

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa sering dipahami sebagai “komunikasi Berhadapan dengan Massa” atau ”Komunikasi berhadapan dengan orang banyak”. Dalam disiplin komunikasi, komunikasi massa selalu dimengerti sebagai “Komunikasi Melalui Media Massa” atau komunikasi dengan menggunakan media massa”, jika kita menyebut media massa, biasanya ditunjuk adalah surat kabar, majalah, dan tabliod, yang dikelompokkan ke dalam media cetak atau radio, dan televisi yang disebut media elektronik

Komunikasi massa diadopsi dari bahasa Inggris *mass communication* yang berarti berkomunikasi dengan media massa atau *mass mediated*. Komunikastor tidak bertatapan langsung dengan khalayak. Little John mendefinisikan media massa sebagai “*suatu proses dengan mana organisasi-organisasi media memproduksi dan mentransmisikan pesan-pesan kepada publik yang besar, melalui proses dimana pesan-pesan itu dicari, digunakan, dimengerti, dan dipengaruhi oleh audience*”. Ini artinya, proses produksi dan transmisi pesan dalam komunikasi massa sangat dipengaruhi oleh kebutuhan dan kepentingan audiens (Mursito, 2006: 3).

2.2 Televisi Sebagai Salah Satu Media Massa

Secara umum, televisi bisa dikatakan sebagai media yang paling luas dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Hal ini dibuktikan oleh data dari pendidikan jurnalis TV, Universitas Indonesia tahun 2004 yang menyebutkan jumlah televisi yang beredar di Indonesia saat itu mencapai angka 30 Juta. Jumlah tersebut diperkirakan terus mengalami peningkatan signifikan dari tahun ke tahun. Bukti itu kemudian diperkuat oleh data Nielsen Media Research, yang pada tahun 2004 menyebutkan; penetrasi media televisi di Indonesia mencapai 90,7%, sedangkan radio 39%, surat kabar 29,8%, majalah 22,4%, internet 8,8%, dan orang menonton bioskop sebesar 15%. Singkatnya, televisi sudah menjadi bagian dari sebagian besar kehidupan masyarakat Indonesia. Perkembangan keberadaannya telah jauh melampaui media lain (Effendy, 1997: 148).

Televisi begitu digemari masyarakat Indonesia, hal ini karena sebagai media audio visual, televisi tidak membebani banyak syarat bagi *audience*-nya. Setiap orang dari berbagai tingkat usia, pendidikan, status sosial dan ekonomi dapat menikmatinya tanpa perlu keahlian khusus. Tidak seperti media cetak yang mengharuskan konsumennya untuk dapat membaca. Ditambah pula, budaya lisan yang akrab dengan bangsa Indonesia cenderung lebih dekat dengan budaya audio visual ketimbang budaya membaca. Sehingga praktis, masyarakat Indonesia lebih memilih media audio visual daripada menggunakan media cetak atau suara.

Televisi dapat menyajikan pesan/objek yang sebenarnya termasuk hasil dramatisir secara audio visual dan unsur gerak (*live*) dalam waktu bersamaan (*broadcast*). Pesan yang dihasilkan televisi dapat menyerupai benda/objek yang sebenarnya. Sehingga efek yang diakibatkan media ini sungguh memeras

perhatian kebanyakan indera kita. Semakin banyak indera yang dilibatkan dalam suatu proses komunikasi, mengakibatkan komunikasi menjadi semakin efektif. Bahkan kini, televisi sudah menjadi bagian dari kehidupan sosial masyarakat Indonesia. Hal ini karena kegiatan menonton televisi bukanlah aktivitas soliter, sendiri dan terpisah dari aktivitas lainnya. Sebaliknya, menonton televisi merupakan aktivitas sosial yang jalin-menjalin dengan tanggung jawab dan tugas-tugas rutin pengelolaan rumah tangga sehari-hari (Kris, 2002). Sehingga seseorang tetap dapat melakukan kegiatan sehari-hari sambil tetap menikmati tayangan televisi. Seperti digambarkan oleh Don De Lillo, dalam bukunya berjudul *White Noise* (1985) “*Untuk sebagian besar orang, hanya ada dua tempat terpenting di dunia, yaitu tempat mereka hidup dan tempat televisi diletakkan*” (Garin, 1995).

