

DAFTAR ISI

Halaman judul	i
Kata pengantar	ii
Daftar isi.....	iii
BAB I PENGERTIAN DAN SEJARAH JURNALISTIK	
Sejarah Jurnalistik	3
Pengertian Jurnalistik.....	5
Perkembangan Jurnalistik di Indonesia	7
BAB II RUANG LINGKUP JURNALISTIK	
Ruang Lingkup dan Dasar dasar Jurnalistik	8
Pengertian Jurnalis	8
Penyusunan Informasi	9
Berita, Produk Utama Jurnalistik	10
BAB III BAHASA DAN PENULISAN	
Ciri-ciri Bahasa Jurnalistik	11
1. Bahasa Jurnalistik Televisi	13
2. Kelebihan dan Kelemahan media	17
BAB IV MENULIS ARTIKEL ILMIAH	
Menulis dan Mengarang	21
Menulis Artikel.....	21
Jenis-jenis Artikel.....	22
Mulai Menulis Artikel.....	22
BAB V JURNALISTIK OLAHRAGA	
Sejarah Liputan Olahraga.....	26
Olahraga dan Televisi.....	27
Hubungan Olahraga dan Televisi.....	27
Akses Wartawan Olahraga.....	29
Para Bintang Lapangan dalam Jurnalistik Olahraga	29

Jurnalistik Olahraga Indonesia.....	30
Tidak Membombardir Kegagalan.....	31
Tugas Jurnalistik Olahraga.....	32
Bukan Sekedar Profesi.....	34

BAB VI JURNALISTIK DI ERA MEDIA SOSIAL

Jurnal Online.....	35
Jurnalisme Judul.....	37
Mobile Journalism.....	38
Jurnalisme Ponsel Ala Time Poll.....	38
Menulis Berita di Media Online.....	39

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, karena terhadap limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan buku diktat Pengantar Jurnalistik Olahraga ini.

Buku ini diharapkan memberikan gambaran yang jelas bagaimana dinamika dunia jurnalistik. baik di era lama maupun di era digital saat ini.

Dengan adanya buku pegangan ini diharapkan kepada mahasiswa dapat memperoleh informasi dan wawasan/pengetahuan bahwa jurnalistik, terkhusus lagi jurnalistik olahraga berkontribusi pada lahirnya atlet atau olahragawan berprestasi.

Saya menyadari sepenuhnya bahwa dalam buku pegangan ini jauh dari sempurna. Bahkan sebagian besar isinya merupakan hasil rangkuman dan editing dari berbagai tulisan atau informasi yang sudah disuguhkan pada beberapa kanal berita. Meski demikian, buku ini diharapkan memberi manfaat, setidaknya dapat menjadi acuan bagi kita bersama untuk mendiskusikan dan mengembangkannya lebih lanjut, mengingat dinamika dunia jurnalistik terus berkembang seiring majunya dunia teknologi informasi dan berubahnya pola pikir masyarakat kita.

Oleh karena itu, saya mengharapkan kritikan dan saran konstruktif untuk penyempurnaan buku ini berikutnya.

Makassar, April 2016

Editor

Dr.Wahyudin, M.Pd

BAB 1

PENGERTIAN DAN SEJARAH JURNALISTIK

Dunia jurnalistik mengalami kemajuan yang sangat pesat. Bahkan belakangan ini. Seiring perubahan dan perkembangan zaman, kegiatan jurnalistik pun mengalami proses yang sangat dinamis yang ditandai munculnya media internet. Tak hanya itu, kegiatan dan cabang jurnalistik pun turut berubah, termasuk lahirnya jurnalistik olahraga.

Media massa cetak yang mapan harus menyesuaikan diri dengan perubahan dan perkembangan tersebut. Mereka tidak lagi berkuat pada edisi cetak saja, tetapi mulai lebih serius menggarap media versi online. Mereka menyadari sepenuhnya, kehadiran media online bisa saja menjadi batu sandungan bagi media cetak yang tidak mengikuti era baru tersebut. Media cetak yang tidak punya versi online akhirnya tertinggal dan lama-kelamaan bisa mati digilas oleh perubahan itu.

Lalu bagaimana kegiatan jurnalistik dan bentuk media massa ke depan. Yang pasti, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi memaksa manusia melakukan atau mengikuti perubahan yang terjadi.

Pengertian Jurnalistik

Pengertian atau definisi jurnalistik sangat banyak. Secara etimologi, jurnalistik berasal dari dua suku kata, yakni jurnal dan istik.

Jurnal berasal dari bahasa Perancis, *journal*, yang berarti catatan harian. Dalam bahasa Latin, juga ada kata yang hampir sama bunyi dan upacannya dengan *journal* yakni *diurna*, yang mengandung arti hari ini.

Pada zaman Kerajaan Romawi Kuno saat Julius Caesar berkuasa, dikenal istilah *acta diurna* yang mengandung makna rangkaian akta (gerakan, kegiatan, dan kejadian).

Kata *istik* merujuk pada istilah estetika yang berarti ilmu pengetahuan tentang keindahan. Keindahan dimaksud adalah mewujudkan berbagai produk seni dan atau keterampilan dengan menggunakan bahan-bahan yang diperlukan, seperti kayu, batu, kertas, cat, atau suara. Dalam hal ini meliputi semua macam bangunan, kesusastraan, dan musik.

Hasil seni dan atau keterampilan dimaksud mengandung nilai-nilai yang bisa diminati dan dinikmati manusia pengagumnya, karena keindahan tersebut mengandung makna yang luas, serta mencakup sifat-sifatnya yang obyektif dan subyektif.

Dengan demikian, secara etimologis, jurnalistik dapat diartikan sebagai suatu karya seni dalam hal membuat catatan tentang peristiwa sehari-hari. Karya seni dimaksud memiliki nilai keindahan yang dapat menarik perhatian

khalayaknya (pembaca, pendengar, pemirsa), sehingga dapat dinikmati dan dimanfaatkan untuk keperluan hidupnya.

Di dalam istilah jurnalistik juga terkandung makna sebagai suatu seni dan atau keterampilan mencari, mengumpulkan, mengolah, dan menyajikan informasi dalam bentuk berita secara indah agar dapat diminati dan dinikmati, sehingga bermanfaat bagi segala kebutuhan pergaulan hidup khalayak.

Secara lebih luas, pengertian atau definisi jurnalistik adalah seni dan keterampilan mencari, mengumpulkan, mengolah, menyusun, dan menyajikan berita tentang peristiwa yang terjadi sehari-hari secara indah, dalam rangka memenuhi segala kebutuhan hati nurani khalayaknya, sehingga terjadi perubahan sikap, sifat, pendapat, dan perilaku khalayak sesuai dengan kehendak para jurnalisnya. (Kustadi Suhandang, 2004 : 21)

Masih banyak definisi atau pengertian jurnalistik, antara lain kejadian pencatatan dan atau pelaporan, serta penyebaran tentang kejadian sehari-hari (Astrid S. Susanto, 1986, Komunikasi Massa, Hal. 73).

Onong Uchjana Effendy (1981: 102) menyatakan bahwa jurnalistik merupakan kegiatan pengolahan laporan harian yang menarik minat khalayak, mulai dari peliputan sampai penyebarluasannya kepada masyarakat.

A.W. Widjaja (1986: 27) menyebutkan bahwa jurnalistik merupakan suatu kegiatan komunikasi yang dilakukan dengan cara menyiarkan berita ataupun ulasannya mengenai berbagai peristiwa atau kejadian sehari-hari yang aktual dan faktual dalam waktu secepat-cepatnya.

Ensiklopedi Indonesia secara rinci menerangkan bahwa jurnalistik adalah bidangprofesi yang mengusahakan penyajian informasi tentang kejadian dan atau kehidupan sehari-hari secara berkala, dengan menggunakan sarana-sarana penerbitan yang ada.

F. Fraser Bond dalam bukunya *An Introduction to Journalism* menyatakan: "Journalism embraces all the forms in which and through which the news and moment on the news reach the public". Jurnalistik adalah segala bentuk yang membuat berita dan ulasan mengenai berita sampai pada kelompok pemerhati.

M. Djen Amar, jurnalistik adalah usaha memproduksi kata-kata dan gambar-gambar yang dihubungkan dengan proses transfer ide atau gagasan dengan bentuk suara, inilah cikal bakal makna jurnalistik sederhana. Pengertian menurut Amar juga dijelaskan pada Sumadiri. Jurnalistik adalah kegiatan mengumpulkan, mengolah, dan menyebarkan berita kepada khalayak seluas-luasnya.

M. Ridwan, adalah suatu kepandaian praktis mengumpulkan, mengedit berita untuk pemberitaan dalam surat kabar, majalah, atau terbitan terbitan berkala lainnya. Selain bersifat ketrampilan praktis, jurnalistik merupakan seni.

Adinegoro, jurnalistik adalah semacam kepandaian karang-mengarang yang pokoknya memberi perkabaran pada masyarakat dengan selekas-lekasnya agar tersiar seluas-luasnya. Sedang menurut Summanang, mengutarakan lebih singkat lagi, jurnalistik adalah segala sesuatu yang menyangkut kewartawanan.

Roland E. Wolseley dalam *Understanding Magazines* (1969:3), jurnalistik

adalah pengumpulan, penulisan, penafsiran, pemrosesan, dan penyebaran informasi umum, pendapat pemerhati, hiburan umum secara sistematis dan dapat dipercaya untuk diterbitkan pada surat kabar, majalah, dan disiarkan di stasiun siaran.

Erik Hodgins (Redaktur Majalah Time), jurnalistik adalah pengiriman informasi dari sini ke sana dengan benar, seksama, dan cepat, dalam rangka membela kebenaran dan keadilan.

Haris Sumadiria, pengertian secara teknis, jurnalistik adalah kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan menyebarkan berita melalui media berkala kepada khalayak seluas-luasnya dengan secepat-cepatnya.

Sedang menurut Kustadi Suhandang, jurnalistik adalah seni atau ketrampilan mencari, mengumpulkan, mengolah, menyusun, dan menyajikan berita tentang peristiwa yang terjadi sehari-hari secara indah, dalam rangka memenuhi segala kebutuhan hati nurani khalayaknya.

A.Muis (pakar hukum komunikasi) mengatakan bahwa definisi tentang jurnalistik cukup banyak. Namun dari definisi-definisi tersebut memiliki kesamaan secara umum. Semua definisi jurnalistik memasukan unsur media massa, penulisan berita, dan waktu yang tertentu (aktualitas).

Edwin Emery (pakar hukum komunikasi) juga sama mengatakan dalam jurnalistik selalu harus ada unsur kesegaran waktu (timeliness atau aktualitas). Menurut Ensiklopedi Indonesia, jurnalistik adalah bidang profesi yang mengusahakan penyajian informasi tentang kejadian dan atau kehidupan sehari-hari (pada hakikatnya dalam bentuk penerangan, penafsiran dan pengkajian) secara berkala, dengan menggunakan sarana-sarana penerbitan yang ada.

Dan secara harfiah, jurnalistik artinya kewartawanan atau hal-ikhwal pemberitaan. Menurut kamus, jurnalistik diartikan sebagai kegiatan untuk menyiapkan, mengedit, dan menulis di surat kabar, majalah, dan media massa lainnya.

Sejarah Jurnalistik

Ada yang berpendapat bahwa Nabi Nuh, adalah orang pertama yang melakukan pencarian dan penyampaian berita.

Dikisahkan bahwa pada waktu itu sebelum Allah SWT menurunkan banjir besar, maka diutuslah malaikat menemui dan mengajarkan cara membuat kapal laut sampai selesai kepada Nabi Nuh.

Kapal tersebut dibuat di atas bukit dan bertujuan mengevakuasi Nabi Nuh bersama sanak keluarganya dan seluruh pengikutnya yang saleh dan segala macam hewan masing-masing satu pasang.

Setelah semua itu dilakukan, maka turunlah hujan selama sehari-hari yang disertai angin kencang dan kemudian terjadilah banjir besar. Dunia pun dengan cepat menjadi lautan yang sangat besar dan luas.

Nabi Nuh bersama orang-orang yang beriman lainnya dan hewan-hewan di dalam kapal laut, berlayar dengan selamat di atas gelombang lautan banjir yang sangat dahsyat.

Setelah berbulan-bulan lamanya, Nabi Nuh beserta orang-orang beriman lainnya mulai khawatir dan gelisah, karena persediaan makanan mulai berkurang.

Masing-masing penumpang pun mulai bertanya-tanya, apakah banjir besar itu memang tidak berubah atau bagaimana? Mereka pun berupaya mencari dan meminta kepastian.

Atas permintaan dan desakan tersebut, Nabi Nuh mengutus seekor burung dara ke luar kapal untuk meneliti keadaan air dan kemungkinan adanya makanan.

Setelah beberapa lama burung itu terbang mengamati keadaan air, dan kian kemari mencari makanan, ternyata upayanya sia-sia belaka. Burung dara itu hanya melihat daun dan ranting pohon zaitun (olijf) yang tampak muncul ke permukaan air. Ranting itu pun di patuknya dan dibawanya pulang ke kapal.

Atas datangnya kembali burung itu dengan membawa ranting zaitun, Nabi Nuh mengambil kesimpulan bahwa air bah sudah mulai surut, namun seluruh permukaan bumi masih tertutup air, sehingga burung dara itu pun tidak menemukan tempat untuk istirahat.

Maka kabar dan berita itu pun disampaikan Nabi Nuh kepada seluruh anggota penumpangnya.

Atas dasar fakta tersebut, para ahli sejarah menamakan Nabi Nuh sebagai seorang pencari berita dan penyiar kabar (wartawan) yang pertama kali di dunia.

Malah ada yang menyimpulkan bahwa Kantor Berita pertama di dunia adalah Kapal Nabi Nuh.

Dalam sejarah Kerajaan Romawi disebutkan bahwa Raja Imam Agung menyuruh orang membuat catatan tentang segala kejadian penting. Catatan itu dibuat pada annals (papan tulis yang digantungkan di serambi rumah raja). Catatan pada papan tulis itu merupakan pemberitahuan bagi setiap orang yang lewat dan memerlukannya.

