

**ANALISIS NILAI BERITA BENCANA TSUNAMI DAN
GEMPA DI PALU DAN DONGGALA DI HARIAN FAJAR
(PERIODE SEPTEMBER – NOVEMBER 2018)**

**OLEH :
SULKIFLY**



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2020**

**ANALISIS NILAI BERITA BENCANA TSUNAMI DAN
GEMPA DI PALU DAN DONGGALA DI HARIAN FAJAR
(PERIODE SEPTEMBER – NOVEMBER 2018)**

**OLEH :
SULKIFLY
E31115019**

*Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Departemen Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik*

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2020**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Analisis Nilai Berita Bencana Tsunami dan Gempa di
Palu dan Donggala di Harian FAJAR (Periode
September – November 2018)

Nama Mahasiswa : Sulkifly

Nomor Induk : E31115019

Makassar, 3 Agustus 2020

Menyetujui

Pembimbing I

Pembimbing II



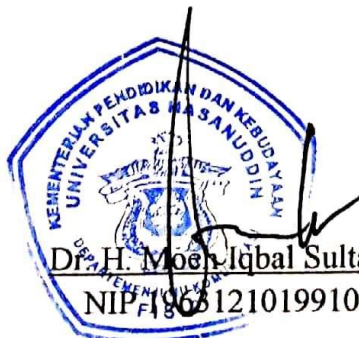
Dr. Hasrullah, MA.
NIP 196203071988111002



Dr. Arianto, S.Sos., M.Si.
NIP 197307302003121002

Mengetahui

Ketua Departemen Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik



Dr. H. Moen Iqbal Sultan, M.Si.
NIP 196312101991031002

HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

Telah diterima oleh Tim Evaluasi Skripsi Sarja Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan dalam Departemen Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik pada Hari Rabu, Tanggal 24 November, Tahun 2020.

Makassar, 24 November 2020

TIM EVALUASI

Ketua : Dr. Hasrullah, MA.



(.....)

Sekretaris : Sitti Murniati Muchtar, S. Sos.,
SH., M.lkom



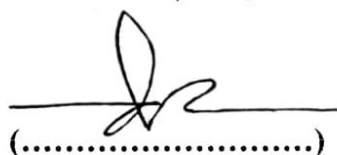
(.....)

Anggota : 1. Dr. Arianto, S.Sos., M.Si.



(.....)

2. Dr. H. Das'ad Latief S.Sos.,
S. Ag., M.Si., Ph.D



(.....)

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sulkifly
NIM : E31115019
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
No. HP : 082190924044
E-mail : sulkiflyly98@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa judul skripsi “Analisis Nilai Berita Bencana Tsunami dan Gempa di Palu dan Donggala di Harian FAJAR Periode September-November 2018” yang saya serahkan benar-benar merupakan hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang tertentu yang telah dirujuk sumbernya. Apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Makassar, 26 November 2020



Sulkifly

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh,

Segala puji bagi Allah *subhaanahu wata'aala*, pemilik diri ini, yang telah mencurahkan rahmat dan karunia-Nya yang tak ada habisnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan ini sebagai tugas akhir perkuliahan. Shalawat serta salam atas junjungan nabiullah Muhammad *Sallallaahu Alaihi Wasallam* yang telah memperjuangkan agama Allah SWT dalam peradaban manusia dan telah menjadi suri tauladan bagi umatnya hingga akhir zaman.

Melalui skripsi ini, rasa terima kasih yang sebesar-besarnya saya sampaikan kepada semua pihak yang telah mendampingi penulis selama ini. Berkat kalian pula, semangat telah mengalir dalam jiwa ini untuk terus menuntut ilmu. Terima kasih sebesar-besarnya kepada orang tua tercinta, Bapak dan Ibu. Semoga Allah *Subhana Wa Ta'ala* senantiasa membalas kebaikan mereka dengan balasan terbaik. Aamiin.

Masa perkuliahan hingga pada penyusunan skripsi bukan waktu yang singkat. Dalam rentang waktu tersebut tentu tidak luput dari rintangan dan kesulitan. *Alhamdulillah*, peneliti selalu merasa selalu mendapat banyak kekuatan berkat bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak.

Oleh karena itu, melalui ucapan sederhana ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih dan apresiasi setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Dr Hasrullah, MA selaku pembimbing I dan Bapak Dr. Arianto, S.Sos., M.Si selaku Pembimbing II yang dengan sabar dan murah hati

bersedia membimbing dengan memberikan ilmu dalam setiap konsultasi. Terkhusus, terima kasih atas motivasi dan dorongannya yang berarti selama pengerjaan penelitian agar peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

2. Bapak Dr. Moeh. Iqbal Sultan, M.Si dan Bapak Drs Sudirman Karnay, M.Si selaku ketua dan sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Unhas.
3. Seluruh dosen pengajar dan staf Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, atas segala ilmu, dukungan, dan motivasinya.
4. Evita Puspita Sari Efendi dan Aas Mahari walaupun dengan kesibukanya telah bersedia meluangkan waktu dan tenaganya menjadi *coder* dalam penelitian ini.
5. Jajaran karyawan PT Media FAJAR Koran yang telah bersedia memberikan pengalaman kerja yang luar biasa bagi penulis sebagai wartawan selama dua tahun. Terkhusus, Pak Arsyad Hakim, Kak Yukemi Koto, Kak Nurlina Arsyad, Kak Harifuddin, Kak Yusriadi, dan semua redaktur terima kasih banyak atas ilmunya.
6. Mantan kru KeKeR FAJAR, Andi Nurisman, Rahmadani Indah, Aas Mahari, Ayita Asmuliani, Mei Hardianti, Triska Widya dan senior lainnya. Terima kasih atas kerjasama dan kebersamaannya. *Big Hug!*
7. Teman – teman (*fake*) seperjuangan selama empat tahun dibangku kuliah, Halu Gen (teman *alay* yang kini tengah mencoba dan berjuang membuat youtube *channel*) Muh Fikal Nasir, Evita Puspita Sari Efendi, Irawati

Syahrul, Nurul Adyanti, Riska dan Hisyam Ihsan. Terima kasih sudah menciptakan kebahagiaan dibalik kesusahan, perhatian-perhatian kecil yang membuat persaudaraan ini semakin erat. Semoga langkah kita semua selalu dimudahkan oleh Tuhan dalam menggapai cita-cita.

8. Teman-teman sehoobi di Komunitas *dance cover* TEN4 SQUAD Makassar yang sudah menjadi bagian terpenting dalam proses pencarian jati diri penulis. Kumpul-kumpul, menginap bersama, dan latihan adalah momentum paling membahagiakan bagi penulis.
9. Anggota Ten4 M. Muhammad Ryan, Bayu Rifqy, Rai Eka Adegan, Muhammad Taufik, Muslim Febianto dan Muhammad Nadil. Terima kasih banyak atas segala kerjasama dan pengertiannya.
10. Arfiana Rauf, terima kasih sudah menjadi sahabat yang selalu membantu dan menyemangati menyelesaikan skripsi ini. Semoga persahabatan kita tidak pernah lekang oleh waktu.
11. Korps Mahasiswa Ilmu Komunikasi (KOSMIK) yang telah menjadi rumah dan ruang belajar bagi peneliti untuk belajar banyak hal sejak kuliah. Untuk seluruh warga KOSMIK, kakanda dan adinda.
12. Keluarga CULTURE 2015, kisah dan kasihnya telah mewarnai masa kuliah peneliti. Semangat ki' teman-teman calon peneliti, calon wisudawan, calon istri, calon suami, calon pemimpin masa depan!
13. Serta seluruh pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu.

Tak ada kata yang dapat mewakili semua yang penulis rasakan dan ingin sampaikan selain ucapan terima kasih sedalam-dalamnya. Semoga setiap kebaikan yang saya terima dari anda semua berbalas yang lebih baik lagi dari-Nya. Aamiin.

Akhir kata, peneliti berharap penelitian ini mampu memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya studi mengenai Analisis Isi Berita.

Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.....

Makassar, Agustus 2020

Peneliti

ABSTRAK

SULKIFLY (E31115019). *ANALISIS NILAI BERITA BENCANA TSUNAMI DAN GEMPA DI PALU DAN DONGGALA DI HARIAN FAJAR PERIODE SEPTEMBER HINGGA NOVEMBER 2018 (Dibimbing oleh Hasrullah dan Arianto).*

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mengetahui jenis-jenis berita yang terdapat pada berita bencana tsunami dan gempa di Palu dan Donggala di Harian FAJAR. (2) Mengetahui kecenderungan nilai berita yang terdapat pada berita bencana tsunami dan gempa di Palu dan Donggala di Harian FAJAR.

Penelitian dilaksanakan selama empat bulan, dimulai pada Desember 2019 hingga Maret 2020 di Harian FAJAR. Populasi penelitian yaitu berita bencana tsunami dan gempa di Palu dan Donggala periode September hingga November 2018 dengan jumlah sampel sebanyak 77 berita.

Tipe penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif dengan metode penelitian analisis isi. Data Primer penelitian ini dikumpulkan menggunakan teknik pencatatan data berupa kategorisasi jenis berita dan nilai berita yang telah ditentukan dan dianalisis datanya dengan menggunakan tabel frekuensi. Data sekunder dikumpulkan melalui studi pustaka yang relevan dengan fokus penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Jenis berita *Stright News* mendominasi pada berita bencana tsunami dan gempa di Palu dan Donggala di Harian FAJAR. Hal tersebut didasarkan pada hasil penelitian yang menunjukkan *Stright News* memiliki jumlah 42 berita atau 54,5% yang mengambil setengah dari porsi berita. Hal ini menunjukkan bahwa berita tersebut mengandung informasi terkait kejadian-kejadian atau peristiwa yang secepatnya harus diketahui oleh pembaca atau anggota masyarakat. (2) Kategori berita bencana tsunami dan gempa di Palu dan Donggala di Harian FAJAR dengan kombinasi tiga nilai yakni *significant*, *timeliness*, dan *magnitude* merupakan kategori yang paling dominan dengan frekuensi 14 berita atau 16,8%. Sehingga dapat peneliti simpulkan bahwa berita bencana tsunami dan gempa di Palu dan Donggala di Harian FAJAR cenderung penting namun kurang menarik. Selain itu, untuk kategori satu nilai berita, nilai *human interest* memiliki frekuensi tertinggi namun hanya pada jenis Feature News. Sehingga bisa disimpulkan bahwa Harian FAJAR juga cenderung memuat berita bencana yang ditulis dengan lebih bercerita (*feature*) untuk memainkan emosi atau perasaan pembacanya yang disajikan dengan menarik.

ABSTRACT

SULKIFLY (E31115019) *ANALYSIS OF TSUNAMI AND EARTHQUAKE DISASTER NEWS VALUE IN PALU AND DONGGALA CITY IN THE HARIAN FAJAR NEWSPAPER OF SEPTEMBER-NOVEMBER 2018 (Supervised by Hasrullah and Arianto).*

This study aims to: (1) Find out the types of news available on tsunami and earthquake news in Palu and Donggala in the Harian FAJAR newspaper. (2) Knowing the trend of news values contained in the news of the tsunami and earthquake disaster in Palu and Donggala in the Harian FAJAR newspaper.

