

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Media Massa

Perkembangan komunikasi sebagai suatu proses, sejalan dengan perkembangan peradaban manusia. Bermula dari taraf paling sederhana berupa *intra personal comunicatiani* yang dimanifestasikan dalam bentuk dialog dengan diri sendiri kemudian berkembang dengan perlunya kebutuhan akan lawan bicara sehingga disebut dengan *interpersonal communication*. Seiring dengan pertumbuhan manusia yang begitu pesat, muncullah apa yang dinamakan *mass communication* (JB. Wahyudi, 1996).

Mass communication berarti komunikasi dengan menggunakan alat-alat mekanis tertentu yang dikenal dengan istilah media massa. Sehingga dapat dikatakan bahwa *mass communication* sama dengan *media communication* (Sofiah, 1995:56).

Komunikasi massa merupakan upaya untuk memenuhi pencarian masyarakat terhadap informasi. Dan kini masyarakat memasuki sebuah era yang disebut dengan abad komunikasi massa. Komunikasi telah mencapai suatu tingkat dimana orang mampu berbicara dengan jutaan orang secara serentak dan serempak (Sofiah, 1995:186).

Dalam dunia modern yang sarat dengan nuansa globalisasi, signifikansi komunikasi massa dalam perkembangan pola komunikasi masyarakat adalah satu

hal yang terelakkan. Sehingga berbagai hal yang terkait dengannya selalu menarik untuk dikaji dan dicermati secara serius, termasuk media massa sebagai komponen utama pola komunikasi massa.

Dennis McQuail menggaris bawahi signifikansi media massa dengan menyatakan bahwa media massa adalah sesuatu yang terus bertumbuh dan memiliki aspek yang sangat penting dalam masyarakat (Dennis McQuail^{2001:1}). Lebih lanjut, McQuail menjabarkan poin-poin signifikansi media massa, yakni:

1. Sumber kuasa, artinya media massa merupakan instrument yang sangat potensial untuk mempengaruhi dan mengendalikan inovasi dalam masyarakat.
2. Media massa merupakan tempat pelbagai persoalan public dilaksanakan secara nasional maupun internasional.
3. Media massa merupakan sumber utama bagi pendefinisian dan gambaran realitas social, sekaligus sebagai tempat perubahan cultural dalam mengkonstruksikan, melanggengkan, serta mengekspresikan nilai-nilai kelompok dan masyarakat.
4. Media massa merupakan kunci utama untuk merayakan status dan kinerja di wilayah publik.
5. Media massa merupakan sumber bagi terciptanya keteraturan system makna public yang menyediakan titik balik bagi apa-apa yang dianggap normal, baik secara empiris maupun reviewatif, penyimpangan diingatkan dan perbandingan dibuat dalam pengertian pemahaman public yang demikian.

Meresponi pendapat McQuail (dalam Susanto Kartubi, 2000), mengatakan bahwa saat ini komunikasi massa merupakan sesuatu yang memang sudah menjadi kebutuhan.

Ledakan teknologi media, jangkauan global modal, erosi keberadaan Negara bangsa, pergerakan penduduk, kesadaran akan hak-hak asasi universal, kesemuanya itu telah mempengaruhi gerak arus cultural yang semakin dekat secara bersamaan. Kesemuanya membawa kita sebagai bagian dari satu kesatuan ekonomi, politik, kebudayaan dan moral.

Deskripsi diatas memberikan gambaran akan arti penting media massa dalam kehidupan masyarakat modern. Secara umum, media massa yang kita kenal saat ini terbagi dalam dua kelompok, yaitu (Aceng Abdullah^{2001: 14-15}):

1. Media cetak, terdiri dari surat kabar, tabloid, majalah.
2. Media elektronik, terdiri dari radio siaran dan televisi siaran.

Secara khusus, penelitian ini beroperasi pada lingkup media cetak atau dikenal dengan istilah pers. Lebih khusus lagi penelitian ini terfokus pada pengelolaan rubric oleh redaksi surat kabar harian. Mengingat, “Diantara segala macam bentuk pers, surat kabar harian adalah bentuk yang menduduki tempat terpenting, terutama dalam aspek pemberitaannya” (Mochtar Lubis, 1999:32).

