jargon berita bahwa nama besar membuat berita.

Contoh:

-SBY Curhat Lagi.

-Boediono Hadir Di Sidang Korupsi.

-Duta Besar AS Tiru Blusukan Jokowi.

#### **4. Judul Pertanyaan**

Jurnalis diingat untuk hati-hati menggunakan judul pertanyaan, karena tidak setiap berita bisa menggunakan judul jenis ini. Namun judul pertanyaan efektif menggoda pembaca ketika wartawan menulis peristiwa atau kasus krusial yang menyita perhatian masyarakat semisal pengusutan korupsi. Kondisi tertentu membuat jurnalis menggunakan judul ini. Misalnya, wartawan memperoleh fakta-fakta yang valid tentang peristiwa atau kasus tertentu, tetapi pejabat berwenang atau orang-orang yang terlibat di dalamnya tidak mau memberikan konfirmasi. Selain itu, judul pertanyaan lebih sering digunakan pada laporan investigasi.

Contoh:

-Adakah Teroris di Musibah Malaysia Airlines?

-Siapa Menggoyang Risma?

#### **5. Judul Kutipan**

Hampir sama dengan judul pertanyaan, judul kutipan juga harus hati-hati digunakan. Ada persyaratan dalam berita itu jika ingin menggunakan judul kutipan, antara lain isi dari kutipan itu sangat kuat secara kemanusiaan atau akan memunculkan persepsi yang krusial.

Contoh:

“Anak Kelaparan, Saya Bunuh Aja Lah .... ”SBY: “Kita Siap Berperang”.

#### **6. Membebaskan Kata**

Apa yang dimaksudkan dengan membebaskan kata? Pembuatan judul

berita tidak sepenuhnya terikat pada aturan atau kaidah baku bahasa. “Tidak sepenuhnya” berarti sebagian lagi memang terikat dengan aturan tersebut. Setidaknya, judul terdiri dari Subjek dan Predikat. Tetapi penggunaan kata sering tidak menggunakan awal atau akhir, hanya kata dasar. Atau susunan kalimat dibolak dan dibalik yang menurut ilmu bahasa sudah menyalahi aturan.

Contoh:

-Simalakama Mega-Jokowi!

-Pak Jokowi Jadi Presiden, Ya

#### 2.2.2.2 Pengertian dan Jenis-Jenis *Lead*

Teras Berita (*Lead*) merupakan teras berita yang berfungsi untuk menggambarkan inti berita yang disampaikan berupa fakta sesungguhnya, atau suasana unik suatu peristiwa dengan tekanan suara yang tajam (Masduki, 2006,p. 28). Teras berita (*lead*) adalah bagian yang penting dari sebuah berita, yang ditempatkan pada paragraf pertama di bawah judul berita (Chaer, 2010,p. 25). Sedangkan menurut (Sumadiria,2006,p. 126), teras berita adalah paragraf pertama yang memuat fakta atau informasi terpenting dari keseluruhan uraian berita. Berikut penjelasan kategori dan definisi kategori jenis *lead*:

1. *Who Lead* (Teras Berita Siapa) adalah *lead* yang unsur siapa atau pelaku peristiwa memiliki nilai berita (*news value*) yang lebih besar, kuat, atau lebih tinggi dibandingkan dengan unsur-unsur yang lain seperti unsur apa, kapan, tempat, mengapa, dan bagaimana. Contoh: Andy Noya, host

Kick Andy Metro TV memberikan pelatihan jurnalistik kepada mahasiswa Universitas Indonesia di Kampus UI, Depok, Selasa (10/11). (Sumber: Merekayasa Fakta Menjadi Berita, hal 91)

2. *What Lead* (Teras Berita Apa) adalah *lead* yang pertimbangan unsurapa memiliki nilai berita jauh lebih besar, kuat, atau lebih tinggi dibandingkan dengan unsur lain seperti unsur siapa, kapan, tempat, mengapa, dan bagaimana.

Contoh: Hari ini diadakan pertemuan antara administrator dengan orang tua untuk mendiskusikan penggantian penjualan Coke dengan Pepsi di kampus. Transisi ini dilakukan untuk memenuhi perubahan kontrak yang efektif dimulai tahun ini. (Sumber: Pengantar Dasar Jurnalisme, hal 40)

3. *When Lead* (Teras Berita Kapan) adalah *lead* yang diawali dengan kalimat lebih menekankan unsur kapan peristiwa itu terjadi. Teras ini berhubungan dengan waktu seperti pukul (jam, menit, detik), nama hari, pekan, bulan, tahun, windu, dasawarsa, dan abad. Contoh: Selasa (10/11), Andy Noya, host Kick Andy Metro TV memberikan pelatihan jurnalistik kepada mahasiswa Universitas Indonesia di Kampus UI, Depok. (Sumber: Merekayasa Fakta Menjadi Berita, hal 92)

4. *Where Lead* (Teras Berita Di mana) adalah *lead* yang awal kalimatnya lebih menekankan unsur di mana peristiwa terjadi. Teras ini berhubungan dengan tempat/lokasi kejadian.

Contoh: Di markas Badan Sepak Bola Dunia (FIFA), Zurich, Swiss, Ronaldinho menerima anugerah gelar “Pemain Terbaik Sepak Bola” yang merupakan penghargaan paling bergengsi dalam dunia sepak bola,



hari Senin (19/12) malam. (Sumber: Jurnalistik: Petunjuk Teknis Menulis Berita, hal 72)

5. *Why Lead* (Teras Berita Mengapa) adalah *lead* yang diawali dengan menemukan kata karena atau kata akibat pada kalimat pertama terasberita tersebut.