Pengumuman sejenis itu dilanjutkan oleh Julius Caesar pada zaman kejayaannya.

Julius Caesar mengumumkan hasil persidangan senat, berita tentang kejadian sehari-hari, peraturan-peraturan penting, serta apa yang perlu disampaikan dan diketahui rakyatnya, dengan jalan menuliskannya pada papan pengumuman berupa papan tulis pada masa itu (60 SM).

Papan tulis itu dikenal dengan nama *acta diurna* dan diletakkan di Forum Romanum (Stadion Romawi) untuk diketahui oleh umum. Terhadap isi *acta diurna* tersebut setiap orang boleh membacanya, bahkan juga boleh mengutipnya untuk kemudian disebarluaskan dan dikabarkan ke tempat lain.

Acta diurna itulah yang disebut-sebut sebagai cikal bakal lahirnya surat kabar harian.

Seiring kemajuan teknologi informasi, maka yang bermula dari laporan

harian maka tercetaklah menjadi surat kabar harian.

Dari media cetak berkembang ke media elektronik, dari kemajuan elektronik terciptalah media informasi berupa radio. Tidak cukup dengan radio yang hanya berupa suara muncul pula terobosan baru berupa media audio visual yaitu TV (televisi). Setelah televisi, kemudian lahirlah internet, sebagai jaringan yang bebas dan tidak terbatas.

Dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, kini telah lahir banyak media (multimedia). Seorang yang membuka internet, bisa sekaligus mendengar berita radio, atau mendengarkan musik, atau menonton siaran televisi.

Perkembangan Jurnalisme Indonesia

Pada awalnya, komunikasi antar manusia sangat bergantung pada komunikasi dari mulut ke mulut. Catatan sejarah yang berkaitan dengan penerbitan media massa terpicu penemuan mesin cetak oleh Johannes Gutenberg.

Di Indonesia, perkembangan kegiatan jurnalistik diawali oleh Belanda. Beberapa pejuang kemerdekaan Indonesia pun menggunakan jurnalisme sebagai alat perjuangan. Di era-era inilah Bintang Timur, Bintang Barat, Java Bode, Medan Prijaji, dan Java Bode terbit.

Pada masa pendudukan Jepang mengambil alih kekuasaan, koran-koran ini dilarang. Akan tetapi pada akhirnya ada lima media yang mendapat izin terbit: Asia Raja, Tjahaja, Sinar Baru, Sinar Matahari, dan Suara Asia.

Kemerdekaan Indonesia membawa berkah bagi jurnalisme. Pemerintah Indonesia menggunakan Radio Republik Indonesia (RRI) sebagai media komunikasi.

Menjelang penyelenggaraan Asian Games IV, pemerintah memasukkan proyek televisi. Sejak tahun 1962 inilah Televisi Republik Indonesia (TVRI) muncul dengan teknologi layar hitam putih.

Di masa kekuasaan presiden Soeharto, banyak terjadi pembredelan (pemberangusan) media massa.

Kasus Harian Indonesia Raya dan Majalah Tempo merupakan dua contoh nyata dalam sensor kekuasaan ini.

Kontrol ini dipegang melalui Departemen Penerangan (Deppen) dan Persatuan Wartawan Indonesia (PWI).

Titik kebebasan pers mulai terasa lagi saat BJ Habibie menggantikan Soeharto sebagai Presiden RI, pada 1998. Banyak media massa yang muncul kemudian dan PWI tidak lagi menjadi satu-satunya organisasi profesi kewartawanan.

Kegiatan jurnalisme diatur dengan Undang-Undang Pers dan Kode Etik Jurnalistik yang dikeluarkan Dewan Pers.

BAB II

RUANG LINGKUP JURNALISTIK

1. Ruang Lingkup Dasar-Dasar Jurnalistik

Dasar-Dasar Jurnalistik adalah hal-hal mendasar tentang dunia jurnalistik yang meliputi dua hal:

1. Pengetahuan (knowledge)
2. Keterampilan (skill) jurnalistik

Dasar-Dasar Jurnalistik dalam hal pengetahuan yang terpenting adalah pengetahuan tentang "istilah-istilah kunci" (*key terms*) atau "kata kunci" (*keywords*) seperti sejarah dan asal-usul kata jurnalistik itu sendiri, pengertian jurnalistik, produk jurnalistik, berita, reportase, kode etik jurnalistik, bahasa jurnalistik, pers, media, wartawan, reporter, redaksi, editor, dan sebagainya.

Dasar-Dasar Jurnalistik dalam hal keterampilan yang terpenting adalah teknik reportase, termasuk wawancara, dan penulisan berita karena berita merupakan produk utama jurnalistik sekaligus karya utama wartawan (jurnalis).

Pengertian Jurnalistik

Pengertian istilah jurnalistik dapat ditinjau dari tiga sudut pandang:

1. Harfiah
2. Konseptual/Teoretis
3. Praktis

Secara harfiah, jurnalistik (*journalistic*) artinya kewartawanan atau kepenulisan. Kata dasarnya "jurnal" (*journal*), artinya laporan atau catatan, atau "jour" dalam bahasa Prancis yang berarti "hari" (*day*). Asal-muasal kata jurnalistik dari bahasa Yunani Kuno, "*du jour*" yang berarti hari, yakni kejadian hari ini yang diberitakan dalam lembaran tercetak.

Secara konseptual, jurnalistik dapat dipahami dari tiga sudut pandang:

1. Proses.
2. Teknik.
3. Ilmu.

Sebagai proses, jurnalistik adalah "aktivitas" mencari, mengolah, menulis, dan menyebarkan informasi kepada publik melalui media massa. Aktivitas ini dilakukan oleh wartawan (jurnalis).

Sebagai teknik, jurnalistik adalah "keahlian" (*expertise*) atau "keterampilan" (*skill*) menulis karya jurnalistik (berita, artikel, feature) termasuk keahlian dalam pengumpulan bahan penulisan seperti peliputan peristiwa (reportase) dan wawancara.

Sebagai ilmu, jurnalistik adalah "bidang kajian" mengenai pembuatan dan

penyebarluasan informasi (peristiwa, opini, pemikiran, ide) melalui media massa.

Jurnalistik termasuk ilmu terapan (*applied science*) yang dinamis dan terus berkembang sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dan dinamika masyarakat itu sendiri. Sebagai ilmu, jurnalistik termasuk dalam bidang kajian ilmu komunikasi, yakni ilmu yang mengkaji proses penyampaian pesan, gagasan, pemikiran, atau informasi kepada orang lain dengan maksud memberitahu, mempengaruhi, atau memberikan kejelasan.

Secara praktis, jurnalistik adalah proses pembuatan informasi atau berita (news processing) dan penyebarluakannya melalui media massa.

Dari pengertian jurnalistik secara praktis ini, kita dapat melihat adanya empat komponen dalam dunia jurnalistik:

1. Informasi
2. Penyusunan informasi
3. Penyebarluasan informasi
4. Media massa.

Informasi adalah pesan, ide, laporan, keterangan, atau pemikiran. Dalam dunia jurnalistik, informasi dimaksud adalah news (berita) dan views (opini).

Berita adalah laporan peristiwa yang bernilai jurnalistik atau memiliki nilai berita (news values) – aktual, faktual, penting, dan menarik. Berita disebut juga “informasi terbaru”.

Jenis-jenis berita antara lain;

1. Berita langsung (*Straight News/Spot News/Hard News*)
2. Berita opini (*opinion news*)
3. Berita investigasi (*investigative news*)
4. Berita ringan (*Soft News*)

Views adalah pandangan atau pendapat mengenai suatu masalah atau peristiwa. Jenis informasi ini antara lain, kolom, tajuk rencana, artikel, surat pembaca, karikatur, pojok, dan esai.

Ada juga tulisan yang tidak termasuk berita juga tidak bisa disebut opini, yakni feature, yang merupakan perpaduan antara news dan views. Jenis feature yang paling populer adalah *feature tips (how to do it feature)*, *feature biografi*, *feature catatan perjalanan/petualangan*, dan *feature human interest*.

Penyusunan Informasi

Informasi yang disajikan sebuah media massa tentu harus dibuat atau disusun dulu. Yang bertugas menyusun informasi adalah bagian redaksi (*Editorial Department*), yakni para wartawan, mulai dari Pemimpin Redaksi, Redaktur Pelaksana, Redaktur Desk, Reporter, Fotografer, Koresponden, hingga Kontributor.

Pemred hingga Koresponden disebut wartawan. Menurut UU No. 40/1999, wartawan adalah “orang yang melakukan aktivitas jurnalistik secara rutin”. Untuk menjadi wartawan, seseorang harus memenuhi kualifikasi berikut ini:

1. Menguasai teknik jurnalistik, yaitu skill meliput dan menulis berita, feature, dan tulisan opini.
2. Menguasai bidang liputan (beat).
3. Menguasai dan menaati Kode Etik Jurnalistik.

News Processing

Teknis pembuatan informasi atau berita terangkum dalam konsep proses pembuatan berita (*news processing*), meliputi:

1. *News Planning* = perencanaan berita. Dalam tahap ini redaksi melakukan Rapat Proyeksi, yakni perencanaan tentang informasi yang akan disajikan. Acuanya adalah visi, misi, rubrikasi, nilai berita, dan kode etik jurnalistik. Dalam rapat inilah ditentukan jenis dan tema-tema tulisan/berita yang akan dibuat dan dimuat, lalu dilakukan pembagian tugas di antara para wartawan.

2. *News Hunting* = pengumpulan bahan berita. Setelah rapat proyeksi dan pembagian tugas, para wartawan melakukan pengumpulan bahanberita, berupa fakta dan data, melalui peliputan, penelusuran referensi atau pengumpulan data melalui literatur, dan wawancara.

3. *News Writing* = penulisan naskah. Setelah data terkumpul, dilakukan penulisan naskah.

4. *News Editing* = penyuntingan naskah. Naskah yang sudah ditulisharus disunting dari segi redaksional (bahasa) dan isi (substansi). Dalam tahap ini dilakukan perbaikan kalimat, kata, sistematika penulisan, dan substansi naskah, termasuk pembuatan judul yang menarik dan layak jual serta penyesuaian naskah dengan space atau kolom yang tersedia.

Setelah keempat proses tadi dilalui, sampailah pada proses berikutnya, yakni proses pracetak berupa Desain Grafis, berupa lay out (tata letak), artistik, pemberian ilustrasi atau foto, desain cover, dll. Setelah itu langsung ke percetakan (*printing process*).

Penyebarluasan Informasi

Yakni penyebarluasan informasi yang sudah dikemas dalam bentuk media massa (cetak). Ini tugas bagian marketing atau bagian usaha (Business Department) –sirkulasi/distribusi, promosi, dan iklan. Bagian ini harus menjual media tersebut dan mendapatkan iklan.

Media Massa

Media Massa (Mass Media) adalah sarana komunikasi massa (channel of mass communication). Komunikasi massa sendiri artinya proses penyampaian pesan, gagasan, atau informasi kepada orang banyak (publik) secara serentak.

Ciri-ciri (karakteristik) medi massa adalah:

1. Disebarluaskan kepada khalayak luas (publisitas)
2. Pesan atau isinya bersifat umum (universalitas)
3. Tetap atau berkala (periodisitas)
4. Berkesinambungan (kontinuitas)
5. Berisi hal-hal baru (aktualitas).

Jenis-jenis media massa yaitu:

1. Media Massa Cetak (Printed Media)
2. Media Massa Elektronik (Electronic Media)
3. Media Online (Cybermedia)

Yang termasuk media elektronik adalah radio, televisi, dan film. Sedangkan media cetak –berdasarkan formatnya— terdiri dari koran atau surat kabar, tabloid, newsletter, majalah, buletin, dan buku. Media Online adalah website internet yang berisikan informasi- aktual layaknya media massa cetak.

Berita; Produk Utama Jurnalistik

Aktivitas atau proses jurnalistik utamanya menghasilkan berita, selain jenis tulisan lain seperti artikel dan feature. Berita adalah laporan peristiwa yang baru terjadi atau kejadian aktual yang dilaporkan di media massa.

Tahap-tahap pembuatan/penulisan berita adalah sebagai berikut:

1. Mengumpulkan fakta dan data peristiwa yang bernilai berita –aktual, faktual, penting, dan menarik—dengan “mengisi” enam unsur berita 5W+1H (What/Apa yang terjadi, Who/Siapa yang terlibat dalam kejadian itu, Where/Di mana kejadiannya, When/Kapan terjadinya, Why/Kenapa hal itu terjadi, dan How/Bagaimana proses kejadiannya)

2. Fakta dan data yang sudah dihimpun dituliskan berdasarkan rumus 5W+1H dengan menggunakan Bahasa Jurnalistik –spesifik= kalimatnya pendek-pendek, baku, dan sederhana; dan komunikatif = jelas, langsung ke pokok masalah (straight to the point), mudah dipahami orang awam.

3. Komposisi naskah berita terdiri atas: Head (Judul), Date Line (Baris Tanggal), yaitu nama tempat berangsurangnya peristiwa atau tempat berita dibuat, plus nama media Anda, Lead (Teras) atau paragraf pertama yang berisi bagian paling penting atau hal yang paling menarik, dan Body (Isi) berupa uraian penjelasan dari yang sudah tertuang di Lead.

Sumber: Asep Syamsul M. Romli, Jurnalistik Terapan, Batic Press, Bandung, 2001; Asep Syamsul M. Romli, Kamus Jurnalistik, Simbiosis Bandung, 2009.

BAB III BAHASA DAN PENULISAN

Ciri-Ciri Bahasa Jurnalistik

Secara spesifik, bahasa jurnalistik dapat dibedakan menurut bentuknya, yaitu bahasa jurnalistik surat kabar, bahasa jurnalistik tabloid, bahasa jurnalistik majalah, bahasa jurnalistik radio siaran, bahasa jurnalistik televisi, dan bahasa jurnalistik media online internet.