Dilihat dari sisi masyarakat, naiknya pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan, dan daya beli masyarakat Indonesia mengakibatkan media komunikasi elektronik ini nampak semakin terjangkau. Kini memiliki televisi sama halnya dengan memiliki setrika atau lemari. Televisi bukan merupakan barang mewah lagi. Hal ini didukung oleh produsen-produsen televisi yang tidak henti-hentinya melakukan ekspansi pasar secara besar-besaran. Televisi dibuat dengan berbagai tipe, ukuran, dan harga yang bermacam-macam. Ia dapat dengan mudah diperoleh di toko-toko elektronik dekat rumah kita.

Salah satu unsur penting lain yang tidak dapat dilepaskan dari meningkatnya penggunaan teknologi penyalur informasi dengar pandang ini dalam masyarakat Indonesia adalah keberadaan stasiun televisi sebagai penyedia jasa komunikasinya. Hal ini karena, tanpa stasiun televisi, televisi tidak lebih dari

sekedar barang rongsokan. Keduanya saling melengkapi. Acara televisi yang menarik akan secara otomatis membuat orang ingin menonton televisi. Ini artinya, kebutuhan informasi masyarakat melalui televisi pada dasarnya ada pada jenis program acara yang disajikan oleh stasiun-stasiun televisi yang mengudara. Program acara televisi pertama yang dibuat di Indonesia adalah pada saat stasiun televisi pertama di Indonesia, Televisi Republik Indonesia (TVRI) mengudara pada 24 Agustus 1962 yaitu pembukaan pesta olahraga se-Asia (ASEAN GAMES) ke IV yang berlangsung di Senayan.

Pada tahun 1989, muncullah stasiun televisi baru yakni Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI). Berbeda dengan TVRI yang dikelola oleh pemerintah dan menjadi televisi publik, RCTI muncul sebagai stasiun televisi pertama yang bersifat komersial dan dikelola oleh swasta. Pada era selanjutnya mulai muncul banyak televisi seperti Surya Citra Televisi (SCTV), Televisi Pendidikan Indonesia (TPI), Andalas Televisi (ANTeVe). Hingga kini terdapat setidaknya 9 stasiun televisi swasta nasional dan beberapa televisi lokal yang berada di daerah-daerah. Bahkan, Indonesia memiliki banyak stasiun televisi swasta nasional lebih banyak daripada negara maju seperti Amerika & Inggris. Hal ini membuat arus informasi yang ada di lingkungan nasional justru bukan didominasi Negara namun justru didominasi oleh pihak swasta.

2.3 Program Acara Televisi

Kemunculan sejumlah stasiun televisi tersebut menandai era komunikasi audio visual di Indonesia sudah dimulai. Dalam kurun waktu 10 tahun ini, jam siar televisi yang dulu terbatas, kini hampir semua stasiun televisi mengudara

selama 24 jam nonstop. Otomatis, selama itu, begitu banyak acara televisi telah diproduksi. Mulai dari berita, drama, kuis, *talkshow*, reality show, dan sebagainya. Semakin hari, format acara televisi semakin bervariasi.

Format acara televisi adalah perencanaan dasar dari suatu konsep acara televisi yang akan menjadi landasan kreativitas dan desain yang akan terbagi dalam berbagai cerita utama yang disesuaikan dengan tujuan dan target pemirsa acara tersebut. Format acara televisi ini yang menjadi dasar pembuatan suatu program (Naratama, 2006: 63)

Jenis program acara televisi dapat dibedakan berdasarkan format teknis atau berdasarkan isi. Format teknis merupakan format-format umum yang menjadi acuan terhadap bentuk program televisi. Berdasarkan isi, program televisi berbentuk berita dapat dibedakan antara lain berupa program hiburan, drama, olahraga, dan agama. Adanya program acara televisi disebabkan karena adanya stasiun televisi. Berbagai macam program acara mereka tawarkan demi menarik perhatian pemirsanya.

