

Kencana Ariestyani, S.Sos., M.Si

**BUKU AJAR**

# PENULISAN JURNALISTIK



BUKU AJAR  
*PENULISAN JURNALISTIK*

Pasal 72 Undang-Undang Hak Cipta: Bagi mereka yang dengan sengaja atau tanpa hak melanggar Hak Cipta orang lain dapat dikenakan pidana penjara paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp 1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 5.000.000.000,00 (lima milyar rupiah). Menyiarkan, memamerkan, mengedarkan atau menjual ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta dipidana dengan pidana penjara maksimal 5 (lima) tahun dan/atau denda maksimal Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Kencana Ariestyani, S.Sos., M.Si

BUKU AJAR  
*PENULISAN JURNALISTIK*



Judul: Buku Ajar Penulisan Jurnalistik  
Penulis: Kencana Ariestyani, S.Sos., M.Si  
Desain grafis: Tim Proxy Media  
Cetakan Pertama: Desember 2023

ISBN: 978-623-09-6930-0  
Hak Cipta dilindungi oleh  
Undang-Undang. Dilarang  
memperbanyak sebagian  
atau seluruh isi buku ini  
tanpa izin tertulis dari  
Penerbit.

Penerbit:  
PT Rekacipta  
Proxy Media  
Depok, Indonesia  
Anggota IKAPI  
No. 449/JBA/2022  
[www.proxymedia.id](http://www.proxymedia.id)



## KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan dan memanjatkan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, shalawat serta salam semoga tercurah kepada Rasulullah Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan buku ajar yang berjudul: Penulisan Jurnalistik.

Buku ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan dasar tentang penulisan jurnalistik televisi kepada mahasiswa dan calon jurnalis televisi. Materi ajar disesuaikan dengan perkembangan serta perubahan masa kini yang banyak bersinggungan dengan media digital. Materi mengenai jurnalisme konstruktif juga dibahas dalam buku ajar ini dengan tujuan mengenalkan kepada peserta didik menulis berita televisi yang konstruktif. Adapun tujuan dari penyusunan buku ini adalah untuk menjadi pendamping peserta didik yang mengambil mata kuliah Penulisan Jurnalistik, baik pemahaman secara teoritis dalam mempelajari teknik menulis berita televisi maupun pemahaman praktis dalam memproduksi karya jurnalistik berbentuk video.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan buku ini. Penulis menyadari bahwa buku ini memiliki banyak kekurangan, sehingga penulis mengharapkan sumbangan, masukan dan saran untuk penyempurnaan buku ini di masa yang akan datang.

Kencana Ariestyani, S.Sos., M.Si

Tentu saja, penulis berharap buku ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan, khususnya peserta didik sehingga menghasilkan mahasiswa yang mampu memahami penulisan berita televisi, serta dapat memproduksi karya jurnalistik informatif.

Jakarta, 30 November 2023

Kencana Ariestyani, S.Sos., M.Si

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I.....	1
PENGANTAR JURNALISTIK TELEVISI.....	1
A. Tujuan Pembelajaran.....	1
B. Materi Pembelajaran.....	1
C. Pendahuluan.....	1
D. Perkembangan Televisi di Indonesia.....	2
E. Kekuatan dan Kelemahan Televisi.....	4
F. Karakteristik Televisi.....	6
G. Berita Televisi.....	8
H. Rangkuman.....	10
I. Latihan.....	11
BAB II.....	12
NILAI DAN SUMBER BERITA TELEVISI.....	12

A. Tujuan Pembelajaran.....	12
B. Materi Pembelajaran .....	12
C. Pendahuluan.....	12
D. Nilai Berita.....	13
F. Sumber Berita Televisi.....	19
G. Rangkuman .....	25
H. Latihan.....	26
BAB III .....	27
WAWANCARA BERITA TELEVISI .....	27
A. Tujuan Pembelajaran.....	27
B. Materi Pembelajaran .....	27
C. Pendahuluan.....	27
D. Persiapan Wawancara.....	28
E. Pertanyaan Wawancara.....	31
F. <i>Live Report</i> .....	33
H. Rangkuman .....	37
I. Latihan.....	38
BAB IV .....	39
BAHASA JURNALISTIK DAN FORMAT BERITA TELEVISI.....	39
A. Tujuan Pembelajaran.....	39
B. Materi Pembelajaran .....	39
C. Pendahuluan.....	39

BUKU AJAR PENULISAN JURNALISTIK

D. Karakteristik Bahasa Jurnalistik Televisi .....	40
E. Format Berita Televisi .....	43
F. Rangkuman .....	46
G. Latihan.....	47
BAB V.....	48
STRUKTUR BERITA TELEVISI .....	48
A. Tujuan Pembelajaran.....	48
B. Materi Pembelajaran .....	48
C. Pendahuluan.....	48
D. <i>Lead</i> Berita Televisi.....	49
E. Tubuh Berita Televisi.....	59
F. Rangkuman .....	66
G. Latihan.....	67
BAB VI .....	68
JURNALISME KONSTRUKTIF.....	68
A. Tujuan Pembelajaran.....	68
B. Materi Pembelajaran .....	68
C. Pendahuluan.....	69
D. Pengertian Jurnalisme Konstruktif.....	69
E. Elemen-elemen Jurnalisme Konstruktif.....	75
F. Pemberitaan Jurnalisme Konstruktif.....	80
G. Prinsip Penulisan Berita Konstruktif .....	82
H. Rangkuman .....	83

I. Latihan.....	84
BAB VII.....	85
VIDEO JOURNALIST.....	85
A. Tujuan Pembelajaran.....	85
B. Materi Pembelajaran.....	85
C. Pendahuluan.....	85
D. Pengertian <i>Video Journalist</i> .....	86
E. Skill dan Peralatan <i>Video Journalist</i> .....	87
F. Teknik Pengambilan Gambar dan Wawancara.....	89
G. Praktik Lapangan.....	92
H. Rangkuman.....	98
I. Latihan.....	99
BAB VIII.....	100
JURNALIS DAN MEDIA SOSIAL.....	100
A. Tujuan Pembelajaran.....	100
B. Materi Pembelajaran.....	100
C. Pendahuluan.....	100
D. Peran Media Sosial dalam Jurnalisme.....	101
E. <i>News Vlog</i> : Penggunaan Vlog Untuk <i>News Reporting</i> .....	105
F. Presentasi Karya Video Jurnalistik.....	110
G. Rangkuman.....	110
H. Latihan.....	112
DAFTAR PUSTAKA.....	113

BUKU AJAR PENULISAN JURNALISTIK

INDEKS.....	118
TENTANG PENULIS .....	120

## DAFTAR TABEL

Tabel 5.1. Formula WHAT untuk Konstruksi Cerita (Stewart & Alexander, 2021) .....	60
Tabel 5.2. Contoh Naskah Berita TV - Kompas Siang.....	61
Tabel 6.1. Perbandingan Berita Sela, Jurnalisme Investigatif,...	72
Tabel 6.2. Klasifikasi Elemen Jurnalisme Konstruktif.....	76
Tabel 7.1. Wishlist Perencanaan Liputan.....	94

## DAFTAR BAGAN

Bagan 5.1. Teknik Penulisan Berita Model Piramida Terbalik.	49
Bagan 5.2. Analogi Lingkaran Penulisan Lead (Filak, 2019) ....	51
Bagan 6.1. Tiga Elemen Penting Jurnalisme Konstruktif.....	77
Bagan 6.2. Penulisan Berita Konstruktif Model Piramida Terbalik .....	83

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 6.1. Tangkapan layar serial “Pelestari” edisi Berkah Sungai Bersih. ....	81
Gambar 7.1. Jenis-jenis pengambilan gambar video .....	91
Gambar 8.1. Tangkapan layar jurnalis CNN Indonesia melaporkan berita dengan format vlog news .....	108
Gambar 8.2. Tangkapan layar jurnalis digital KOMPAS TV melaporkan berita dengan format vlog news .....	109

## BAB I

# PENGANTAR JURNALISTIK TELEVISI

### A. Tujuan Pembelajaran

Melalui pembelajaran ini diharapkan mahasiswa mampu menjelaskan perkembangan televisi di Indonesia dan karakteristik televisi yang membedakannya dengan media massa lain, serta dapat menyebutkan ciri khas dan pedoman berita televisi.