Bahasa jurnalistik surat kabar, misalnya, kecuali harus tunduk pada kaidah atau prinsip-prinsip umum bahasa jurnalistik, juga memiliki ciri-ciri yang sangat khusus atau spesifik. Hal inilah yang membedakan dirinya dari bahasa jurnalistik media lainnya.

Ada tujuh belas ciri utama bahasa jurnalistik yang berlaku untuk semua bentuk media berkala tersebut, yaitu:

Sederhana: Sederhana berarti selalu mengutamakan atau memilih kata atau kalimat yang paling banyak diketahui maknanya oleh khalayak pembaca yang sangat heterogen, baik dilihat dari tingkat inteleguitasnya maupun karakteristik demografis dan psikografisnya.

Singkat: Singkat berarti langsung kepada pokok masalah (to the point), tidak bertele-tele, tidak berputar-putar, tidak memboroskan waktu pembaca yang sangat sederhana.

Padat: Padat berarti sarat informasi. Setiap kalimat dan paragraf yang ditulis memuat banyak informasi penting dan menarik untuk khalayak pembaca.

Lugas: Lugus berarti tegas, tidak ambigu, sekaligus menghindari eufemisme atau penghalusan kata dan kalimat yang bisa membingungkan khalayak pembaca sehingga terjadi perbedaan persepsi dan kesalahan konklusi.

Jelas: Jelas berarti mudah ditangkap maksudnya, tidak baur dan kabur. Jelas di sini mengandung tiga arti: jelas artinya, jelas susunan kata atau kalimatnya, dan jelas sasaran atau maksudnya.

Jernih: Jernih berarti bening, tembus pandang, transparan, jujur, tulus, tidak menyembunyikan sesuatu yang lain yang bersifat negatif seperti prasangka atau fitnah. Kata dan kalimat yang jernih berarti kata dan kalimat yang tidak memiliki agenda tersembunyi di balik pemuatan suatu berita atau laporan.

Menarik: Artinya mampu membangkitkan minat dan perhatian khalayak pembaca, memicu selera baca, serta membuat orang yang sedang tertidur, terjaga seketika.

Demokratis: Demokratis berarti bahasa jurnalistik tidak mengenal tingkatan, pangkat, kasta, atau perbedaan dari pihak yang menyapa dan pihak

yang disapa. Bahasa jurnalistik menekankan aspek fungsional dan komunal sehingga sama sekali tidak dikenal pendekatan feodal sebagaimana dijumpai pada masyarakat dalam lingkungan priyayi dan keraton.

Populis: Populis berarti setiap kata, istilah, atau kalimat apa pun yang terdapat dalam karya-karya jurnalistik harus akrab di telinga, di mata, dan di benak pikiran khalayak pembaca.

Logis: Artinya, apa pun yang terdapat dalam kata, istilah, kalimat, atau paragraf jurnalistik harus dapat diterima dan tidak bertentangan dengan akal sehat (common sense).

Gramatikal: Berarti setiap kata, istilah, atau kalimat apa pun yang terdapat dalam karya-karya jurnalistik harus mengikuti kaidah tata bahasa baku.

Menghindari kata tutur: Kata tutur adalah kata yang biasa digunakan dalam percakapan sehari-hari secara informal. Contoh: bilang, dibilangin, bikin, kayaknya, mangkanya, kelar, jontor, dll..

Menghindari kata dan istilah asing: Berita atau laporan yang banyak diselingi kata-kata asing, selain tidak informatif dan komunikatif, juga sangat membingungkan. Menurut teori komunikasi, media massa anonim dan heterogen, tidak saling mengenal dan benar-benar majemuk.

Pilihan kata (diksi) yang tepat: Bahasa jurnalistik sangat menekankan efektivitas. Setiap kalimat yang disusun tidak hanya harus produktif, tetapi juga tidak boleh keluar dari asas efektivitas. Artinya, setiap kata yang dipilih memang tepat dan akurat, sesuai dengan tujuan pesan pokok yang ingin disampaikan kepada khalayak.

Mengutamakan kalimat aktif: Kalimat aktif lebih mudah dipahami dan lebih disukai pembaca daripada kalimat pasif. Kalimat aktif lebih memudahkan pengertian dan memperjelas pemahaman, sedangkan kalimat pasif sering menyesatkan pengertian dan mengaburkan pemahaman.

Menghindari kata atau istilah teknis: Karena ditujukan untuk umum, bahasa jurnalistik harus sederhana, mudah dipahami, ringan dibaca, tidak membuat kening berkerut apalagi sampai membuat kepala berdenyut. Bagaimanapun, kata atau istilah teknis hanya berlaku untuk kelompok atau komunitas tertentu yang relatif homogen. Realitas yang homogen, menurut perspektif filsafat bahasa, tidak boleh dibawa ke dalam realitas yang heterogen. Selain tidak efektif, itu juga mengandung unsur pemerkoasaan.

Tunduk kepada kaidah etika: Salah satu fungsi utama pers adalah mendidik. Fungsi ini bukan saja harus tercermin pada materi isi berita, laporan gambar, dan artikel-artikelnya, melainkan juga harus tampak pada bahasanya. Pada bahasa tersimpul etika. Bahasa tidak saja mencerminkan pikiran seseorang, tetapi sekaligus juga menunjukkan etika orang itu. Sebagai pendidik, pers wajib menggunakan serta tunduk kepada kaidah dan etika bahasa baku.

A.M Dewabrata menegaskan bahwa maksud pernyataan bahasa jurnalistik sebagai ragam Bahasa Indonesia bagi wartawan dalam menulis berita, merujuk kepada pengertian umum yang membedakan dengan ragam lainnya yang dapat

dibedakan dalam bentuk kalimat, klausa, frasa, diksi atau kata-kata. Untuk itu, pers berkualitas senantiasa menjaga reputasi dan wibawanya di mata khalayak atau publik, antara lain dengan senantiasa menghindari penggunaan diksi atau kata yang diasumsikan tidak sopan, vulgar, atau mengumbar selera rendah/

(Dirangkum dari buku Bahasa Jurnalistik, Panduan Praktis Penulis dan Jurnalistik; karya Drs. A.S. Haris Sumadiria, M.Si.)

Bahasa Jurnalistik Televisi

Karakteristik bahasa jurnalistik yang dikemukakan oleh para pakar jurnalistik di atas reletatif sama. Kita akan merangkum karakteristik-karakteristik bahasa jurnalistik televisi di atas, dan kemudian menjelaskan kaitannya dengan karakteristik televisi sebagai media informasi.

Bahasa berita televisi Suwardi Idris (1978) memberi pedoman, bahwa berita televisi hendaknya:

a. Sederhana, tidak bercampur aduk dengan kata-kata asing atau kata-kata yang kurang dikenal oleh rata-rata penonton.

b. Menggunakan kalimat-kalimat pendek langsung kepada sasaran, tidak berbelit-belit

c. Menghindarkan pemakaian kalimat terbaik (inverted sentence)

d. Mengusahakan sedapat mungkin agar subjek dan predikat berdekatan letaknya.

e. Member penjelasan secukupnya tentang benda-benda atau kata-kata asing yang terpaksa digunakan dalam siaran berita televisi.

f. Kalimat panjang yang mungkin dapat disajikan dalam media cetak sebaiknya dibagi-bagi menjadi beberapa kalimat yang pendek, dan kalau perlu susunannya diubah, sehingga subjek dan predikat jelas posisinya.

Pada umumnya didapatkan bahwa jurnalistik memiliki lima karakteristik, yakni :

1. Publisitas

Publisitas maksudnya bahwa jurnalistik atau media massa itu ditujukan untuk konsumsi publik secara umum dan luas. Karya jurnalistik itu disampaikan secara umum kepada publik dengan menerabas segala sekat atau pembatas. Media radio dan televisi, dapat dinikmati oleh publik secara umum bebas, di mana pun dan kapan saja.

2. Universalitas

Universalitas maksudnya bahwa pesan yang disampaikan dalam jurnalistik atau media massa bersifat universal/umum, karena bersangkutan dengan aneka aspek atau persoalan kehidupan yang muncul di atas bumi ini.

3. Periodisitas

Periodisitas menunjuk pada keberkalaan dari sebuah media massa hadir di hadapan publiknya. Misalnya bagian atau kolom tertentu dari sebuah media massa, kolom-kolom tertentu di dalam surat kabar, juga hanya pada hari-hari yang sifatnya tertentu. Tentu saja, sesuatu yang harus hadir setiap hari tidak dapat dipaksakan untuk hadir secara periodik saja.

4. *Kontinuitas*

Kontinuitas menunjuk pada kelangsungan sebuah media massa hadir di hadapan publiknya sebuah surat kabar harian, misalnya, hadir setiap hari kepada publiknya. Majalah mingguan, misalnya, juga harus hadir secara kontinyu pada setiap periode mingguan ke hadapan publiknya.

5. *Aktualitas*

Media massa harus berciri aktual. Maksudnya, media massa itu selalu harus hadir dengan hal-hal yang baru sifatnya.

Televisi adalah media audio-visual atau media pandang-dengar. Pemirsa memandang gambar dan mendengar narasi. Penyiar atau presenter atau reporter membacakan narasi atau narasi untuk pemirsa. Penyiar, presenter, atau reporter seolah tengah bercakap-cakap dengan pemirsa. Karena itu, harus menggunakan bahasa sehari-hari, bahasa percakapan, atau kalimat tutur dalam berita televisi yang kita buat. Bahwa bahasa jurnalistik televisi harus menggunakan gaya bahasa bertutur adalah juga untuk membedakannya dengan bahasa jurnalistik media cetak yang cenderung formal.

Contoh:

UNJUK RASA MAHASISWA DI GEDUNG D-P-R-D KOTA MEDAN/ DIWARNAI BENTROK DENGAN APARAT KEAMANAN/// (Formal, terutama pada kata "diwarnai.")

MAHASISWA BENTROK DENGAN APARAT/ KETIKA MAHASISWA BERUNJUK RASA DI DEPAN GEDUNG D-P-R-D KOTA MEDAN// (Bahasa tutur)

Menggunakan kata atau kalimat sederhana, menghindari kata asing, kata klise, istilah teknis, dan eufimisme

Sifat atau karakteristik televisi adalah jangkauannya yang luas. Itu artinya berita televisi menjangkau khalayak dari berbagai tingkat sosial-ekonomi. Jika untuk memperoleh informasi dari media cetak orang harus bisa membaca, untuk memperoleh informasi dari televisi orang tidak harus pandai membaca. Artinya, orang buta huruf pun bisa menonton berita televisi. Karena itu, bahasa jurnalistik televisi harus bisa dipahami oleh rata-rata penonton televisi. Bahasa yang dapat dipahami oleh rata-rata penonton televisi adalah bahasa yang sederhana, yang menghindari penggunaan kata asing atau istilah teknis yang belum umum. Jika terpaksa menggunakan kata asing atau istilah teknis, upayakan menjelaskan arti atau maknanya.

Contoh 1:

KOMISI SATU D-P-R AKAN MEMINTA KLARIFIKASI PANGLIMA T-N-I BERKAITAN DENGAN DUGAAN KETERLIBATAN ANGGOTA T-N-I DALAM JARINGAN PERDAGANGAN SENJATA INTERNASIOAL/// (Bukan bahasa jurnalistik televisi yang baik, karena ada kata asing dan "klarifikasi.")

KOMISI SATU D-P-R AKAN MEMINTA PENJELASAN PANGLIMA T-N-I BERKAITAN DENGAN DUGAAN KETERLIBATAN ANGGOTA T-N-I DALAM

PERDAGANGAN SENJATA INTERNASIONAL// (Bahasa sederhana)

Contoh 2:

KERUSUHAN POSO MELIBATKAN OKNUM ANGGOTA T-N-I// (Bukan bahasa jurnalistik televisi, karena ada kata "klise", yaitu oknum.)

KERUSUHAN POSO MELIBATKAN ANGGOTA T-N-I/// (Bahasa jurnalistik televisi)

Menggunakan kalimat pendek atau ekonomi kata

Kalimat panjang seringkali lebih sulit dimengerti dibanding kalimat pendek. Padahal, televisi bersifat sekilas dan satu arah. Artinya, ketika penonton tidak paham dengan berita yang kalimatnya terlampau panjang, dia tidak dapat mengulang mendengar berita tersebut. Lagi pula, kekuatan berita ada pada gambar. Jadi, buat apa menggunakan kalimat yang panjang-panjang. Selain itu, televisi mengutamakan kecepatan. Kalimat panjang hanya akan menjadikan alur berita berjalan lamban. Tetapi, jika suatu berita melulu terdiri dari kalimat-kalimat pendek, akan kedengaran membosankan.

Contoh:

PARA MAHASISWA BERENCANA AKAN MELAKUKAN UNJUK RASA MENENTANG KENAIKAN HARGA BAHAN BAKAR MINYAK/ BESOK/// (Terdapat sejumlah kata mubazir)

BESOK/ MAHASISWA BERUNJUK RASA MENENTANG KENAIKAN HARGA BAHAN BAKAR MINYAK///kalimat panjang dipecah menjadi dua kalimat pendek)

Menghindari kalimat terbalik, subyek dan predikat berdekatan posisinya, jabatan mendahului nama pemangku jabatan

Karakteristik bahasa jurnalistik televisi yang seperti ini sangat terkait dengan karakteristik televisi yang bersifat sekilas dan searah. Jika menggunakan kalimat terbalik atau letak subyek dan predikat berjauhan, boleh jadi penonton lupa siapa mengatakan atau melakukan apa.