Program acara televisi itu banyak sekali ragam dan jenisnya. Mulai dari talk show, kuis interaktif, musik, film, sinetron, dokumenter, kajian agama, kompetisi olah raga, kesehatan, rubrik kecantikan, tata boga dan lain sebagainya. Kesemuanya disiarkan dengan format struktur tertentu dan saling melengkapi. Setiap stasiun televisi berlomba-lomba menampilkan penayangan yang paling maksimal guna memperoleh perhatian pemirsanya sehingga dapat menduduki rating tertinggi. Karena memang, di dunia pertelevisian rating bagaikan malaikat pencabut nyawa yang siap sewaktu-waktu menjadi diktator dan penguasa terhadap keberlangsungan sebuah acara televisi.

Setiap stasiun televisi memiliki strategi tersendiri dalam mengatur jam tayang acara yang dimilikinya sesuai dengan waktu kebutuhan pemirsa pada umumnya. Pengaturan penayangan program televisi di sebuah stasiun televisi biasanya diatur oleh bagian pemrograman siaran atau bagian perencanaan siaran. Pada umumnya, pihak perencanaan siaran mengatur jadwal penayangan satu program televisi berdasarkan perkiraan kecenderungan menonton peminat program tersebut. Misalnya, pengaturan jadwal tayang siaran berita di pagi hari disesuaikan dengan kecenderungan peminat penonton siaran berita karena masyarakat biasanya membutuhkan berita/informasi terbaru di pagi hari sebelum beraktifitas atau berangkat bekerja. Tak lepas dari perhatian stasiun televisi dalam mengatur jam tayang yang sesuai dengan waktu kebutuhan pemirsanya, genre, etika dan tingkatan usia pun juga wajib di perhatikan menyangkut bahwa televisi merupakan media penyiaran yang sangat berperan dan bisa dikatakan paling mudah pengaruhnya terhadap terciptanya proses persepsi dan opini masyarakat umum.

Terlepas dari betapa penting peran televisi bagi kesejahteraan bangsa Indonesia adalah bahwa kesemua acara televisi tersebut berfungsi untuk membentuk mental dan moral bangsa Indonesia menjadi lebih baik dari sebelumnya untuk menghadapi era globalisasi yang semakin maju dan bersaing ketat. Program acara televisi pun di bagi menjadi dua, yaitu program acara berita dan program acara non berita. Tidak semua acara non berita selalu bersifat menghibur, begitu juga sebaliknya.

2.4 Berita (*news*)

Menurut Prof. Mitchel V. Charnley, berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau opini yang penting atau menarik minat, atau kedua-duanya, bagi sejumlah besar orang. Menurut Paul D. Maessenner, news adalah sebuah informasi yg baru tentang suatu peristiwa yang penting dan menarik perhatian serta minat pendengar dan menurut Curtis Beckmann, berita adalah laporan atas opini atau peristiwa yang penting bagi sejumlah besar khalayak. Berita yang besar adalah liputan opini atau peristiwa yang sangat dibutuhkan pula bagi khalayak. Dari ketiga pengertian di atas, penulis menyimpulkan bahwa berita adalah laporan atau informasi terbaru mengenai fakta atau opini yang menarik perhatian khalayak umum. Dengan demikian produksi berita memiliki arti suatu proses memberdayakan sumber-sumber yang tersedia dengan cara meningkatkan nilai kegunaan atau faedah untuk menghasilkan laporan atau informasi terbaru mengenai fakta atau opini yang menarik perhatian khalayak umum.

Berita dapat diperoleh dari internet, satelit televisi, koran, radio, melalui telepon orang-orang penting (polisi, pemadam kebakaran, dll), pengamat berita, radio, masukan dari pekerja di stasiun televisi tersebut (Ted White, 2002: 139-144). Berita-berita yang diangkat bisa menyangkut berbagai macam hal, seperti berita internasional, politik, ekonomi, sosial budaya, hukum, pertahanan, keamanan, dan sebagainya. Nilai berita sangat tergantung pada beberapa pertimbangan sebagai berikut:

1. *Timeliness*

Timeliness berarti waktu yang tepat. Memilih berita harus sesuai dengan waktu yang dibutuhkan masyarakat / pemirsa. Jadi, jangan sampai terlambat.