### B. Materi Pembelajaran

1. Perkembangan Televisi di Indonesia
2. Kekuatan dan Kelemahan Televisi
3. Karakteristik Televisi
4. Berita Televisi
5. Rangkuman
6. Latihan

### C. Pendahuluan

Untuk mempelajari penulisan jurnalistik televisi, dibutuhkan pemahaman mengenai karakteristik televisi yang membedakannya dengan bentuk-bentuk media massa lain. Adapun salah satu karakteristik yang sekaligus menjadi kekuatan televisi adalah visual/gambar. Karena karakteristiknya tersebut,

berita televisi memiliki ciri khas tersendiri. Oleh karena itu, pemahaman tentang ciri khas dan pedoman berita televisi juga diperlukan untuk dapat menguasai penulisan jurnalistik televisi.

#### **D. Perkembangan Televisi di Indonesia**

Industri pertelevisian di Indonesia dimulai lebih dari 60 tahun lalu. Pada saat itu, siaran televisi pertama kali di Indonesia menayangkan upacara peringatan Kemerdekaan Republik Indonesia pada 17 Agustus 1962. Inilah yang menjadi cikal bakal stasiun Televisi Republik Indonesia (TVRI). Selang satu minggu kemudian, yakni 24 Agustus 1962, TVRI resmi berdiri dengan siaran perdana Asian Games ke IV dari Stadion Utama Gelanggang Olah Raga (Gelora) Bung Karno. Dilansir dari situs resmi *tvri.go.id*, status TVRI sejak tahun 2005 hingga saat ini adalah Lembaga Penyiaran Publik. Tugas utamanya memberikan pelayanan informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial, serta melestarikan budaya bangsa untuk kepentingan seluruh lapisan masyarakat. Tugas tersebut diwujudkan dalam bentuk penyiaran televisi yang mampu menjangkau seluruh wilayah di Indonesia.

Pada tahun 1989, dunia pertelevisian Indonesia kian berkembang yang ditandai dengan munculnya sejumlah stasiun televisi swasta yakni RCTI, Indosiar, SCTV, ANTV dan Televisi Pendidikan Indonesia atau TPI. Jumlah stasiun televisi swasta bertambah lagi pada rentang 1998 hingga 2000 dengan hadirnya lima stasiun televisi baru yakni Global TV (1998), Metro TV (2000), Trans TV (2001), TV 7 (2001), dan Lativi (2002) (Widyatama, 2020). Empat stasiun televisi swasta tersebut

kemudian berganti nama. Lativi yang semula dimiliki oleh Abdul Latif dibeli oleh Aburizal Bakrie pada tahun 2006 dan diubah formatnya menjadi TV berita dengan nama baru TV One. Pada tahun 2010, TPI berganti nama menjadi MNCTV dan memiliki logo baru, format siarannya juga berubah menjadi TV hiburan. Sedangkan Global TV mengalami pergantian nama menjadi GTV pada tahun 2017 yang sekaligus berganti format siaran menjadi televisi hiburan. Harry Tanoesudibyo, pemilik MNC Group, juga mendirikan stasiun televisi *Indonesia News* atau yang lebih dikenal dengan iNews dengan format televisi berita. Stasiun tersebut semula bernama SUN TV, kemudian diganti menjadi SINDO TV, dan pada 2015 resmi menggunakan nama iNews.

TV 7 yang semula didirikan dan dimiliki oleh Sukoyo diubah namanya menjadi Trans 7 setelah 55% sahamnya dibeli oleh Chaerul Tanjung dari Kelompok Kompas Gramedia. Setelah menjual saham TV 7 kepada Chaerul Tanjung, Kelompok Kompas Gramedia mendirikan stasiun Kompas TV pada tahun 2011 dengan konten siaran didominasi berita dan sisanya hiburan yang mendidik. Stasiun televisi swasta lainnya yang juga mengudara di Indonesia yakni RTV. Semula, RTV dikenal dengan nama B Channel yang didirikan pada 2009. Namun pada 2014, B Channel berganti nama menjadi RTV setelah saham mayoritas dibeli oleh Rajawali Corpora (Widyatama, 2020). Net Mediatama Televisi (NET.) didirikan pada tahun 2012 yang menyajikan program-program hiburan untuk masyarakat di Indonesia. Keseluruhan stasiun televisi tersebut memiliki jangkauan siaran nasional.

Tidak mudah bagi sebuah stasiun televisi untuk bertahan ditengah persaingan dengan stasiun TV lainnya, terlebih stasiun televisi membutuhkan biaya operasional yang tinggi. Era digital saat ini menambah beban persaingan yang dihadapi oleh industri pertelevisian yakni bersaing dengan media-media online yang memberikan kemudahan akses. Kondisi tersebut, pada akhirnya menuntut stasiun-stasiun televisi untuk beradaptasi di era digital dengan menghadirkan inovasi agar tayangan mereka dapat diakses dan dinikmati oleh pemirsa secara online.

### **E. Kekuatan dan Kelemahan Televisi**

Bagi khalayak yang mengalami kendala dalam mengakses internet, televisi masih dibutuhkan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan. Sebagai media massa yang menampilkan visual dan audio secara bersamaan, televisi mempunyai kekuatan dan kelemahan. Menurut Badjuri (2010) kekuatan televisi di antaranya:

1. **Bersifat dengar pandang.** Tayangan televisi dapat dinikmati secara visual dan audio bersamaan. Pemirsa yang melihat sendiri visual di layar kaca akan merasa terlibat secara langsung dengan peristiwa yang ditayangkan.
2. **Menghadirkan realitas sosial.** Kemampuan teknologi kamera televisi dalam merekam realitas sosial sebagaimana aslinya membuat tayangan televisi berpengaruh sangat kuat bagi khalayak. Selain itu, visualisasi yang didukung dengan kekuatan audio atau suara juga sangat membantu khalayak dalam

memahami sesuatu yang sulit jadi lebih mudah dimengerti.

3. ***Simultaneous***. Hal ini berarti media televisi memiliki kemampuan untuk menyebarkan informasi secara serempak kepada banyak orang yang tersebar di berbagai lokasi dalam waktu yang bersamaan.
4. **Memberikan rasa kedekatan dan menghibur**. Umumnya program televisi disajikan kepada pemirsa dengan pendekatan persuasif, yakni menggunakan sapaan yang menggunakan kesan dekat dan tidak berjarak, bahasa tutur sehari-hari, dan *gesture* yang wajar dan menciptakan suasana intim antara presenter dengan khalayak. Fungsi hiburan juga menjadi salah satu fungsi terbesar televisi di antara fungsi lain yakni informasi, edukasi, dan persuasi. Karena menjadi fungsi paling utama itulah maka menghibur juga merupakan kekuatan televisi.

Adapun kelemahan televisi antara lain cenderung mengabaikan isu-isu mendalam dan biaya tinggi (Badjuri, 2010). Pertimbangan bahwa setiap program secara otomatis akan ditonton berbagai kalangan, maka program televisi diproduksi sedemikian rupa agar mudah dicerna oleh pemirsa. Kendati permasalahan yang diangkat dalam program televisi sangat serius dan rumit, namun penyajiannya harus mudah dipahami oleh khalayak. Hal inilah yang membuat pembahasan permasalahan tersebut hanya menyentuh pada aspek-aspek yang dianggap menonjol dan menjadi perhatian umum saja, sehingga mengabaikan isu yang lebih mendalam. Kelemahan berikutnya

adalah biaya tinggi. Dibutuhkan pemikiran mendalam, proses kerja lama, dukungan fasilitas yang beragam, dan melibatkan banyak kru dengan kemampuan berbeda-beda untuk menyajikan program televisi yang berkualitas dan menarik. Untuk menjaga agar program siaran televisi tetap berjalan, dibutuhkan biaya produksi yang tidak sedikit karena frekuensi produksinya pun tinggi.

## F. Karakteristik Televisi

Dalam undang-undang nomor 32 tahun 2002 tentang penyiaran, penyiaran televisi didefinisikan sebagai media komunikasi massa dengar pandang yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara dan gambar secara umum, baik terbuka maupun tertutup, berupa program yang teratur dan berkesinambungan. Berdasarkan pengertian tersebut, setidaknya ada dua kata kunci yang dapat menggambarkan karakteristik media televisi yakni “dengar pandang”. Di mana masing-masing kata tersebut mewakili suara/audio dan visual/gambar. Artinya, televisi berbeda dengan radio yang hanya merupakan media dengar dan berbeda pula dengan media cetak yang tidak menyajikan informasi dalam bentuk audio. Inilah yang menjadi karakteristik utama media televisi.

Lebih lanjut Kasong (2009) menjelaskan setidaknya ada enam karakteristik televisi:

1. **Media audio-visual.** Saat menyimak tayangan televisi, khalayak melihat visual yang ditampilkan sekaligus mencerna informasi dengan mendengar audio/narasi yang relevan dengan visual tersebut.