Contoh 1:

SUSILO BAMBANG YUDHOYONO, PRESIDEN R-I, MEMERINTAHKAN ABURIZAL BAKRI, MENKO KESRA, MEMBERI GANTI RUGI KEPADA KORBAN LUMPUR LAPINDO DI SIDOARJO/ JAWA TIMUR// (Buruk, nama pemangku jabatan mendahului jabatan)

PRESIDEN SUSILO BAMBANG YUDHOYONO MEMERINTAHKAN MENKO KESRA ABURIZAL BAKRI MEMBERI GANTI RUGI KEPADA KORBAN LUMPUR LAPINDO DI SIDOARJO/ JAWA TIMUR// (Baik, jabatan mendahului pemangku jabatan)

Contoh 2:

INDONESIA HARUS BEBAS DARI KORUPSI, KATA PRESIDEN SUSILO BAMBANG YUDHOYONO// (Bukan bahasa jurnalistik televisi karena subyek dan predikat terpisah letaknya)

PRESIDEN SUSILO BAMBANG YUDHOYONO BERTEKAD INDONESIA BEBAS DARI KORUPSI// (Bahasa jurnalistik televisi)

Contoh 3:

MEMPROTES PENANGKAPAN REKANNYA OLEH POLISI/ SERIBUAN MAHASISWA BERUNJUK RASA DI POLDA METRO JAYA/// (Bukan bahasa jurnalistik televisi, karena anak kalimat mendahului induk kalimat)

SERIBUAN MAHASISWA BERUNJUK RASA DI POLDA METRO JAYA MEMPROTES PENANGKAPAN REKAN MEREKA OLEH POLISI/// (Bahasa jurnalistik televisi)

Menggunakan kalimat aktif, jangan menyembunyikan kata kerja yang kuat di balik kata benda

Kalimat aktif lebih memiliki kekuatan dibanding kalimat pasif. Kalimat aktif juga lebih dimengerti dibanding kalimat pasif. Karena televisi merupakan media yang mengandalkan kecepatan dan bersifat sekilas, penggunaan kalimat aktif membuat penonton lebih mudah memahami berita tekevisi.

Contoh 1:

PRESIDEN TIDAK PEDULI DENGAN TUNTUTAN MAHASISWA/// (Kalimat negatif)

PRESIDEN MENGAMBAIKAN TUNTUTAN MAHASISWA (Bahasa jurnalistik televisi, karena menggunakan kalimat aktif)

Contoh 2:

LEDAKAN BOM TERJADI DI DEPAN KEDUTAAN BESAR AUSTRALIA DI JAKARTA/// (Kalimat pasif, menyembunyikan kata kerja yang kuat di balik kata benda)

BOM MELEDAK DI DEPAN KEDUTAAN BESAR AUSTRALIA DI JAKARTA/// (Kalimat aktif, menampilkan kata kerja yang kuat: kata "meledak")

Jangan terlampau banyak menggunakan angka-angka

Televisi, seperti telah berungkali kali dikatakan di sini, bersifat sekilas. Jika kita terlampau banyak menggunakan angka-angka, apalagi angka yang terlampau detil, pemirsa sulit mengingat, apalagi memahaminya. Karena itu, berhati-hatilah dalam menggunakan angka-angka. Jangan menggunakan angka-angka yang terlalu detil. Penggunaan angka yang terlalu banyak dan detil juga membuat kalimat kita menjadi panjang. Padahal, seperti telah disebut di atas, kita sebaiknya menggunakan kalimat-kalimat pendek dalam berita televisi

yang kita tulis.

Contoh: SEBANYAK SERIBU SERATUS 5 PULUH LIMA MAHASISWA BERUNJUK RASA DI GEDUNG D-P-R/// (Buruk, angka-angka terlalu detil)

Kelebihan dan Kelemahan Media

Setiap media memiliki kelemahan dan kelebihan tersendiri dalam memberikan informasi kepada audiensnya.

Kelebihan Media cetak :

- Dapat dibaca berkali-kali dengan cara menyimpannya.
- Dapat membuat orang yang berfikir lebih spesifik tentang isi tulisan.
- Bisa disimpan atau dicollect isi informasinya.
- Harganya lebih terjangkau maupun dalam distribusinya.
- Lebih mampu menjelaskan hal-hal yang bersifat kompleks atau rigid.

Kekurangan Media cetak :

· Dari segi waktu media cetak lambat dalam memberikan informasi. Karena media cetak tidak dapat menyebarkan langsung berita yang terjadi pada masyarakat dan harus menunggu turun cetak.

- Media cetak hanya dapat berupa tulisan.
- Media cetak hanya dapat memberikan visual berupa gambar yang mewakili keseluruhan isi berita.
- Biaya produksi yang cukup mahal karena media cetak harus mencetak dan mengirimkannya sebelum dapat dinikmati masyarakat.

Kelebihan Koran :

- Biasanya relatif tidak mahal.
- Fleksibel (lebih luwes dalam menentukan jadwal publikasi iklan dan surat kabar yang mempublikasikan (apakah lokal, regional ataukah nasional) berkaitan dengan khalayak yang dijadikan sasaran iklan).
- Dapat dinikmati lebih lama.
- Market coverage ; surat kabar mampu menjangkau daerah-daerah perkotaan sesuai cakupan wilayahnya.
- Comparison shopping ; surat kabar sering digunakan sebagai bahan acuan atau referensi konsumen dalam membeli barang atau jasa.
- Positive consumer attitude ; aktualitas informasi yang disampaikan digunakan juga sebagai acuan pembaca.

Kekurangan Koran :

- Mudah diabaikan & Cepat basi.
- Short life span ; meski jangkauannya luas dan massal serta dapat didokumentasikan, pembaca surat kabar hanya butuh waktu kurang lebih 15 menit hingga 30 menit untuk membacanya serta umumnya hanya sekali saja membacanya.
- Clutter ; Jika isi dan tata letaknya kacau akan mempengaruhi pemaknaan dan pemahaman isi pesan iklan oleh pembacanya.

- Limited coverage of certain groups ; beberapa kelompok tertentu tidak bisa dijangkau oleh surat kabar, misal kelompok masyarakat menengah ke bawah atau masyarakat usia di bawah 15 tahun.
- Products that don't fit ; beberapa produk tidak dapat diiklankan dengan menggunakan surat kabar karena memerlukan demonstrasi atau memerlukan pertimbangan tertentu. Contoh iklan BH atau iklan peralatan olah raga.
- Jenis bahan yang digunakan biasanya mudah sobek, artinya gangguan mekanis tinggi, sehingga informasi yang diterima tidak lengkap.

Kelebihan Majalah :

- Dapat dinikmati lebih lama (long life span) Pembacaannya lebih selektif.
- Dapat mengemukakan gambar yang menarik (Kualitas Visual).
- Khalayak sasaran; salah satu keunggulan majalah jika dibandingkan dengan media lainnya adalah kemampuannya menjangkau segmen pasar tertentu yang terspesialisasi.
- Penerimaan khalayak; kemampuan mengangkat produk-produk yang diiklankan sejajar dengan persepsi khalayak sasaran terhadap prestige majalah yang bersangkutan.

Kekurangan Majalah :

- Biaya lebih relatif tinggi (mahal).
- Fleksibilitasnya rendah (terbatas).
- Distribusi. Banyak majalah yang peredarannya lambat sehingga hanya menumpuk di rak-rak toko. Ada juga majalah yang tidak memiliki jaringan distribusi yang tepat.
- Di beberapa daerah tertentu yang daya belinya tinggi namun sulit dijangkau, majalah sering tidak ada.
- Jenis bahan yang digunakan biasanya mudah sobek, artinya gangguan mekanis tinggi, sehingga informasi yang diterima tidak lengkap

Kelebihan Radio :

- Biayanya relatif rendah (dalam artian hardware-nya serta dalam produksi siarannya).
- Dapat diterima oleh siapa saja.
- Dapat menjangkau daerah yang cukup luas.
- Bersifat Auditif. 1. Lebih leluasa dalam penyampaian pesan-pesannya tanpa banyak varian-variannya. 2. Menimbulkan audio imajinatif. Efek yang ditimbulkan lebih dahsyat dari pada efek visual.
- Daya tembus yang besar tidak mengenal rintangan. Radio yang menggunakan gelombang SW, MW, mempunyai kemampuan penetrasi area yang luas sehingga pesan yang disampaikan dapat mengatasi jarak, ruang dan waktu.
- Merupakan sarana yang cepat dalam menyebarkan informasi . Radio dapat diterima dan didengar di areal tanpa listrik atau tidak selalu membutuhkan daya listrik.

- Praktis (portable dapat di bawa kemana-mana) dan audience selectivity. Mengatasi buta huruf artinya para pendengar radio tidak dituntut untuk bisa membaca.

Kekurangan Radio :

- Waktunya terbatas.
- Tidak mengemukakan gambar.
- Pendengar sering kurang mendengarkan secara penuh karena diselingi melakukan pekerjaan lain.
- Noise Faktor (khusus gelombang MW dan SW) Sulit untuk menyampaikan pesan-pesan yang kompleks
 - Alternatif audience dalam pemilihan stasiun lebih banyak (persaingan yang ketat)
 - Sekilas dengar atau bersifat auditif saja sedangkan televisi lebih lengkap.
 - Tidak dapat di gunakan untuk menyampaikan acara yang abstrak dan kompleks (rumit)
 - Radio termasuk media yang time organized, sehingga untuk penataan program acaranya mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut: Untuk penyampaian pesan yang bersifat informatif maka maximum durasinya adalah 15 menit. Untuk acara yang bersifat entertainment bisa sampai 30 s.d 45 menit.

Kelebihan Televisi:

- Dapat dinikmati oleh siapa saja.
- Dapat menjangkau daerah yang luas.
- Waktu siarannya sudah tertentu.
- Memiliki daya penyampaian dan pengaruh yang kuat karena dapat memberikan kombinasi antara suara dengan gambar (yang bergerak).
- Memudahkan para audiensnya untuk memahami yang diiklankan.
- Tidak memerlukan keahlian dan kemampuan membacaseperti pada media cetak. Dengan gambar-gambar, semua orang sudah cukup mengerti maknanya.

Kekurangan Televisi :

- Biaya relatif tinggi.
- Hanya dapat dinikmati sebentar (pesan berlalu sangat cepat).
- Khalayak yang selektif (tidak setajam media lainnya kemungkinan menjangkau segmen tidak tepat karena pemborosan geografis).
- Kesulitan teknis.
- Tidak semua tempat dapat dicapai gelombang penyiaran televisi.
- Tidak semua orang memiliki pesawat televisi melihat harganya yang relatif mahal

Kelebihan Media Elektronik :

- Dari segi waktu, media elektronik tergolong cepat dalam menyebarkan berita ke masyarakat.
- Media elektronik mempunyai audio visual yang memudahkan para

audiensnya untuk memahami berita, khususnya pada media elektronik televisi.

- Media elektronik menjangkau masyarakat secara luas.
- Dapat menyampaikan berita secara langsung dari tempat kejadian.
- Dapat menampilkan proses terjadinya suatu peristiwa.
- Dapat dinikmati oleh semua orang, baik itu yang mengalami keterbelakangan mental.

Kekurangan media Elektronik :

- Dalam penyediaan berita pada media elektronik tidak dapat mengulang apa yang telah ditayangkan.

Itulah sekilas tentang bahasa jurnalistik yang bisa Anda pelajari dan pahami, semoga bisa bermanfaat dan membantu Anda dalam mendalami lebih jauh tentang dunia jurnalistik.

BAB IV MENULIS ARTIKEL ILMIAH POPULER

1. Menulis dan Mengarang

Ada suatu pandangan tradisional yang menyebutkan bahwa menulis dan mengarang adalah dua kegiatan yang berbeda, meski sama-sama berkenaan dengan aspek kebahasaan. Kegiatan menulis sering diasosiasikan dengan ilmu yang sifatnya faktual, sedangkan kegiatan mengarang selalu diasosiasikan dengan karya sastra yang fiktional (Kamandobat 2007). Dengan kata lain, kegiatan menulis mutlak membutuhkan studi ilmiah, sedangkan kegiatan mengarang tidak.

Pandangan tersebut tentu tidak benar. Kita tentu ingat novel "Da Vinci Code" yang menggemparkan. Lalu kita juga mungkin masih ingat "The Origin of Species" karya Charles Darwin. Keduanya berasal dari ranah yang berbeda, namun masing-masing disajikan dengan bahasa yang terkesan ilmiah dan literer.

Akan tetapi, ada satu hal yang membedakan keduanya. Hal tersebut ialah dalam hal penekanannya. Meskipun sebuah karya tulis disajikan dengan bahasa literer, bila penekanannya menjurus ke bidang keilmuan -- termasuk ilmu sastra -- kita bisa mengelompokkannya ke dalam kegiatan menulis. Demikian sebaliknya, kegiatan menghasilkan karya tulis yang lebih bernuansa fiktif, meski terkesan faktual, bisa disebut sebagai kegiatan mengarang.

2. Menulis Artikel

Ada sejumlah pengertian mengenai artikel. Berikut beberapa di antaranya.

Artikel merupakan karya tulis lengkap, misal laporan berita atau esai di majalah, surat kabar, dan sebagainya (KBBI 2002: 66).

Artikel adalah sebuah karangan prosa yang dimuat dalam media massa, yang membahas isu tertentu, persoalan, atau kasus yang berkembang dalam masyarakat secara lugas (Tartono 2005: 84).

Artikel merupakan:

- karya tulis atau karangan;
- karangan nonfiksi;
- karangan yang tak tentu panjangnya;
- karangan yang bertujuan untuk meyakinkan, mendidik, atau menghibur;
- sarana penyampaian adalah surat kabar, majalah, dan sebagainya;
- wujud karangan berupa berita atau "karkhas" (Pranata 2002: 120).

Menulis Ilmiah Populer

Pada dasarnya, ada beberapa jenis model penulisan artikel. Model-model

tersebut bisa dikelompokkan kepada tingkat kerumitannya. Model yang paling mudah ialah model penulisan populer. Tulisan populer biasanya tulisan ringan yang tidak "njelimet" dan bersifat hiburan. Termasuklah di dalamnya gosip. Selain itu, bahasa yang digunakan juga cenderung bebas (perhatikan, misalnya, bahasa yang digunakan di majalah GetFresh!). Model yang paling sulit ialah penulisan ilmiah. Model ini mensyaratkan objektivitas dan kedalaman pembahasan, dukungan informasi yang relevan, dan biasa diharapkan menjelaskan "mengapa" atau "bagaimana" suatu perkara itu terjadi, tanpa pandang bulu dan eksak (Soeseno 1982: 2). Dari aspek bahasa, tentu saja tulisan ilmiah mensyaratkan bahasa yang baku.

