

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Informasi merupakan suatu kebutuhan bagi setiap individu atau kelompok orang. Dengan informasi kita dapat mengetahui suatu peristiwa yang jauh sekalipun. Informasi bisa kita peroleh melalui media cetak dan elektronik. Melalui media cetak informasi bisa diperoleh dari surat kabar atau koran, majalah dan tabloid. Sedangkan Melalui media eletronik dapat diperoleh dari televisi dan radio. Di era sekarang ini dimana perkembangan teknologi yang semakin cepat, pesat dan modern membuat informasi sangat mudah didapatkan lewat jaringan internet. Orang-orang sekarang tidak perlu lagi menunggu informasi, malah merekalah yang mencari informasi. Media massa era sekarang telah mengikuti perkembangan teknologi, dimana surat kabar pun telah menggunakan internet untuk menyajikan berita. Yang menjadi menarik ialah, meskipun setiap orang mencari informasi sendiri melalui internet tetapi sumber informasi yang kredibel tetaplah dipegang oleh media massa. Informasi atau berita yang disajikan oleh media massa telah melalui proses penyuntingan dan seleksi di bagian redaksi. Ini berarti media tetap memegang peranan yang sangat penting melalui kebijakan redaksionalnya dalam menyampaikan berita kepada masyarakat. Karena media dapat memilih dan memilah berita mana yang akan terbit.

Banyak kantor-kantor berita di era digital saling berlomba untuk mengejar rating demi meraih popularitas dan keuntungan. Media televisi

contohnya, saling bersaing melalui program-program acara dan pemberitaan yang diangkat. Hal ini juga tidak terlepas dari kebijakan redaksi media televisi. Berita yang tayang pun berbagai macam baik dari bidang politik, ekonomi, kesehatan, sosial, budaya, agama dan bencana alam. Tidak hanya media televisi saja yang saling bersaing, media cetak surat kabar pun saling bersaing agar tetap diminati oleh masyarakat.

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin modern di jaman sekarang ini, tidak membuat surat kabar atau koran kalah saing. Surat kabar masih mendapatkan tempat di hati masyarakat dan tetap diminati. Menurut Redaktur Pelaksana Republika Elba Damhuri, pada tahun 2017 jumlah pembaca surat kabar di Indonesia yaitu 4,5 juta jiwa dari jumlah penduduk Indonesia. Menurut Elba, industri media cetak tidak akan mati, namun masih akan tetap bertahan dengan gaya baru yang lebih sesuai dengan kebutuhan milineal.¹ Hal ini karena surat kabar merupakan media massa yang sangat populer dan dekat dengan masyarakat sebelum era digital. Berita pada surat kabar memiliki kelebihan dapat dibaca dimana saja, kapan saja dan berita yang disampaikan lebih terperinci serta mendalam. Menurut Charles dan James, Berita adalah laporan tentang suatu peristiwa, opini, kecenderungan, situasi, kondisi, interpretasi yang penting, menarik masih baru dan harus secepatnya disampaikan kepada khalayak.² Surat kabar tidak hanya menyampaikan berita atau informasi kepada publik tetapi surat kabar juga

¹Bowo Pribadi dan Nidia Zuraya, Republika: Media Cetak Masih Bisa Bertahan di Era Digital (<https://republika.co.id/berita/poci6n383/media-cetak-masih-bisa-bertahan-di-era-digital>, 2019), diakses pada 20 April 2020.

²Haris Sumadiria, *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2006), hlm.

dapat menghasilkan uang. Banyak perusahaan industri media yang didirikan oleh para pemilik modal sebagai bisnis ekonomi.