2. **Mengutamakan gambar.** Kekuatan televisi terletak pada gambar. Kehadiran visual inilah yang membuat tayangan televisi lebih menarik dari media cetak atau radio.
3. **Mengutamakan kecepatan.** Bagi media televisi, kecepatan menjadi salah satu unsur yang menjadikan berita televisi bernilai.
4. **Bersifat sekilas.** Durasi atau waktu merupakan andalan media televisi. Program televisi diproduksi mempertimbangkan durasi, termasuk berita televisi yang sifatnya sekilas, tidak mendalam, dan dengan durasi tayang terbatas.
5. **Bersifat satu arah.** Ketika berita ditayangkan, pemirsa tidak bisa memberikan *feedback* pada saat itu juga. Kecuali jika programnya berbentuk interaktif. Saat menonton secara *live* (sesuai waktu siaran yang dijadwalkan oleh stasiun televisi), khalayak hanya memiliki satu kesempatan untuk memahami berita dan tidak bisa meminta presenter membacakan kembali beritanya. Namun di era digital saat ini, hal tersebut dapat diantisipasi. Stasiun-stasiun televisi beramai-ramai memanfaatkan media sosial seperti YouTube dan platform lainnya untuk menyajikan tayangan mereka. Dengan demikian, khalayak dapat tetap mengikuti program siaran televisi, bahkan mereka dapat mengulang tayangan tersebut yang tidak mungkin dilakukan ketika menonton secara *real time*.

6. **Daya jangkau luas.** Segala lapisan masyarakat dengan beragam latar belakang ekonomi dan sosial dapat dijangkau oleh televisi.

## G. Berita Televisi

Selain program-program hiburan, layar kaca televisi juga diwarnai dengan tayangan berita yang menyampaikan informasi mengenai peristiwa yang terjadi di Indonesia maupun di berbagai belahan dunia. Informasi-informasi layak berita tersebut dapat menambah pengetahuan dan membantu kita mengambil keputusan dalam hidup sehari-hari. Sebagai contoh, aksi damai “Bela Palestina” pada 5 November 2023 di Kawasan Monumen Nasional (Monas) membuat sejumlah ruas jalan dialihkan. Media massa memberitakan hal tersebut, menginformasikan kepada khalayak luas, sehingga warga yang hendak melewati daerah Monas dapat mengantisipasi dengan memilih ruas jalan lain. Namun, apa sebenarnya berita itu?

Para jurnalis profesional menggunakan tiga kriteria untuk menentukan apa itu berita, yakni *relevance*, *usefulness*, dan *interest* (Brooks et al., 2014). Ketiga kriteria tersebut bagi khalayak tertentu merupakan pedoman umum untuk menilai nilai berita suatu peristiwa atau permasalahan. Kriteria ini berlaku secara umum, namun setiap jurnalis dan organisasi berita menggunakannya dalam konteks tertentu yang memberikan makna tertentu pada kriteria tersebut. Konteks tersebut disediakan oleh khalayak—pembaca, pendengar, atau penonton. Jurnalis selalu menentukan kelayakan berita dengan mempertimbangkan khalayak tertentu.

Berbeda dengan berita untuk media cetak dan radio, berita televisi memiliki ciri khas tersendiri. Sebagai media audio-visual, berita televisi disajikan dengan menampilkan gambar/visual yang menarik. Narasi sifatnya untuk melengkapi atau mendukung gambar, visual menjadi yang utama karena kekuatan televisi ada pada gambar. Oleh karena itu, naskah berita televisi harus ditulis dengan prinsip “untuk didengar”, menggunakan bahasa bertutur seperti gaya percakapan sehari-hari. Pemirsa hanya memiliki waktu sebentar atau singkat untuk memahami informasi yang terdapat dalam berita televisi. Meski menggunakan gaya percakapan sehari-hari, namun penulisan naskah berita televisi tetap merujuk pada kaidah penulisan jurnalistik.

Selain itu, sinkronisasi antara naskah berita televisi dengan visual perlu dilakukan. Artinya, penulisan naskah berita televisi menyesuaikan dengan visual yang tersedia. Dengan demikian, sebelum menulis berita jurnalis televisi harus mengecek terlebih dulu gambar yang dimilikinya. Jangan sampai terjadi naskah berita sudah selesai ditulis tetapi visual yang ada tidak sinkron dengan narasi. Prinsip menulis “untuk didengar” dan sinkronisasi narasi dengan visual tersebut dapat dijadikan sebagai pedoman bahasa berita televisi.

Dalam menuliskan berita televisi, jurnalis biasanya menggunakan rumus 5 “C” yakni *compelling*, *clear*, *concise*, *cliché free*, dan *conversational*.

1. *Compelling*. Gunakan kalimat aktif agar berita lebih kuat dan menarik.

2. *Clear*. Batasi kalimat berita televisi untuk satu gagasan saja. Hindari penggunaan kalimat yang rumit.
3. *Concise*. Gunakan kalimat deklaratif atau bersifat pernyataan dan kalimat pendek.
4. *Cliché free*. Kalimat klise sulit dihindari reporter. Contohnya: “Kasus ini masih dalam penyelidikan polisi”. Sebaiknya, “Polisi sampai hari ini masih belum mengetahui penyebab kecelakaan...”
5. *Conversational*. Tulis naskah berita untuk didengar dan diingat.

## H. Rangkuman

Industri pertelevisian di Indonesia dimulai lebih dari 60 tahun lalu. Pada saat itu, siaran televisi pertama kali di Indonesia menayangkan upacara peringatan Kemerdekaan Republik Indonesia pada 17 Agustus 1962. Inilah yang menjadi cikal bakal stasiun Televisi Republik Indonesia (TVRI). Selang satu minggu kemudian, yakni 24 Agustus 1962, TVRI resmi berdiri dengan siaran perdana Asian Games ke IV dari Stadion Utama Gelanggang Olah Raga (Gelora) Bung Karno. Stasiun-stasiun televisi swasta mulai hadir meramaikan dunia pertelevisian sejak 1989.

Sebagai media massa yang menampilkan visual dan audio secara bersamaan, televisi mempunyai kekuatan dan kelemahan. Kekuatan televisi di antaranya bersifat *dengar pandang*, menghadirkan realitas sosial, *simultaneous*, memberikan rasa kedekatan dan menghibur. Adapun kelemahan televisi antara lain cenderung mengabaikan isu-isu mendalam dan biaya tinggi

Sebagai media audio-visual, televisi memiliki karakteristik mengutamakan gambar, mengutamakan kecepatan, bersifat sekilas, bersifat satu arah, dan daya jangkau luas.

Para jurnalis profesional menggunakan tiga kriteria untuk menentukan apa itu berita, yakni *relevance*, *usefulness*, dan *interest*. Ketiga kriteria tersebut bagi khalayak tertentu merupakan pedoman umum untuk menilai nilai berita suatu peristiwa atau permasalahan. Berbeda dengan berita untuk media cetak dan radio, berita televisi memiliki ciri khas tersendiri. Sebagai media audio-visual, berita televisi disajikan dengan menampilkan gambar/visual yang menarik.

## I. Latihan

**Jawablah pertanyaan berikut secara ringkas dan jelas!**

- 1) Jelaskan bagaimana perkembangan televisi di Indonesia dan implikasinya di era digital?
- 2) Mengapa kekuatan televisi ada pada visual atau gambar?
- 3) Jelaskan bagaimana prinsip 5C diterapkan dalam berita televisi?

## BAB II

### NILAI DAN SUMBER BERITA TELEVISI

#### A. Tujuan Pembelajaran

Melalui pembelajaran ini diharapkan mahasiswa mampu menguasai dan mengidentifikasi bentuk-bentuk program berita televisi dengan benar, serta mampu membedakan sumber-sumber berita televisi dan nilai berita dengan cermat.

#### B. Materi Pembelajaran

1. Nilai Berita
2. Sumber Berita Televisi
3. Rangkuman
4. Latihan

#### C. Pendahuluan

Tidak semua informasi layak diberitakan oleh jurnalis. Oleh karena itu pada bab ini dibahas mengenai nilai-nilai berita yang perlu dipahami oleh jurnalis ketika mengumpulkan informasi untuk dilaporkan sebagai berita. Sumber-sumber berita televisi yang dapat memberikan informasi kepada jurnalis juga menjadi bagian dalam pembahasan di bab ini. Ada sejumlah sumber berita yang dapat diakses oleh jurnalis untuk mengumpulkan bahan mentah berita.