2.2. Pers dan Jurnalisme

Istilah “pers” sendiri berasal dari bahasa Inggris, karena proses produksinya memakai tekanan (pressing). Sebagian orang menyebut istilah pers sebagai kependekan dari persuratkabaran (Mochtar Lubis, 1999:32). Secara harfiah pers berarti cetak dan secara tercetak atau publikasi secara dicetak atau printed publications (Onong Uchjana, 1992).

UU No.1 tahun 1966 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Pers sebagaimana telah ditambah dengan UU No.4 tahun 1957 dan diubah lagi dengan UU No.21 tahun 1982, menjelaskan apa yang dimaksud dengan pers. Pers adalah:

Lembaga kemasyarakatan, alat perjuangan nasional yang mempunyai karya sebagai salah satu media komunikasi massa, yang bersifat umum berupa penerbitan yang teratur waktu terbitnya, diperlengkapi atau tidak dengan alat-alat milik sendiri berupa percetakan, alat-alat foto klise, mesin-mesin tekstil atau alat-alat teknik lainnya (Totok Djuroto, 2000:4).

Sementara menurut leksikon komunikasi, pers berarti:

1. Usaha percetakan atau penerbitan
2. Usaha pengumpulan dan penyiaran berita
3. Penyiaran melalui surat kabar, majalah dan televise.
4. Orang-orang yang bergerak dalam penyiaran berita.
5. Medium penyiaran berita, yakni surat kabar, majalah, radio dan televise (Totok Djuroto, 2000:4).

Dalam UU RI No. 40 tahun 1999 yang mengatur tentang pers disebutkan dalam pasal 1 bahwa yang dimaksud dengan pers adalah:

“Pers adalah lembaga social dan wahana komunikasi masa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik seperti meliputi, mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik dan segala jenis saluran yang tersedia” (Totok Djuroto, 2000:153).

Selanjutnya, dengan masuknya media elektronika dalam lingkup media massa istilah pers menjadi lebih luas. Amak Syarifuddin, seperti dikutip Totok Djuroto menyatakan “Pers dalam arti sempit terbatas pada media cetak saja misalnya Koran, majalah, bulletin, brosur, pamphlet dan leaflet. Tetapi pers dalam arti luas mencakup media elektronik, seperti radio, televise, dan film (Totok Djuroto, 2000:4).

Lebih lanjut Bob Widyahartono menyebutkan bahwa pers mempunyai fungsi dan peranan sebagai berikut:

1. Memberi informasi
2. Mendidik
3. Menghibur
4. Mempengaruhi

Sedangkan menurut Ashadi Siregar (1995:56-57), menyoroti fungsi pers yang sesuai dengan kaidah jurnalistik yang paling murni adalah mengubah realitas

menjadi informasi kemudian menyajikannya. Informasi pers adalah realitas tentang manusia dan peristiwa yang atraktif dan punya nilai berita (news worthy).

Apabila dikaji secara lebih mendalam, maka pers yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pers dalam arti sempit yaitu penerbitan melalui proses percetakan, khususnya *surat kabar* atau lebih dikenal dengan *Koran*.

Sebagaimana dijelaskan dalam UU RI No.40 tahun 1999 bahwa surat kabar adalah sebuah lembaga social dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik, guna memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi. Kegiatan jurnalistik atau jurnalisme surat kabar menurut Mursito adalah: Kegiatan mencari dan mengolah fakta, realitas empiric, kemudian dilaporkan kepada khalayak melalui media massa. (Mursito, BM, 1999)

Sementara Andi Baso Mappatoto (1993:70) mendefinisikan jurnalistik sebagai:

a) Segala bentuk yang membuat berita dan ulasan mengenai berita sampai kepada kelompok pemerhati.

(...journalism embraces all the forms in which and through which the news and the comments on the news reach the public).

Pengumpulan, pelukisan, penafsiran, dan penyebaran informasi umum, pendapat pemerhati, hiburan umum secara sistematis dan dapat dipercaya untuk diterbitkan di surat kabar, majalah dan disiarkan di stasiun siaran

(... the systematic and reliable gathering, writing, interpreting, processing, and disseminating of public information, public opinion, and public entertainment for publication in newspapers, magazines and broadcasts).