Berita yang terbit di surat kabar berbagai macam topik, biasanya disesuaikan dengan isu-isu yang sedang hangat. Setiap surat kabar memiliki karakteristiknya masing-masing dalam menyajikan berita. Hal ini juga tidak terlepas dari kebijakan redaksional media cetak tersebut. Ada surat kabar yang lebih mencondongkan berita-berita di bidang tertentu, misal bidang politik dan ekonomi. Terkadang surat kabar tidak mementingkan kepentingan umum masyarakat tetapi surat kabar juga perlu mementingkan siapa segmentasi target pembacanya. Hal ini bertujuan agar surat kabar tersebut tidak kehilangan konsumen pasarnya.

Dalam menyajikan sebuah berita di surat kabar, berita yang aktual dan memiliki kedekatan pengaruh di masyarakat akan dicetak di halaman depan dan menjadi *headline* berita. Halaman depan atau halaman perwajahan pada surat kabar menjadi bagian yang penting, karena pada halaman depan ini lah yang menjadi daya tarik bagi calon pembaca untuk membeli surat kabar tersebut. Berita utama pada hari tersebut akan dicetak dengan ukuran judul yang besar supaya mudah dibaca. Biasanya berita utama juga di sertai dengan foto berita atau foto jurnalistik yang berkaitan dengan judul berita. Pada halaman depan surat kabar selain berita biasanya terdapat nama surat kabar, hari dan tanggal terbit, dan iklan yang berupa gambar. Surat kabar sebagai media pemberitaan dan penyampaian informasi kepada publik tidak akan pernah terlepas dari iklan. Dapat dikatakan iklan menjadi sumber penghasilan

terbesar bagi surat kabar. Iklan di halaman depan surat kabar memiliki harga yang sangat mahal. Dari iklan inilah perusahaan-perusahaan media mendapatkan keuntungan.

Banyak terdapat surat kabar skala nasional yang masih tetap terbit hingga saat ini, diantaranya adalah koran Kompas, Republika, Koran Tempo, Harian Indonesia, Media Indonesia dan lain-lain. Surat kabar tersebut hadir ke seluruh pelosok tanah air. Tak kalah saing, di tingkat regional provinsi kabupaten dan kota pun banyak bermunculan surat kabar. Salah satunya di wilayah Kabupaten Musi Rawas dan Kota Lubuk Linggau Provinsi Sumatera Selatan. Terdapat tiga surat kabar Linggau Pos, Musi Rawas Ekspres dan Harian Silampari di wilayah tersebut yang hadir untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat.

Sebagai surat kabar regional tingkat Kabupaten dan Kota surat kabar tersebut harus mampu bersaing dengan surat kabar tingkat nasional dan tingkat provinsi Sumatra Selatan seperti, Sriwijaya Post dan Sumatera Ekspres. Dari ketiga surat kabar tersebut, Linggau Pos merupakan surat kabar pertama yang terbit di wilayah Musi Rawas dan Lubuk Linggau. Koran Linggau Pos memiliki semboyan “Pertama dan Terbesar di Bumi Silampari”.³ Surat Kabar Linggau Pos merupakan media massa yang berada dibawah naungan Sumatera Ekspres dan termasuk dalam perusahaan media Jawa Pos Group. Surat Kabar Harian Linggau Pos pertama kali terbit yaitu pada 12 Februari 2001. Sejak pertama kali terbit selama 11 bulan, Linggau Pos terbit

³Dokumen Harian Linggau Pos, 2018.

dengan halaman hitam putih. Kemudian mulai tanggal 8 Januari 2002 Linggau Pos hadir dengan tampilan berwarna. Selama 3 tahun terbit dari february 2001 sampai Maret 2004, Koran Linggau Pos melakukan percetakan di Provinsi Bengkulu dan Kota Palembang. Kala itu perkembangan Surat Kabar Linggau Pos cukup pesat, dimana daya beli dan minat baca masyarakat di Kabupaten Musi Rawas dan Kota Lubuk Linggau tinggi. Membuat Surat Kabar Harian Linggau Pos mampu melakukan percetakan di kota Lubuk Linggau pada April 2004 melalui PT. Linggau Intermedia.⁴ Koran Linggau Pos hadir di tengah masyarakat dengan tujuan untuk memberikan informasi dengan sebaik-baiknya kepada masyarakat sesuai kebutuhan masyarakat.