#### D. Nilai Berita

Salah satu tugas jurnalis adalah mencari dan mengumpulkan informasi sebagai bahan berita. Namun tidak semua informasi dan opini layak dijadikan berita, jurnalis perlu menentukan informasi mana yang *newsworthy* atau layak diberitakan. *Newsworthiness* atau kelayakan berita merupakan hal yang sangat subyektif, namun jurnalis dan mereka yang berkecimpung dalam organisasi berita harus memutuskan berita mana yang paling layak untuk diberitakan. Keputusan mengenai berita mana yang dimasukkan dan mana yang ditolak didasarkan pada pendapat orang-orang yang bertugas di ruang redaksi.

Sebelum jurnalis dan pihak-pihak lain yang terlibat dalam pengumpulan berita memulai proses penyampaian berita, harus diputuskan berita mana yang akan diliput. Koordinator liputan, manajer berita, produser eksekutif, dan produser program berita sering kali menjadi pihak yang mengambil keputusan peliputan ini, dengan masukan dari reporter dan personel lainnya. Keputusan tersebut didasarkan pada konsep yang disebut “*news judgement*” atau penilaian berita. Banyak faktor yang dapat dipertimbangkan ketika memilih berita, terlepas dari bentuk media massanya. Kualitas-kualitas yang membuat suatu peristiwa atau kumpulan fakta menjadi berita disebut “*news values*” atau nilai-nilai berita. Nilai-nilai berita inilah yang membantu jurnalis dalam menentukan kelayakan berita atau memilih informasi yang *newsworthy*.

Menurut Alysen (2012) nilai-nilai berita mencakup:

1. *Interest*
2. *Timeliness*
3. *Consequence*
4. *Conflict*
5. *Proximity*
6. *Human interest*
7. *Novelty*
8. *Prominence*

Sedangkan dalam “Broadcast News Handbook” yang ditulis oleh Tuggle et al. (2011) hal-hal yang merupakan nilai berita adalah:

1. *Proximity*
2. *Timeliness*
3. *Impact*
4. *Prominence*
5. *Conflict*
6. *Simplicity*

Menggabungkan kedua referensi tersebut, maka jurnalis dapat mempertimbangkan kelayakan berita dengan merujuk pada sembilan nilai berita berikut ((Alysen, 2012; Tuggle et al., 2011)):

1. ***Interest***

Sebuah cerita harus memiliki daya tarik penonton. Namun, tidaklah cukup jika informasi hanya bersifat ‘layak tetapi membosankan’. Untuk menjadi berita, maka informasi harus menarik.

## 2. *Timeliness*

Ketepatan waktu atau menyampaikan berita saat itu terjadi merupakan faktor yang penting. Agar tepat waktu, sebuah cerita harus baru, atau memiliki sudut pandang yang berbeda. Akan tetapi jurnalis dan para awak redaksi perlu berhati-hati agar “ketepatan waktu” tidak membuat mereka lupa dengan pertimbangan nilai-nilai berita lainnya.

## 3. *Consequence atau Impact*

Konsekuensi juga bisa digambarkan sebagai 'dampak' atau 'pentingnya' dan mengacu pada dampak sebuah berita terhadap kehidupan masyarakat. Tentu saja, salah satu hal yang dipertimbangkan oleh jurnalis ketika memutuskan berita mana yang akan diliput adalah berita mana yang akan berdampak pada jumlah pendengar atau pemirsa terbanyak, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Cerita politik dan ekonomi biasanya merupakan hal yang mempunyai dampak besar. Cerita emosional juga dapat mempengaruhi banyak pemirsa, misalnya kisah seorang anak kecil yang berjuang melawan penyakit yang mengancam nyawa, atau kematian seorang selebritas yang dianggap menarik oleh jutaan orang adalah contoh kisah emosional yang menarik perhatian dan berdampak pada penontonnya. Jumlah orang yang terlibat dalam suatu acara juga mempengaruhi apakah acara tersebut layak mendapat liputan. Misalnya, konser musik di stadion

besar dan dipenuhi pengunjung yang rela membayar mahal untuk datang. Hal ini memberikan indikasi bahwa banyak penonton/khalayak mungkin tertarik dengan berita tentang konser tersebut.

4. ***Conflict.***

Konfliknya bisa bersifat fisik atau filosofis, bisa antar individu atau kelompok, antara manusia dengan lingkungannya atau masa lalu dan masa kini. Sebagai contoh, konfrontasi atau bentrok antara pengunjung rasa dan polisi menjadi menarik karena penonton tidak mengetahui apa yang akan terjadi selanjutnya. Jurnalis yang baik tahu bagaimana menyoroti konflik tanpa membumbuinya. Namun, menunjukkan konflik hanya dengan tujuan menunjukkan terjadi konflik bukanlah sebuah keputusan yang baik. Konflik yang ditampilkan dalam berita perlu diiringi dengan konteks. Dengan demikian, konflik tidak boleh berdiri sendiri.

5. ***Proximity***

*Proximity* mencerminkan keinginan masyarakat terhadap informasi tentang peristiwa-peristiwa yang sesuai dengan minat mereka. Ada kedekatan antara khalayak dengan peristiwa yang diberitakan. Kedekatan tersebut dapat berupa wilayah geografis, namun dapat juga ditentukan oleh adanya kedekatan budaya, agama, usia atau gender, dan lainnya.

6. ***Human interest***

Cerita tentang orang-orang biasa saja menjadi menarik jika orang-orang tersebut melakukan hal-hal yang

tidak biasa. Beberapa contoh berikut dapat menggambarkan nilai berita *human interest*. Kisah tentang seorang mahasiswa yang mengoleksi cover majalah olahraga yang terkenal menjadi lebih menarik ketika pemirsa mengetahui bahwa mahasiswa tersebut memiliki hampir 1.000 sampul majalah dan semuanya ditandatangani oleh atlet yang terdapat di sampulnya. Jika penduduk setempat mempunyai beberapa tiket parkir yang belum dibayar, hal itu mungkin tidak menarik, namun jika dia mempunyai 200 tiket parkir yang belum dibayar dan dijebloskan ke penjara, hal itu mungkin akan menarik perhatian khalayak.

Selain itu, banyak produser berita televisi mencari cerita menarik dan tidak biasa untuk ditempatkan di akhir program. Cerita-cerita ini biasanya disebut *kickers* dan melibatkan sesuatu yang lucu atau menggemaskan, seperti tupai yang bermain ski air atau anjing pemanjat tangga. Kisah-kisah seperti itu mungkin tidak berdampak pada kehidupan khalayak, namun kisah-kisah tersebut memberikan sedikit kelegaan dan ‘penyegaran’ kepada pemirsa dari topik-topik berita yang berat seperti korupsi, konflik perang, atau bencana yang mereka tonton di awal program berita.

#### 7. *Novelty*

*Novelty* atau kebaruan berarti suatu peristiwa harus luar biasa atau tidak biasa agar dapat dianggap sebagai berita. Hal ini juga berarti bahwa organisasi berita memberikan nilai khusus pada berita apa pun yang

eksklusif bagi mereka, dan akan meningkatkan nilai beritanya. Sebagai contoh, peristiwa yang sudah lama terjadi dapat diberitakan kembali asalkan ada nilai kebaruan atau informasi baru yang belum diketahui oleh khalayak.

8. *Prominence*

Nama besar atau keterkenalan layak diberitakan. Tindakan atau pernyataan yang dilakukan oleh orang atau organisasi yang memiliki kedudukan penting di masyarakat, akan dilaporkan meskipun tindakan tersebut merupakan hal yang rutin, seperti pernikahan dan perceraian. Demikian pula tokoh publik dan selebritas yang kerap menarik perhatian khalayak. Misalnya, jika seseorang yang Anda kenal terlibat dalam kecelakaan mobil, kecil kemungkinan berita tersebut akan diberitakan. Namun, jika kecelakaan tersebut melibatkan tokoh publik atau selebritas, maka peristiwa tersebut layak diberitakan. Hal-hal biasa pun yang terjadi pada tokoh publik dan selebritas menarik perhatian khalayak. Nama besar juga berlaku untuk hal lain seperti tempat dan hari raya, misalnya Borobudur, Gunung Merapi, Idulfitri, Natal, dan sebagainya.

9. *Simplicity*

Dalam menulis berita televisi, jangan mengabaikan cerita yang kompleks atau rumit, namun buatlah cerita tersebut tampak sederhana dan mudah dipahami oleh pemirsa. Untuk menjelaskan konsep-konsep yang sulit dapat menggunakan analogi atau

mengaitkannya dengan hal-hal umum. Misalnya, membandingkan informasi yang mengalir melalui chip komputer dengan lalu lintas jalan raya. Hal ini memberikan pemirsa representasi konkret dari ide abstrak. Selain itu, dapat juga menggunakan infografis untuk menjelaskan hal yang rumit sehingga pemirsa dapat menyerap dan memahami informasi dengan lebih mudah.