Meski demikian, ada satu model penulisan yang berada di tengah-tengahnya. Model tersebut dikenal dengan penulisan ilmiah populer dan merupakan perpaduan penulisan populer dan ilmiah. Istilah ini mengacu pada tulisan yang bersifat ilmiah, namun disajikan dengan cara penuturan yang mudah dimengerti (Soeseno 1982: 1; Eneste 2005: 171). Model inilah yang digunakan dalam publikasi Yayasan Lembaga SABDA pada umumnya.

Jenis Jenis Artikel

Ada beberapa jenis artikel berdasarkan dari siapa yang menulis dan fungsi atau kepentingannya (Tartono 2005: 85-86). Berdasarkan penulisnya, ada artikel redaksi dan artikel umum. Artikel redaksi ialah tulisan yang digarap oleh redaksi di bawah tema tertentu yang menjadi isi penerbitan. Sedangkan artikel umum merupakan tulisan yang ditulis oleh umum (bukan redaksi).

Sedangkan dari segi fungsi atau kepentingannya, ada artikel khusus dan artikel sponsor. Artikel khusus adalah nama lain dari artikel redaksi. Sedangkan artikel sponsor ialah artikel yang membahas atau memperkenalkan sesuatu.

Mulai Menulis Artikel

Menguji Gagasan

Prinsip paling dasar dari melakukan kegiatan menulis ialah menentukan atau memastikan topik atau gagasan apa yang hendak dibahas. Ketika sudah menentukan gagasan tersebut, kita bisa melakukan sejumlah pengujian. Pengujian ini terdiri dari lima tahap sebagai berikut (Georgina dalam Pranata 2002: 124; band. Nadeak 1989: 44).

Apakah gagasan itu penting bagi sejumlah besar orang?

Dapatkah gagasan ini disempitkan sehingga memunyai fokus yang tajam?

Apakah gagasan itu terikat waktu?

Apakah gagasan itu segar dan memiliki pendekatan yang unik?

Apakah gagasan Anda akan lolos dari saringan penerbit?

Pola Penggarapan Artikel

Ketika hendak menghadirkan artikel, kita tidak hanya diperhadapkan pada satu kemungkinan. Soeseno (1982: 16-17) memaparkan setidaknya lima pola yang bisa kita gunakan untuk menyajikan artikel tersebut. Berikut kelima pola

yang dimaksudkan.

Pola pemecahan topik

Pola ini memecah topik yang masih berada dalam lingkup pembicaraan yang ditemakan menjadi subtopik atau bagian-bagian yang lebih kecil dan sempit kemudian menganalisa masing-masing.

Pola masalah dan pemecahannya

Pola ini lebih dahulu mengemukakan masalah (bisa lebih dari satu) yang masih berada dalam lingkup pokok bahasan yang ditemakan dengan jelas. Kemudian menganalisa pemecahan masalah yang dikemukakan oleh para ahli di bidang keilmuan yang bersangkutan.

Pola kronologi

Pola ini menggarap topik menurut urutan peristiwa yang terjadi.

Pola pendapat dan alasan pemikiran

Pola ini baru dipakai bila penulis yang bersangkutan hendak mengemukakan pendapatnya sendiri tentang topik yang digarapnya, lalu menunjukkan alasan pemikiran yang mendorong ke arah pernyataan pendapat itu.

Pola perbandingan

Pola ini membandingkan dua aspek atau lebih dari suatu topik dan menunjukkan persamaan dan perbedaannya. Inilah pola dasar yang paling sering dipakai untuk menyusun tulisan.

Kelima pola penggarapan artikel di atas dapat dikombinasikan satu dengan yang lain sejauh dibutuhkan untuk menghadirkan sebuah tulisan yang kaya.

Menulis Bagian Pendahuluan

Untuk bagian pendahuluan, setidaknya ada tujuh macam bentuk pendahuluan yang bisa digunakan (Soeseno 1982: 42). Salah satu dari ketujuh bentuk pendahuluan berikut ini dapat kita jadikan alternatif untuk mengawali penulisan artikel kita.

Ringkasan

Pendahuluan berbentuk ringkasan ini nyata-nyata mengemukakan pokok isi tulisan secara garis besar.

Pernyataan yang menonjol

Terkadang disebut juga sebagai "pendahuluan kejutan", diikuti kalimat kekaguman untuk membuat pembaca terpesona.

Pelukisan

Pendahuluan yang melukiskan suatu fakta, kejadian, atau hal untuk menggugah pembaca karena mengajak mereka membayangkan bersama penulis apa-apa yang hendak disajikan dalam artikel itu nantinya.

Anekdot

Pembukaan jenis ini sering menawan karena memberi selingan kepada nonfiksi, seolah-olah menjadi fiksi.

Pertanyaan

Pendahuluan ini merangsang keingintahuan sehingga dianggap sebagai pendahuluan yang bagus.

Kutipan orang lain

Pendahuluan berupa kutipan seseorang dapat langsung menyentuh rasa pembaca, sekaligus membawanya ke pokok bahasan yang akan dikemukakan dalam artikel nanti.

Amanat langsung

Pendahuluan berbentuk amanat langsung kepada pembaca sudah tentu akan lebih akrab karena seolah-olah tertuju kepada perorangan.

Meskipun merupakan pendahuluan, bagian ini tidaklah mutlak ditulis pertama kali. Mengingat tugasnya untuk memancing minat dan mengarahkan pembaca ke arah pembahasan, sering kali menulis bagian pendahuluan ini menjadi lebih sulit daripada menulis judul atau tubuh tulisan. Oleh karena itu, Soeseno (1982: 43) menyarankan agar menuliskan bagian lain terlebih dahulu.

Menulis Bagian Pembahasan atau Tubuh Utama

Bagian ini disarankan dipecah-pecah menjadi beberapa bagian. Masing-masing dibatasi dengan subjudul-subjudul. Selain memberi kesempatan agar pembaca beristirahat sejenak, subjudul itu juga bertugas sebagai penyegar, pemberi semangat baca yang baru (Soeseno 1982: 46). Oleh karena itu, ada baiknya subjudul tidak ditulis secara kaku.

Pada bagian ini, kita bisa membahas topik secara lebih mendalam. Uraikan persoalan yang perlu dibahas, bandingkan dengan persoalan lain bila diperlukan.

Menutup Artikel

Kerangka besar terakhir dalam suatu karya tulis ialah penutup. Bagian ini biasanya memuat simpulan dari isi tulisan secara keseluruhan, bisa juga berupa saran, imbauan, ajakan, dan sebagainya (Tartono 2005: 88).

Ketika hendak mengakhiri tulisan, kita tidak mesti terang-terangan menuliskan subjudul berupa "Penutup" atau "Simpulan". Penutupan artikel bisa kita lakukan dengan menggunakan gaya berpamitan (Soeseno 1982: 48). Gaya pamit itu bisa ditandai dengan pemarkah seperti "demikian", "jadi", "maka", "akhirnya", dan bisa pula berupa pertanyaan yang menggugah pembaca.

Pemeriksaan Isi Artikel

Ketika selesai menulis artikel, hal selanjutnya yang perlu kita lakukan ialah melakukan pemeriksaan menyeluruh. Untuk meyakinkan bahwa tulisan yang kita hasilkan memang baik, kita harus rajin memeriksa tulisan kita. Untuk memudahkan pengoreksian artikel, beberapa pertanyaan berikut perlu kita

jawab (Pranata 2002: 129-130).

Untuk pembukaan, misalnya, apakah kalimat pembuka bisa menarik pembaca? Dapatkah pembaca mulai mengerti ide yang kita tuangkan? Jika tulisan kita serius, adakah kata-kata yang sembrono? Apakah pembukaan kita menyediakan cukup banyak informasi?

Untuk isi atau tubuh, apakah kalimat pendukung sudah benar-benar mendukung pembukaan? Apakah masing-masing kalimat berhubungan dengan ide pokok? Apakah ada urutan logis antarparagraf?

Untuk simpulan, apakah disajikan dengan cukup kuat? Apakah mencakup semua ide tulisan? Bagaimana reaksi kita terhadap kata-kata dalam simpulan tersebut? Sudah cukup yakinkah kita bahwa pembaca pun akan memiliki reaksi seperti kita?

Jika kita menjawab "tidak" untuk tiap pertanyaan tersebut, berarti kita perlu merevisi artikel itu dengan menambah, mengganti, menyisipi, dan menulis ulang bagian yang salah.

Aspek Bahasa dalam Artikel

Melihat target pembacanya yang adalah khalayak umum, kita perlu mencermati bahasa yang kita gunakan dalam menulis artikel ilmiah populer ini. Meskipun bersifat ilmiah (karena memakai metode ilmiah), bukan berarti tulisan yang kita hasilkan ditujukan untuk kalangan akademisi. Sebaliknya, artikel ilmiah populer ditujukan kepada para pembaca umum.

Mengingat kondisi tersebut, kita perlu membedakan antara kosakata ilmiah dan kosakata populer. Kata-kata populer merupakan kata-kata yang selalu akan dipakai dalam komunikasi sehari-hari, baik antara mereka yang berada di lapisan atas maupun di lapisan bawah, demikian sebaliknya. Sedangkan kata-kata yang biasa dipakai oleh kaum terpelajar, terutama dalam tulisan-tulisan ilmiah, pertemuan-pertemuan resmi, diskusi-diskusi khusus disebut kata-kata ilmiah (Keraf 2004: 105-106).

BAB V

JURNALISTIK OLAHRAGA

Sejarah Liputan Olahraga

Sejarah liputan olahraga di media cetak terimbas dari perkembangan media cetak yang diawali di Inggris dan Amerika Serikat. Dua media cetak yang mula-mula diterbitkan di AS adalah The American Turf Register pada 1892 dan mingguan terkenal Spirit of the Times pada 1894.

Koran harian dengan rubrikasi olahraga yang modern dikembangkan oleh William Randolph Hearst pada tahun 1896 di koran New York Journal. Sejak itu perkembangan jurnalistik olahraga berlangsung pesat di AS. Sejarah Media Elektronik Olahraga.

Perkembangan teknologi berdampak besar pada media elektronik. Di Connecticut (AS) misalnya. Di sana muncul radio yang memberitakan informasi olahraga 24 jam sehari non stop. Loy and Associated mengklaim bahwa jaringan televisi membuat program olahraga tak kurang dari 1200-1500 per tahun dengan rata-rata 25 jam per minggu. Sedangkan radio di seluruh Amerika Utara yang menyiarkan program olahraga dan pendidikan jasmani total mencapai 4 ribu jam per tahun. Pengaruh Media Elektronik.

Pengaruh media elektronik berdampak langsung terhadap minat masyarakat menikmati sajian olahraga dari belahan negara lain. Indikasi itu bisa dilihat dari meningkatnya jumlah jurnalis yang meliput olimpiade.

Pada Olimpiade Munich 1972, sekitar 5 ribu meliput event tersebut. Sedangkan pada Piala Dunia sepakbola 1974, wartawan peliput mencapai 4 ribu orang. Delapan tahun kemudian di Piala Dunia sepakbola Meksiko (1982), peliput event mencapai 15.000 orang alias terjadi kenaikan hampir 400%. Hak Siar TV

Hak eksklusif televisi Olimpiade pertama kali dijual pada tahun 1960 kepada Columbia Broadcasting System (CBS) senilai US\$ 660.000. Pada tahun 1972, American Broadcasting Company (ABC) membayar hak eksklusif Olimpiade senilai US\$ 13,5 juta. Hak siar Olimpiade 1980 dijual senilai US\$ 80 juta ke National Broadcasting Company (NBC). Empat tahun kemudian saat Olimpiade digelar di Los Angeles (1984), ABC merogoh kocek sampai US\$ 225 juta untuk membeli hak siar eksklusif. Hak Siar Piala Dunia Sepakbola.

Fenomena serupa bisa disimak juga pada pergelaran Piala Dunia Sepakbola (FIFA World Cup). Televisi berlomba-lomba membeli hak siar eksklusif. Pada 1974, hak siar eksklusif untuk FIFA World Cup dijual US\$ 7 juta. Delapan tahun kemudian, pada FIFA World Cup 1982, hak siar TV dijual senilai US\$ 35 juta. Pada Piala Dunia 1990 di Italia, hak siar TV mencapai US\$ 63,8 juta. Pada Piala Dunia 2002 dan 2006, hak siar TV mencapai US\$ 1,640 miliar (Rp 15,3 triliun).



Jurnalis olahraga dengan hasil liputannya berperan mengangkat pamor dan prestasi seorang bintang sepak bola (ist)

Olahraga dan Televisi

Olahraga dan televisi adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Sejarah industri olahraga di Amerika ikut ditentukan oleh peranan tayangan langsung televisi pada tahun 1930-1950-an.

Event olahraga yang pertama kali ditayangkan TV adalah bisbol universitas antara Columbia vs Princeton pada tahun 1939. Hanya satu kamera yang digunakan saat itu sehingga dapatlah dibayangkan betapa sulitnya mengcover dari base 1 ke base 3 yang memiliki jarak cukup jauh.

Hubungan Olahraga dan TV

Olahraga adalah satu-satunya program TV yang sukses menghibur audiens dalam jumlah besar pada akhir pekan. Selain itu, olahraga juga dipandang sukses melakukan cross promotion. Mereka sukses memenangi pertarungan melawan media cetak maupun radio dalam melaporkan sebuah event pertandingan secara langsung karena mampu memberikan citra audio visual. Stanley J. Baran, "Sports and Television", www.museum.tv Pekerjaan di Bidang Informasi Olahraga.