Koran Linggau Pos dalam menyajikan berita selalu mengangkat isu yang sedang hangat di tengah masyarakat, baik di bidang politik, ekonomi, sosial, budaya, kesehatan, dan kriminal dan kecelakaan. Selama periode akhir Maret 2020 sampai awal April 2020 Surat Kabar Harian Linggau Pos memberitakan masalah virus corona (Covid-19), kesehatan, kriminal, pilkada, dan ekonomi. Jumlah berita pada halaman depan surat kabar Harian Linggau Pos tiga sampai 6 berita dan menonjolkan salah satu judul berita headline. Pada halaman depan surat kabar selain berita juga terdapat nama surat kabar, tanggal terbit dan iklan. Selama minggu pertama April, headline surat kabar Linggau Pos mengenai masalah virus corona. Memang tidak bisa di pungkiri, di Indonesia sendiri sejak awal Maret 2020 virus Corona sudah masuk ke Indonesia dan menjadi pembicaraan yang hangat karena menyangkut

⁴Dokumen Harian Linggau Pos, 2018.

kesehatan masyarakat. Selain itu berita pada koran Linggau Pos hampir tiap edisi terdapat berita politik di tingkat daerah. Berita politik memang menjadi sajian utama masyarakat, apalagi menjelang diselenggarakannya pemilihan Bupati di Kabupaten Musi Rawas pada September 2020 mendatang.

Media memang memiliki kebijakan sendiri dalam menyampaikan pemberitaan. Donald Shaw dan Maxwell McCombs menjelaskan tentang penyusunan agenda oleh media “Ada bukti besar yang telah dikumpulkan bahwa penyunting dan penyiar memainkan bagian yang penting dalam membentuk realitas sosial kita ketika mereka menjalankan tugas keseharian mereka dalam memilih dan menampilkan berita, pengaruh media massa ini kemampuan untuk mempengaruhi perubahan kognitif antar individu untuk menyusun pemikiran mereka, telah diberi nama fungsi penyusunan agenda dari komunikasi massa. Di sini terletak pengaruh paling penting dari komunikasi massa, kemampuannya untuk menata mental dan mengatur dunia kita bagi kita sendiri. Singkatnya, media massa mungkin tidak berhasil dalam memberitahu kita apa yang harus dipikirkan, tetapi mereka secara mengejutkan berhasil dalam memberitahu kita tentang apa yang harus kita pikirkan.”⁵

Media massa seperti Linggau Pos mungkin saja telah memiliki kebijakan sendiri dalam menentukan berita yang akan terbit di surat kabar, khususnya di halaman perwajahan. Akan tetapi perusahaan-perusahaan media yang ada di Indonesia saat ini telah masuk ke ranah politik. Dimana para

⁵Stephan W. Littlejohn dan Karen A. Foss, Teori Komunikasi Edisi 9 (Jakarta: Salemba Humanika, 2009), hlm. 415-416

pemilik media telah banyak yang masuk dalam lingkup kabinet pemerintahan. Pemilik media juga banyak yang memiliki partai politik dan saling berkolaborasi demi menaikkan citra partai politiknya baik di tingkat nasional maupun daerah tingkat Provinsi, Kabupaten dan Kota. Kebijakan media dalam menyampaikan pemberitaan kepada masyarakat hal ini bisa saja dipengaruhi oleh kedekatan media itu sendiri dengan pusat pemerintahan. Sehingga apapun berita yang disampaikan oleh media akan menjadi perbincangan masyarakat.