#### **F. Sumber Berita Televisi**

Sumber berita adalah individu-individu atau organisasi yang dapat memberikan informasi awal kepada jurnalis mengenai cerita yang potensial untuk diberitakan. Jurnalis bisa saja mendapatkan informasi tersebut dengan mudah, tapi tak jarang mereka harus menggunakan pendekatan khusus agar dapat akses ke informasi tersebut. Membangun hubungan baik dengan sumber-sumber informasi dan merawat relasi tersebut adalah salah satu cara yang dapat membuka jalan bagi jurnalis untuk mendapatkan informasi penting sebagai bahan berita.

Secara garis besar ada dua jenis sumber berita yakni sumber berita primer dan sumber berita sekunder. Sumber berita primer adalah orang yang terlibat langsung dalam sebuah peristiwa, atau bisa juga saksi langsung atau orang yang melihat langsung peristiwa tersebut. Sedangkan sumber berita sekunder adalah sumber yang dapat memberikan informasi pendukung. Sumber sekunder ini tidak harus orang atau organisasi, namun sumber seperti buku, bahan-bahan referensi, surat kabar, dan internet merupakan sumber berita sekunder.

Menurut Alysen (2012) ada sejumlah sumber utama berita yang dapat dioptimalkan oleh jurnalis untuk mendapatkan bahan berita:

1. ***Wire services***

Nama *wire services* berasal dari fakta bahwa berita tersebut awalnya didistribusikan melalui kabel telegraf, namun kini dapat diakses melalui sistem komputer ruang redaksi. Secara sederhana, *wire services* merupakan layanan distribusi konten berita dari kantor-kantor berita untuk media massa dengan sistem berlangganan.

Sebagai contoh, ketika penulis bekerja di salah satu stasiun televisi berita, di ruang redaksi tersedia komputer khusus untuk mengakses konten berita dari kantor berita Associated Press (AP). AP menyediakan konten berita internasional berbentuk video dan naskah yang dapat diunduh dan digunakan untuk materi siaran. Dari Indonesia, “BrandA” milik Kantor Berita ANTARA menyediakan jasa *newswire* bagi organisasi berita untuk dapat mengakses konten berita berbentuk teks, video, foto, dan infografis. Stasiun televisi dan media massa lain yang melanggan “BrandA” dapat memilih layanan konten apa saja yang mereka butuhkan. Konten berita dari AP atau ANTARA tersebut digunakan sebagai bagian dari bahan mentah yang digunakan jurnalis untuk menulis berita dengan menyebutkan sumbernya sebagai bentuk atribusi.

## 2. Memantau Media Lain

Semua media memantau media lain. Menurut Alysen (2012) redaksi media penyiaran lebih memperhatikan surat kabar dibandingkan sebaliknya. Bukan hanya halaman berita saja yang layak untuk dibaca. Ide sering kali dapat diperoleh dari iklan, halaman opini, dan surat untuk editor, terutama jika penulisnya adalah sosok yang memiliki otoritas. Di era digital saat ini, kemudahan memantau perkembangan isu juga dapat dilakukan dengan mengakses koran digital dan media-media berita online yang terpercaya dan terverifikasi Dewan Pers.

Ruang redaksi media televisi memantau perkembangan isu dengan mengawasi siaran berita dari stasiun televisi pesaing. Berdasarkan pengalaman penulis bekerja di stasiun televisi berita, di ruang redaksi sengaja disediakan sejumlah televisi untuk memantau siaran berita dari stasiun televisi nasional di Indonesia dan stasiun televisi luar negeri. Hal ini lumrah dilakukan.

## 3. Menghubungi Narasumber

Setiap orang yang berhubungan dengan reporter merupakan sumber informasi potensial dan kontak mereka sebaiknya disimpan untuk digunakan di masa mendatang (Alysen, 2012). Begitu juga dengan narasumber yang pernah diwawancarai oleh reporter, sebaiknya hubungan baik yang telah terbangun dengan narasumber dapat dirawat. Jika sewaktu-waktu reporter membutuhkan informasi dari mereka dapat langsung

menghubungi. Namun demikian, Alysen (2012) menegaskan bahwa reporter juga perlu menjaga independensi mereka dari narasumber.

#### 4. Menindaklanjuti Berita

'*Follow up*' atau menindaklanjuti memiliki beberapa arti dalam jurnalisme. Terkadang '*follow up*' hanyalah sinonim untuk mengambil cerita dari media lain. Namun banyak cerita yang memerlukan penyelidikan lebih lanjut dan pendekatan dari sudut pandang baru (Alysen, 2012). Menindaklanjuti berita saat ini sudah rutin dilakukan. Misalnya, berita pengumuman kebijakan oleh pemerintah dapat ditindaklanjuti dengan mewawancarai pihak opisi dan masyarakat untuk mengetahui reaksi dan komentar mereka. Contoh lain, jika ada pemberitaan tentang seseorang diketahui mengidap kondisi medis tertentu, pasti akan ada cerita di hari-hari berikutnya yang melatarbelakangi kondisi tersebut, persentase warga yang terkena dampak dan implikasinya.

#### 5. Rilis Media

Rilis media dari divisi Hubungan Masyarakat (Humas) sebuah institusi, perusahaan, atau organisasi menjadi salah satu sumber berita yang dapat digunakan oleh jurnalis. Namun produser berita televisi perlu memastikan ketersediaan visual yang relevan dengan informasi dari rilis media tersebut jika ingin menyiarkannya. Umumnya, rilis media dikirimkan hanya berbentuk narasi tertulis. Jika memungkinkan, awak

redaksi televisi yang menerima rilis tersebut dapat meminta visual/video pendukung kepada divisi Humas yang mengirim rilisnya. Hal lain yang dapat dilakukan oleh produser berita televisi adalah dengan meminta stok gambar yang relevan kepada *library* tempat mereka bekerja.

#### 6. *News Conferences*

Konferensi pers diselenggarakan ketika perusahaan, institusi, atau organisasi ingin menyampaikan informasi yang mereka anggap penting kepada media massa. Mereka mengundang para wartawan untuk datang ke lokasi yang ditentukan dan meliput konferensi pers tersebut.

Setelah konferensi pers selesai, seringkali jurnalis mendekati narasumber konferensi pers dan mewawancarai mereka, biasanya jurnalis menanyakan pertanyaan diluar topik konferensi pers, yakni terkait isu yang sedang hangat dibicarakan publik. Hal ini bisa dilakukan jurnalis asalkan narasumber tersebut kompeten dan relevan dengan isu atau topik permasalahan yang ditanyakan.

#### 7. *Pengintaian*

*Stakeout* atau pengintaian biasanya terjadi ketika seseorang yang sedang menjadi bahan berita dan diincar oleh wartawan berupaya menghindari media. Jurnalis mendatangi tempat tinggal atau beraktivitas dari orang tersebut dan menunggu sampai ada kesempatan untuk mewawancarainya. Menurut Alysen (2012) pengintaian

memiliki dinamika tersendiri. Jika tidak terjadi apa-apa dan subjek berita tidak muncul, reporter terkadang akan melaporkan berita mengenai situasi terkini dengan menampilkan visual para reporter dan kru dari media lain yang berada di lokasi.

#### 8. **Media Sosial dan Video Amatir**

Ruang redaksi memantau situs media sosial dan mengumpulkannya untuk mendapatkan informasi, foto, dan video. Perangkat yang mampu merekam video kini ada di mana-mana sehingga sulit membayangkan kejadian apa pun yang layak diberitakan tidak direkam. Video yang diunggah ke YouTube sering kali merupakan video pertama dari bencana alam dan memberikan perspektif pribadi yang unik untuk dimasukkan dalam berita. YouTube juga merupakan sumber cerita yang 'aneh dan menakutkan'. Akan tetapi, jurnalis harus mengecek dan memverifikasi foto dan video yang mereka dapatkan dari media sosial atau kiriman dari warga bukan hoaks. Ada berbagai bentuk *tools* yang dapat digunakan untuk memverifikasi foto seperti Google Image Search. Sedangkan untuk mengecek keaslian video dapat menggunakan aplikasi InVid.

#### 9. **Koresponden**

Koresponden ditunjuk oleh perusahaan media massa untuk menjalankan tugas jurnalisme dengan memberikan laporan secara kontinyu mengenai peristiwa yang terjadi di daerah tempatnya bermukim. Dengan

demikian, koresponden berdomisili di suatu daerah, baik di luar daerah atau luar negeri.