- b) Bidang pekerjaan yang dalam pelaksanaannya, berita dilaporkan dan penafsiran serta pendapat berdasar atas berita disampaikan.

(...the occupation in which news is reported and interpretation and opinion based on news are given).

Segala bentuk kegiatan jurnalistik tersebut, yang meliputi pencarian informasi, peliputan dan pengolahan informasi yang kemudian disampaikan kepada pembaca, disebut sebagai karya jurnalistik (JB Wahyudi,1996:1). Karya jurnalistik bersumber dari fakta atau realitas yang mengandung nilai berita di dalam masyarakat, seperti peristiwa, pendapat, masalah hangat, dan masalah atau hal unik, oleh karena itu bersifat factual. Karya jurnalistik di dalam pengelolaannya mengemban sebuah misi agar dapat berfungsi dalam masyarakat.

Lebih lanjut JB Wahyudi (1996:3) memberikan pemahaman mengenai fungsi karya jurnalistik. Menurutnya, karya jurnalistik memiliki fungsi untuk menginformasikan fakta dan atau pendapat yang mengandung nilai berita yang terjadi di tengah masyarakat, serta memberikan penjelasan masalah hangat melalui narasumber yang relevan untuk mengurangi atau meniadakan ketidakpastian yang ada di tengah masyarakat. Karya jurnalistik ini berupa ide, kreativitas, gagasan yang dituangkan ke dalam bahasa tulisan dan gambar atau

kedua-duanya. Lazim disebut sebagai berita. Agar sebuah berita laik untuk dinikmati, maka ia harus memiliki *value* atau *nilai* dalam pemberitaannya.

Pada dasarnya apa yang diperlukan dan diinginkan sebagian besar khalayak, ditambah dengan aktualitas, adalah apa yang disebut dengan nilai berita. Aceng Abdullah, pakar komunikasi asal Bandung, berhasil merinci unsure-unsur nilai berita yang dianut oleh sebagian besar media. Menurut Abdullah terdapat 11 unsur yang mampu merefleksikan konsep nilai berita, yaitu (hal 53-65):

1. **Aktualitas.** Aktual dapat berarti hangat, dalam arti kendati peristiwanya sudah lama, tetapi baru terungkap saat ini, maka berita itu dapat menjadi actual andaikata dalam kurun waktu tersebut belum pernah diangkat media lain.
2. **Kedekatan (Proximity).** Unsur ini dapat berarti dekat secara geografis, bias pula kedekatan emosional antara media dengan pembacanya.
3. **Penting.** Unsur ini berarti menyangkut orang penting atau orang terkenal. Penting juga dapat berarti peristiwa atau kegiatan yang dilakukan menyangkut kepentingan orang banyak atau menyangkut masa depan bangsa dan Negara.
4. **Keluarbiasaan.** Berupa perbedaan social, budaya, politik, ekonomi, pertahanan, keamanan dan lain-lain, hal ini juga identik dengan kekontrasan.
5. **Akibat yang ditimbulkan.** Terkait dengan dampak yang berpengaruh secara luas terhadap orang banyak.

6. **Ketegangan.** Sesuatu yang menegangkan sudah tentu menarik bagi setiap orang.
7. **Konflik atau Pertentangan.** Minimal melibatkan dua pihak yang saling berseberangan dan berbeda pendapat.
8. **Seks.** Unsur ini merupakan pemberian kepada manusia yang sangat universal sehingga memiliki daya tarik yang tinggi.
9. **Kemajuan.** Unsur ini menyajikan sebuah proses yang berkesinambungan sehingga menarik untuk diamati.
10. **Emosi.** Sebuah peristiwa yang mampu menggugah emosi atau perasaan setiap orang juga memiliki daya tarik.
11. **Humor.** Sesuatu yang berbau humor selalu digemari karena setiap orang pada dasarnya suka tertawa.

M. Wonohito (1997:23) melihat nilai berita dari sisi yang berbeda. Ia menyatakan bahwa *unsure mutlak nilai berita adalah rasa ingin tahu pembaca*. Dalam bukunya, ia mengutip pernyataan George Fox Matt bahwa “*The touchstone of news value is reader interest*” (ciri pengenalan nilai berita adalah hasrat ingin tahu pembaca).