Berdasarkan uraian di atas lah yang menjadi dasar peneliti untuk meneliti berita pada halaman depan surat kabar Linggau Pos. Maka judul dari penelitian ini yaitu Kebijakan Redaksional Surat Kabar Linggau Pos dalam Pemilihan Isu Berita Pada Halaman Utama.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang di uraikan di atas, maka rumusan masalah penelitian ini yaitu Bagaimana Kebijakan Redaksional Surat Kabar Harian Linggau Pos dalam Pemilihan Isu Berita Pada Halaman Utama Periode April – Mei 2020?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui Kebijakan Redaksional Surat Kabar Harian Linggau Pos dalam Pemilihan Isu Berita Pada Halaman Utama periode April - Mei 2020.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Teoritis atau Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berkaitan dengan kebijakan redaksional media massa, khususnya surat kabar dalam menyajikan berita pada halaman utama dan menentukan headline berita. Penelitian ini juga dapat menjadi tambahan referensi bagi peneliti lain yang ingin meneliti masalah ini lebih lanjut. Selain itu juga penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan informasi dan dokumentasi tambahan di Perpustakaan Universitas Mercu Buana Yogyakarta.

2. Manfaat Praktis dan Sosial

Manfaat praktis dari penelitian ini yaitu sebagai bahan masukan surat kabar dalam proses membuat kebijakan redaksional khususnya bagi surat kabar Harian Linggau Pos. Manfaat Sosial dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan bagi masyarakat luas mengenai kebijakan redaksional surat kabar Linggau Pos dalam menyajikan berita di halaman depan atau perwajahan.

1.5 Metodologi Penelitian

1. Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian yang menjadi dasar penelitian ini yaitu postpositivisme. Postpositivisme sering disebut sebagai paradigma interpretif dan konstruktif, yang memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang holistik (utuh), kompleks, dinamis, penuh makna dan hubungan gejala yang bersifat interaktif. Penelitian dilakukan pada objek yang

alamiah. Objek yang alamiah adalah objek yang berkembang apa adanya, tidak di manipulasi oleh peneliti dan kehadiran peneliti tidak mempengaruhi dinamika pada objek tersebut.⁶

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif, metode kualitatif sering disebut sebagai metode naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*), disebut juga sebagai metode etnografi, karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian bidang antropologi budaya, disebut metode kualitatif karena data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif. Menurut Sugiyono penelitian kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna. Penelitian kualitatif tidak menekankan pada generalisasi tetapi lebih menekankan pada makna. Dalam penelitian kualitatif, hasil penelitian tersebut dapat digunakan ditempat lain.⁷

3. Subjek dan Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah Surat Kabar harian Linggau Pos pada halaman utama periode April – Mei 2020. Subjek pada penelitian adalah orang yang menjadi narasumber, yaitu pimpinan redaksi Linggau Pos Sulis dan wartawan surat kabar harian Linggau Pos Qori Musdalifah.

⁶Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. (Bandung : Alfabeta, 2007), hlm. 8.

⁷Ibid., hlm. 8.

1.6 Teknik Pengumpulan Data

Keberadaan data mutlak sangat diperlukan dalam sebuah penelitian, untuk menjawab sebuah permasalahan dalam penelitian kita sangat membutuhkan data dari berbagai narasumber. Data dapat didefinisikan sebagai sekumpulan informasi atau angka hasil pencatatan atas suatu kejadian.⁸ Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti, yaitu:

1. Observasi

Penulis melakukan pengamatan secara langsung pada objek yang diteliti yaitu berita yang terdapat pada halaman depan Surat Kabar Harian Linggau Pos.

2. Wawancara

Wawancara merupakan proses tanya jawab untuk mendapatkan suatu data. Wawancara dilakukan secara mendalam dengan tim redaksi surat kabar Linggau Pos. Narasumber wawancara yaitu: Sulis sebagai Pimpinan Redaksi Linggau Pos dan Qori Musdalifah sebagai wartawan Linggau Pos.