The study was conducted for four months, starting in December 2019 until March 2020 in the Harian FAJAR newspaper. The research population is the news of the tsunami and earthquake disasters in Palu and Donggala of September to November 2018 with a total sample of 77 news.

This type of research is descriptive quantitative research with content analysis research methods. Primary data of this study were collected using data recording techniques in the form of categorization of news types and news values that have been determined and analyzed the data using frequency tables. Secondary data were collected through literature studies that are relevant to the research focus.

The results showed that: (1) Straight News type dominates on tsunami and earthquake disasters news in Palu and Donggala in the Harian FAJAR newspaper. This is based on the results of research that shows Stright News has 42 news stories or 54.5% who take half of the news portion. This shows that the news contains information related to events that must be known by readers or community members as soon as possible. (2) The news category of tsunami and earthquake disasters news in Palu and Donggala in Harian FAJAR newspaper with a combination of three values namely *significant, timeliness, and magnitude* are the most dominant categories with a frequency of 14 news or 16.8%. So that researchers can conclude that the news of the tsunami and earthquake disasters in Palu and Donggala in the Harian FAJAR newspaper tend to be important but less interesting. In addition, for category one news value, the value of *human interest* has the highest frequency, but only in the type of Feature News. So it can be concluded that Harian FAJAR newspaper also tends to contain disaster news written with more story (features) to play the emotions or feelings of readers who are presented with an interesting.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL..... *i*

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI..... *ii*

HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACK	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	8
D. Kerangka Konseptual	10
E. Definisi Operasional.....	23
F. Metode Penelitian.....	24
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	28
A. Analisis Isi.....	28
B. Komunikasi Massa.....	30
C. Surat Kabar	36
D. Berita sebagai Produk Jurnalistik.....	38
E. Nilai Berita.....	44
E. Tema Berita	48
F. Teori Agenda <i>Setting</i>	49
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	53
A. Sejarah Harian FAJAR (<i>PT Media FAJAR Koran</i>)	53
B. Sejarah FAJAR.CO.ID (Media online FAJAR).....	55
C. Struktur Organisasi Harian FAJAR	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
A. Hasil Penelitian	64
B. Pembahasan	116

<i>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</i>	<i>122</i>
<i>A. Kesimpulan.....</i>	<i>122</i>
<i>B. Saran.....</i>	<i>124</i>
<i>DAFTAR PUSTAKA</i>	<i>125</i>
<i>LAMPIRAN</i>	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sebagai makhluk sosial, manusia memerlukan komunikasi untuk berinteraksi dengan lingkungannya. Boleh dikatakan, tiada hari dalam hidup kita yang terlewat tanpa komunikasi. Salah satu sarana komunikasi yang sudah akrab dengan kehidupan kita adalah media massa, baik media cetak maupun elektronik.

Pada media elektronik, penyampaian informasi kepada masyarakat melalui orang lain atau lewat perantara orang lain. Pada siaran radio dan televisi, masyarakat dapat mendengar dan menontonnya kapan saja, namun informasi yang disampaikan tidak dapat diulangi atau penonton tidak dapat menyaksikan kembali informasi tersebut sama persis. Surat kabar termasuk dalam media cetak. Penyampaian informasinya kepada masyarakat dengan cara masyarakat membaca sendiri majalah atau surat kabar tersebut.

Dengan adanya media, baik media cetak maupun media elektronik, media tersebut mampu untuk memberikan informasi mengenai bagaimana kondisi yang terjadi baik kondisi alam, lingkungan atau kejadian yang jauh. Informasi yang diolah oleh media massa melalui proses kerja jurnalistik dikenal sebagai berita.

Secara sosiologis, berita adalah semua hal yang terjadi di dunia. Seperti dilukiskan dengan baik oleh para pakar jurnalistik, berita adalah apa yang ditulis surat kabar (koran, majalah, tabloid), apa yang disiarkan radio, apa yang ditayangkan televisi, dan apa yang dipublikasikan lewat dunia maya.

Berita menampilkan fakta, tetapi tidak setiap fakta merupakan berita. Berita biasanya menyangkut orang-orang, tetapi tidak setiap orang bisa dijadikan berita. Berita merupakan sejumlah peristiwa yang terjadi di dunia.

Banyak peristiwa yang diberitakan berbagai media massa, baik media elektronik, cetak, maupun internet. Misalnya, kasus bom bunuh diri, teroris, bom buku, kebakaran, gagal panen, ujian nasional (UN), kecelakaan, macet, kumbang mirip dengan kepiting, tunanetra menjadi guru, bom sudah masuk ke media massa, panen ulat bulu, pangeran William Arthur Philip Louis dan Catherina Elizabeth Middleton akan menikah, serta isu nuklir dan sebagainya.

Peristiwa-peristiwa tersebut akan menjadi berita yang layak jika memiliki kriteria umum nilai berita. Menurut Haris Sumadiria yang dikutip dalam bukunya yang berjudul *Jurnalistik Indonesia* menyebutkan terdapat 11 kriteria umum yakni keluarbiasaan (*unusualness*), kebaruan (*newness*), akibat (*impact*), aktual (*timeliness*), kedekatan (*proximity*), informasi (*information*), konflik (*conflict*), orang penting (*prominence*), kejutan (*supraising*), ketertarikan manusia (*human interest*), seks (*sex*).

Sumadiria berpendapat bahwa, kriteria umum nilai berita "*news value*" merupakan acuan yang dapat digunakan oleh para jurnalis, yakni "*reporter*" dan "*editor*", untuk memutuskan fakta yang pantas dijadikan berita dan memilih mana yang lebih baik. Kriteria nilai berita merupakan berita pemahaman dari "*reporter*", dapat dengan mudah mendeteksi mana peristiwa yang harus diliput

dan harus dilupakan, dan mana peristiwa yang tak perlu diliput dan harus dilupakan. Kriteria umum nilai berita juga sangat penting bagi para “*editor*” dalam mempertimbangkan dan memutuskan mana berita terpenting dan terbaik untuk dimuat, disiarkan, atau ditayangkan melalui mediana kepada masyarakat.

Setiap wartawan dari berbagai media pastinya memiliki cara pandang yang berbeda dalam menulis suatu berita, baik dari segi berita yang disajikan, pola berita yang ia gunakan, sehingga dari itu semua akan membentuk suatu berita dengan nilai berita yang berbeda pula.

Pemberitaan kisah bencana sendiri tak lepas dari pekerja media yang bertugas memberitakannya kepada khalayak luar. Heroisme media dan pekerjaannya tak berhenti pada pelaksanaan tugas jurnalistik standar yang harus dilakukan. Dalam laporan Park dan Jensen (2005) untuk *the International Federation of Journalists' Asia Pacific Office* disebutkan, beban berat jurnalis pada waktu terjadinya bencana mencakup tugas peliputan dengan tuntutan akurasi, profesionalisme serta etika dan sekaligus upaya untuk memikirkan keamanan diri dan jiwanya dalam situasi yang bisa menghadirkan trauma.

Beberapa tahun belakangan ini, Indonesia dikenal dunia luar karena pemberitaan mengenai bencana yang terjadi hampir setiap tahun. Bencana yang mengemuka adalah gempa dan tsunami yang melanda Aceh dan beberapa daerah di Sumatera pada 2004, gempa di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dan Jawa Tengah pada 2006, erupsi Gunung Merapi pada 2010, banjir yang melanda Jakarta pada 2013, serta gempa dan tsunami yang melanda kota Palu dan Donggala

beberapa waktu lalu. Bencana tersebut juga menjadi perhatian dunia setelah media massa internasional memberitakannya sebagai materi utama pemberitaan.

Sebagai contoh, bencana tsunami pada tanggal 26 Desember 2006 yang terjadi di kawasan pesisir Samudera Hindia menjadi catatan sejarah kelam di Indonesia. Pusat gempa berada di perairan Samudera Hindia (255 Km terhadap Kota Banda Aceh), dengan magnitud 9,2 pada kedalaman pusat gempa 30 km dan ketinggian gelombang mencapai 10-12 meter. Bencana ini terjadi di 10 negara yang berbatasan langsung dengan Samudera Hindia, yaitu Indonesia (Aceh dan Nias), Malaysia, Thailand, Srilanka, Maladewa, Bangladesh, India, Kenya, Somalia, dan Tanzania.

Banyaknya data dan *survey* yang ada mengakibatkan tidak pastinya pemberitaan dan banyak perbedaan laporan jumlah korban. Menurut data dalam buku keluaran BNPB, jumlah korban jiwa khusus bencana tsunami Aceh secara keseluruhan ditaksir kurang lebih mencapai 283.100 jiwa. Sementara korban meninggal di Indonesia mencapai 108.100 jiwa, dan 127.700 jiwa hilang. Lalu, menurut laporan *World Health Organization* (WHO), ada sekitar 500.000 orang mengalami luka-luka (*RBI: Risiko Bencana Indonesia*, Jakarta 2015: BNPB Press).

Bencana Tsunami dan Gempa di Palu dan Donggala, Provinsi Sulawesi Tengah, pada Jumat, 28 September lalu, sontak membuat masyarakat panik. Gempa berkekuatan magnitud 7,4 SR ini terjadi pukul 17.02 WIB. Kemudian disusul gelombang pasang setinggi 2-6 meter dengan kecepatan, 200-400 km/jam, yang menerjang dari laut Selat Makassar pada sore menjelang malam WITA. Gempa ini

menyebabkan puluhan ribu orang tewas dan ratusan lainnya terluka, serta menjadikan peristiwa ini sebagai kisah bersejarah di Indonesia.

Surat kabar di Indonesia adalah media cetak yang sangat intens melaporkan perkembangan bencana yang melanda kota Palu, bukan cuma surat kabar nasional, tetapi juga surat kabar daerah. Tidak terkecuali di Makassar, sebut saja Harian FAJAR. Surat Kabar ini menyajikan informasi bencana tsunami kepada pembacanya dengan beragam nilai berita. Berikut gambarnya:





Gambar 1.1 : Screenshot pemberitaan bencana gempa Palu di Koran Fajar.

Pada edisi 29 September 2018, koran Harian FAJAR menerbitkan pemberitaan bencana tsunami dan gempa di Palu pada halaman pertama. Dalam naskahnya, koran harian FAJAR menggambarkan proses dan sebab terjadinya bencana tsunami yang meluluh lantakkan kota Donggala dan Palu. Selain itu, menceritakan kisah pilu korban yang berlarian dan dibawa ke rumah sakit akibat bencana tersebut.

Berdasarkan hasil penelusuran yang peneliti lakukan terhadap *literature* kepustakaan, terdapat beberapa penelitian yang berkaitan dengan judul penelitian

ini. Meskipun penelitian sebelumnya memiliki kesamaan dengan penelitian ini, namun juga terdapat perbedaan dalam hal fokus penelitian, metode, variabel, tempat penelitian serta waktu penelitian.

Penelitian dari Eni Suhaeni dengan judul “Analisis Nilai-nilai Berita *Trending News* (Dokumen Wikileaks Menguliti Dunia Edisi 30 November- 04 Desember 2010 Harian Umum *Republika*” dengan pendekatan kualitatif dan menggunakan metode analisis konten, dimana data-data yang telah diperoleh dikaji terlebih dahulu dan kemudian dianalisis.