Pekerjaan di bidang informasi olahraga memerlukan pengetahuan mendalam di bidang olahraga, keingintahuan yang besar terhadap aktivitas pendidikan jasmani-olahraga, kemampuan cemerlang mengorganisasi segala ide, serta memiliki kemampuan menuliskan segala ide secara tertulis maupun bisa menyampaikannya secara lisan. Kursus jurnalistik dan penguasaan teknik-

teknik komunikasi sangat diperlukan agar bisa eksis di bidang informasi olahraga. Media Massa Diperlukan dalam Industri Olahraga.

Dalam resolusi yang dikeluarkan UNESCO pada 1971, peran media massa dalam menyebarkan informasi mengenai pendidikan jasmani dan olahraga tidak boleh dipandang sebelah mata. Luasnya lingkup pendidikan jasmani dan olahraga membuat media massa ikut memiliki tanggung jawab.

Olahraga adalah satu dari dua industri yang berkembang pesat dalam 25 tahun terakhir di Amerika Serikat. Satu lagi yang terus berkembang sampai saat ini adalah komputer. Industri Amerika mendapat dukungan kuat dari komputer, sedangkan aktivitas rekreasi dari sumberdaya manusia yang mengoperasikan komputer dilakukan lewat olahraga. Media Massa Diperlukan dalam Industri Olahraga.

Selain membenahan dari dalam olahraga itu sendiri, harus ada kunci pembuka agar olahraga Indonesia bisa struggle dan sukses dalam era industri olahraga. Mengingat karakteristik masyarakat Indonesia yang masih memfavoritkan televisi sebagai media informasi dan hiburan, kunci itu tidak salah lagi ada di tangan televisi. Janganlah abaikan juga peran media cetak dan elektronik lainnya seperti radio maupun internet yang makin global dan canggih sebagai kendaraan ampuh memajukan aktivitas pendidikan jasmani dan olahraga. Media Massa Diperlukan dalam Industri Olahraga.

Berbagai profesi ditawarkan lewat profesi jurnalistik olahraga. Diperlukan latar belakan pendidikan tinggi dan pemahaman yang paripurna mengenai pendidikan jasmani dan olahraga agar bisa berkarier di bidang jurnalistik olahraga.

Berbicara mengenai jurnalistik olahraga tak pernah terlepas dari kegiatan menulis berita olahraga dalam surat kabar atau laporan dan liputan seputar olahraga nan dibuat media televisi. Olahraga merupakan sebuah bahan nan memiliki banyak celah buat tulisan dan liputan jurnalistiknya.

Hampir semua negara memiliki asosiasi jurnalistik olahraga sendiri. Sebagian besar cabang olahraga pun memiliki klub sendiri dengan asosiasi spesifik buat para jurnalisnya.

Di Inggris, asosiasi jurnalis olahraga disebut Sport Journalists' Association sudah ada sejak tahun 1948. Organisasi ini kerap kali memberikan penghargaan bergengsi bagi para olahragawan dan olahragawati dalam setahun periode. Ia juga menyelenggarakan British Sports Journalism Awards, yang merupakan 'Piala Oscar'-nya global olahraga. Acara pemberian penghargaan ini biasanya diselenggarakan setiap bulan Maret.

Dahulunya, organisasi ini bernama Sports Writers' Association. Pemimpin organisasi ini ialah Sir Michael Parkinson, seorang kolumnis sekaligus penyiar. Sport Journalists' Association mewakili media olahraga Inggris dalam panitia pelapor pers British Olympic Association dan berperan sebagai konsultan bagi penyelenggara acara-acara olahraga besar yang membutuhkan pendampingan dari media.

Sementara di dunia, ada International Sport Press Association atau Asosiasi

Pers Olahraga Internasional (AIPS). Asosiasi ini dibentuk pada tahun 1924 ketika aplikasi Lomba Olimpiade di Paris. Asosiasi ini dicetuskan di markas Asosiasi Olahraga Prancis oleh Reichel, kepala jurnalis olahraga Paris dan seorang wartawan Belgia, Victor Boin.

Tujuan awal AIPS untuk meningkatkan kolaborasi antar-anggotanya dalam hal jurnalis olahraga dan kepentingan profesional lainnya untuk memperkuat persahabatan, solidaritas, dan kecenderungan minat antara para wartawan olahraga di seluruh dunia, dan memastikan kondisi kerja paling baik bagi para anggotanya.

Akses Wartawan Olahraga

Dalam acara olahraga profesional maupun kampus di Amerika Serikat, para wartawan jurnalistik olahraga diperbolehkan masuk ke dalam ruang loker buat mewawancarai pemain dan instruktur setelah permainan selesai. Tim-tim olahraga dalam hal ini pun harus memberikan dukungan informasi lengkap bagi para wartawan.

Bagi acara-acara olahraga seperti hoki es, American Football, basket, dan baseball, wartawan dan media memiliki peran penting. Semakin diekspos, semakin banyak tiket terjual, begitu juga dengan souvenir.

Sementara itu di berbagai belahan dunia lainnya, peran jurnalis olahraga kerap kali hampir tak ditoleransi oleh para klub dan pemain. Misalnya, antagonis dengan perjanjian pada Perserikatan Premier Inggris, para manajer terkenal seperti Sir Alex Ferguson dari MU dan Harry Redknapp dari Tottenham Hotspur, menolak melakukan wawancara usai pertandingan dengan pihak BBC, yang sebenarnya memiliki hak buat mewawancarai mereka.

Sebagaimana wartawan bidang lainnya, wartawan bidang olahraga juga harus melibatkan proses pemeriksaan dalam berita mereka; tak hanya menyandarkan berita dari konferensi pers dan pernyataan-pernyataan resmi tim olahraga tertentu.

Para Bintang Lapangan dalam Jurnalistik Olahraga

Setelah Perang dunia II, kolom olahraga di harian nasional Inggris dan harian Minggu terus berkembang, hingga banyak koran menyediakan bagian spesifik buat warta olahraga. Beberapa halaman spesifik jurnalistik olahraga dalam sebuah koran menjadi tren beberapa belas tahun di masa itu, sampai akhirnya jurnalistik televisi merebut peran media cetak dalam menyuguhkan warta olahraga.

Beberapa surat kabar, seperti The Sunday Times, mulai mengadaptasi kebijakan mempekerjakan mantan bintang lapangan sebagai kolumnis, dengan metode ghostwriting. Namun rupanya beberapa kolom ghostwriting semacam itu sedikit menurunkan reputasi jurnalistik olahraga. Meski demikian, praktik penulisan kolom olahraga seperti ini masih terus dilakukan. Seiring perkembangannya, banyak kolom olahraga ghostwriting nan dibuat oleh agensi

olahraga independen nan mempekerjakan para bintang lapangan berdasarkan kontrak.

Jurnalistik Olahraga Indonesia

Di Indonesia, berita seputar jurnalistik olah raga cenderung ramai jika tengah berlangsung event yang mengikutsertakan para atlet olahraga dari negara kita. Sebut saja ketika berlangsungnya ASEAN Games atau event turnamen sepak bola antarnegara di Asia Tenggara, AFF Suzuki Cup. Semua media berlomba membuat laporan jurnalistik olah raga mengenai perolehan medali sementara atau hasil pertandingan sepak bola.

Saat ini, menarik buat dibuat jurnalistik olah raga bukanlah peringkat Indonesia di kancah olahraga Asia, melainkan sebuah langkah baru yang diambil oleh Persatuan Sepak Bola Seluruh Indonesia (PSSI) terkait kebijakan naturalisasi pemain.

Kebijakan naturalisasi yang dilakukan PSSI menuai pro dan kontra. Pihak nan pro menilai bahwa ini merupakan langkah tepat yang diambil PSSI untuk mengakhiri seretnya prestasi persepakbolaan negeri ini.

Para pemain naturalisasi yang diikutsertakan dalam Timnas diharapkan mampu mengangkat derajat PSSI sekaligus menjadi stimulus bagi pemain muda buat agar lebih semangat dalam mengejar prestasi.

Namun, pihak yang kontra tentu saja menyayangkan keputusan PSSI itu. Mereka menilai lebih baik memperbaiki program pembinaan pemain muda daripada menggunakan cara instan buat meraih sebuah prestasi. Mereka menganggap masih banyak anak negeri yang memiliki potensi namun belum tergali sebab mandeknya program pembinaan usia muda.

Tanpa mengesampingkan perdebatan pro dan kontra seputar kebijakan naturalisasi tadi, alangkah baiknya kita sedikit mengamati fakta nan terjadi di tubuh PSSI pascapenerapan kebijakan naturalisasi ini.

Pertama layak dijadikan bahan berkaca dari kebijakan ini tidak lain keikutsertaan Timnas PSSI di ajang AFF Suzuki Cup.

Tak bisa dipungkiri, prestasi gemilang yang diraih Timnas tidak lepas dari peran dua pemain naturalisasi nan dimiliki PSSI. Meskipun demikian, peran kedua pemain naturalisasi tadi tidaklah berarti jika tak ditopang oleh permainan anak negeri sendiri. Setidaknya, ada motivasi dan semangat lebih dan dirasakan anak-anak negeri ini dari kehadiran dua pemain naturalisasi tersebut.

Kedua, dapat dijadikan bahan berkaca selanjutnya tentu saja animo masyarakat kita begitu besar terhadap perkembangan Timnas PSSI saat ini. Jangan mengelak, semua tahu bahwa masyarakat Indonesia sebenarnya sudah haus sekali akan sebuah prestasi membanggakan dari Timnas PSSI. Oleh karena itu, tidak heran jika 80.000 kursi nan tersedia di stadion primer Gelora Bung Karno penuh sesak dijejali masa nan rindu prestasi.

Pro kontra seputar kebijakan naturalisasi sedianya dapat disikapi lebih bijak oleh berbagai pihak. PSSI yang mengeluarkan kebijakan ini haruslah

menanggapi masukan buat memperbaiki program pembinaan pemain muda saat ini. Pun dengan berbagai pihak yang menentang kebijakan ini, tidak ada salahnya jika sambil menunggu pemain muda kita "matang", kita memanfaatkan dulu pemain naturalisasi ini? Toh, tujuan primer kedua pihak ini pun tentu sama, yakni menciptakan prestasi membanggakan.

Citizen Journalism dalam Jurnalistik Olahraga

Pada tahun 1970-an dan 1980-an, muncul jenis baru jurnalisme di Eropa, yakni citizen journalism. Jurnalisme ini mengacu pada siapa pun dapat menuliskan laporan warta jurnalistik yang ideal buat diberitakan. Dalam jurnalistik olahraga pun demikian. Para penggemar olahraga yang memiliki kemampuan menulis diberikan kesempatan menunjukkan kemampuan mereka menjadi wartawan olahraga.

Seiring perkembangan teknologi informasi, citizen journalism berkembang dengan hadirnya blog. Para wartawan lepas ini kerap kali menulis beritanya dalam blog pribadi, tidak lagi mengirimkannya ke media massa terdekat. Mereka yang memiliki video pertandingan dapat mengirimkannya ke stasiun televisi dan mendapatkan bayaran setimpal.

Tidak Membombardir Kegagalan

Jurnalisme olahraga harus menunjang perkembangan olah raga suatu bangsa, karena merupakan salah satu pemberi semangat kepada para atlet yang sedang berlaga di suatu kejuaraan atau event tertentu.

"Kalau kita lihat sekarang contoh di Singapura, kenapa para atlet mereka bisa maju dan olah raga mereka juga, karena kalau mereka mengalami kekalahan, mereka tidak terpengaruh dengan tekanan rakyat. Mereka bisa maju karena pemberitaan selalu mendukung para atlet, nah kalau kita sekarang ini setiap kali ada kesalahan atau kekalahan di cabang olah raga tertentu kan kita malah sering membesar-besarkan konflik di cabang olah raga," kata Sumohadi Marsis, jurnalis olahraga senior pada Keterangan Pers KONI Pusat dan Media Tentang SEA Games 2015 dan Asian Games 2018, di Gedung KONI Pusat.

Sumohadi mengatakan berita olah raga yang dihasilkan antara satu pewarta dengan pewarta lainnya harus memiliki perbedaan, jangan hanya membuat berita yang biasa-biasa.

"Persiapkan dulu sejarah atlet, dan juga siapkan juga tentang persiapan olahraga saat ini," kata Sumohadi.

Sumohadi menyoroti bahwa konflik dalam cabang olahraga di Indonesia memiliki kecenderungan dieksploitasi dan dibesar-besarkan hingga memicu keresahan bagi para atlet.

Sumohadi menyebut bahwa media berevolusi, dan jurnalisme olahraga memiliki kecenderungan cepat berubah dan melakukan evaluasi setiap kurun waktu tertentu terhadap prestasi cabang olahraga di ajang olahraga tertentu.

"Saya tahu wartawan saat ini lebih mudah mengolah berita dengan informasi, karena dengan perkembangan teknologi seharusnya dapat membuat sebuah

artikel olahraga berbobot dan lengkap dalam waktu singkat,” kata Sumohadi.

Mantan wartawan Kompas, dan pada era-1980an dia bersama dengan beberapa wartawan olahraga lainnya di Kompas dia mendirikan tabloid Bola menjelaskan bahwa perkembangan olahraga saat ini harus didukung dengan sumber daya manusia yang baik dari para atlet, dan juga semangat nasionalisme seperti pada jaman pemerintahan Presiden Soekarno pada 1963.

Ketika itu semangat Indonesia dalam berolahraga sangat tinggi seperti yang ditunjukkan pada Ganefo (Games of New Emerging Forces, Pesta Olah Raga Negara-Negara Blok Timur).

“Penting untuk wartawan menuliskan juga prestasi dan sejarah sebuah cabang olah raga, karena sebagai pewarta yang baik kita mengulas sebuah olah raga keseluruhan, dan atlet harus dibuat bangga atas tulisan kita, agar atlet dan pembaca tidak lupa sejarah,” kata Sumohadi.