Selain sumber-sumber berita di atas, **penugasan jurnalis di lapangan** juga merupakan sumber berita. Setiap hari koordinator peliputan akan membuat jadwal penugasan bagi jurnalis atau reporter sesuai dengan kebutuhan. Misalnya, ada reporter yang ditugaskan meliput di Gedung Komisi Pemberantasan Korupsi, reporter lainnya ditugaskan meliput konferensi pers sesuai undangan yang diterima oleh redaksi, dan ada juga reporter yang ditugaskan meliput di Istana Presiden dan Wakil Presiden. Penugasan jurnalis di lapangan dapat juga berdasarkan *wishlist* yang diusulkan oleh produser berita. *Wishlist* berisi usulan liputan mengenai sebuah topik yang akan dibahas, terdapat target narasumber-narasumber yang akan diwawancarai, daftar pertanyaan wawancara, dan target visual yang dibutuhkan.

## G. Rangkuman

Salah satu tugas jurnalis adalah mencari dan mengumpulkan informasi sebagai bahan berita. Namun tidak semua informasi dan opini layak dijadikan berita, jurnalis perlu menentukan informasi mana yang *newsworthy* atau layak diberitakan.

Sebelum jurnalis dan pihak-pihak lain yang terlibat dalam pengumpulan berita memulai proses penyampaian berita, harus diputuskan berita mana yang akan diliput.

Kualitas-kualitas yang membuat suatu peristiwa atau kumpulan fakta menjadi berita disebut "*news values*" atau nilai-

nilai berita. Nilai-nilai berita inilah yang membantu jurnalis dalam menentukan kelayakan berita atau memilih informasi yang *newsworthy*.

Sumber berita adalah individu-individu atau organisasi yang dapat memberikan informasi awal kepada jurnalis mengenai cerita yang potensial untuk diberitakan. Secara garis besar ada dua jenis sumber berita yakni sumber berita primer dan sumber berita sekunder. Sumber berita primer adalah orang yang terlibat langsung dalam sebuah peristiwa, atau bisa juga saksi langsung atau orang yang melihat langsung peristiwa tersebut. Sedangkan sumber berita sekunder adalah sumber yang dapat memberikan informasi pendukung.

## H. Latihan

**Jawablah pertanyaan berikut secara ringkas dan jelas!**

1. Mengapa jurnalis perlu mempertimbangkan nilai-nilai berita saat mengumpulkan informasi?
2. Jelaskan bagaimana penggunaan nilai-nilai berita oleh jurnalis?
3. Jelaskan apa saja yang dapat menjadi sumber utama berita bagi jurnalis?

## BAB III

### WAWANCARA BERITA TELEVISI

#### A. Tujuan Pembelajaran

Melalui pembelajaran ini diharapkan mahasiswa mampu menguasai teknik wawancara narasumber dan melakukan *live report* untuk melaporkan berita televisi.

#### B. Materi Pembelajaran

1. Persiapan Wawancara
2. Pertanyaan Wawancara
3. *Live Report*
4. Rangkuman
5. Latihan

#### C. Pendahuluan

Wawancara narasumber menjadi bagian dalam proses pengumpulan bahan mentah berita yang dilakukan oleh jurnalis. Penting untuk memahami dan menguasai teknik wawancara mulai dari melakukan persiapan dan menyiapkan pertanyaan wawancara. Bab ini membahas seputar wawancara narasumber dan teknik *live report* dalam melaporkan peristiwa dari lokasi kejadian.

#### **D. Persiapan Wawancara**

Seperti yang sudah dijelaskan di bab 2, untuk memperoleh bahan berita sejumlah sumber berita televisi dapat dioptimalkan oleh jurnalis. Pada bab ini, kita akan membahas mengenai wawancara sebagai bagian dari proses pengumpulan bahan berita. Tujuan wawancara adalah untuk mendapatkan informasi dari narasumber atau orang yang diwawancarai dengan cara menggali dan mengarahkannya. Wawancara narasumber dapat dilakukan oleh jurnalis saat meliput di lapangan atau mendatangi narasumber pada waktu dan tempat yang disepakati sebelumnya. Presenter berita di studio juga dapat melakukan wawancara dengan narasumber saat *on air*. Terlepas dari kedua metode wawancara tersebut, diperlukan persiapan matang sebelum berhadapan dengan narasumber.

Pertanyaan-pertanyaan seperti: mengapa kita membuat cerita itu? apa signifikansinya? dan yang paling penting adalah pertanyaan “apa yang ingin kita dapatkan dari wawancara ini?” dapat menjadi panduan ketika menyiapkan wawancara narasumber. Menurut Stewart & Alexander (2022) ada sejumlah persiapan sebelum wawancara dilakukan yakni:

##### **1. Riset**

Lakukan riset sebelum wawancara. Narasumber tidak akan mengharapkan kita menjadi seorang ahli, namun mereka akan mengharapkan kita memiliki pemahaman dasar tentang apa yang ingin kita bicarakan dengan mereka. Stewart & Alexander (2022) mengaskan bahwa adalah hal yang sopan ketika kita menaruh perhatian pada bidang keahlian

narasumber dan tidak hanya menggunakannya untuk memenuhi tujuan kita sendiri.

Semakin banyak kita mengetahui tentang subjek tersebut, semakin baik pertanyaan kita. Jangan membuang waktu kita atau waktu narasumber dalam wawancara untuk menanyakan hal-hal mendasar. Informasi semacam itu dapat kita masukkan sebagai pengantar dalam naskah berita.

Wawancara bertujuan untuk mendapatkan *insight* atau wawasan dan pendapat dari narasumber mengenai suatu hal yang penting. Oleh karena itu, sebelum meninggalkan ruang redaksi, pastikan fakta yang kita miliki benar. Pertanyaan bodoh dan kurang informasi dapat merusak reputasi reporter dan stasiun televisi tersebut (Stewart & Alexander, 2022).

## 2. Siapkan Pertanyaan

Setelah bahan untuk wawancara terkumpul dari hasil riset, berikutnya adalah menuangkan pemikiran kita dengan menuliskan beberapa pertanyaan dan menyusunnya dalam urutan yang logis (Stewart & Alexander, 2022).

Pertanyaan aktual pertama harus jelas dan lugas. Ajukan pertanyaan yang mudah dijawab oleh narasumber sehingga akan membuat mereka merasa nyaman. Kemudian tanyakan tiga atau empat pertanyaan inti yang fokus pada sudut pandang berita yang sudah ditentukan di awal. Masing-masing pertanyaan mungkin memiliki pertanyaan lanjutan

yang memperjelas atau menguraikan jawaban sebelumnya dari narasumber. Akan tetapi, tentu saja kita tak akan dapat mempersiapkannya terlebih dahulu.

Pertimbangkan juga sebuah pertanyaan yang mungkin sedikit tidak terduga, namun jawabannya mungkin akan mewakili keseluruhan wawancara, misalnya pertanyaan berikut: “Apa yang Anda lakukan adalah kerja keras, jam kerja panjang dan gaji rendah... mengapa Anda melakukannya?”.

Pikirkan juga bagaimana kita akan mengakhiri wawancara. Jika sudah direkam sebelumnya, mungkin tidak memerlukan sesuatu yang spesifik karena kita dapat membiarkan jawaban terakhir menggantung, atau memberikan komentar penutup di naskah. Namun jika kita sedang mempersiapkan wawancara langsung, kita perlu mengetahui bagaimana kita akan merangkum apa yang telah narasumber katakan, dan menyerahkannya kembali ke studio, menyerahkannya kepada presenter lain, atau melanjutkan ke topik berikutnya.

### 3. Sebelum Berangkat Wawancara

Stewart & Alexander (2022) menegaskan agar kita **memeriksa peralatan** yang akan digunakan untuk wawancara narasumber, yakni memastikan baterai kamera penuh, termasuk baterai mikrofon jika menggunakan yang *wireless*, dan kartu memori kamera kosong.

**Periksa petunjuk arah** – Sebelum menuju ke lokasi wawancara sebaiknya pastikan lagi rute mana yang akan ditempuh. Untuk mengantisipasi kondisi jalan yang tidak diduga seperti macet, lebih baik berangkat lebih awal dan tiba di lokasi sebelum waktu wawancara.

**Berpakaian yang pantas** – Setiap reporter adalah duta stasiun radio atau televisinya. Penampilan dan tindakan reporter dapat menentukan atau menghancurkan reputasi sebuah stasiun. Oleh karena itu, pilih pakaian yang sopan dan sesuai dengan situasi wawancara.