Disimpulkan, Berita ‘Dokumen *WikiLeaks* Menguliti Dunia’ bagian 1-5 (habis) edisi 30 November-4 Desember 2010 Harian Umum *Republika* adalah berita yang sudah layak disebut dengan berita karena isinya sudah memiliki kelayakan untuk disebut sebagai berita. Layak dan tidaknya suatu berita itu tergantung dengan memiliki kriteria umum nilai berita, karena itu nilai kriteria umum berita menjadi patokan bagi seorang *reporter* dalam menentukan fakta mana yang pantas dijadikan berita dan memilih berita fakta apa yang lebih baik untuk di publikasikan oleh khalayak.

Penelitian lainnya yakni dari Sri Hartini Dewi dengan judul “Analisis Pesan Foto dan Teks Akun Instagram @kulinerdisolo yang Efektif Dalam Mempromosikan Wisata Kuliner di Kota Solo” menggunakan metode kuantitatif dengan metode analisis isi yang bersifat deskriptif.

Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa isi pesan akun instagram @kulinerdisolo secara keseluruhan memenuhi kriteria isi pesan yang efektif. Isi pesan pada akun instagram @kulinerdisolo yang memenuhi kriteria isi pesan yang

efektif sebesar 72,1 (70,7%) dan yang tidak memenuhi kriteria isi pesan yang tidak efektif sebesar 29,9 (29,3%). Subdimensi yang paling kuat pada isi pesan akun Instagram @kulinerdisololo adalah subdimensi pesan memiliki *headlines*.

Maka, tulisan di bawah ini akan mengurai potensi media massa dalam menyikapi bencana. Dari kajian yang dilakukan didapati peran yang bisa diambil alih dan diemban media massa sehingga penyampaian informasi benar-benar sampai kepada masyarakat.

Berdasarkan penjelasan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Analisis Nilai Berita Bencana Tsunami dan Gempa di Palu dan Donggala di Harian FAJAR (Periode September-November 2018).”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dipaparkan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa jenis berita yang muncul di Harian FAJAR tentang bencana tsunami dan gempa di Palu dan Donggala?
2. Bagaimana kecenderungan nilai berita yang diangkat Harian FAJAR tentang bencana tsunami dan gempa di Palu dan Donggala?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah peneliti kemukakan, maka penelitian ini bertujuan:

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui jenis berita yang dimuat Harian FAJAR terkait bencana tsunami dan gempa di Palu dan Donggala ?
- b. Untuk mengetahui kecenderungan nilai berita yang dimuat Harian FAJAR terkait bencana tsunami dan gempa di Palu dan Donggala ?

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan bagi yang berminat mengadakan studi atau penelitian lain baik yang sifatnya baru maupun lanjutan berkaitan dengan kualitas nilai berita pada media cetak ataupun penelitian lain yang terkait secara umum.

- b. Kegunaan Praktis

Penelitian diharapkan dapat dijadikan acuan bagi asosiasi jurnalis maupun lembaga pers dalam meningkatkan profesionalisme jurnalis serta dapat memperkaya wawasan dan pengalaman yang menunjang kegiatan akademik.

- c. Kegunaan Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran terkait dengan kredibilitas berita di media cetak serta menjadi referensi dalam meningkatkan kualitas pemberitaan.

D. Kerangka Konseptual

1. Media Massa

Istilah industri media massa (*mass media industries*) menggambarkan delapan jenis usaha atau bisnis media massa. Kedelapan industri media tersebut adalah: (1) Buku, (2) Surat Kabar, (3) Majalah, (4) Rekaman, (5) Radio, (6) Film, (7) Televisi, dan (8) Internet. (Biagi: 2010)

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bitter, yakni komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Definisi jauh lebih rinci mengenai komunikasi massa dikemukakan oleh ahli komunikasi yang lain, yaitu G, Gerbener: Komunikasi Massa adalah produksi dan distribusi berdasarkan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinu serta paling luas dimiliki orang dari masyarakat industri.

Selain definisi-definisi komunikasi massa di atas, masih banyak lagi para ahli komunikasi yang memberikan definisi komunikasi massa. Jalaludin Rakhmat merangkumnya dalam satu definisi: “Komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditunjukkan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan anonim melalui media cetak atau menyampaikan dari komunikator kepada komunikan dalam komunikasi massa”.

Fungsi media massa pada hakikatnya sejalan dengan fungsi komunikasi massa karena media massa adalah bagian dari komunikasi massa. Fungsi komunikasi massa secara umum adalah fungsi informasi, fungsi pendidikan dan fungsi mempengaruhi (Effendy: 2005).

Media massa memiliki ciri-ciri khas, diantaranya mempunyai kemampuan untuk memikat perhatian khalayak secara serempak (*simultaneous*) dan sesaat (*instantaneous*).

Pers atau media cetak memiliki ciri-ciri yang berbeda dibandingkan dengan media lainnya. Diantaranya khalayak yang membaca bersifat aktif dan pesan yang disampaikan, diungkapkan dengan kata-kata. Adapun ciri-ciri media massa di antaranya:

- a. Komunikasi yang melembaga. Komunikator dalam media massa itu bukan satu orang wartawan melainkan kumpulan orang. Media massa hanya muncul karena gabungan kerjasama beberapa orang dan unsur. Artinya gabungan antara berbagai macam unsur dan individu berkerja satu sama lain. Dalam sebuah lembaga dengan demikian, setidaknya dalam komunikasi massa mempunyai ciri-ciri sebagai berikut: *Pertama*, kumpulan individu-individu. *Kedua*, dalam komunikasi individu itu terbatas perannya dengan sistem dalam media massa itu sendiri. *Ketiga*, pesan yang disebarkan atas nama media yang bersangkutan dan bukan atas nama media massa yang bersangkutan dan bukan atas nama pribadi unsur-unsur yang terlibat di dalamnya. *Keempat*, apa yang dikemukakan oleh komunikator biasanya untuk mencapai keuntungan atau mendapat laba secara ekonomis.
- b. Komunikasi yang heterogen, komunikasi terdiri atas berbagai individu yang tidak tahu atau tidak mengenal yang satu dengan yanglainnya juga tidak terbatas pada usia, jenis kelamin, agama, suku, status sosial, ekonomi, dan pendidikan.

- c. Pesan yang bersifat umum. Pesan dalam media massa itu harus bersifat umum yang tidak ditunjukkan kepada satu kelompok tertentu. Dalam surat kabar, artikel, yang biasanya dikehendaki redaksi itu tidak ilmiah, tetapi ilmiah populer. Ini dilakukan karena media massa itu untuk umum, dan pesannya juga harus bersifat umum.
- d. Berlangsung satu arah. Dalam media massa khususnya media cetak, komunikasi hanya berlangsung satu arah yakni tertundanya umpan balik (*delayed*) dari komunikasi bahkan boleh jadi tidak ada umpan balik.
- e. Menimbulkan keserempakan. Pesan-pesan yang disampaikan media massa itu bermuatan sama selama itu masih satu produksi dan terjadi dalam waktu yang serempak.
- f. Dikontrol oleh *gatekeeper*. *Gatekeeper* atau sering disebut sebagai penapis informasi, palang pintu atau penjaga gawang, adalah orang yang berperan dalam penyebaran berita melalui media massa. Dalam media cetak peristiwa yang untuk bahan calon berita sangatlah banyak, tentu tidak semua berita itu dimuat dan dicetak karena terbatasnya halaman. Perlu adanya pemilihan dan penyesuaian media yang bersangkutan.

2. Jenis Berita

Jenis-jenis berita yang dimuat pada setiap surat kabar lazim dibedakan atas tiga hal, yaitu: (1) berita langsung (*straight news*), (2) berita ringan (*soft news*), (3) berita kisah (*feature*) (Chaer 2010:16-17).

- a. Berita Langsung (*Straight News*)

Berita langsung adalah berita yang disusun untuk menyampaikan kejadian-kejadian atau peristiwa-peristiwa yang secepatnya harus diketahui oleh pembaca atau anggota masyarakat. Prinsip penulisannya adalah seperti piramid terbalik. Maksudnya, unsur-unsur yang penting dituliskan pada bagian pembukaan atau teras berita. Lalu, bagian-bagian yang kurang penting diuraikan dibawahnya. Tujuan penulisan berita langsung ini adalah menyampaikan berita secara cepat, supaya segera diketahui.

Berita langsung ini lazim juga disebut *straight news*, yakni berita yang dihadapi sendiri oleh sang penulis. Andaikata sang penulis tidak dapat langsung menghadapinya, maka dia dapat merujuk pada persepsi orang lain. Lalu, berdasarkan persepsi orang lain itu, dia mencoba merekonstruksi (menyusun kembali) peristiwa yang akan dituliskannya.

Unsur penting pada sebuah berita langsung adalah adanya unsur keaktualan. Artinya, berita itu masih hangat karena baru terjadi. Peristiwa atau kejadian yang sudah lama terjadi tidak lagi bernilai untuk ditulis sebagai berita langsung, tetapi bila ada unsur kuat lain bisa ditulis sebagai berita ringan atau berita kisah.

Lamanya suatu kejadian disebut aktual apabila kejadian masih hangat atau baru terjadi. Peristiwa yang terjadi kemarin masih bisa dianggap aktual, apalagi kalau belum diberitakan oleh surat kabar lain. Bisa juga peristiwa yang terjadi dua hari yang lalu, atau yang sudah terjadi seminggu yang lalu apabila baru saja diketahui. Misalnya, gempa

bumi di daerah pedalaman papua, atau terjadinya bahaya kelaparan dipulau terpencil di ujung Nusa Tenggara Timur.

Apabila kejadian-kejadian telah dimuat oleh surat kabar lain, maka kejadian itu telah tidak aktual lagi. Namun, kejadian yang telah tidak aktual karena sudah dimuat oleh surat kabar lain, masih layak dijadikan berita dengan cara memberikan latar belakang lain yang bersifat manusiawi.

b. Berita Ringan (*Soft News*)

Berita langsung menyaratkan adanya unsur “penting” dan “keaktualan”, maka berita ringan tidak memerlukan kedua unsur itu, tetapi mementingkan unsur manusia dari peristiwa itu. Jadi, kalau sebuah peristiwa sudah dituliskan sebagai berita langsung, maka masih dapat dituliskan kembali sebagai berita ringan asal saja memasukkan unsur-unsur manusiawi itu di dalamnya. Berita utama atau ditonjolkan bukan unsur penting dari peristiwa itu, melainkan unsur yang menarik dan menyentuh perasaan pembaca. Maka bisa dikatakan berita ringan dapat tahan lama karena tidak terikat pada keaktualan. Namun, berita ini dapat memberikan atau menimbulkan rasa haru, rasa gembira, rasa sedih, dan sebagainya pada pembacanya.

c. Berita Kisah (*Feature*)

Berita kisah atau fitur (*feature*) adalah tulisan yang dapat menyentuh perasaan ataupun menambah pengetahuan. Berita kisah ini tidak terikat akan aktualitas karena nilai utamanya adalah pada unsur manusiawinya.

Jadi, berita kisah ini dapat ditulis dari peristiwa-peristiwa dari masa lalu atau yang sudah lama terjadi. Misalnya, kejadian manusiawinya Tuanku Imam Bonjol, Sultan Hasanuddin, ataupun Jendral Gatot Subroto. Begitupun peristiwa yang terjadi pada masa kini, tidak dipersoalkan masa kekiniannya, atau waktunya. Jadi, berita kisah ini dapat menyangkut manusia yang sudah almarhum, yang sudah tidak ada, maupun manusia yang masih hidup. Begitu juga, berita kisah ini dapat mengenai makhluk lain yang bukan manusia maupun yang berupa benda, yang dapat menggugah perasaan atau emosi manusia.