Contoh: Karena ingin bertemu Andy Noya, mahasiswa Universitas Indonesia mengikuti pelatihan jurnalistik yang dipandu host Kick Andy Metro TV itu di Kampus UI, Depok, Selasa (10/11). (Sumber: Merekayasa Fakta Menjadi Berita, hal 92)

6. *How Lead* (Teras Berita Bagaimana) adalah *lead* yang diawali dengan menemukan kata untuk atau kata guna pada kalimat pertama teras berita untuk menjelaskan bagaimana kronologi suatu peristiwa terjadi, jalan keluar atau langkah suatu solusi akan diambil terhadap peristiwa yang terjadi.

Contoh: Dengan berdemostrasi, didahului jalan kaki dari Senayan menuju Departemen Dalam Negeri dan diikuti sekitar 100 orang anggotanya, GSMD menyampaikan pernyataan sikap yang berisi antara lain mengenai bahaya gerakan komunis di Indonesia. (Sumber: Jurnalistik: Petunjuk Teknis Menulis Berita, hal 73)

7. *Question Lead* (*Lead* Bertanya) = Teras berita yang ada kata, kalimat atau pernyataan bernada bertanya pada kalimat pertama teras berita.

Contoh: Apa yang terjadi dengan barang daur ulang itu? Kaleng rotibiru dijadikan tempat sampah ruang kuliah, dan mahasiswa membuang bekas kertas yang mereka pakai ke dalam. Tetapi akan dikemanakan barang-

barang bekas itu jika kaleng itu telah penuh? (Sumber: Pengantar Dasar Jurnalisme, hal 50)

### 2.2.3 Jurnalistik Daring

Jurnalistik merupakan sebuah 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 (Suhandang, 2004, p. 23). Sedangkan menurut Sumadiria, “Jurnalistik adalah kegiatan mengumpulkan, mengolah, dan menyebarkan berita kepada khalayak seluas-luasnya dengan secepat-cepatnya.” (p. 3).

Jurnalistik daring disebut jurnalistik modern karena menggunakan sebuah media baru yang mempunyai karakteristik yang berbeda dengan media massa sebelumnya (cetak, radio, dan televisi), baik dalam format, isi, mekanisme, hingga proses hubungan antara pengelola media online dan penggunaannya (Suryawati, 2012,p. 118). Jurnalistik *online* adalah penemuan *World Web Wide* (WWW) yang membuat revolusi besar-besaran di bidang jurnalisme. Kecepatan ini berkaitan dengan penyebaran pesan yang cepat. Sebuah kejadian di dunia yang dapat diketahui dalam hitungan detik (Nurudin, 2009,p. 16).

Dikutip dari Suryawati (2012, p. 118-120), Adapun jurnalistik online sebagai jurnalistik modern memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Bersifat real time; fakta, peristiwa atau kejadian bisa langsung dipublikasikan pada saat itu juga.

2. Mampu membangun hubungan yang partisipatif baik dengan narasumber dan masyarakat.
3. Kemudahan dalam pengaksesan selama terhubung dengan jaringan internet.
4. Informasi/berita yang diakses bisa didokumentasikan/diarsipkan dalam jaringan digital.
5. Berita yang disampaikan dapat berdiri sendiri sehingga pembaca tidak harus membaca secara berurutan untuk memahami.

Berita adalah laporan tentang fakta atau ide yang termasa, yang dipilih oleh staf redaksi suatu harian untuk disiarkan, yang dapat menarik pembaca, entah karena pentingnya atau akibatnya, entah pula karena ia mencakup segi-segi *human interest*, seperti humor, emosi, dan ketegangan. (Shabab, 2008, p. 2).

Sementara itu Harahap (2007), “Berita adalah laporan tentang fakta peristiwa atau pendapat yang aktual, menarik, berguna, dan dipublikasikan melalui media massa periodik, seperti surat kabar, majalah, radio dan televisi.” (p. 4).

Selanjutnya Chaer (2010) mengatakan “Berita adalah kejadian yang diulang dengan menggunakan kata-kata. Sering juga ditambah dengan gambar atau hanya berupa gambar-gambar saja.” (p. 11).

Media massa adalah perpanjangan alat indera kita. Dengan media massa kita memperoleh informasi tentang benda, orang atau tempat yang belum pernah kita lihat atau belum pernah kita kunjungi secara langsung. (Ardianto,

2007, p. 103).

Sedangkan menurut Gunadi (1998), “Media massa adalah komunikasi dengan menggunakan sarana dan peralatan yang dapat menjangkau massa sebanyak-banyaknya dan area seluas-luasnya” (p.75).

Serta menurut Cangara (1998), “Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber (komunikator) kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio dan televisi” (p. 126).

### **2.3 Alur Penelitian**

Melalui penggunaan Teori Pers Tanggung Jawab Sosial, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar persentase jenis judul dan jenis *lead* pada konten berita mengenai Rancangan Undang-Undang Cipta Kerja di Liputan6.com yang dipublikasikan selama periode September 2020 hingga November 2020 sesuai dengan kaidah jurnalistik dalam penulisan berita. Peneliti akan menggunakan metode penelitian berupa analisis isi kuantitatif untuk menganalisis berita-berita yang telah terkumpul dengan lembar coding sebagai alat ukur. Hasil penelitian ini pun akan menunjukkan apakah jenis judul dan jenis *lead* yang sesuai kaidah jurnalistik sudah diterapkan dalam berita-berita di Liputan6.com.