M. Wonohito (1997:24) selanjutnya menjelaskan tentang hal apa saja yang ingin diketahui pembaca, yang pertama adalah *aktualitas*, yang kedua adalah *kedekatan*, ia menyatakan bahwa faktor jarak sangatlah berpengaruh pada hasrat ingin tahu pembaca, dan hasrat ingin tahu pembaca berbanding terbalik dengan jarak antara tempat peristiwa dengan tempat tinggal pembaca.

a. Pers sebagai Entitas dan Organisme

Meminjam istilah PK Ojong bahwa pers layaknya sebuah organisme. Pers lahir dan berkembang mengikuti dinamika perkembangan masyarakat tempat pers itu hidup. Perkembangan pers yang oleh Abdurahman Wahid disebut sebuah 'entitas'ii (<http://www.Kompas.com/kompas-cetak/0406/08/opini/1060572.htm>) dipengaruhi oleh tekanan objektif lingkungan, diantaranya:

Pertama, kompleksitas fakta sosial. Situasi sosial politik di Indonesia rupanya turut mempengaruhi *kehidupan pers*. Perkembangan pers yang mengikuti kondisi sosial tersebut dapat dikategorikan ke dalam tiga fase. Fase pertama pers Indonesia menunjukkan bahwa eksistensinya tidak didukung oleh motivasi ekonomi, tapi lebih didukung oleh motivasi perjuangan, pengabdian dan dedikasi.

Kebangkitan pers awalnya ditandai dengan hadirnya koran pertama milik bangsa Indonesia. Modal berasal dari bangsa Indonesia dan untuk bangsa Indonesia, yakni *Medan Prijaji* yang terbit di Bandung sekitar tahun 1907 (Onong U Effendy MA, 1993:105). Dengan kemampuan penalaran dari sejumlah kecil pemikir dan cendekiawan Indonesia, terbukti keterbelakangan yang menghimpit selama 350 tahun dapat dibangkitkan dalam kurun waktu yang relatif pendek. Yakni dalam proses kebangkitan pergerakan kebangsaan melalui komunikasi media yang efektif selama 38 tahun (1907 – 1945).

Diproklamirkannya kemerdekaan Republik Indonesia pada tahun 1945 merupakan fase awal pers yang sesungguhnya dalam sejarah persuratkabaran di Indonesia. Pada bulan-bulan dan tahun-tahun pertama

setelah Proklamasi, pers Indonesia mengalami kebebasan sepenuhnya. Hal ini dapat dimaklumi karena baik pemerintah maupun pers sendiri belum sampai kepada pemikiran mengenai kebebasan pers. Tahun 1945 terbit *Asia Raya* di Jakarta yang memang diterbitkan di jaman Jepang. Kemudian pada 1 Oktober 1945 terbit harian *Merdeka* sebagai hasil usaha kaum buruh dan Unie yang berhasil menguasai percetakan (Onong U Effendy, 1993:107).

Selama kurun waktu 1950 – 1960 an merupakan fase kedua perkembangan pers di Indonesia. Pada fase ini dapat dikatakan sebagai matinya kebebasan pers di Indonesia. Surat kabar lebih banyak digunakan sebagai corong partai-partai politik. Lebih parah lagi ketika surat-surat kabar di-“Slagorde”-kan, yakni setiap surat kabar diwajibkan beralifasi pada organisasi politik atau organisasi massa. Tidak kurang dari 80 surat kabar pada waktu itu dimiliki oleh sembilan partai politik dan organisasi massa.

Ditumbangkannya pemberontakan G 30 S PKI oleh rakyat bersama ABRI dan mahasiswa membawa perubahan pada percaturan politik di Indonesia. Politik berubah, pers pun berubah. Punahnya Orde Lama digantikan dengan Orde Baru memunculkan surat kabar yang diterbitkan oleh mahasiswa.