3. Unsur Berita

Setiap berita, baik yang bersifat langsung, berita ringan, maupun berita kisah harus berisi fakta-fakta yang menyangkut manusia, meskipun yang diceritakan adalah hewan ataupun benda-benda yang terdapat dalam masyarakat. Semua berita itu harus mengungkap unsur 5W dan 1H yaitu *what, who, why, where, when, dan how*. Setiap berita harus mengandung keenam unsur itu dengan fakta-faktanya (Chaer 2010:17-19).

Unsur *what* berkenaan dengan fakta-fakta yang berkaitan dengan hal-hal yang dilakukan oleh pelaku ataupun korban dari kejadian itu. Hal yang dilakukan dapat berupa penyebab kejadian, tetapi dapat pula berupa akibat kejadian. Nilai *what* itu ditentukan oleh kelayakan berita itu. Umpamanya, peristiwa tanah longsor yang menelan banyak korban di Sukabumi, Jawa Barat, merupakan unsur *what* dalam berita itu. Contoh lain, peristiwa

ditangkapnya seorang anggota DPR dan KPK dengan tuduhan melakukan korupsi adalah unsur *what* dalam berita itu.

Unsur *who* berkenaan dengan fakta-fakta yang berkaitan dengan orang atau pelaku yang terlibat dalam kejadian itu. Orang yang diberitakan harus bisa diidentifikasi namanya, umurnya, pekerjaannya, dan berbagai keterangan mengenai orang itu. Semakin banyak fakta atau keterangan yang terkumpul mengenai orang semakin lengkaplah berita yang disampaikan.

Unsur *why* berkenaan dengan fakta-fakta mengenai latar belakang dari suatu tindakan ataupun suatu kejadian yang telah diketahui unsur *what*-nya adalah peristiwa tanah longsor yang menelan banyak korban, maka unsur *why*-nya adalah hal-hal yang menyebabkan terjadinya tanah longsor itu, seperti penggundulan hutan, dan sebagainya.

Unsur *where* berkenaan dengan tempat peristiwa terjadi. Disini nama tempat harus dapat diidentifikasi dengan jelas. Ciri-ciri tempat kejadian merupakan hal yang penting untuk diberitakan.

Unsur *when* berkenaan dengan waktu kejadian. Waktu mungkin ada yang sudah terjadi, tetapi mungkin juga yang sedang terjadi, ataupun yang akan terjadi. Waktu merupakan fakta dalam berita. Hanya saja perlu diketahui waktu yang sudah lama terjadi atau berlalu tidak punya nilai lagi. Oleh karena itu, jika peristiwa itu akan dijadikan berita harus dicari nilai lain dalam peristiwa itu. Misalnya, peristiwa mengenai oknum jaksa yang memeras tersangka jauh diluar daerah dan sudah lama terjadi, dan wartawan terlambat mengetahuinya. Maka andaikata mau diberitakan,

harus dicari unsur layak berita lain yang terkandung dalam kejadian itu, seperti unsur manusiawi atau unsur sosial, atau unsur lainnya.

Untuk berita kisah (*feature*) unsur *when* ini tidak terlalu penting, malah ada yang mengatakan tidak penting. Tidak dikatakan penting karena yang penting adalah ditampilkannya latar belakang manusia yang terlibat dalam peristiwa itu. Latar belakang ini terutama mengenai perasaan watak, motif, ambisi dari *who* atau hal lainnya.

Unsur *how* berkenaan dengan proses kejadian yang diberitakan. Misalnya, bagaimana terjadinya suatu peristiwa, bagaimana pelaku melakukan perbuatannya, atau bagaimana korban mengalami nasibnya.

4. Nilai Berita

Nilai (*value*) berasal dari bahasa latin “*valere*” yang berarti berguna, berdaya, dan berlaku. Dalam hal ini mengandung beberapa pengertian, bahwa nilai merupakan kualitas dari sesuatu yang disukai, diinginkan, dimanfaatkan, berguna, atau dapat menjadi objek kepentingan.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, nilai berarti sifat-sifat (hal-hal) yang penting atau berguna bagi kemanusiaan. Misalnya dalam konteks keagamaan, nilai merupakan konsep mengenai penghargaan tinggi yang diberikan oleh warga masyarakat kepada beberapa masalah pokok di kehidupan keagamaan yang bersifat suci sehingga menjadi pedoman tingkah laku keagamaan warga masyarakat bersangkutan.

Seperti yang dikutip Andreas A. Danandjaja berpendapat bahwa nilai adalah pengertian-pengertian (*conceptions*) yang dihayati seseorang

mengenai apa yang lebih penting atau kurang penting, apa yang lebih baik atau kurang baik, dan apa yang lebih benar atau kurang benar. Masih dalam buku yang sama, J. M Soebijanta menyatakan bahwa nilai hanya dapat dipahami jika dikaitkan dengan sikap dan tingkah laku dalam sebuah model metodologis:



Sebuah nilai dapat dikategorikan sebagai:

1. Nilai Subjektif

Sesuatu yang oleh seseorang dianggap dapat memenuhi kebutuhannya pada suatu waktu dan oleh karena itu (seseorang tadi) berkepentingan atasnya (sesuatu itu), disebut bernilai atau mengandung nilai bagi orang yang bersangkutan. Oleh karena itu, ia dicari, diburu, dan dikejar dengan menggunakan berbagai cara dan alat. Dalam hal ini nilai dianggap subjektif dan ekstrinsik. Nilai ekstrinsik sesuatu atau suatu barang berbeda menurut seseorang dibanding orang lain.

2. Nilai Objektif

Nilai yang didasarkan pada standar dan kriteria tertentu, yang objektif, yang disepakati bersama atau ditetapkan oleh lembaga berwenang dalam hal ini nilai dianggap intrinsik.

Dari berapa definisi nilai yang telah disebutkan di atas, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa nilai adalah kualitas dari sesuatu yang membuat sesuatu itu dihargai dan nilai tinggi sebagai suatu kebaikan dan

dapat dijadikan pedoman oleh seseorang dalam bersikap dan bertingkah laku.

Nilai berita (*news values*), menurut Downie JR dan Kaiser, merupakan istilah yang tidak mudah didefinisikan. Istilah ini meliputi segala sesuatu yang tidak mudah dikonsepsikan. Ketinggian nilainya tidak mudah untuk dikonkritkan. Nilai berita juga menjadi tambah rumit bila dikaitkan dengan sulitnya membuat konsep apa yang disebut berita.

Jurnalisme adalah bercerita dengan suatu tujuan. Dalam cerita atau berita itu tersirat pesan yang ingin disampaikan wartawan kepada pembaca. Ada tema yang diangkat dari suatu peristiwa. Dalam berita ada karakter intrinstik yang dikenal sebagai nilai berita (*news value*). Nilai berita ini menjadi ukuran yang berguna, atau yang bisa diterapkan, untuk menentukan layakannya berita (*newsworthy*).

Maksud penjelasan di atas mengenai nilai berita tersebut adalah peristiwa atau informasi yang didapat dari lapangan disampaikan oleh wartawan melalui media. Baik itu media cetak (koran, majalah), media elektronik (radio, TV) ataupun melalui media *online* (Internet) dan peristiwa tersebut sudah memiliki kelayakan berita.

Konsep nilai berita yang paling awal dipublikasikan oleh Galtung dan Ruge pada tahun 1965. Sebuah teori seleksi berita yang hingga kini masih dipergunakan dan diajarkan dalam bangku perkuliahan. Galtung dan Ruge menyuguhkan dua belas nilai berita untuk menentukan sebuah kejadian dapat menjadi sebuah berita atau tidak. Hingga ini, konsep nilai

berita masih terus diteliti, diperbaharui, dan dispesifikkan menurut kepentingan dunia jurnalistik.

Secara umum, ada enam nilai berita yang digunakan sebagai acuan peliputan berita, yaitu:

- a. *Significance* (penting), yaitu ketika peristiwa tersebut memiliki kemungkinan berpengaruh pada kehidupan orang banyak atau kejadian yang mempunyai akibat terhadap kehidupan pembaca.
- b. *Timeliness* (waktu), ketika peristiwa tersebut adalah hal yang baru terjadi atau pertama kali dikemukakan. Waktu atau kebaruan atau aktualitas terbagi menjadi tiga kategori yaitu aktualitas kalender, aktualitas waktu, dan aktualitas masalah.
- c. *Proximity* (kedekatan), berita adalah kedekatan. Berita yang memiliki kedekatan bagi para pembaca baik yang bersifat geografis maupun emosional. Kedekatan geografis merujuk pada berita yang terjadi disekitar tempat tinggal pembaca.
- d. *Magnitude* (besar), yaitu ketika peristiwa tersebut menyangkut angka-angka, jumlah, nilai yang berarti bagi kehidupan orang banyak atau kejadian yang berakibat yang bisa dijumlahkan dalam angka yang menarik buat pembaca.
- e. *Prominance* (tenar), yaitu ketika berita tersebut berkaitan dengan hal-hal yang terkenal, seperti orang ternama, selebriti, figur publik, tempat terkenal, atau benda terkenal.

- f. *Human Interest* (manusiawi), yaitu ketika berita mengandung peristiwa yang menyentuh perasaan pembaca, memiliki unsur kemanusiaan, mengundang simpati, mengembangkan hasrat dan naluri ingin tahu.

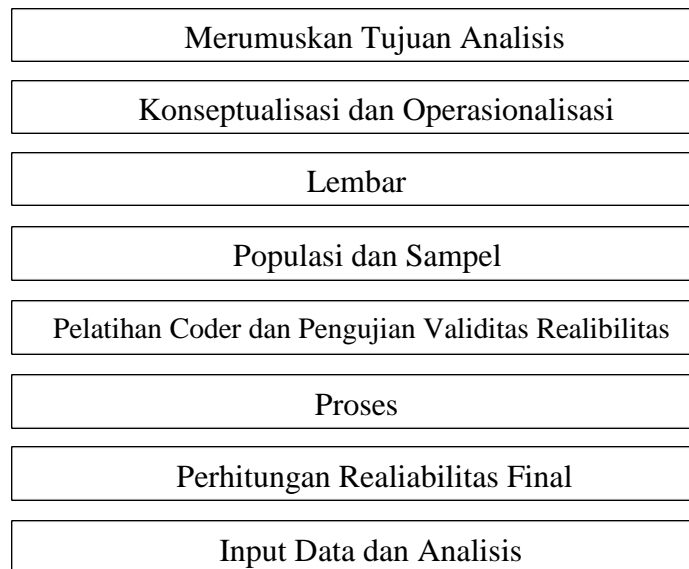
5. Teori Agenda Setting

Dalam teori *agenda setting* (teori yang dicetuskan oleh Cohen:1963) dijelaskan, bahwa media membentuk persepsi atau pengetahuan publik tentang apa yang dianggap penting. Dengan ungkapan lain, apa yang dianggap penting oleh media, maka dianggap penting juga oleh publik. Ada hubungan positif antara tingkat penonjolan yang dilakukan media terhadap suatu persoalan (*issue*) dan perhatian yang diberikan publik terhadap yang ditonjolkan media.