Tugas Jurnalis Olahraga

“Tugas seorang wartawan olahraga, tidak hanya menyajikan tulisan pandangan mata peristiwa olahraga untuk memuaskan pembacanya, tapi juga menjadi bagian dari pembina olahraga yang mampu memberi peran aktif bagi kontrol dan perbaikan prestasi olahraga di Indonesia secara terus menerus.”

Paragraf pembuka tersebut merupakan tulisan Ketua Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) Margiono dalam buku Kritik Olahraga Sumohadi Marsis (2011). Tulisan tersebut sejatinya memang bertujuan mengapresiasi kiprah Sumohadi Marsis, wartawan senior olahraga di Indonesia. Namun tulisan tersebut juga relevan apabila ditujukan kepada seluruh wartawan olahraga di Indonesia.

Tetapi, sudahkah wartawan olahraga di Tanah Air ini melakukan tugas-tugas "ideal" seperti di atas?

Jawabannya mungkin belum. Dalam memberitakan konflik antarsuporter sepakbola di Indonesia --salah satu masalah yang sampai saat ini masih belum bisa diatasi—misalnya, media-media di Indonesia masih cenderung memberitakan tentang konflik yang terjadi dan bahkan juga intensitas konflik yang semakin membesar, bukan pada solusi tentang bagaimana konflik tersebut diakhiri. (“Komodifikasi Berita Konflik Suporter Sepakbola dalam Jurnalisme Olahraga”, Fajar Junaedi, 2012).

Masih menyangkut soal konflik misalnya, Aremania mengeluhkan pemberitaan media terkait kerusuhan yang terjadi saat rombongan suporter Arema Indonesia tersebut bertandang ke Gresik, Maret 2013. (“Humas Tour: Kami Ingin Media Lebih Berimbang”, www.wearemania.net, 8 Maret 2013).

Itu baru satu hal. Belum lagi tentang hal-hal lain seperti ketika di sepakbola Indonesia terjadi dualisme kepengurusan, dualisme kompetisi, media-media di Indonesia malah justru terjebak dalam konflik tersebut. Masing-masing media menunjukkan keberpihakan kepada berbagai kubu yang ada sehingga informasi yang beredar menjadi tendensius. Contoh lainnya, ada media yang dahulu benar-benar kontra terhadap kubu A dengan menyajikan berita-berita yang kritis tetapi kini pemberitaanya berbalik dan sangat mendukung kubu A

karena saat ini media tersebut menjadi partner bisnis dari kubu A.

Dunia jurnalistik olahraga di Indonesia mendapatkan sambutan baik dari masyarakat. Media olahraga --sebagai produk dari jurnalistik olahraga-- terus berkembang di Indonesia yang ditunjukkan dengan banyaknya website, surat kabar, majalah, tabloid yang membahas mengenai olahraga. Bahkan saat ini juga sudah ada website dan majalah yang merupakan franchise dari media luar negeri.

Perkembangan ini bisa dibilang cukup menggembirakan. Tetapi maraknya media olahraga di Indonesia mungkin lebih karena pertimbangan bisnis. Harus diakui, berita-berita olahraga merupakan berita yang laku dijual. Lihat saja, setiap menjelang event besar olahraga seperti Piala Dunia, Olimpiade, musim perdana kompetisi di liga-liga Eropa, musim perdana MotoGP, musim perdana F1, dan sebagainya setiap media berlomba-lomba menghadirkan edisi khusus (untuk media cetak), kanal khusus (untuk media online) atau pun menyajikan program khusus (untuk media televisi atau radio) guna memberitakan event-event tadi.

Ini merupakan simbiosis mutualisme antara media --sebagai institusi bisnis-- dan olahraga. Tak salah bila Jay Coakley dalam buku *Sports in Society: Issues and Controversies* (2003) mengatakan bahwa tanpa adanya olahraga, media mungkin tidak bisa seperti sekarang ini. Sebaliknya, tanpa adanya media, olahraga mungkin tidak lagi seperti ini. Memang harus diakui kehadiran berita-berita olahraga menjanjikan keuntungan bagi sebuah media.

Mengenai status sebagai "peraup" laba, ada satu ungkapan menarik bahwa apabila ingin media-nya laku di pasaran, maka pengelola media harus menyajikan salah satu dari tiga berita tersebut yakni sport, sex, dan sensation (Dinamika Media Lokal dalam Mengkontruksi Realitas Budaya Lokal Sebagai Sebuah Komunitas, Widodo Muktiyo, 2011).

Berdasarkan uraian tersebut, kemudian muncul satu pertanyaan kritis: apakah berita olahraga di media-media di Indonesia masih berstatus "hanya" sebagai mesin peraup keuntungan semata?

Pers Berkualitas untuk Kemajuan Olahraga di Indonesia

Pers yang berkualitas merupakan salah satu komponen yang akan menentukan kemajuan sebuah bangsa. Lalu seperti apa pers yang berkualitas? Ketua Dewan Pers Bagir Manan berpandangan ada cukup banyak definisi mengenai hal tersebut. Pertama, pers berkualitas adalah sebuah pers yang dikelola dan dijalankan secara profesional, memenuhi segala standar etik serta semua syarat-syarat jurnalistik serta merta menjadi pers yang bermutu. Kedua, unsur-unsur seperti kejelasan keberpihakan pada publik, non partisan, juga harus dipenuhi untuk mewujudkan pers bermutu. Yang jelas, pers bermutu tidak mungkin bermakna statis tetapi dinamis. ("Pers Bermutu", www.dewanpers.or.id, 18 Februari 2013).

Pers, secara umum, memang bukan satu-satunya pihak yang superior

sehingga bisa mengatasi seluruh permasalahan olahraga di Indonesia. Tetapi setidaknya pers bisa berkontribusi. Pers yang berkualitas mungkin dapat menjadi salah satu "kepingan puzzle" yang akan membantu kemajuan olahraga di Indonesia. Bisa melalui pemberitaan yang berimbang, mengkritik apabila memang terjadi sebuah kesalahan; atau memuji dengan proporsional dan tidak berlebihan ketika ada sebuah prestasi.

Selain melalui pemberitaan, pers olahraga di Indonesia juga bisa memosisikan diri sebagai semacam lembaga think tank bagi organisasi olahraga di Indonesia baik itu pengurus organisasi/federasi, klub, dan sebagainya. Para wartawan olahraga di Indonesia, dengan kualitas yang dimiliki, tentu dapat memberikan masukan atau kritik terhadap berbagai kebijakan yang dilakukan organisasi olahraga tersebut.

Bukan Sekadar Profesi

Serangkaian acara Communication Press kembali diadakan lewat seminar Olahraga. Salah satunya mengusung tema '*Enaknya Jadi Jurnalis Olahraga*', seminar ini pun dihadiri oleh tiga orang pembicara, yakni Jalu Wisnu Wirajati (Redaktur Pelaksana Duniasoccer), Weshley Hutagalung (Redaktur Pelaksana Tabloid Bola), dan Bagus Priambodo (Produser Kabar Arena TVOne).

Jalu Wisnu Wirajati berbagi suka, duka, dan pengalamannya menjadi seorang jurnalis olahraga. Ia mengaku jika pekerjaannya sebagai seorang jurnalis bukan hanya semata-mata untuk bekerja, melainkan sebuah panggilan hidup. Tak hanya itu, ia sempat menyinggung beberapa karakter yang harus dimiliki oleh jurnalis olahraga, yakni aksesibilitas, dinamis, serba tahu, dan penuh tantangan.

Menurutnya, dunia olahraga merupakan pemersatu semua hal di dunia ini. Ia berpendapat bahwa jurnalistik olahraga bukan hanya sebagai sebuah profesi semata. Namun, memiliki salah satu peran penting di dalam kelangsungan hidup manusia.

"Jangan menjadikan jurnalistik olahraga sebagai sebuah profesi saja, tapi sebagai peran dalam kelangsungan hidup dalam masyarakat itu sendiri maupun dalam si jurnalisnya," ujar Jalu.

Jalu pun menyarankan pada mahasiswa yang hadir agar tidak menjadi jurnalis olahraga yang asal-asalan. "Jangan hanya membuat audiens melihat, tapi buatlah mereka mendengar dan merasakan," tandas Jalu di akhir sesinya.

BAB VI

JURNALISTIK DI ERA MEDIA SOSIAL

Perkembangan media sosial mengharuskan wartawan tidak hanya bisa menulis, tapi juga keterampilan multimedia.

Jurnalistik hadir sejak kemunculan media massa pertama di dunia, *Acta Diurna*. Media sosial hadir sejak dunia memasuki era internet dan kemunculan situs-situs jejaring sosial, khususnya Facebook dan Twitter --dua media sosial terpopuler di dunia.

Jurnalistik adalah ilmu, proses, dan teknik penyampaian informasi aktual melalui media massa. Media sosial adalah saluran interaksi atau pergaulan sosial secara online.

“Social media is a term used to describe the type of media that is based on conversation and interaction between people online. Social media are media designed to be disseminated through social interaction, using highly accessible and scalable publishing techniques.” - Wikipedia

Media sosial bukan hanya sarana ngobrol dan pertemanan, tapi juga sarana berbagai dan penyebarluasan informasi multimedia --teks, audio, video, gambar, infografis. (Baca: Pengertian & Jenis Media Sosial)

Media sosial Twitter bahkan bisa menjadi sarana "siaran langsung" atau "laporan langsung" jalannya sebuah pertandingan atau acara. Dikenal dengan istilah "*live text report*". Akun-akun twitter resmi klub sepakbola seperti @manutd (akun resmi Manchester United) secara rutin melakukan "siaran langsung berupa teks dan gambar jalannya pertandingan MU.

Wartawan yang tidak meliput langsung jalannya laga, tidak menonton siaran langsungnya di televisi, bisa menjadikan "*live text*" itu sebagai sumber dan bahan berita.

Media sosial menumbuhkembangkan konsep jurnalisme warga (*citizen journalist*). Setiap orang kini bisa berperan sebagai wartawan yang memproduksi dan menyebarluaskan informasi aktual.

Media-media mainstream juga sudah terbiasa menjadikan status update di media sosial sebagai sumber dan bahan berita.

Reuters Institute dalam kajian tentang *Journalism in the Social Media Age* menyebutkan Twitter sebagai "news media outlet of the future", outlet media berita masa depan. Namun, Kepala Biro Agence France Presse (AFP) Singapore, Roberto Coloma, mengingatkan, risiko utama menggunakan sosial media sebagai sumber berita adalah akurasi.

“The main risk of using social media for news gathering is accuracy. As for news distribution, you lose control over your information with each layer of transmission, as people condense, distort, interpret and comment on variations of the original report,”

Perkembangan pesat media sosial menjadikan keterampilan jurnalis saat ini bukan hanya bisa menulis berita atau memotret, tapi juga kemampuan

multimedia.

Reuter Institute menyebutkan skill yang harus dikuasai wartawan saat ini dan masa depan adalah:

Multimedia (*photos, graphics, video*)

Adobe Flash (*graphics software*)

Video editing (*Adobe premiere, Apple Pro*)

Digital Narratives (*Constructing stories with infographics*)

Journalists will have to learn to work with an info-graphics team or a news visual design team to reinvent how to tell stories in digital platforms.

Jurnalisme Online

Banyak judul berita yang berserakan di situs-situs berita --dan di-share di media sosial-- berupa "clickbait" yang merupakan "bentuk terendah jurnalisme media sosial" (*clickbait is the lowest form of social media journalism*).

Mengerikan karena melabrak kaidah jurnalistik yang memihak kepada pembaca. Menyebalkan karena judul-judulnya dramatis, bombastis, dan sensasional layaknya jurnalisme koran kuning (yellow journalism).

Wartawan atau editor situs-situs berita saat ini banyak yang membuat judul berita seandainya, sekenanya, dan semata-mata berorientasi "klik" --untuk memancing pembaca klik link berita.

"Headline writing has long been considered a skill but, in the digital age, a new word has become synonymous with online journalism - clickbait," tulis BBC dalam "Clickbait: The changing face of online journalism".

"Jurnalisme clickbait adalah sebuah kemunduran, kembali ke abad 19 " menurut A History of Clickbait: The First 100 Years".

Jurnalisme umpan klik (clickbait journalism) sudah keluar dari wilayah jurnalistik. Maka, bisa dikatakan, media-media yang menganut jurnalisme umpan klik tidak bisa dikatakan sebagai media jurnalistik, tapi lebih merupakan media iklan, yakni "iklan tulisan".

The main reason that newspaper websites use clickbait tactics is to draw in unsuspecting web users for the purpose of advertising. (Click Intelligent)

Mereka membuat "berita" bukan bertujuan untuk menyampaikan informasi, melainkan mendapatkan klik dan jumlah pengunjung (visitor) atau trafik. Karya jurnalistik itu menyampaikan informasi (to inform) sedangkan jurnalisme umpan klik itu bertujuan mendapatkan klik (to get click) atau trafik.

Judul-judul berita umpan klik mayoritas (kalau tidak semuanya) mengandung penipuan dan tidak menarik. Itulah sebabnya disebut juga "jebakan klik" karena pembaca dijebak.

Pembaca yang cerdas tidak akan tergoda untuk membuka link judul berita berupa umpan klik itu. Sudah saatnya dikampanyekan Gerakan Anti-Umpun Klik demi membela publik pembaca dan menyelamatkan jurnalistik.

Jurnalisme umpan klik muncul karena pengaruh Media Sosial. Studi tentang dampak media sosial terhadap jurnalisme atau media sudah banyak diulas, di antaranya Journalism in the Age Social Media dan Journalism in a New Era.

Menurut Click Intelligent, lambat-laun media penganut jurnalisme umpan klik akan ditinggalkan. Pembaca lama-kelamaan muak dengan judul-judul

berita yang menjebak dan menipu pembaca. User akan meninggalkan media-media penganut jurnalisme umpan klik yang identik dengan jurnalisme kuning (yellow journalism) itu.

Ciri utama jurnalisme umpan klik adalah judul-judul tulisan yang menggunakan kata penunjuk "ini" atau "begini" dan kata seru.