Tahun 1966 bagi pers Indonesia merupakan tahun penting karena pada tahun itulah dikeluarkannya Undang-Undang No. 11 tahun 1966 tentang Ketentuan-Ketentuan Pokok Pers (Onong U Effendy MA, 1993:107). Memang akan ada banyak penafsiran dari Undang-Undang ini namun setidaknya ada suatu pegangan untuk bertindak dan mengambil keputusan

ketimbang tidak ada undang-undang sama sekali. Tahun 1945 – 1966 merupakan pers yang bermula dari idealisme perjuangan dan pengabdian masyarakat yang berkembang menjadi perangkat kebangsaan melalui proses panjang dan sampai kepada status lembaga politik. Memasuki periode tahun 1996 sampai 1998, pers nasional mengalami fase pertumbuhan ketiga. Pers hidup pada jaman Soeharto, yakni masa berlakunya SIUPP, kedudukan pemerintah nyaris tanpa kontrol secara efektif. Pemerintah *imun* terhadap kontrol masyarakat, termasuk pers. Berbagai kegiatan di masyarakat yang akan diberitakan pers ditentukan secara absolut oleh pemerintah, sedangkan masyarakat dan pers berada subordinir pemerintah. Nurudin mengilustrasikannya dengan bentuk segitiga sama kaki (Nurudin, 11). Ibaratnya pemerintah punya dua kaki yang sama-sama mencengkeram secara bersamaan pada pers dan masyarakat. Ini dimungkinkan karena SIUPP yang sengaja dimunculkan di era Soeharto dijadikan sebagai alat untuk mengendalikan pers. Tidak aneh apabila kemudian muncul kolusi diantara pers dan pemerintah. Pers masa ini dapat juga disebut sebagai pers perusahaan karena implikasi sistem bagi hasil antara pers dan pemerintah.

Secara struktural dan psikologis pers takut kepada pemerintah. Maka jurnalisme yang sering dikembangkan oleh pers adalah jurnalisme “penyu”, sebuah istilah yang dipinjam dari Nawawi (Nurudin, 112). Artinya, jika keadaan aman, penyu akan mengeluarkan kepalanya namun bila keadaan tidak aman penyu akan menyembunyikan kepalanya. Hal ini dapat dimaknai

bahwa pemberitaan pers dimunculkan dengan sangat ekstra hati-hati. Bila menolak maka “dipasung” kebebasan persnya dengan pembatalan SIUPP.

Kasus pemasangan ini pernah dialami oleh sebuah majalah yang dikelola oleh mantan wartawan Tempo. Ia dikenal dengan tuduhan penghinaan terhadap pemerintah. Pada cover majalah D & R tersebut terlihat gambar Soeharto dalam kartu As King. Soeharto pada masa itu menjabat sebagai Presiden sekaligus tengah menghadapi sidang MPR untuk menghadapi pemilihan presiden masa jabatan 1998 – 2001. Namun belum terjadi pengangkatan presiden, mahasiswa sudah mendesak agar Soeharto lengser dari kedudukannya. Pada masa ini pers sampai kepada “status kelembagaan masyarakat” (Persurat kabaran Indonesia:xi) atau pers sebagai institut sosial. Masa “kejatuhan” Soeharto inilah dimulainya fase keempat dalam perkembangan pers Soeharto. Masa reformasi, pers memiliki kebebasannya.

Era reformasi pun disambut dengan gegap gempita oleh seluruh lapisan masyarakat. Dalam posisi ini pemerintah yang dulunya sangat kuat, lambat laun melemahkan “gigi taringnya”. Pemerintah menjamin sepenuhnya kebebasan pers, termasuk kebebasan menyiarkan berita dan jaminan membentuk wadah kewartawanan, setelah sebelumnya hanya ada satu wadah yakni PWI.

Kemudahan dalam memperoleh Surat Ijin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP) dan penutupan departemen penerangan, membuat bisnis media cetak mengalami ledakan. Ratusan media cetak baru telah terbit dan ratusan pula

yang mati. Sebelum reformasi, Indonesia memiliki 200 media cetak dan jumlahnya melonjak menjadi di atas 2.000 pada era reformasi. Pada tahun 2001 jumlah tersebut turun dengan matinya sejumlah media cetak yang tidak bisa bersaing dalam memperoleh pembaca dan iklan hingga akhirnya tertinggal 1.700 media (Cakram fokus edisi surat kabar – 04/2006).

Sejak 2005, menurut catatan Serikat Penerbit Surat Kabar (SPS) terdapat 829 media cetak. Dari jumlah tersebut masuk menjadi anggota SPS sebesar 415 media. Dari 415 itu kira-kira 300 media cetak hidup dalam kondisi yang sehat dengan pengelompokan dari group *Jawa Pos* 120 media dan dari *Kompas* ada 80 media yang semuanya hidup sehat. Sisanya dari kelompok lain sebesar 100 media cetak yang juga hidup sehat, dalam arti mereka tetap untung (Cakram fokus edisi surat kabar – 04/2006).