Dalam literatur lain teori *agenda setting* dijelaskan bahwa, media melakukan penyaringan berita untuk disiarkan. Media akan digunakan sebagai sumber informasi yang paling dipercaya dan akan berkaitan dengan masyarakat. Teori *agenda setting* mempunyai kesamaan dengan teori peluru yang menganggap media mempunyai kekuatan memengaruhi khalayak. Bedanya, teori peluru memfokuskan pada sikap (afektif), pendapat atau bahkan perilaku. Agenda setting memfokuskan pada kesadaran dan pengetahuan (kognitif).

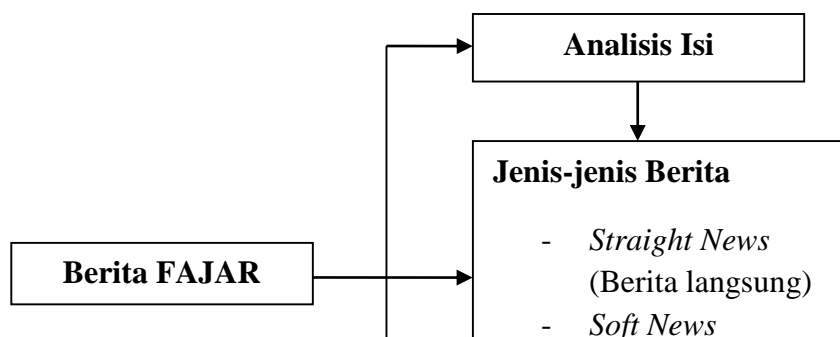
Dalam proses kerja redaksional berita suatu media, setelah seluruh materi terhimpun, maka dilakukanlah penulisan dan penyuntingan (*editing*). Dalam tahap akhir, sambil dilakukan penyuntingan, dilakukan pula pemerikayaan terhadap berita.

Gambar 1.2. Tahapan Analisis Isi



Sumber : Eriyanto, 2011:57

Berdasarkan pada pemaparan di atas, maka kerangka konseptual untuk penelitian ini adalah:

Gambar 1.3
Kerangka Konseptual

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam menilai dan mengukur variabel penelitian, konsep-konsep dalam penelitian ini diperasionalkan sebagai berikut:

1. Berita ialah informasi yang disampaikan oleh seseorang melalui cetak, siaran, internet, atau dari mulut ke mulut kepada orang ketiga atau banyak.
2. Nilai Berita merupakan variabel penelitian yang akan di analisis. Kategorisasi yang akan digunakan adalah enam nilai berita yang umum digunakan sebagai standar jurnalistik yaitu *significance, timeliness, proximity, magnitude, prominence, human interest*.
3. Jenis Berita merupakan pengklasifikasian berita. Biasanya ditentukan oleh wartawan sendiri yang terdiri dari berita langsung (*straight news*), *soft news*, dan *feature*.

4. Koran Harian FAJAR merupakan salah satu media cetak terbesar di Indonesia Timur, prestasius di mata masyarakat Sulawesi Selatan, cukup aktual dan konsektual dalam berbagai jenis pemberitaan. Alwi Hamu merupakan tokoh pendiri surat kabar ini. Dulunya berkantor di Jl Ahmad Yani, kini berpindah di Gedung Graha Pena Lt. 4.

F. Metode Penelitian

1. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Makassar. Objek penelitian adalah berita-berita mengenai Tsunami dan Gempa di Palu dan Donggala pada September hingga November 2018.

Penulis memilih koran Harian FAJAR dengan pertimbangan media tersebut merupakan surat kabar dengan oplah terbesar di Makassar. Dalam kurun waktu itu peneliti akan mengumpulkan berita terkait bencana Tsunami dan Gempa di Palu dan Donggala, serta melakukan wawancara terhadap pihak-pihak tertentu yang akan menjawab pertanyaan penelitian.

2. Tipe Penelitian

Penelitian ini adalah menggunakan tipe penelitian kuantitatif dengan pendekatan dekskriptif. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi (*content analysis*) untuk menemukan isi komunikasi yang tampak (*manifest*) pada objek penelitian.

Analisis isi adalah suatu teknik penelitian ilmiah yang ditujukan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi dan menarik inferensi isi. Analisis isi ditujukan untuk mengindentifikasikan secara sistematis isi komunikasi yang

tampak (*manifest*), dilakukan secara objektif, valid, *reliable*, dan dapat direplikasi (Eriyanto: 2011).

3. Sampel Penelitian

Sampel diperoleh pada saat penelitian dengan memerhatikan batasan-batasan yang ditetapkan oleh penelitian. Batasan tersebut adalah berita yang dipilih adalah berita bencana tsunami dan gempa di Palu dan Donggala. Sehingga total sampel yang muncul pada penelitian ini dengan batasan-batasan tersebut sebanyak 77 berita dari berbagai rubrik.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini ada dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Untuk memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian ini, maka digunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan dengan metode dokumentasi. Tujuannya untuk melihat data-data yang telah ada secara sistematis dan teoritis. Peneliti mengumpulkan data berupa bencana tsunami dan gempa di Palu dan Donggala periode September – November 2019.

b. Data Sekunder

1. Lembar koding. Dalam penelitian analisis isi, kategorisasi yang telah ditentukan kemudian dituangkan ke dalam *instrument* penelitian berupa lembar *coding*. Lembar *coding* memiliki fungsi yang sama dalam penelitian *survey* sebagai alat yang dipakai untuk menghitung atau mengukur aspek tertentu dari isi media (Eriyanto, 2011: 219).

Dalam penelitian ini, aspek yang akan di hitung adalah tema berita dan nilai berita.

2. Studi Pustaka. Untuk mendukung dan melengkapi data, peneliti juga mengumpulkan literatur seperti buku, jurnal, makalah, artikel, dan penelitian lain yang relevan dengan penelitian.

5. Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul, peneliti akan mengolah data-data tersebut menggunakan unit analisis yang telah ditetapkan serta disajikan secara deskriptif sebagai bentuk telaah atau hasil penelitian. Data sekunder yang bersumber dari lembar coding akan diolah dengan cara menguji reliabilitas data, kemudian tabel frekuensi akan digunakan untuk menyajikan hasil distribusi dan pengelolaan data secara sistematis.

Penelitian ini akan melihat tingkat deliberasi dalam komentar di Harian FAJAR yang dinilai berdasarkan hasil perhitungannya lembar coding.

Tahapan selanjutnya setelah dilakukan pengkodean adalah melakukan reliabilitas, hal ini berguna untuk melihat persamaan dan perbedaan hasil dari alat ukur dari pengkode yang berbeda (Eriyanto, 2011:228). Pada tahapan ini, peneliti menggunakan rumus dari Ole R. Hoslty atau dikenal dengan rumus Hoslty (Kriyantono, 2009:237). Adapun rumus untuk menghitung reliabilitas dari Hoslty adalah:

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

Keterangan:

CR = Coeficient Reliability

M = Jumlah pernyataan yang disetujui oleh pengkoding dan periset.

N1, N1 = Jumlah pernyataan yang diberi kode oleh pengkoding dari periset.

Sedangkan nilai berita dianalisis melalui paragraf yang tersusun dalam setiap berita. Untuk itu, digunakan rumus statistik sederhana yaitu:

$$P = \frac{f}{n} \times 100 \%$$

Keterangan:

P : Persentase Nilai Berita

f : Frekuensi Nilai Berita

n : Jumlah sample yang diteliti

100% : Bilangan tetap

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Analisis Isi

Analisis isi adalah sebuah metode penelitian yang banyak digunakan untuk ilmu-ilmu sosial, termasuk ilmu komunikasi. Didefinisikan sebagai suatu teknik penelitian ilmiah yang ditujukan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi dan menarik inferensi dari isi. Analisis Isi ditujukan untuk mengidentifikasi secara sistematis isi komunikasi yang tampak (*manifest*), dan dilakukan secara objektif, valid, reliabel, dan dapat direplikasi (Eriyanto 2011:15). Syarat utama analisis isi bisa digunakan apabila terdapat teks atau dokumentasi tulisan, untuk menarik kesimpulan dari suatu isu atau fenomena yang diteliti.

Penggunaan analisis isi mempunyai beberapa manfaat atau tujuan. McQuail dalam buku *Mass Communication Theory* sebagaimana dikutip oleh Kriyantono (2006:233) mengatakan bahwa tujuan dilakukan analisis terhadap isi pesan komunikasi adalah:

- Mendeskripsikan dan membuat perbandingan terhadap isi media.
- Membuat perbandingan antara isi media dengan realitas sosial.
- Isi media merupakan refleksi dari nilai-nilai sosial dan budaya serta sistem kepercayaan masyarakat.
- Mengetahui fungsi dan efek media.
- Mengevaluasi media *performance*.

- Mengetahui apakah ada bias media.

Sementara itu, Eriyanto (2011:32) mengemukakan bahwa ada dua tujuan analisis isi. Pertama, menggambarkan karakteristik pesan. Artinya analisis isi dipakai untuk menjawab pertanyaan “*what, to whom, dan how*” dari suatu proses komunikasi. Analisis isi menggambarkan secara detail deskripsi dari suatu pesan. Kedua, analisis isi bertujuan untuk menarik kesimpulan penyebab dari suatu pesan. Analisis isi digunakan untuk menjawab pertanyaan mengapa pesan (isi) muncul dalam bentuk tertentu.

Penelitian menggunakan analisis isi dapat dilakukan secara kuantitatif. Budd dalam Kriyantono (2006:232) mengemukakan bahwa analisis isi adalah suatu teknik sistematis untuk menganalisis isi pesan dan mengolah pesan atau suatu alat ukur untuk mengobservasi dan menganalisis isi perilaku komunikasi yang terbuka dari komunikator yang dipilih. Berdasarkan definisi tersebut, maka prinsip dalam analisis isi terdiri:

1. Prinsip Sistematis

Ada perlakuan prosedur yang sama pada semua isi yang dianalisis. Periset tidak dibenarkan menganalisis hanya pada isi yang sesuai pada perhatian dan minatnya, tetapi harus pada keseluruhan isi yang telah ditetapkan untuk diriset.

2. Prinsip Objektif

Hasil analisis tergantung pada prosedur riset bukan pada orang-orangnya. Kategori yang sama bila digunakan untuk isi yang sama dengan prosedur yang sama, maka hasilnya harus sama, walaupun risetnya beda.

3. Prinsip Kuantitatif

Mencatat nilai-nilai bilangan atau frekuensi untuk melukiskan berbagai jenis isi yang didefinisikan. Diartikan juga sebagai prinsip digunakannya metode deduktif.

4. Prinsip Isi yang Nyata

Objek analisis adalah isi yang tersurat (tampak) bukan makna yang dirasakan periset. Perkara hasil akhir dari analisis nanti menunjukkan adanya sesuatu yang tersembunyi, hal itu sah-sah saja. Namun semuanya bermula dari analisis terhadap isi yang tampak.

B. Komunikasi Massa

Komunikasi merupakan aspek terpenting dalam kehidupan manusia, utamanya dalam hubungan antarmanusia. Komunikasi dilakukan karena seseorang memiliki keinginan untuk menyampaikan sesuatu, atau memiliki tujuan tertentu. Orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator, sedangkan orang yang menerima pesan disebut komunikan. Adapun pesan itu sendiri adalah hasil pikiran atau perasaan yang disampaikan.