Jurnalisme Judul

Headline Journalism adalah sebutan lain jurnalistik online karena media online --sebagai sarana publikasi jurnalistik online-- menjadikan judul sebagai "jualan utama" untuk mendatangkan pembaca (reader), pengunjung (visitor), atau pengguna (user).

Jurnalisme Judul juga merujuk pada kebiasaan pembaca (reader's habit) media online yang membaca berita media online mulai dari judulnya saja dan sering hanya judul.

Hasil sebuah penelitian menyebut pembaca online hanya butuh waktu 3-5 detik untuk menyimpulkan apakah berita yang "lewat" di layar monitor komputer atau gadgetnya layak dibaca atau tidak.

Jurnalisme judul saat ini merujuk pada kalangan wartawan atau media online yang berlomba-lomba membuat judul berita yang sekiranya membuat penasaran pembaca. Judul berita clickbait menjadi tren dan favorit media-media online saat ini, seperti penggunaan Kata Penunjuk dan Kata Seru.

Jurnalisme judul versi media online saat ini juga cenderung menjadi "jurnalisme kuning" (yellow journalism). Situs berita pun banyak yang menjelma menjadi "koran kuning digital" yang mengedepankan judul sensasional dan bombastis yang seringkali menipu pembaca.

Dulu pembaca yang berkomentar "wow", "duh", "menyedihkan", "sadis", atau "merinding" saat membaca berita. Kini, dengan jurnalisme judul, wartawan sendiri yang mengatakannya dalam judul berita yang dibuatnya.

Contoh:

Bikin Merinding! Presenter TV Meninggal Tragis di Depan Ribuan Penonton.

Heboh Pria Bernama Tuhan: MUI Minta KTP-nya Ditarik Mengejutkan, Guru Cantik Mengaku Menikahi Yesus Kristus

Menyedihkan.. Presenter Ini Meninggal Saat Live di TV

Astaga, Ternyata Ini yang Bikin Risty Tagor Pisah Ranjang, Menyedihkan

Judul-judul di atas dikenal sebagai "clickbait", umpan klik, yang merupakan modus media online untuk menarik minat pembaca.

Wartawan penganut jurnalisme judul dan jurnalisme clickbait tidak pikir lama untuk membuat judul berita. Cukup menulis "Ini komentar Ahok soal....", "Ini jawaban Emil soal Stadion GBLA", dan sejenisnya.

Banyak judul situs berita saat ini bukan contoh jurnalistik yang baik. Kehadiran media sosial dan "kejar rating situs" (traffic) menjadi pendorong terkisnya jurnalisme yang baik.

Jurnalisme judul juga dipengaruhi oleh trik SEO yang membuat wartawan (editor) mengejar kata kunci yang sekiranya dicari di mesin telusur.

Jurnalistik atau media online memang membawa perubahan signifikan terhadap cara dan gaya penulisan judul berita. Judul berita media online tidak hanya ditujukan buat pembaca, tapi juga media sosial dan mesin pencari.

Mobile Journalism

Merupakan Cabang Baru Jurnalistik Online. Pengertian awalnya adalah para wartawan memanfaatkan smartphone untuk mengirimkan berita, foto, atau video liputannya ke editor untuk disunting dan dipublikasi.

Usai liputan, tidak seperti dulu, wartawan tak perlu ke kantor untuk setor berita, cukup mengirimkannya via email, WhatsApp, BBM, dan sejenisnya.

Mobile journalism juga berarti peliputan sekaligus publikasi berita via Smartphone. Liput berita, langsung publikasi saat itu juga via HP.

Sebenarnya, Anda yang update status atau upload foto/video peristiwa aktual di media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Youtube juga sudah menjadi jurnalis mobile, jurnalis media sosial, atau istilah lamanya jurnalisme warga (citizen journalism). Ihwal jurnalisme media sosial sudah saya ulas di posting Jurnalistik Media Sosial.

Jurnalisme Ponsel ala Tim Pool

Harian Kompas edisi 15 Mei 2015 menurunkan laporan menarik tentang jurnalisme ponsel ini dengan judul "Jurnalisme Ponsel, Kreativitas Melawan Media Arus Utama".

Disebutkan, seorang pria mudah kelahiran Chicago, Timothy "Tim" Pool, menjadi salah satu pusat perhatian di ajang Digital Journalism World 2015 di Singapura 11-12 Mei 2015. Tim dianggap telah melahirkan genre baru jurnalisme warga yang sering disebut mobile-first person journalism.

Tim selama ini melakukan liputan secara langsung (live) dari lokasi kejadian dengan memanfaatkan telepon seluler miliknya dan kekuatan jaringan internet yang stabil.

"Saya tak memikirkan untuk mengunggah liputan saya ke laman web. Saya hanya melaporkannya melalui (berbagai kanal) media sosial," kata Tim dalam presentasinya.

Tim juga dianggap telah melahirkan citizen video reporter. Liputan langsung dari ponsel pernah mendapatkan 750.000 pengunjung unik dalam sehari. Ia pernah meliput aksi demonstrasi di Istanbul,

Brasil, dan liputan langsung *Occupy Wall Street di New York*. Kerusuhan di Baltimore beberapa waktu lalu juga tak luput dari liputan Tim.

Liputan Occupy Wall Street pada 2011 merupakan liputan pertama Tim yang mendapatkan sorotan internasional untuk pemanfaatan teknologi. Ia selama 21 jam nonstop mendedikasikan dirinya untuk menyiarkan langsung peristiwa protes di Zuccotti Park itu.

Penonton bisa berpartisipasi dalam live streaming yang ia buat, termasuk bertanya kepada Tim tentang situasi terakhir yang bisa langsung direspons oleh Tim. Ia juga pernah memodifikasi mainan drone buatan Parrot AR untuk live

streaming melalui sistem yang ia sebut sebagai DroneStream, yaitu cara murah untuk menyiarkan langsung dari udara.

Tim memanfaatkan berbagai kanal media sosial untuk menyampaikan liputannya. Ia memiliki kanal di Ustream, LiveStream, Youtube, Instagram, Twitter, dan situs web pribadi.

Kita harapkan banyak warga yang melakukan jurnalisme ponsel seperti Tim sehingga publik tidak lagi bergantung pada media-media mainstream, apalagi media yang sudah "dibeli" atau "berpihak pada kepentingan politik tertentu.

Tips Menulis Berita di Media Online

Berita di media online hendaknya mengedepankan fakta terpenting dan paling menarik serta ringkas.

Demikian disarankan University of Richmond's Writer's Web dalam panduan tentang menulis karya jurnalistik: Various Types of Assignments.

Dalam panduan itu dijelaskan empat jenis tulisan/karya jurnalistik: Berita, Analisis, Editorial, dan Feature (News, Analysis, Editorial, and Feature).

Dalam membahas tentang penulisan berita (news) disebutkan, sebagian besar tulisan yang dimuat di sebuah media, terutama media cetak surat kabar, adalah berita (news stories).

Berita-berita tersebut fokus pada laporan peristiwa yang sekiranya menarik dan penting diketahui pembaca, meliputi berita lokal, nasional, dan internasional.

Ada juga berita-berita dengan topik tertentu (niche topics), seperti berita olahraga, berita bisnis, teknologi, fashion, dan sebagainya.

Etika Penulisan Berita

Dalam menulis berita, Anda harus..

1. *Be Impartial.*

Imparsial artinya tidak memihak, netral, jujur, dan adil. Isi berita harus menyajikan fakta dari semua pihak yang terlibat dalam sebuah peristiwa.

2. *Be Accurate.*

Akurat, benar, tidak salah data atau fakta, juga tidak salah nama, tanggal, angka, atau elemen konten berita lainnya.

Karena berita didasarkan pada fakta-fakta, maka Anda harus memastikan kebenaran fakta yang Anda tulis. Itu artinya Anda harus melakukan cek dan cek ulang verifikasi, dan konfirmasi.

3. *Have good news judgment.*

Anda harus bisa mengidentifikasi mana yang layak jadi berita dan mana yang tidak layak. Anda harus bisa memutuskan informasi atau peristiwa apa saja yang perlu diketahui pembaca.

4. *Never editorialize. Jangan Beropini!*

Never editorialize: News is all fact, no opinion. Jangan pernah

memasukkan opini Anda dalam menulis berita. Berita adalah semua fakta, tidak ada opini.

Note: Dalam konteks Indonesia, poin keempat itu, disebutkan dalam Kode Etik Jurnalistik: "Wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah" (Pasal 3).

Gaya Penulisan Berita

Berita biasanya mengikuti format baku: diawali teras (lead/lede) pendek -- tidak lebih dari 30 kata-- diikuti detail informasi yang disusun dalam gaya piramida terbalik (inverted pyramid style).

Gaya piramida terbalik maksudnya fakta terpenting atau paling menarik dituliskan di awal naskah berita. Fakta kurang penting di bagian bawah.

Setidaknya ada dua alasan penggunaan gaya piramida terbalik:

1. Pembaca memindai (scan) berita dengan cepat. People scan the news quickly. Karenanya, penting meletakkan fakta dan detail terpenting di awal naskah berita.

2. Memudahkan editor untuk memotong (cut) naskah jika terlalu panjang, utamanya naskah untuk media cetak.

Bahasa Jurnalistik

Panduan tugas menulis berita di atas secara tersirat juga menunjukkan pentingnya bahasa jurnalistik.

Bahasa jurnalistik --disebut juga bahasa pers, bahasa media, bahasa komunikasi massa (mass communication language), dan bahasa suratkabar (newspapers language)-- yaitu bahasa yang lazim digunakan wartawan dalam menulis berita.

Ciri atau karakteristik utama bahasa jurnalistik adalah hemat kata (economy of words), menghindari Kata Mubazir dan Kata Jenuh, sehingga membuat kalimat dan naskah berita menjadi ringkas.

5 Tips Dasar

MENULIS untuk media digital (media online) berbeda dengan menulis untuk media "konvensional" (cetak). Perbedaan ini terutama disebabkan karena perbedaan medium dan cara atau kebiasaan pembaca online (reading habit).

Media digital secara fisik berupa layar (screen) monitor. Cara membaca tulisan di website sangat berbeda dengan cara membaca media cetak (koran), menonton televisi, atau mendengarkan radio.

Menurut Paul Bradshaw, seorang visiting Professor di City University's School of Journalism London, mengutip hasil studi Jakob Nielsen dari NN Group, kecepatan membaca di media online 25% lebih lambat daripada di media cetak.

Hal itu karena layar komputer atau SmartPhone (HP) memiliki resolusi yang jauh lebih rendah dibandingkan media cetak: 72 dots di setiap inci persegi dibandingkan dengan sekitar 150-300 di koran dan majalah.

Perbedaan medium dan cara membaca itulah yang mendorong para ahli, terutama Jakob Nielsen dkk. di NN Group, merumuskan strategi komunikasi

atau cara penulisan yang cocok untuk media digital.

Apalagi saat ini penggunaan mobile devices (Smartphone) terus meningkat untuk mengakses internet. Google bahkan memberlakukan algoritma terbaru untuk mengindeks dan memeringkat situs web di hasil pencarian, yakni Mobilegeddon.

Riset web usability menunjukkan orang saat ini membaca teks di layar yang kecil, termasuk smartphone dan tablet.

Membaca teks di media online juga bukan membaca dalam pengertian membaca di media cetak (to read), tapi lebih memindai (to scan, to skim). Mata pembaca "menyapu" lebih dilu tampilan teks dan akan memilih yang paling menarik untuk dibaca.

Berikut ini lima tips menulis di media online sebagaimana dirangkum laman International Journalists' Network dalam Five Basic Writing Tips for Digital Media. Tips ini bagian dari konsep jurnalistik online.

1. Jelas dan Ringkas

Clear and concise writing. Ini terkait kebiasaan user yang ingin mendapatkan informasi secara cepat dan kecepatan yang lebih rendah dalam membaca online.

Sederhana dan lugas (simple & direct style) akan lebih baik untuk tulisan online.

Kalimat dan alinea hendaknya pendek --paling banyak tiga hingga lima kalimat per alinea.

Gunakan spasi (jarak) antar-alinea. Gunakan kata kerja aktif, hindari kalimat pasif.

2. Lebih ringkas lebih baik di media online.

Shorter is better online. Ruang media online memang unlimited, tidak seperti koran yang dibatasi ukuran dan jumlah halaman kertas atau radio/TV yang dibatasi durasi. Namun, tulisan yang panjang secara umum tidak cocok untuk pembaca web. Kebanyakan hasil studi menunjukkan, sebaiknya tulisan online tidak lebih dari 800 kata.

3. Judul (Headline)

Untuk media online, judul akan lebih efektif jika berupa judul yang langsung atau lugas (straightforward headlines). Pengguna internet ingin mendapatkan informasi secara cepat.

Judul tulisan atau judul berita yang mengaburkan isi atau membuat pembaca menebak topik cerita tidak akan membuat mereka meng-klik tautan judul untuk membacanya.

Internet users want to get information fast. Headlines that leave them guessing about the topic of a story do not entice them to click through to read the rest of it.

Pengguna internet sering menggunakan mesin pencari untuk menemukan info yang diinginkan atau dibutuhkan. Judul yang tidak memasukkan kata kunci (keywords) yang berkaitan dengan topik tidak akan diindeks oleh mesin pencari.

4. Subjudul (Subheads)

Penulisan subjudul akan membuat naskah tulisan lebih menarik, mudah dibaca, dan mudah dipahami. Subjudul memberi panduan bagi pembaca tentang isi tulisan berikutnya.

5. Daftar Point

Daftar rincian poin penting merupakan cara efektif lain untuk memecah naskah panjang dan membuat tulisan lebih menarik dan lebih mudah dibaca. "Bullet points and lists" ini bisa dibuat di tubuh naskah atau di awal untuk highlight poin terpenting dalam laporan.

Situs berita CNN melakukan hal ini secara rutin dengan membuat "Story Highlights" di bagian awal berita

Story Highlights berupa intisari berita di atas membuat sajian berita lebih menarik dan memudahkan pembaca untuk memahaminya. (*sumber romelteamedia.com*)