Periode ini cenderung bergerak ke arah kebebasan. Media-media khususnya surat kabar mulai berani mengaspirasikan pandangannya. Pers tidak tanggung-tanggung mengekspose sebesa-bebasnya kebobrokan pemerintah. Semua bebas tanpa hambatan baik secara struktural maupun secara psikologis.

Pers tidak perlu lagi takut terhadap larangan pembredelan atau penangkapan gelap redaktornya. Namun menurut seorang pengamat media, Arya Gunawan, kemerdekaan pers yang noabene dihadirkan oleh elit politik tak lama setelah Presiden Soeharto mengundurkan diri di tahun 1998, dalam dua tahun belakangan mulai dipertanyakan kembali.

“Para tokoh politik Indonesia, baik yang duduk di pemerintahan maupun diparlemen, terkesan tidak begitu senang menyaksikan pers yang merdeka di Indonesia. Keluhan dan keberatan yang dari sejumlah kalangan masyarakat mengenai sepak terjang pers, seringkali pula dimanfaatkan oleh sebagian elit politik tadi untuk mengabsahkan tudingan mereka terhadap kemerdekaan pers. Termasuk juga lahirnya istilah “pers kebablasan” (melampaui batas) (*Kemerdekaan Pers dan Komitmen Elit Politik*, 5 September 2006).

Komitmen yang rendah terhadap kemerdekaan pers ini juga tampak dari sejumlah peristiwa yang menimpa beberapa media di Indonesia, mulai dari tindakan anarkis dari sekelompok masyarakat, sampai kepada tindakan hukum yang menimpa sejumlah lembaga pers dan wartawan. Dalam hampir semua kejadian itu, amat jarang kita mendengar ada pernyataan elit politik yang mengecam, atau setidaknya memprihatinkan, situasi kemerdekaan pers yang jelas-jelas terancam.

Oleh karena itu, dalam posisi ini kondisi hubungan pemerintah, pers dan masyarakat bisa digambarkan dalam hubungan segitiga sama sisi (*Kemerdekaan Pers dan Komitmen Elit Politik*. Arya Gunawan, 5 September 2006). Posisi pemerintah masih di atas sebab pemerintah masih punya legitimasi sah untuk memberikan dan tidak memberikan iklim kebebasan.

Kebebasan yang diberikan jadi mendadak dicabut seandainya pers sudah dianggap kelewat batas. Kebebasan yang masih dibatasi juga ditunjukkan dengan masih banyaknya tekanan psikologis dari (mantan) pejabat berupa somasi dan ancaman lain. Dengan demikian, situasi sosial politik dalam negeri turut berpengaruh terhadap ideologi pers sebagai sebuah entitas.

Faktor eksternal *kedua* yang memengaruhi perkembangan pers adalah perkembangan teknologi. Ditemukannya mesin cetak oleh Guttenberg membawa perubahan kepada penyebaran informasi melalui surat kabar.

Perkembangan teknologi komputasi dan komunikasi yang semakin pesat dan dahsyat dari masa ke masa, terutama di era 90-an tidak mengubah wajah koran, tetapi juga memberi peluang lebih besar untuk mendapatkan bahan lewat internet serta mendokumentasikannya. Artinya, sajian media cetak akan lebih mendalam (Anto Prabowo, 2005:83). Sebagai contoh adalah dikembangkannya teknik liputan investigative news. Kemajuan teknologi mendukung liputan sebuah fakta sosial menjadi semakin lengkap, membuat berita bukan hanya sekedar berita namun pengupasannya menjadi lebih mendalam. Alat komunikasi telepon rumah atau kantor yang digunakan wartawan untuk berkomunikasi dengan narasumber kurang memberikan suasana kedekatan. Tetapi dengan kecanggihan telepon genggam atau *hanphone* wartawan seakan-akan bertemu langsung dengan narasumber.