Reardon dalam Winarso (2005:2) menjabarkan enam karakteristik komunikasi manusia, yakni:

1. Orang berkomunikasi dengan bermacam-macam alasan

Komunikasi dilakukan untuk menghibur diri sendiri maupun orang lain, memengaruhi orang lain, beramah-tamah, mencari informasi, menunjukkan minat, membujuk, dan sebagainya.

2. Komunikasi dapat menghasilkan akibat yang disengaja maupun tidak disengaja
Pesan yang disampaikan oleh komunikator tidak selalu ditafsirkan sama oleh komunikan. Kadangkala tidak dilakukannya suatu perbuatan tertentu ditafsirkan berbeda dengan yang dimaksudkan oleh orang yang tidak melakukan hal itu.
3. Komunikasi sering dilakukan secara timbal balik
Sementara satu pihak sedang berbicara, pihak lain yang diajak berbicara mengungkapkan isyarat non verbal yang menandakan tidak berminat atau justru sangat berminat terhadap pembicaraan. Isyarat tersebut juga merupakan komunikasi, sebagaimana pihak pertama berbicara.
4. Komunikasi melibatkan sekurang-kurangnya dua orang yang saling memengaruhi tindakan masing-masing
Komunikasi dipandang sebagai aktivitas yang percakapannya atau tindakannya tidak berarti, bila tidak diterjemahkan oleh orang-orang yang terlibat. Para komunikator menciptakan makna, lebih dar sekadar menyampaikan pesan secara utuh saja.
5. Komunikasi yang terjadi tidak selamanya berhasil

Komunikasi adalah menyampaikan pesan kepada orang lain secara verbal maupun non verbal, apakah kita melakukannya secara efektif, itu masalah lain.

6. Komunikasi dilakukan dengan menggunakan simbol-simbol

Komunikasi menjadi lancar manakala terdapat makna yang sama yang mereka sepakati dari simbol-simbol yang digunakan. Hal utama yang menjadi tantangan komunikasi manusia adalah sering orang memberikan makna yang berbeda terhadap simbol yang sama.

Sementara itu, jika penyampaian pesan ingin dilakukan kepada orang banyak (khalayak) yang tersebar tanpa diketahui di mana mereka berada, maka biasanya digunakan media massa. Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi (Cangara, 2012:140).

Media massa memiliki karakteristik sebagai berikut:

- Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan, sampai pada penyajian informasi.
- Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima.
- Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak karena ia memiliki kecepatan.
- Memakai peralatan teknis atau mekanis.

- Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan di mana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin, dan suku bangsa.

Komunikasi massa pada dasarnya mempunyai proses yang melibatkan beberapa komponen. Dua komponen yang berinteraksi (sumber dan penerima) terlibat pesan yang diberi kode oleh sumber (*encoded*), disalurkan melalui sebuah saluran, dan diberi kode oleh penerima (*decoded*), tanggapan yang diamati penerima: umpan balik yang memungkinkan interaksi berlanjut antara sumber dan penerima.

Jay Black dan Frederick dalam Nurudin (2007:12) menyebutkan bahwa *mass communication is a process whereby mass-produced message are transmitted to large, anonymous, and heterogeneous masses of receivers*. Komunikasi massa adalah sebuah proses adanya pesan yang diproduksi secara massal atau tidak sedikit, disebarkan kepada massa penerima pesan (khalayak) yang luas, anonim, dan heterogen.

Khalayak media massa tidak hanya bisa ditandai sebagai suatu massa yang tak terbentuk karena menyangkut orang-orang yang tidak terbatas, beragam dengan nilai-nilainya sendiri ide-ide, dan berbagai kepentingan. Interpretasi media dapat menunjukkan bahwa makna pesan-pesan yang ada di media dihasilkan berdasar pada berbagai faktor dalam diri individu, maupun hasil yang diperoleh secara interaktif dalam kelompok orang yang menggunakan media dengan cara yang sama.

Perkembangan teknologi komunikasi saat ini turut menggeser posisi khalayak yang tidak hanya mampu menjadi khalayak pasif tapi menjadi khalayak aktif. Kehadiran internet dan media komunikasi yang tidak lagi terbatas pada ruang dan

waktu membuat proses komunikasi lebih cepat dan mudah bagi media maupun khalayak. Frank Biocca dalam Winarso (2005:74) menyebut lima ciri khalayak aktif.

- *Selectivity*. Khalayak aktif adalah khalayak yang selektif terhadap media yang mereka gunakan.
- *Utilitarianism*. Khalayak aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan dan tujuan-tujuan khusus.
- *Intensionality*, yang mengisyaratkan penggunaan isi media mempunyai tujuan tertentu.
- *Involvement*. Di sini khalayak secara aktif mengikuti, memikirkan, dan menggunakan media.
- *Impervious to influence*. Khalayak tidak mudah dibujuk oleh media saja.

Hiebert, Ungurait, dan Bohn (1985) menyebut bahwa masing-masing dari kita adalah anggota dari sejumlah besar khalayak atau *audience*, tetapi masing-masing *audience* itu bereaksi secara individual. Interaksi kita dengan anggota khalayak lain, bukan anggota, atau bahkan pemimpin opini juga mempunyai dampak pada bagaimana kita merespon dan bahkan ikut menentukan reaksi umum kita.

Cangara (2012: 181) menulis bahwa ada tiga macam selektivitas pesan yang bisa terjadi pada setiap penerima. Pertama, pemilihan informasi berdasarkan persepsi (*selective perception*) yang artinya penerima memberi arti pada pesan menurut persepsinya. Persepsi ialah proses ketika seseorang menyadari adanya objek yang menyentuh salah satu panca inderanya. Persepsi terbentuk karena adanya rangsangan yang diorganisasi kemudian diberi interpretasi menurut

pengalaman, budaya, dan tingkat pengetahuannya. Kedua, pemilihan berdasarkan liputan (*selective exposure*), artinya orang cenderung memilih informasi berdasarkan liputan yang disenanginya. Pilihan terhadap informasi bisa menurut ideologi, agama, suku, dan pekerjaan. Ketiga pemilihan berdasarkan ingatan (*selective retention*) ialah pemilihan informasi yang memberi kesan tersendiri kepada penerima. Misalnya penerima memberi perhatian yang serius pada tayangan pariwisata negeri Belanda, karena mengingatkan penerima pada pengalamannya ketika sekolah di negeri kincir itu.

Komunikasi massa sangat berperan dalam keseharian masyarakat, baik secara sadar maupun tidak sadar, aktivitas dan keputusan seseorang bisa dipengaruhi oleh media massa. Komunikasi massa dan media massa tidak dapat dipisahkan, karena jika menyangkut komunikasi massa, maka media massa berperan sebagai saluran informasi. Olehnya itu, komunikasi massa berarti komunikasi lewat media massa. Alasan inilah yang membuat fungsi komunikasi massa dibicarakan sekaligus dengan fungsi media massa.

Harold D. Lasswell mengungkapkan fungsi komunikasi massa:

- *Surveillance of the environment* (fungsi pengawasan)
- *Correlation of the part of society in responding to the environment* (fungsi korelasi)
- *Transmission of the social heritage from one generation to the next* (fungsi pewarisan sosial)

Di sisi lain, Alexis S. Tan dalam Nurudin (2007:65) menjabarkan fungsi komunikasi massa terbagi atas fungsi memberi informasi, mendidik, mempersuasi,

dan fungsi menyenangkan, memuaskan kebutuhan komunikasi. Sejalan dengan tingkat perkembangan masyarakat dan teknologi, fungsi komunikasi massa dalam perspektif kritis ditambah dengan fungsi: (1) melawan kekuasaan dan kekuatan represif, (2) menggugat hubungan trikotonomi antara pemerintah, pers, dan masyarakat.

Fungsi komunikasi massa dalam perspektif kritis mengungkapkan bahwa komunikasi massa bisa menjadi sebuah alat untuk melawan kekuasaan dan kekuatan represif. Komunikasi massa berperan memberikan informasi, tetapi informasi yang diungkapkannya ternyata mempunyai motif-motif tertentu untuk melawan kemapanan. Memang diakui bahwa komunikasi massa juga bisa berperan untuk memperkuat kekuasaan, tetapi juga sebaliknya (Nurudin, 2007:89).

Selain itu, dalam kajian komunikasi hubungan trikotonomi melibatkan pemerintah, pers, dan masyarakat. Ketiga pihak ini dianggap tidak pernah mencapai sepakat karena kepentingan masing-masing. Lebih lanjut, Nurudin (2007:91) menyebut bahwa pemerintah biasanya akan memposisikan diri sebagai pihak yang paling berkuasa dan menentukan atas masyarakat dan pers.

C. Surat Kabar

Dalam peradaban umat manusia, surat kabar merupakan media cetak paling tua dibandingkan media massa cetak lainnya, seperti buku, majalah, dan tabloid. Bahkan, sampai hari ini surat kabar merupakan media massa cetak yang paling banyak dinikmati oleh pembaca (*reader*) di seluruh dunia.

1. Jenis-jenis Surat Kabar

Berdasarkan daya edarnya, jenis-jenis surat kabar dapat kita golongkan atas surat kabar internasional, nasional, dan lokal. Surat kabar internasional yaitu surat kabar yang daya edarnya bersifat internasional. Seperti surat kabar *Sunday Time*, *The Jakarta Post*, *The Strait Times*, dan lain sebagainya.

Surat kabar nasional yaitu surat kabar daya edarnya berskala nasional. Seperti Kompas, Republika, Surat Pembaharuan, dan lain sebagainya. Surat kabar lokal yaitu surat kabar yang daya edar jangkauan terbitnya berskala lokal. Seperti surat kabaran Pikiran Rakyat daya edarnya hanya sekitar Bandung, surat kabar Kedaulatan Rakyat daya edarnya hanya sekitar DYI, surat kabar Suara Merdeka daya edarnya hanya di daerah Jawa Tengah, dan lain sebagainya.

2. Karakteristik Surat Kabar

Surat kabar sebagai media massa cetak memiliki beberapa karakteristik sebagai berikut.

Pertama, publisitas (*publicity*) yaitu penyebarannya yang ditujukan kepada khalayak atau masyarakat umum. Karakteristik masyarakat umum adalah bersifat heterogen atau memiliki perbedaan-perbedaan. Baik perbedaan suku, agama, keyakinan, usia, latar belakang pendidikan, status sosial, profesi, pekerjaan, tempat tinggal, dan lain sebagainya.

Kedua periodesitas, artinya bahwa surat kabar memiliki keteraturan dalam tertibannya. Misalnya surat kabar harian, terbit setiap hari Senin hingga Ahad dan seterusnya. Surat kabar mingguan terbit setiap minggu, surat kabar dwi

mingguan terbit setiap dua minggu dan seterusnya. Secara teratur surat kabar tersebut terbit sesuai dengan periodesitasnya.

Ketiga universalitas, artinya bahwa isi dari surat kabar merupakan sesuatu yang universal (kesemestaan), berkaitan dengan keberagaman dan umum. Dengan demikian, isi dari surat kabar itu meliputi seluruh aspek kehidupan umat manusia. Seperti masalah ekonomi, seni, politik, sosial, budaya, pendidikan, kesehatan, dan lain-lain, semua itu dalam surat kabar.