2. *Proximity*

Proximity berarti kedekatan. Kedekatan di sini maknanya bervariasi, seperti kedekatan lokasi, ras, profesi, kepercayaan, kebudayaan maupun kepentingan lainnya. Kedekatan menjadi daya tarik berita.

3. *Prominence*

Prominence artinya orang yang terkemuka. Semakin seseorang terkenal, semakin bernilai berita mengenainya.

4. *Consequence*

Consequence berarti segala tindakan atau kebijakan, peraturan, perundang-undangan, yang dapat berakibat merugikan atau menyenangkan orang banyak. Jadi sebuah kebijakan akan menjadi bahan berita yang tidak hanya berhenti sampai disajikannya berita lahirnya kebijakan tersebut, tetapi masih akan berkembang lebih lanjut.

5. *Conflict*

Conflict (konflik) memiliki nilai berita yang sangat tinggi karena konflik adalah bagian dalam kehidupan. Di sisi lain, berita sangat berhubungan dengan peristiwa kehidupan.

6. *Development*

Development (pembangunan) merupakan materi berita yang cukup menarik apabila reporter yang bersangkutan mampu mengulasnya dengan baik. Tentu saja menyangkut berita keberhasilan dan kegagalan pembangunan.

7. *Disaster Crimes*

Disaster (bencana) dan *Crimes* (kriminal) adalah dua peristiwa berita yang pasti akan mendapatkan tempat bagi para pemirsa atau penonton. Berita semacam ini

jika disiarkan melalui media televisi bahkan akan berpengaruh lebih kuat dibandingkan melalui media cetak.

8. *Weather*

Weather (cuaca) dapat berubah dari menit ke menit sehingga membutuhkan perhatian extra bagi masyarakat yang akan berkegiatan di luar. Jadi, berita tentang cuaca mendapat perhatian khusus bagi masyarakat.

9. *Sport*

Semakin berprestasi seseorang dalam dunia olahraga akan semakin kaya pula orang tersebut. Misalnya pebasket Michael Jordan, petenis Roger Federer, pesepakbola David Beckham. Mereka adalah orang kaya dari hasil prestasi olahraganya. Karena itu olahraga menjadi bagian yang sangat menarik dalam pemberitaan.

10. *Human Interest*

Kisah-kisah yang dapat membangkitkan emosi manusia seperti lucu, dramatis, aneh, dan ironis merupakan peristiwa menarik dari segi human interest. Karena itu, human interest adalah berita yang dapat menyentuh perasaan, pendapat, dan pikiran manusia.

Menurut Morissan dalam bukunya berjudul *Jurnalistik Televisi Mutakhir*, selain mempertimbangkan news value, televisi memiliki standar prioritas dalam memilih berita, antara lain: berita lokal, berita nasional, berita internasional

2.4.1 Jenis-Jenis Berita

Dalam buku yang berjudul *Jurnalistik Televisi Teori dan Praktik* (Effendy, 2006: 83) menyebutkan bahwa beberapa jenis berita yang ada yaitu:

1. Warta Berita (*Straight Newscast*)

Yaitu jenis berita yang merupakan laporan tercepat mengenai suatu peristiwa yang terjadi di masyarakat.

2. Pandangan Mata (*One The Spot Telecast*)

Jenis berita ini merupakan salah satu kekuatan sekaligus daya tarik televisi dalam dalam menyaingi pemberitaan media cetak dewasa ini. Laporan pandangan mata (LPM) disebut juga sebagai siaran langsung dari tempat terjadinya peristiwa (*on the spot reporting*).

3. Wawancara Udara (*Interview on The Air*)

Pemberitaan semacam ini adalah wawancara yang dilakukan antara pewawancara (*interviewer*) dengan terwawancara (*interviewee*).