3. Studi Pustaka

Studi Pustaka (atau sering disebut juga studi literatur-*literature review*, atau kajian pustaka) merupakan sebuah proses mencari, membaca, memahami, dan menganalisis berbagai literatur hasil kajian (hasil penelitian) atau studi yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

Sumber-sumbernya antara lain Ensiklopedi, Jurnal Ilmiah, Buku, Karya

⁸Nanang Martono. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 84

Ilmiah.⁹ Pengumpulan data-data yang digunakan penulis diambil dari sumber-sumber tertulis, baik berupa buku-buku referensi, jurnal dan data-data dari internet.

4. Dokumentasi

Menurut Zuriah dokumentasi adalah cara mengumpulkan data melalui peninggalan tertulis seperti arsip, termasuk buku tentang teori, pendapat, dalil atau hukum, dan lain-lain yang berhubungan dengan masalah penelitian.¹⁰

1.7 Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode deskriptif analisis. Mendeskripsikan data yang dikumpulkan berupa gambar, kata-kata dan bukan angka. Data yang berasal dari naskah, wawancara, catatan lapangan, dokumen dan sebagainya dideskripsikan sehingga dapat memberikan kejelasan terhadap kenyataan atau realitas. Ada tiga tahapan dalam analisis data menurut Miles dan Huberman (1984), yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.¹¹

a. Reduksi Data

Data yang diperoleh di lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu perlu dicatat secara teliti dan rinci. Oleh karena itu perlu dilakukan

⁹Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 46

¹⁰Nurul Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), hlm. 191.

¹¹Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 246-252

analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan kepada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dalam penelitian ini data dipilih dan dirangkum sesuai dengan tema penelitian yaitu berita pada halaman utama surat kabar Linggau Pos.

b. Penyajian data

Setelah mereduksi data, tahap selanjutnya peneliti menyajikan data yang diperoleh. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dengan uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Penyajian data yang dilakukan oleh peneliti dengan teks yang bersifat naratif mengenai berita pada halaman utama surat kabar Linggau Pos. Dengan menyajikan data, maka akan memudahkan peneliti untuk memahami apa yang terjadi, dan merencanakan kerja selanjutnya.

c. Verifikasi Data

Tahap ketiga yaitu verifikasi data, verifikasi data dalam penelitian ini ini dilakukan dengan mengutarakan kesimpulan dari data-data yang telah diperoleh. Tahap ini dimaksudkan untuk mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan dan perbedaan. Penarikan kesimpulan yang dilakukan peneliti dengan membandingkan berita halaman utama surat kabar Linggau Pos dengan pernyataan dari pimred dan tim redaksi surat kabar Linggau Pos berdasarkan konsep-konsep dasar dalam penelitian ini.

1.8 Kerangka Teori

1) Kebijakan Redaksional

Setiap media memiliki ciri khas masing-masing dalam menyajikan berita kepada masyarakat, ada media yang menonjolkan isu politik, isu ekonomi, budaya, olahraga dan sebagainya. Hal ini karena setiap media memiliki kebijakan redaksional sendiri dalam menyampaikan berita kepada masyarakat. Menurut Sudirman Teba dalam buku *Jurnalistik Baru*

“kebijakan redaksi itu penting untuk menyikapi suatu peristiwa karena dalam pemberitaan yang penting bukan saja peristiwa, tetapi juga sikap terhadap peristiwa itu sendiri. Kalau suatu media tidak memiliki kebijakan redaksi, maka dapat dipastikan beritanya tidak akan konsisten, karena ia tidak mempunyai pendirian dalam memberitakan suatu peristiwa, ia seperti keranjang sampah yang memuat saja.”¹²

Kebijakan redaksional adalah dasar pertimbangan suatu lembaga media massa untuk memberitakan atau menyiarkan suatu berita. Kebijakan redaksional juga merupakan sikap redaksi suatu lembaga media massa, terutama media cetak, terhadap masalah aktual yang sedang berkembang yang biasanya dituangkan dalam bentuk tajuk rencana.¹³ Menurut Haris Sumadiria dalam buku *Bahasa Jurnalistik*, kebijakan redaksional lebih memusatkan perhatian kepada bagaimana aspek-aspek dan misi ideal yang dijabarkan dalam peliputan dan penempatan berita, laporan, tulisan dan gambar yang sesuai dengan kepentingan dan selera khalayak yang relatif beragam.¹⁴

¹² Sudirman Teba, *Jurnalistik Baru*, (Ciputat: Kalam Indonesia, 2005), hlm. 151.