Keempat aktualitas, artinya bahwa apa yang ada dalam surat kabar adalah sesuatu yang aktual. Jika mengacu pada konsep berita, aktualitas adalah sesuatu yang cepat dilaporkan, mengenai fakta-fakta atau opini yang penting dan menarik bagi masyarakat luas. Misalnya tentang terjadinya kecelakaan lalu lintas, kemenangan kandidat calon presiden yang baru terpilih, terjadinya bencana alam, dan lain sebagainya.

Kelima terdokumentasikan, artinya bahwa berbagai fakta, berita, informasi, opini yang termuat di surat kabar dapat didokumentasikan atau dikliping. Jika sewaktu-waktu dokumentasi itu dibutuhkan, kita dapat membukanya kembali. Bahkan jika tulisan-tulisan yang telah dimuat di media massa dapat melebihi 40 halaman, dan didokumentasikan dalam bentuk buku.

D. Berita sebagai Produk Jurnalistik

JB Wahyudi dalam Aryani, (2011:35) berita didefinisikan sebagai laporan tentang peristiwa atau pendapat yang memiliki nilai penting, menarik bagi sebagian khalayak, masih baru, dan dipublikasikan secara luas melalui media massa periodik.

Assegaf (1991) dalam Catatan Kuliah Jurnalistik Universitas Pendidikan Indonesia mendefinisikan berita sebagai laporan tentang fakta atau ide termasa, yang dipilih oleh staf redaksi suatu harian untuk disiarkan, yang dapat menarik perhatian pembaca, karena luar biasa, penting, akibat, atau karena mencakup segi *human interest* seperti humor, emosi, dan ketegangan.

Berita berasal dari kata Sansakerta *vrit*, sedangkan dalam Bahasa Inggris disebut *write*, yang arti sebenarnya ialah ada atau terjadi. Dalam Bahasa Indonesia, *vritta* kemudian menjadi berita atau warta. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berita adalah keterangan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat.

“*When a dog bites a man, that is not news, but when a man bites a dog, that is news*” merupakan salah satu gambaran yang populer dari Charles A. Dana yang banyak dikutip untuk mengukur peristiwa sebagai berita. Namun, bagaimana jika kita yang digigit adalah seorang tokoh publik, presiden misalnya? Tentu berita tentang presiden yang digigit anjing akan lebih menarik khalayak lebih luas dibanding berita tentang anjing yang digigit manusia. Melihat dari segi historis, perkembangan ilmu jurnalistik dan praktik jurnalisme juga membuat para ahli dan pengamat ikut memperbaiki, menambah, dan melengkapi definisi berita sesuai dengan perkembangan zaman.

Doug Newsom dan James A. Wollert dalam *Media Writing News fir the Mass Media* (1985: 11) secara sederhana mengemukakan berita sebagai apa yang diinginkan dan dibutuhkan seseorang atau khalayak. Charnley dan James M. Neal (Sumadiria, 2006: 64), menuturkan berita sebagai laporan tentang suatu peristiwa, opini, kecenderungan, situasi, kondisi, interpretasi yang penting, menarik, masih

baru dan harus secepatnya disampaikan kepada khalayak. Charnley menekankan kecepatan penyampaian berita kepada khalayak.

Melihat dari definisi yang di utarakan beberapa ahli, AS Haris Sumadiria dalam bukunya “Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan *Feature*” (2006: 65) mendefinisikan berita secara lebih kompleks, yaitu berita sebagai “laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan atau penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi atau media *online internet*”. Berita tidak lagi hanya sebatas laporan tentang peristiwa atau kejadian yang akan, sedang atau telah terjadi tetapi mencakup segala hal terkait peristiwa yang penting dan menarik bagi masyarakat luas secepatnya melalui saluran media yang ada.

Sebagai produk jurnalistik, George Fox Mott (dalam Sumadiria 2006: 65) menyebutkan delapan konsep berita yang harus diperhatikan oleh praktisi jurnalisme dan pengamat media massa, yaitu sebagai berikut.

1. Berita sebagai Laporan Tercepat

Baik dalam jurnalisme lama maupun jurnalisme baru, setiap jurnalis dan media meyakini berita harus sampai kepada khalayak secepatnya.

2. Berita sebagai Rekaman

Menurut Erol Jonathan (dalam Sumadiria, 2006: 72), dalam pengertian “dokumentasi”, rekaman peristiwa dapat disajikan dalam berita dengan bentuk suara narasumber dan peristiwa, atau penyiaran

peristiwa melalui reportase dan siaran langsung sebagai rekaman gambaran peristiwa.

3. Berita sebagai Fakta Objektif

Berita merupakan laporan tentang fakta secara apa adanya (*das sein*) bukan apa yang seharusnya (*das sollen*). Fakta dan objektivitas dari sebuah berita merupakan rekonstruksi peristiwa yang dilakukan secara ketat dan terukur dalam ruang redaksi.

4. Berita sebagai Interpretasi

Berita dalam lalu lintas informasi yang sibuk kadang hanya berbentuk serpihan-serpihan fakta yang tidak dapat langsung terlihat nilainya pada khalayak. Untuk membuat fakta yang ada menjadi lebih bermakna, redaksi menyajikan analisis berita dengan memberikan interpretasi terhadap fenomena atau fakta tersebut.

5. Berita sebagai Sensasi

Berita media selain dapat dipahami sebagai informasi, juga dapat dimaknai sebagai sensasi, dan juga dapat dilihat sebagai persepsi. Berita yang muncul secara sensasional seringkali mendapat kritik dari sebagian masyarakat karena dianggap kurang penting dan mengambil banyak ruang bagi informasi lain yang lebih penting. Namun tetap saja, berita sensasi masih mendapat tempat bagi beberapa khalayak.

6. Berita sebagai Minat Insani

Ada banyak peristiwa yang terjadi diberbagai belahan dunia sejak dulu hingga saat ini yang menggugah perasaan, memainkan akal sehat bahkan membangkitkan empati. Dengan kemampuannya, media mampu menumbuhkan kepekaan khalayak akan situasi dan kondisi disekitarnya.

7. Berita sebagai Ramalan

Berita lazimnya tidak hanya melaporkan peristiwa secara kasat mata atau tetapi juga mengisyaratkan dampak yang ada dari peristiwa tersebut. Salah satu cara untuk menyuguhkan berita yang merupakan interpretasi, prediksi maupun konklusi adalah melalui jejak pendapat atau *survey* atau melalui pendekatan akademik. Misalnya, berita terkait prediksi terkait ancaman kepunahan media cetak dapat dilakukan dengan melakukan *survey* kemudian analisis secara keilmuan. dengan begitu, prediksi dalam berita dapat dipertanggungjawabkan atas dasar riset maupun akademik.

8. Berita sebagai Gambar

Edwin Emery (dalam Sumadiria, 2006: 79) mengatakan seni menyampaikan suatu cerita melalui foto dan gambar jauh lebih tua dibanding penggunaan rangkaian kata-kata. Foto, gambar ilustrasi maupun grafik memang merupakan pelengkap yang sangat penting dalam berita terutama berita tertulis. Berita tanpanya akan monoton dan membosankan.

Willing Barus (2010: 31) dalam bukunya “Jurnalistik Petunjuk Teknis Menulis Berita” menyatakan:

Sebagai produk jurnalistik, nilai sebuah berita ditentukan dengan melihat seberapa jauh syarat-syarat terpenuhi dalam sebuah berita. Terdapat perbedaan dalam menentukan hal tersebut, ada yang menekankan segi unsur, ada yang menekankan segi sifatnya dan ada pula pada ciri-cirinya.

Untuk mengkaji berita bahkan dalam praktiknya membuat berita, unsur berita merupakan bagian penting. Hikmat Kusumadiningrat dan Rahmat Kusumadiningrat dalam bukunya “Jurnalistik Teori dan Praktik” memberikan lima unsur layak berita sebagai berikut.

1. Berita harus Akurat

Berita yang akurat dari segi teknis secara tetap menulis data yang ada di lapangan dan menggambarkan peristiwa atau sesuatu dengan *grammar* yang tepat. Akurasi sebuah berita adalah verifikasi antara fakta dan berita (Tawakal, 2017: 45).

2. Berita harus Lengkap, Adil dan Berimbang

Yang dimaksud berita lengkap adil dan berimbang adalah berita disajikan lengkap data, fakta maupun sumbernya, muatannya harus adil dalam artian mewakili kepentingan umum dan berimbang antara berbagai pihak yang terlibat dalam pemberitaan.

3. Berita harus Objektivitas

Berita yang dimuat adalah laporan yang selaras dengan apa yang terjadi, tidak memihak dan bebas dari prasangka.

4. Berita harus ringkas dan jelas

Dalam membuat berita jurnalis sebisa mungkin memfilter data dan fakta yang ada sehingga dimuat secara ringkas dengan tetap kaya akan informasi dan diolah dengan baik agar dapat dimengerti oleh khalayak.

5. Berita harus Hangat

Setiap media berlomba-lomba untuk menjadi tercepat dalam menyampaikan berita sehingga dalam konteks waktu berita merupakan hal yang biasa. Berita yang hangat merupakan berita yang saat ini disebut dengan “*viral*” berita yang sedang ramai diperbincangkan dan mendapat banyak perhatian khalayak.

Willing Barus (2010: 31) menyebutkan lima formulasi ciri sebuah berita yaitu sebagai berikut:

1. *Accuracy*: akurat, cerpat dan teliti;
2. *Universality*: berlaku umum;
3. *Fairness*: jujur dan adil;
4. *Humanity*: nilai kemanusiaan;
5. *Immediate*: segera.

E. Nilai Berita

Di sisi lain, dalam beberapa buku, nilai berita dilihat sebagai syarat yang penting. Kusumaningrat (2005: 61) meringkas nilai berita dalam pandangan modern sebagai asumsi-asumsi intuitif jurnalis tentang apa yang menarik bagi khalayak tertentu yaitu apa yang menjadi perhatian mereka. Siregar dkk (1998: 27)

menyatakan nilai berita sebagai ukuran-ukuran tertentu yang harus dipenuhi suatu kejadian atau peristiwa sebelum diberitakan oleh pers karena tidak semua peristiwa dapat dijadikan berita jurnalistik. Dalam jurnalisme, nilai berita dianggap sebagai saringan teknis atau *filter* untuk menilai kelayakan suatu objek untuk diberitakan (Ecip, 2007: 26). Sebuah informasi dapat dimuat sebagai berita harus bernilai berita. Hal ini karena berita merupakan konsumsi khalayak sehingga harus bernilai informatif setidaknya bagi sebagian besar orang.

Dalam kepustakaan dan pengajaran jurnalistik terdapat beberapa perbedaan dalam melihat nilai berita. Meminjam istilah Kusumaningrat, mewakili pandangan lama, Tobias Peucer pada tahun 1690 menulis disertasi (termasuk yang pertama) terkait penerbitan surat kabar. Peucer (dalam Kusumaningrat, 2005: 59) mengemukakan beberapa kriteria yang menentukan nilai berita antara lain:

1. Tanda-tanda yang tidak lazim, benda-benda yang ganjil, hasil kerja atau produk alam yang luar biasa atau inovatif, bencana alam mengerikan, sesuatu yang aneh dan penemuan-penemuan baru.
2. Situasi atau dan kondisi pemerintahan mencakup perubahan-perubahan, masalah, undang-undang baru, upacara resmi, dan berita seputar kerajaan.
3. Seputar masalah-masalah gereja dan keterpelajaran serta segala hal lain yang berkaitan dengan alam, gereja, masyarakat dan sejarah keagamaan.