## E. Pertanyaan Wawancara

Pertanyaan yang bagus menghasilkan jawaban yang bagus. Rahasiannya adalah memikirkan terlebih dahulu jawaban yang mungkin kita peroleh sebelum mengajukan pertanyaan. Dalam menyusun dan menuliskan pertanyaan-pertanyaan wawancara yang bagus, Stewart & Alexander (2022) menjelaskan sejumlah taktik yang dapat digunakan oleh reporter, beberapa di antaranya yakni:

### 1. Ajukan Pertanyaan yang Akan Mendapatkan Jawaban

Unsur 5W1H yakni siapa (*who*), apa (*what*), kapan (*when*), di mana (*where*), mengapa (*why*) dan bagaimana (*how*) untuk menulis naskah berita dapat digunakan untuk wawancara berita dan jenis pertanyaan yang harus diajukan pewawancara.

Pertanyaan yang dimulai dengan kata-kata berikut akan mendorong wawancara dan menghasilkan fakta yang kuat:

- ✓ “Siapa yang terluka dalam kecelakaan itu?”
- ✓ “Apa yang menyebabkan kecelakaan itu?”
- ✓ “Kapan itu terjadi?”
- ✓ “Di mana kecelakaan itu terjadi?”
- ✓ “Mengapa butuh waktu lama untuk membebaskan penumpang yang terjebak?”
- ✓ “Bagaimana Anda bisa mengeluarkannya?”

## 2. **Hindari Pertanyaan Tertutup atau *Yes/No Questions***

Reporter yang tidak berpengalaman sering kali terjebak dalam menanyakan ‘pertanyaan tertutup’ yang menghasilkan jawaban ya/tidak. Menggunakan pertanyaan dengan cara ini akan mendorong narasumber untuk tidak menjawab, atau lebih buruk lagi, memungkinkan narasumber yang diwawancarai untuk memilih jawaban 'ya' atau 'tidak' sesuai keinginannya.

## 3. **Pertanyaan Singkat dan Ide Tunggal**

Jika sebuah pertanyaan ingin dipahami oleh audiens dan orang yang diwawancarai, maka pertanyaan tersebut harus tetap jelas, sederhana dan lugas. Misalnya: “Hukuman apa yang ingin Anda berikan terhadap pemilik yang membuang hewan peliharaannya yang tidak diinginkan?” Pertanyaan tersebut singkat dan hanya memiliki satu ide

pertanyaan yakni pewawancara bertanya tentang bentuk hukuman bagi pemilik yang membuang hewan peliharaannya.

#### 4. **Hindari Pertanyaan-Pertanyaan yang Mengarahkan**

Pertanyaan yang mengarahkan adalah pertanyaan yang dirancang untuk menyudutkan narasumber dan menjebak mereka di sana. Hal ini, menurut Stewart & Alexander (2022), lebih sering berdampak pada reporter dengan tuduhan kebencian, bias, dan tidak adil, seperti tercermin dalam bentuk pertanyaan berikut:

- Anda harus mengakui bahwa....
- Bukankah faktanya...?
- Apakah menurut Anda...?
- Anda tidak bermaksud menyarankan hal itu...?
- Saya kira Anda yakin bisa melakukan hal itu...?

#### **F. *Live Report***

Reporter televisi diharapkan dapat melaporkan langsung dari lokasi kejadian atau *live report*. Melakukan *live report* berarti kombinasi dari beberapa hal yang harus diselesaikan dengan cepat yakni menyiapkan informasi yang diketahui secepat mungkin—mencari tahu apa yang terjadi, di mana dan kapan serta siapa yang terkena dampaknya dan mendapatkan rincian sebanyak mungkin. Dan jika relevan, mendapatkan juga wawancara yang

bagus dari seseorang di lokasi yang membantu menjelaskan situasi yang akan dilaporkan.

Teknik reporter *stand up* baik *live on camera* maupun rekaman (*live on tape*) dari lokasi kejadian di lapangan pada hakikatnya bertujuan sebagai berikut (Fachruddin, 2012):

- Menunjukkan reporter berada di tempat kejadian. Hal ini dapat meningkatkan kredibilitas reporter maupun stasiun televisi yang diwakilinya.
- Membuktikan reporter mendapat informasi dari tangan pertama.
- Dengan gambaran yang riil di lokasi kejadian, reporter dapat mengeksplorasi langsung suatu peristiwa saat sedang terjadi.
- Mendapatkan dan menunjukkan fakta langsung dan data yang otentik, serta mendapatkan aktualitas.
- Mendekatkan objek berita dengan peristiwa, hal ini untuk memenuhi kredibilitas berita.

Menurut Stewart & Alexander (2022) ada empat jenis dasar *live report*, namun perlu diketahui bahwa nama yang diberikan untuk pelaporan langsung ini sangat bervariasi di berbagai redaksi dan di negara yang berbeda:

1. **Dua Arah (*Two Way*)**

Teknik ini dikenal juga sebagai *Down The Line* (DTL) yakni ketika reporter di lokasi kejadian menjawab beberapa pertanyaan dari presenter studio. Misalnya, “Reporter kami Peter Jones ada di sana.

Peter? Apa yang terjadi?” Presenter di studio kemudian menanyakan beberapa pertanyaan kepada Peter. Sangat penting bagi reporter untuk mengetahui bahwa ini adalah percakapan dua arah dan bukan monolog.

## 2. **Tautan Langsung**

Tautan Langsung (*The Live Link*) atau *Throw* (juga dikenal sebagai *Toss*) berarti presenter menyerahkan kepada reporter di tempat kejadian untuk melaporkan secara langsung. Sebelumnya, presenter di studio memanggil reporter *live* di lapangan, misalnya, “Peter Jones ada di sana sekarang...”.

Setelah itu, reporter kemudian membawakan keseluruhan cerita tanpa keterlibatan atau campur tangan presenter. Saat melaporkan langsung, reporter dapat juga mewawancarai secara langsung narasumber yang berada di lokasi kejadian. Setelah selesai *live report*, reporter harus menyerahkan kembali ke presenter di studio, karena jika tidak maka tidak akan ada yang tahu bahwa dia sudah selesai.

## 3. **Breaking Update/Live Update**

*Breaking Update/Live Update* berarti presenter hanya boleh menghubungkan ke reporter tentang sebuah berita yang baru saja terjadi dan mungkin laporan langsung dalam berdurasi tidak lebih dari 40 detik. Cara lainnya adalah dengan menempatkan reporter di studio, duduk di samping presenter dengan berita terkini. Jika perkembangan berita yang

dilaporkan bergerak cepat, studio akan meminta reporter untuk melaporkan perkembangan terbaru.

#### 4. *Video Wall*

Pada jenis *live report* ini, reporter berada di studio dengan posisi berdiri dan melaporkan berita menggunakan berbagai klip wawancara, grafis, dan gambar untuk menjelaskan cerita yang rumit. Saat melaporkan berita yang sudah disusun tersebut, reporter juga dapat menggunakan alat bantu teleprompter untuk membaca naskah sambil menatap kamera.

Kesamaan dari keempat jenis dasar *live report* tersebut adalah bahwa reporter memberi tahu kita apa yang terjadi di lokasi kejadian di mana reporter tersebut berada. Atau setidaknya di dekat lokasi tersebut.

Selain *live report* atau *live on cam*, pada format berita yang membutuhkan *on the spot reporting* reporter dapat juga melakukan *piece to camera (PTC)* yakni reporter melaporkan di depan kamera dan direkam, dengan durasi singkat sekitar 15 hingga 25 detik. Terdapat beberapa jenis *PTC* yang dapat dilakukan oleh reporter, yakni:

##### 1. *Opening*

Dilakukan sebagai pembuka atau pengantar laporan reporter mengenai peristiwa yang akan dipaparkan dalam paket berita. *PTC* di awal dapat membangun kedekatan emosional dengan pemirsa.

2. *Bridging*

*Live on tape* yang diletakkan di tengah paket berita berfungsi untuk menjelaskan data dan menceritakan yang tidak bisa diwakili dalam naskah atau visual.

3. *Closing*

*Live on tape* untuk menutup atau mengakhiri laporan dalam paket berita. Reporter dapat menyimpulkan permasalahan yang dibahas dalam berita, dan menutupnya dengan menyebutkan nama reporter dan stasiun televisi. Misalnya, “DARI SURABAYA/ ... dan .... TVONE MENGABARKAN//”

## H. Rangkuman

Tujuan wawancara adalah untuk mendapatkan informasi dari narasumber atau orang yang diwawancarai dengan cara menggali dan mengarahkannya. Wawancara narasumber dapat dilakukan oleh jurnalis saat meliput di lapangan atau mendatangi narasumber pada waktu dan tempat yang disepakati sebelumnya. Ada sejumlah persiapan sebelum wawancara dilakukan yakni riset, menyiapkan pertanyaan, memastikan tiga hal sebelum berangkat mewawancarai narasumber.