¹³ *Ibid.*, hlm. 150.

¹⁴ Haris Sumadiria, *Bahasa Jurnalistik Panduan Praktis dan Jurnalis*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2006), hlm. 23.

2) Surat Kabar

Surat kabar merupakan salah satu media massa yang paling tua sebelum ditemukannya radio, televisi dan internet. Surat kabar merupakan alat yang menjalankan komunikasi massa. Salah satu kelebihan surat kabar ialah mampu memberikan informasi yang lengkap, bisa dibawa kemana-mana, dan terdokumentasi sehingga mudah di peroleh jika diperlukan.¹⁵ Menurut Onong Uchjana Effendy, surat kabar yaitu lembaran yang tercetak memuat laporan yang terjadi di masyarakat dengan ciri-ciri secara periodik, bersifat umum, isinya aktual mengenai apa saja dan dimana saja di seluruh dunia untuk diketahui pembacanya.¹⁶

Sedangkan menurut Hafied Cangara perbedaan surat kabar dapat dilihat dari beberapa hal yaitu :

“dibedakan atas periode terbit, ukuran dan sifat penerbitannya. Dari segi periode terbit dibedakan atas dua macam, yaitu surat kabar harian dan surat kabar mingguan. Dari segi ukuran ada yang terbit dalam bentuk plano dan ada juga yang terbit dalam bentuk tabloid. Sedangkan isinya dibedakan atas dua macam, yaitu surat kabar yang bersifat umum berisi informasi yang ditujukan kepada masyarakat umum serta surat kabar yang bersifat khusus yang memiliki ciri khas tertentu dan memiliki pembaca tertentu, misalnya surat kabar untuk wanita dan semacamnya”¹⁷

Koran atau surat kabar sebagai media penyampaian informasi yang umumnya di tujukan kepada masyarakat luas, namun memiliki karakteristik yang berbeda. Perbedaan itu di dasari dari siapa khalayak pembaca dan juga topik berita yang di angkat. Surat kabar yang terdapat di

¹⁵Hafied Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada,2008), hlm. 127.

¹⁶ Onong Uchana Effendy, Kamus Komunikasi, (Bandung :Mandar Maju, 1989), hlm. 241.

¹⁷Hafied Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada,2008), hlm. 127.

seluruh Indonesia memiliki skala penerbitan yang berbeda juga, ada yang nasional, provinsi, kabupaten dan kota.

3) Halaman Depan atau Perwajahan

Menurut Leksikon Grafika perwajahan berarti visualisasi dari gagasan (ide) mengenai suatu benda tentang bentuk, rupa, ukuran, warna dan tata letak unsur-unsur yang kesemuanya itu merupakan wujud atau wajah dari benda tersebut. Dari definisi di atas perwajahan surat kabar yaitu proses kegiatan untuk mengekspresikan atau memvisualisasikan naskah berita atau artikel dengan bahasa visual seperti huruf, gambar atau ilustrasi, warna dan garis dengan memperhatikan segi penyajian tingkat keterbacaan. Hal ini sependapat dengan Almanak Grafika Indonesia bahwa kunci utama dalam halaman perwajahan pada surat kabar adalah komunikatif dan memiliki keterbacaan tinggi. Oleh karena itu, pemakaian jenis huruf, ukuran huruf, penempatan berita, penempatan foto berita, penempatan iklan dan unsur-unsur grafis hendaknya dirancang sebaik mungkin supaya mudah dibaca.¹⁸