Diperkenalkannya sistem elektronik ke dalam tugas keredaksian sebuah surat kabar sangat berpengaruh terhadap produksi surat kabar. Waktu tidak lagi menjadi kendala untuk menyampaikan perkembangan informasi dengan lebih cepat, jelas, akurat dan komprehensif. Kecepatan arus informasi ini ditunjang dengan kecanggihan teknologi yang dilengkapi dengan modem, terkoneksi dengan internet memudahkan kerja wartawan dalam mengirim berita. Segala macam bentuk gagasan dan ide dari redaksi

dapat dituangkan lantaran didukung dengan kecanggihan teknologi internet ini. Tentunya hal ini berdampak kepada aktualitas informasi seperti yang diinginkan pembaca.

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi itu juga memberi peluang bagi diwujudkannya sistem cetak jarak jauh. Dengan sistem cetak jarak jauh ini, koran-koran dari luar daerah dapat mengantisipasi selisih waktu yang selama ini menjadi kendala. Dengan demikian, waktu sampai ke tangan pembaca menjadi relatif sama dengan koran-koran lokal.

Perkembangan teknologi dari waktu ke waktu juga mempengaruhi tampilan pers. Perkembangan teknologi komputasi dan komunikasi yang semakin pesat dan dahsyat di era 90-an juga mengubah wajah koran. Bentuk fisik pers yakni teknik *lay out* mulanya ditujukan sebagai daya pikat dan hiburan bagi pembaca namun sejalan dengan perkembangan teknologi dan perkembangan teknik liputan, memunculkan wajah baru penerbit pers. Sebuah peristiwa ditambah dengan dukungan grafis, foto dan data yang lengkap menjadikan berita menjadi makin komprehensif.

Teknologi, yang mendukung teknik peliputan berita (*technology assisted reportation*) pada akhirnya berpengaruh kepada kreatifitas para pengelola media agar dapat memenuhi kebutuhan pasar.

Faktor *ketiga* yang mempengaruhi perkembangan pers sebagai entitas ialah orientasi pasar. Mulai tahun 1998 sampai dengan saat ini, per Indonesia merupakan pers dengan orientasi bisnis berbaju pelayanan kepada

kepentingan publik. Sebagai sebuah media yang melayani kepentingan *pasar*, maka pesan yang dibawa harus mampu merefleksika keinginan publiknya. Ini berarti pers harus mampu merefleksikan keinginan publiknya. Ini berarti pers harus mampu menghadirkan sesuatu yang populer bagi publiknya. Media yang memenuhi kriteria inilah yang akan diterima masyarakat dan mampu eksis di tengah iklim persaingan media semakin ketat. Pakar media, Eka Kusuma Yudha, mengatakan, *“Bila ada koran yang tidak mau mengikuti keinginan pasar, itu bodoh, dia bisa gulung tikar”* (Cakram, edisi 192. Februari 2000. hal 10). Persepsi tersebut sejalan dengan dalil berita menurut Newson, *“The Newa is what people want to know”* (Doug Newson, 1985:11) dan sesuai dengan pendapat Ketua PWI Jateng, Sasongko Tedjo SE MM.

“Kekuatan pasar akan sangat menentukan perkembangan pers. Artinya pers jua tunduk pada kekuatan pasar itu. Tapi bukan berarti pers harus mengorbankan idealismenya”.

(<http://www.suratmerdeka.com/harian/0503/16/nas13.htm,askes> 5

September 2006).

Lebih berani, Septiawan Santana K mengatakan bahwa pers kini telah mengalami perubahan orientasi menjadi industri bisnis;

Pers, yang dulu banyak disakralkan oleh nilai idealismenya, pun ikut masuk ke dalam kancah bursa saham. Media, yang dulunya jadi gengsi intelektual, kini hadir bersama misi jualan iklan di tiap milimeter halaman koran dan majalah, di tiap sekon siaran tivi dan radio, di tiap inci tampilan layar situs internet ... item-item pemberitaan pun diseleksi dengan menggunakan asumsi riset pasar. Kerja pemberitaan bukan lagi dihitung hanya berdasar ongkos operasional liputan

(<http://cc.msnsnscache.com/cache.aspx?q=4056485691587&lang=en-US&mkt=en-US&FORM=CVRE8>. Akses 18 September 2006.

Jacob, tokoh pers nasional sekaligus peminan surat kabar Kompas yang juga mendapatkan gelar Young Enterpreunership 2006, mengungkapkan hal senada.