Selain itu, Peucer (dalam Kusumaningrat, 2005:60) juga menegaskan bahwa hal-hal rutin dan biasa serta bersifat murni pribadi yang tidak berkaitan dengan kepentingan umum tidak memiliki nilai berita. Melihat dari perkembangan saat ini, cakupan nilai berita menjadi semakin luas. Keingintahuan khalayak akan informasi

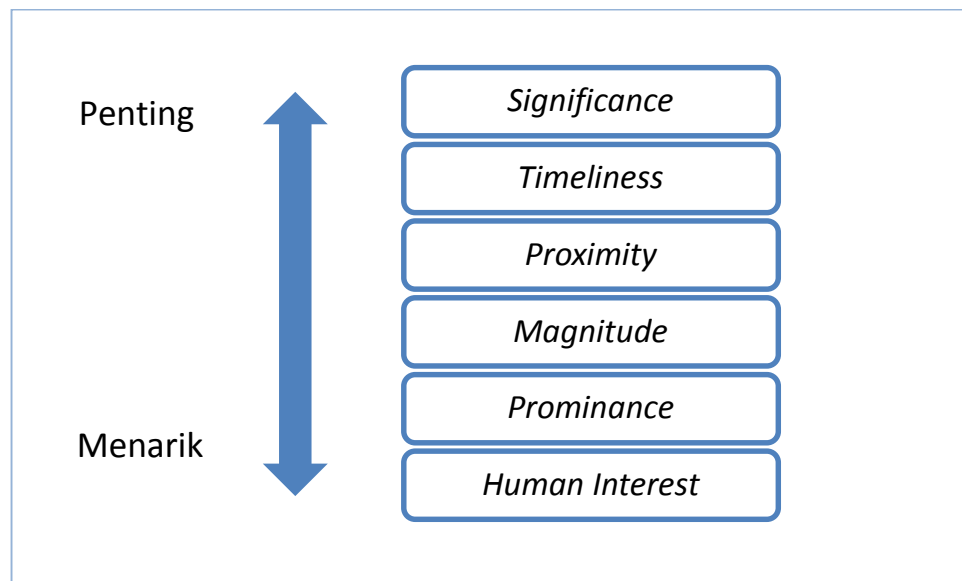
dan peristiwa di lingkungannya bahkan di dunia semakin bertambah bahkan tak terbatas.

Dalam pandangan *modern*, cakupan nilai berita menjadi lebih luas dan kompleks. Implikasi secara langsung maupun tidak langsung adalah disebabkan perkembangan kajian dibidang jurnalistik itu sendiri, perkembangan teknologi komunikasi dan berubahnya pola komunikasi masyarakat seiring dengan perkembangan zaman. Terdapat beberapa pandangan yang berbeda dalam merumuskan nilai berita. Meskipun begitu masing-masing mempunyai keterkaitan, ada yang melengkapi, ada pula yang mempertegas maupun saling menjelaskan dan ada juga yang mengspesifikkan penggunaannya pada media pemberitaannya.

Pendekatan sistematis paling awal dalam menentukan nilai berita dilakukan oleh Galtung dan Ruge tahun 1960-an dengan membagi nilai berita kedalam 12 kriteria nilai berita. Perkembangan selanjutnya para ahli mencoba memberikan versi baru dari kategorisasi nilai berita dengan lebih mengkhususkan pada medianya seperti surat kabar (Harcup dan O'Neill, 2001), televisi (McGregor, 2002).

Meskipun mengalami banyak perubahan dan perbedaan pendapat dari para ahli, secara garis besar komponen utama yang terdapat diberbagai pendapat masih sama. Secara umum, ada enam unsur untuk mengukur peristiwa bernilai berita atau layak berita (Siregar, 1998: 27-28). Nilai berita berdasarkan penting dan menarik sebuah peristiwa digambarkan oleh Siregar (1998: 30) sebagai berikut:

Gambar 2.1
Gagasan Hierarki Nilai Berita



Sumber : Buku Bagaimana Meliput dan Menulis Berita untuk Media Massa. Ashadi Siregar: 1998

Untuk melihat unsur dominan dari nilai berita tersebut Ashadi Siregar (1998: 27-28) menjelaskan:

Semakin banyak unsur informasi yang mendekati urutan teratas, yaitu unsur signifikan, maka semakin penting informasi bagi pembaca. Sebaliknya, semakin banyak unsur informasi yang mendekati urutan terbawah, yaitu unsur manusiawi, maka semakin menarik berita itu. Bisa saja unsur yang bernilai penting sama banyak dengan unsur yang bernilai menarik.

Setiap berita yang memiliki nilai berita layak untuk diberitakan. Unsur penting dan menarik dari sebuah berita dalam hal ini hanya digunakan untuk mengukur dan meringkaskan kecenderungan kandungan informasi dari berita. Oleh karena itu, variasi pemberitaan baik agar pembaca tidak jenuh dalam membaca berita. Sehingga berita yang hanya memiliki unsur penting saja, atau menarik saja tetap layak untuk diberitakan.

E. Tema Berita

Tema berita mengelompokkan berita kedalam beberapa kategori berdasarkan materi isi, pokok persoalan atau topik masalah yang diangkat dalam berita. Pengelompokan berdasarkan tema berita ini berkaitan langsung dengan segmentasi khalayak. Setiap individu memiliki ketertarikan yang berbeda dalam hal informasi yang diinginkan dan dibutuhkan.

Dalam sajian berita, pengelompokan berita berdasarkan tema memudahkan khalayak untuk memilih berita berdasarkan tema yang diinginkan. Selain itu, yang terpenting, secara teknis memudahkan praktisi jurnalis dalam hal kerapian dan keteraturan. Pengelompokan dalam *website* berita diatur dengan manajemen konten (*content management*) yang berlapis-lapis jendela atau navigasi untuk masuk ke menu (*feeding*) atau bahkan lokasi beritanya (Barus, 2010: 41). Berita berdasarkan topik persoalan mencakup bidang yang sangat luas dan kompleks. Sehingga satu bidang persoalan masih dapat diturunkan lagi secara lebih spesifik. Adapun 14 bagian besar dari tema berita sebagai berikut.

1. Politik dan Pemerintahan
2. Ekonomi dan Keuangan
3. Hukum dan Peradilan
4. Kriminal dan Kejahatan
5. Masalah Moral
6. Kecelakaan dan Bencana
7. Ilmu Pengetahuan dan Teknologi
8. Pendidikan

9. Kesehatan
10. Agama
11. Seni dan Budaya
12. *Infotainment*
13. Pariwisata
14. Gaya Hidup

F. Teori Agenda *Setting*

Istilah agenda *setting* menurut Maxwell E. McCombs dan Donald L. Shaw dalam Nuruddin dalam Ritonga (2018:34) mengatakan bahwa mereka percaya bahwa media massa memiliki kemampuan untuk mentransfer hal yang menonjol yang dimiliki sebuah berita dari *news* agenda mereka kepada *public* agenda. Pada saatnya, media massa mampu membuat apa yang penting menurutnya, menjadi penting pula bagi masyarakat. Sementara Syukur Kholil mengutip pendapat Samsudin A. Rahim dalam Ritonga (2018:34) mengemukakan bahwa agenda *setting* adalah peran media massa yang mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi pendapat dan perilaku masyarakat dengan menentukan agenda terhadap masalah yang dipandang penting. Berdasarkan dua pendapat di atas, maka dapat disimpulkan agenda *setting* merupakan peran media dalam membuat/menentukan agenda orang-orang yang terkena informasi tersebut.

Teori agenda *setting* pertama kali dikemukakan oleh Walter Lippman pada konsep “*The World Outside and The Picture in Our Head*” yang sebelumnya telah menjadi bahan pertimbangan oleh Bernard Cohen dalam konsep “*The mass media may not be successful in telling us what to think, but they are stunningly successful*

in telling us what to think about". Penelitian empiris ini dilakukan Maxwel E. McCombs dan Donald L. Shaw ketika mereka meneliti pemilihan presiden tahun 1972. Mereka mengatakan, walaupun para ilmuwan yang meneliti perilaku manusia belum menemukan kekuatan media seperti yang disinyalir oleh pandangan masyarakat yang konvensional, belakangan ini mereka menemukan cukup bukti bahwa para penyunting dan penyiar memainkan peranan yang penting dalam membentuk realitas sosial kita. Khalayak bukan saja belajar tentang isu-isu masyarakat dan hal-hal lain melalui media, mereka juga belajar sejauh mana pentingnya suatu isu atau topik dari penegasan yang diberikan oleh media massa.

Menurut Littlejohn & Foss dalam Prima (2017) mengatakan bahwa terdapat dua asumsi dasar yang paling mendasari penelitian tentang penentuan agenda yakni (1). Masyarakat pers dan mass media tidak mencerminkan kenyataan; mereka menyaring dan membentuk isu. (2). Konsentrasi media massa hanya pada beberapa masalah masyarakat untuk ditayangkan sebagai isu-isu yang lebih penting daripada isu-isu lain.

Media massa dengan memberikan perhatian pada isu tertentu dan mengabaikan yang lainnya, akan memiliki pengaruh terhadap pendapat umum. Orang akan cenderung mengetahui tentang hal yang diberitakan media massa dan menerima susunan prioritas yang diberikan media massa terhadap isu-isu yang berbeda. Kaitannya antara urutan isu yang ditetapkan media dan urutan signifikasi yang dilekatkan pada isu yang sama oleh publik dan politikus.

Media massa memiliki kemampuan untuk memberitahukan kepada masyarakat atau khalayak mengenai isu-isu tertentu yang dianggap penting dan

kemudian khalayak tidak hanya mempelajari dan memahami isu-isu pemberitaan tetapi juga seberapa penting arti suatu isu atau topik berdasarkan cara media massa memberikan penekanan terhadap isu tersebut. Jadi apa yang dianggap penting dan menjadi agenda media maka itu pulalah yang juga dianggap penting dan menjadi media bagi khalayak.

Proses agenda *setting* memiliki tiga proses, yakni (1). Media Agenda – dimana isu didiskusikan di dalam media, (2). *Public* Agenda – ketika isu didiskusikan dan secara pribadi sesuai dengan khalayak (3). *Policy* Agenda – pada saat para pembuat kebijaksanaan menyadari pentingnya isu tersebut.

Jadi salah satu aspek yang paling penting dalam konsep agenda *setting* adalah peran fenomena komunikasi massa. Media massa mempunyai kemampuan untuk memilih dan menekankan topik tertentu yang dianggapnya penting (menetapkan agenda) sehingga membuat publik berpikir bahwa isu yang dipilih media itu penting.

Agenda *setting* menggambarkan kekuatan pengaruh media yang sangat kuat dalam pembentukan opini masyarakat. Media massa mempunyai kemampuan untuk memilih dan menekankan topik tertentu yang dianggapnya penting (menetapkan ‘agenda’/agenda media) sehingga membuat publik berpikir bahwa isu yang dipilih media itu penting dan menjadi agenda public.