4) Berita

Menurut Glasser berita adalah hasil olahan konstruksi wartawan. Sebagai konsekuensinya, realitas yang dihasilkan objektif. Berita bukanlah pencerminan dari realitas, melainkan representasi dari realitas yang hadir setelah melalui konstruksi dan pemahaman wartawan atas fakta. Realitas

¹⁸Prayanto W.H, Peranan Foto Pada Perwajahan Majalah. (Portal Garuda 3, 2008)

sebagaimana tersaji dalam berita adalah realitas yang sudah di oleh lewat pandangan dan pemaknaan wartawan.¹⁹ Sedangkan menurut Carnley berita adalah laporan yang tercepat dari suatu peristiwa atau kejadian yang faktual, penting dan menarik bagi sebagian pembaca serta menyangkut kepentingan masyarakat akan informasi.²⁰

Djafar Assegaf mendefinisikan berita sebagai laporan tentang fakta atau ide yang termasa, yang dipilih oleh staf redaksi suatu harian untuk disiarkan yang dapat menarik perhatian pembaca, entah karena dia luar biasa, entah karena penting atau akibatnya, entah pula karena dia mencakup segi-segi human interest seperti humor, emosi dan ketegangan.²¹ Dalam menuliskan berita biasanya harus memenuhi unsur 5W + 1H (what, who, when, where, why + how).

5) Headline

Berita yang terdapat dalam surat kabar agar menarik dibaca harus memiliki judul yang menarik pula. *Headline* adalah judul, dan judul merupakan identitas berita. tanpa judul, berita sehebat apapun tidak ada artinya. Judul berita sangat mendasar dilihat dari dua sisi kepentingan. Pertama bagi berita itu sendiri, tanpa judul ia adalah sesuatu yang anonim, tak dikenal, abstrak, sehingga tak akan bicara apa-apa. Ia tak mampu member pesan, padahal salah satu inti komunikasi adalah pesan. Kedua

¹⁹Eriyanto, Analisis Wacana: Pengantar analisis teks media, (Yogyakarta: LKSI, 2005)

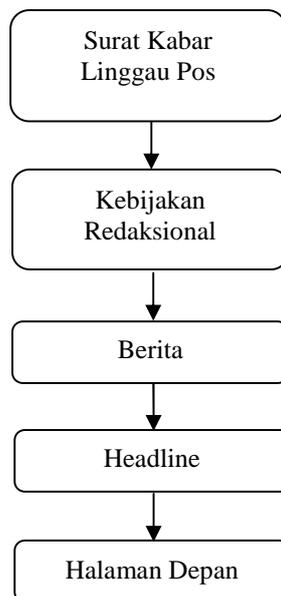
²⁰Asep Samsul M. Romli, Jurnalistik Praktis untuk Pemula, (Bandung: Remaja Rosadakarya, 2006).

²¹Haris Sumadiria, Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature, (Bandung: Simbiosis rekatama Media, 2005), hlm. 64-65

bagi khalayak pembaca, judul adalah pemicu daya tarik pertama bagi pembaca suatu berita.²²

Setiap surat kabar harus peka dalam menentukan *headline* berita yang akan diterbitkan, supaya menarik minat baca dari konsumen. Headline berita harus semenarik mungkin dan memiliki kedekatan dengan masyarakat. Seseorang yang sedang mancing disungai dan mendapatkan ikan banyak belum tentu dapat menjadi berita, tetapi jika yang memancing di sungai seorang Menteri atau Presiden itu akan menjadi headline. Tom E. Rolnicki berpendapat bahwa berita harus begini tapi tak selalu begitu.²³

1.9 Kerangka Pemikiran



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

²²Ibid., hlm. 121-122.

²³Tom E. Rolnicki., C. Dow Tate dan Sherri A. Taylor., Pengantar Dasar Jurnalisme: Scholastic Journalism, (Jakarta: Prenada Media Group, 2008).