“Pers harus hidup secara bisnis. Anda mesti menulis berita yang bisa dijual.”(<http://www.ntt-online.org/2005/11/29/jakob-oetama-indonesia-entrepreneur-of-the-year-2005/>)

Sebuah argumen menyatakan, fungsi komersial pers berarti pers membiayai dirinya dari penghasilan langganan dan iklan, atau dengan kata lain dari usahanya sendiri. Jika tidak, maka pers itu akan memperoleh subsidi dari pihak lain: dari pemerintah, organisasi politik atau organisasi kepentingan. Dalam situasi ini pers justru terhambat perkembangan profesionalisme dan kebebasannya sehingga fungsi idilnya tidak dapat berjalan. Dengan demikian pers sebagai industri yang memperhitungkan untung rugi perusahaannya bukan lagi sebagai “lembaga social”.

b. Inovasi

Menurut Kjell Skogen (1995:5) inovasi adalah perubahan yang direncanakan, yang bertujuan untuk memperbaiki praktek-praktek. Pemilihan istilah inovasi bukan suatu kebetulan. Kita dapat saja memilih untuk menggunakan kata-kata seperti pekerjaan pengembangan, pengembangan sekolah, perubahan pendidikan atau reformasi. Demi

menghindari makna konotatif yang sudah melembaga dalam bidang pendidikan tradisional, kita memilih istilah inovasi. Dengan demikian kita dapat berada pada posisi yang lebih bebas untuk memberikan isi yang mandiri kepada istilah tersebut. Lebih jauh, inovasi adalah kata internasional yang telah merambah ke bahasa Norwegia dengan sangat cepat dalam berbagai bidang profesional dan keorganisasian. Penting untuk ditekankan bahwa perubahan pada praktek yang ada harus didasarkan atas fondasi profesionalisme dan tingkat keahlian yang tinggi dalam bidang yang bersangkutan.

c. Berita

Menurut Dean M. Lyle Spencer (2006:76) berita adalah suatu kenyataan atau ide yang benar yang dapat menarik perhatian sebagian besar dari pembaca.

Menurut Willard C. Bleyer (2007:30) berita adalah sesuatu yang termasa (baru) yang dipilih oleh wartawan untuk dimuat dalam surat kabar. Karena itu ia dapat menarik atau mempunyai makna bagi pembaca surat kabar, atau karena ia dapat menarik pembaca - pembaca tersebut.

Menurut William S Maulsby (1997:3) berita adalah suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta yang mempunyai arti penting dan baru terjadi, yang dapat menarik perhatian pembaca surat kabar yang memuat berita tersebut.

d. Pasar Tradisional

Dalam pengertian yang sederhana atau sempit pasar adalah tempat terjadinya transaksi jual beli (penjualan dan pembelian) yang dilakukan oleh penjual dan pembeli yang terjadi pada waktu dan tempat tertentu. Definisi pasar secara luas menurut W.J. Stanton (1995:10) adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk memenuhi kebutuhan, uang untuk belanja serta kemauan untuk membelanjakannya. Pada umumnya suatu transaksi jual beli melibatkan produk/barang atau jasa dengan uang sebagai alat transaksi pembayaran yang sah dan disetujui oleh kedua belah pihak yang bertransaksi.

2.3. Komponen Sikap

Menurut Notoatmodjo dalam (Eka, 2010) , terdapat tiga komponen yang secara bersama-sama membentuk sikap yang utuh (total attitude) yaitu :

1. Kognitif (cognitive). Berisi kepercayaan seseorang mengenai apa yang berlaku atau apa yang benar bagi obyek sikap. Sekali kepercayaan itu telah terbentuk maka ia akan menjadi dasar seseorang mengenai apa yang dapat diharapkan dari obyek tertentu.
2. Afektif (affective) Menyangkut masalah emosional subyektif seseorang terhadap suatu obyek sikap. Secara umum komponen ini disamakan dengan perasaan yang dimiliki obyek tertentu.
3. Konatif (conative) Komponen konatif atau komponen perilaku dalam struktur sikap menunjukkan bagaimana perilaku atau kecenderungan

berperilaku dengan yang ada dalam diri seseorang berkaitan dengan obyek sikap yang dihadapi.