4. Komentar (*Comentary*)

Adalah uraian yang bersifat analisis dengan titik tolak suatu fakta yang telah disiarkan sebelumnya pada program *straight newscast*. Karena sifatnya analisis, komentar kadang dinamakan analisis dan orang yang menyampaikan disebut *comentator* dan *analyst*.

Dari pemaparan di atas, dapat disimpulkan, ternyata, sebuah berita televisi pun tidak jauh berbeda dengan berita di media cetak. Dalam Warta Berita (*Straight Newscast*), sebuah informasi yang di beritakan merupakan berita tercepat mengenai suatu peristiwa, sehingga dalam penyampaian pun harus singkat, tetapi juga harus jelas. Di dalam Pandangan Mata (*One The Spot Telecast*) sebuah berita di tayangkan secara lebih mendalam, dan kandungan informasinya pun lebih lengkap.

Dalam Wawancara Udara (*Interview on The Air*) ada proses tanya jawab antara reporter dengan nara sumber. Dalam wawancara ini, diperlukan persiapan yang matang, agar proses wawancara di atas tidak berlangsung secara kaku. Dalam Komentari (*Comentary*), berita yang disajikan bersifat analisis, berita dalam bentuk komentar ini, merupakan sebuah kesimpulan dari berita-berita yang bersifat *straight newscast*.

2.4.2 Nilai dan Kualitas Berita

Tidak semua kejadian bisa dijadikan berita, suatu kejadian, baru bisa dijadikan berita bila kejadian atau peristiwa di atas memiliki nilai berita. Menurut Mencher dalam buku Baksin, *Jurnalistik Televisi Teori dan Praktik* (Baksin, 2006: 50) membagi nilai berita menjadi tujuh bagian yaitu:

1. Timeless

Timeless: Event that are immediate recent Artinya, kesegaran waktu. Peristiwa yang baru-baru ini terjadi atau actual.

2. Impact

Impact: Event that are likely to effect many people Artinya, suatu kejadian yang dapat memberikan dampak terhadap orang banyak.

3. Prominence

Prominence: Event involving well-known people or Institutions. Artinya suatu kejadian yang mengandung nilai keanggunan bagi seorang maupun lembaga.

4. Proximity

Proximity: Events geographically or emotionally close to the reader, viewer or listener. Artinya suatu peristiwa yang ada kedekatannya dengan seseorang baik secara geografis maupun emosional.

5. Conflict

Conflict: Events that's reflect clashes between people or intitutions. Artinya suatu peristiwa atau kejadian yang mengandung pertentangan antara seseorang, masyarakat atau lembaga.

6. The unusual

The unusual: Events that deviate sharply from the expected and the experience of every day life. Artinya suatu kejadian atau peristiwa yang tidak biasanya terjadi dan merupakan pengecualian dari pengalaman sehari-hari.

7. The Currency

The Currency: Events and situasions that are being talked about. Artinya hal-hal yang sedang menjadi bahan pembicaraan orang banyak.

Sedangkan untuk mengukur kualitas berita (*the qualities of news*) menurut Charnly, dalam buku Baksin, *Jurnalistik Televisi Teori dan Praktik* (Baksin, 2006:

51) adalah sebagai berikut:

1. Accurate

Accurate: All information is verifed before is used Artinya sebelum berita itu disebar luaskan harus di cek dahulu kelipatannya.

2. Properly attribute

Properly attribute: *The reporter identifies his or her source of information.*

Artinya semua saksi atau narasumber harus punya kapabilitas untuk memberikan kesaksian atau informasi tentang yang diberitakan.

3. Balanced and Fair

Balanced and Fair: *All sides in a controversy are given.* Artinya bahwa semua narasumber harus digali informasinya secara seimbang.

4. Objective

Objective: *The news writer does not inject his or her* Artinya penulis beritaq harus objektif sesuai dengan informasi yang didapat dari realitas, fakta dan narasumber.

5. Brief and focused

Brief and focused: *The news story gets to the point quickly.* Artinya materi berita disusun secara ringkas, padat dan langsung sehingga mudah dipahami.

6. Well written

Well written: *Stories are clear, direct, interesting.* Artinya kisah berita jelas, langsung dan menarik.

Dari beberapa *point* di atas, jelas sekali bahwa suatu berita haruslah memiliki kualitas. Berita adalah kejadian yang bersifat nyata atau berupa fakta, oleh karena itu, kualitas sebuah berita bisa diukur melalui ketepatan isi dari berita di atas.

2.4.3 Persiapan meliput berita

Muda dalam buku yang ditulisnya *Jurnalistik televisi*, menjadi reporter profesional (Muda, 2003: 100-102) menjelaskan berbagai persiapan yang dilakukan sebelum meliput berita yaitu:

Kewajiban seorang reporter adalah harus mendapatkan data terinci yang cukup agar dapat menuliskan laporannya secara padat, singkat, dan akurat. Apabila terjadi kekurangan data, maka seorang reporter haruslah punya inisiatif untuk memperoleh informasi di atas. Jangan hanya menggantungkan pada satu sumber informasi saja. Informasi dapat diperoleh melalui laporan tv lain, radio, humas dan lain-lain, tetapi jangan hanya dari satu sumber.

Beberapa perlengkapan penting seperti buku catatan, komputer *notebook* (jika punya) dan tape recorder kecil harus selalu bersama kemanapun seorang reporter bertugas. Setiap wawancara yang dilakukan reporter selain merekam melalui kamera sebagai bahan *soundbite*, juga perlu direkam melalui audio tape recorder kecil.

Reporter dalam tim liputan berita juga berperan sebagai produser atau pimpinan produksi, karena itu ia adalah orang yang bertanggung jawab terhadap keberhasilan liputan. Keberhasilan berita bukan hanya bergantung pada bobot materi berita, tetapi juga adanya persiapan peralatan dan juru kameranya. Maka darai itu reporter harus membekali dirinya dengan materi yang diliput, ia juga harus mengecek kesiapan juru kamera berikut peralatannya. Reporter juga harus memberitahu juru kamera tentang materi apa yang akan diliput dan siapa saja yang rencananya akan diwawancarai. Juru kamera tidak boleh pasif, tetapi harus

punya ide dan gagasan terhadap materi yang sedang diliputnya. Ini merupakan *team work*.

Dari pemaparan di atas, dapat di simpulkan bahwa sebelum reporter melakukan reportase di lapangan bersama tim nya, ia harus mempersiapkan semua hal-hal yang dibutuhkan selama proses reportase berlangsung. Persiapan yang matang bisa membuat kegiatan reportase berjalan dengan lancar.

2.4.4 Membuat berita dan menciptakan berita

Dalam proses penyajian sebuah berita terdapat perbedaan antara membuat berita dan menciptakan berita. Baksin dalam buku yang ditulisnya *Jurnalistik Televisi Teori dan Praktik* (Baksin, 2006: 139) menjelaskan perbedaan di atas yaitu:

1. Membuat berita:

Adalah reportase di lapangan tentang hal-hal yang sudah ditentukan terlebih dahulu, seperti undangan, *press conference* atau liputan terencana lainnya yang tematis. Istilah lain reportase model ini adalah liputan yang sudah direncanakan.

2. Menciptakan berita:

Adalah reportase di lapangan tentang hal-hal yang tak terduga atau belum direncanakan lebih dulu, seperti kecelakaan lalu lintas, bencana alam, dan kejadian tak terduga lainnya.

Dari penjelasan di atas, bisa dikatakan bahwa, ada dua cara dalam memproduksi sebuah berita, yaitu dengan cara membuat berita, dan dengan cara menciptakan berita. Dalam proses membuat berita, bahan beritanya sudah ditentukan terlebih dahulu, sedangkan dalam proses menciptakan berita, bahan berita yang digunakan adalah kejadian yang sifatnya mendadak dan tidak ditentukan terlebih dahulu.

STIKOM SURABAYA