Pertanyaan yang bagus menghasilkan jawaban yang bagus. Rahasiannya adalah memikirkan terlebih dahulu jawaban yang mungkin kita peroleh sebelum mengajukan pertanyaan. Sejumlah tips dalam wawancara yakni dengan mengajukan pertanyaan yang akan mendapatkan jawaban, menghindari pertanyaan tertutup atau *yes/no questions*, memberikan pertanyaan singkat dan ide

tunggal, dan menghindari pertanyaan-pertanyaan yang mengarahkan.

Reporter televisi diharapkan dapat melaporkan langsung dari lokasi kejadian atau *live report*. Melakukan *live report* berarti kombinasi dari beberapa hal yang harus diselesaikan dengan cepat yakni menyiapkan informasi yang diketahui secepat mungkin-mencari tahu apa yang terjadi, di mana dan kapan serta siapa yang terkena dampaknya dan mendapatkan rincian sebanyak mungkin. Dan jika relevan, mendapatkan juga wawancara yang bagus dari seseorang di lokasi yang membantu menjelaskan situasi yang akan dilaporkan.

## I. Latihan

**Jawablah pertanyaan berikut secara ringkas dan jelas!**

1. Jelaskan hal apa saja yang perlu dilakukan oleh jurnalis sebelum mewawancarai narasumber?
2. Jenis-jenis pertanyaan bagaimana yang harus ditanyakan kepada narasumber?
3. Jenis-jenis *live report* apa saja yang dapat dilakukan oleh jurnalis?

## BAB IV

# BAHASA JURNALISTIK DAN FORMAT BERITA TELEVISI

### A. Tujuan Pembelajaran

Melalui pembelajaran ini diharapkan mahasiswa mampu mengidentifikasi dan mengkategorikan bahasa dan kalimat jurnalistik dengan cermat dan tepat. Untuk kebutuhan penulisan berita, mahasiswa juga diharapkan mampu mengidentifikasi format berita televisi dengan benar sehingga naskah yang ditulis dapat disesuaikan dengan format tersebut.

### B. Materi Pembelajaran

1. Karakteristik Bahasa Jurnalistik Televisi
2. Format Berita Televisi
3. Rangkuman
4. Latihan

### C. Pendahuluan

Berita televisi berbeda dengan berita media cetak, bahkan radio yang juga sama-sama media penyiaran. Berita televisi membutuhkan gambar yang dilengkapi naskah. Karena dibatasi oleh durasi maka penulisan berita televisi harus singkat dan jelas serta menggunakan bahasa tutur. Bab ini membahas detail

mengenai karakteristik bahasa jurnalistik televisi sebagai panduan untuk menulis berita televisi. Selain itu, dipaparkan juga mengenai format berita televisi.

#### **D. Karakteristik Bahasa Jurnalistik Televisi**

Dalam penulisan berita radio dan televisi, prinsip “menulis sesuai cara kita berbicara” merupakan suatu keharusan. Hal inilah yang membedakan gaya penulisan berita televisi dengan gaya penulisan berita untuk media cetak, terutama karena berita televisi ditulis untuk telinga. Kekuatan berita televisi memang terletak pada visual, namun ketika menonton berita pemirsa juga mendengarkan narasi untuk membantunya memahami informasi yang disampaikan presenter. Oleh karena itu, penyampaiannya harus dengan gaya percakapan yang dapat dipahami dengan cepat oleh audiens. Karena durasi terbatas saat disiarkan, maka berita televisi harus bersifat komunikatif, singkat, mudah dipahami, dan bebas dari jargon teknis.

Untuk menghasilkan berita televisi yang baik dengan menerapkan prinsip di atas, maka gunakan kalimat sederhana dan pendek yang ditulis dengan kata kerja transitif dalam kalimat aktif. Ketika berbicara, orang jarang menggunakan kata kerja dalam bentuk pasif karena biasanya terdengar rumit dan canggung. Tetapi, menulis dengan gaya percakapan tidak berarti kita boleh menggunakan bahasa gaul, bahasa sehari-hari, atau tata bahasa yang salah. Juga tidak berarti bahwa kita boleh menggunakan ekspresi yang vulgar atau tidak pantas.

Berita televisi juga bergantung pada penggunaan kalimat tutur dan gambar video untuk menyampaikan cerita.

Memasangkan kedua elemen tersebut menjadi tantangan tersendiri, bisa saja cerita yang mau disampaikan penting tapi visual yang ada tidak menarik. Filak (2019) memberikan beberapa tips berikut dalam menulis berita televisi:

### 1. **KISS**

Menulis berita dengan singkat dan padat atau KISS (*keep it short and simple*) membantu pemirsa memahami dengan cepat berita yang mereka tonton. Oleh karena itu, reporter harus menggunakan bahasa sehari-hari secara lugas. Saat menyusun kalimat, sebaiknya diawali dengan kata benda dan kata kerja, dan menambahkan hanya hal-hal penting.

Alysen (2012) menegaskan meskipun penulisan berita siaran pada umumnya harus dibuat singkat dan sederhana, namun hal ini tidak boleh mengorbankan keakuratannya. Karena berita yang disiarkan bersifat singkat, setiap kata harus sesuai dengan tempatnya dalam naskah. Prinsip penulisan berita “keep it simple” juga berarti bahwa memilih kata yang paling sederhana untuk menyampaikan gagasan yang sama. Cara lain untuk mempersingkat kalimat adalah dengan menghilangkan kata 'itu' jika ketidakhadirannya tidak mengubah makna kalimat.

### 2. **Gunakan Kalimat Aktif**

Menulis dengan kalimat aktif berarti menggunakan formula *subjek/kata benda - kata kerja -*

*objek*. Kalimat aktif menciptakan pendekatan “siapa melakukan apa kepada siapa” yang kuat yang memberikan gambaran jelas kepada penonton mengenai apa yang sedang terjadi.

Meskipun secara umum, penulisan jurnalisme lebih menyukai kalimat aktif karena lebih ringkas dan langsung, namun ada pengecualian (Alysen, 2012). Berita tentang pengadilan atau kriminal sering kali memerlukan kalimat pasif karena subjek suatu tindakan tidak dapat atau belum teridentifikasi. Misalnya, kalimat pasif dalam contoh berikut biasanya dianggap lebih baik daripada versi kalimat aktif:

1. Kalimat pasif: Pensiunan TNI dirampok oleh penjambret tas.
2. Kalimat aktif: Seorang penjambret tas merampok pensiunan TNI.

Secara umum, kalimat *subjek-kata kerja-objek* lebih kuat dan lebih mudah dipahami dan hal ini terutama berlaku ketika kalimat menjadi lebih kompleks.

### 3. Menulis Untuk Telinga

Salah satu perbedaan utama antara konten berbasis teks dan konten siaran adalah bagaimana penonton berinteraksi dengan konten tersebut. Publikasi media cetak dan situs berita menyediakan teks yang dapat dibaca oleh khalayak. Dalam jurnalisme penyiaran, jurnalis menyampaikan berita untuk didengar oleh pemirsa. Dengan demikian,

reporter televisi perlu menulis lebih sedikit untuk dilihat dan lebih banyak untuk didengar khalayak. Selain membuat kalimat tetap pendek, menulis berita televisi perlu menggunakan kata-kata yang umum dan familiar bagi telinga penonton.

### **E. Format Berita Televisi**

Ketika menulis untuk berita televisi, gambar selalu menjadi penting bagi sebuah cerita. Oleh karena itu, dalam menulis berita televisi, kita perlu belajar bekerja dengan kata-kata dan gambar; para profesional berita penyiaran mempunyai pandangan kuat mengenai mana yang lebih penting—kata-kata atau gambar. Faktanya, kata-kata dan gambar sama-sama penting dalam naskah berita TV yang bagus. Televisi adalah sebuah media visual, dan gambar-gambarnya harus efektif, namun jika kata-kata yang menyertai gambar-gambar tersebut tidak jelas, membingungkan, atau bertentangan, maka ceritanya akan gagal karena tidak ada komunikasi yang benar yang akan terjadi.

Dalam berita televisi, menurut Alysen (2012); Tuggle et al. (2011); White & Barnas (2010) ada sejumlah format dasar berita yakni *readers*, *voiceovers*, *voiceovers/sound on tape*, *package*.

#### **1. *Readers***

Format *readers* merupakan bentuk berita yang paling sederhana dan umumnya hanya berdurasi 20 detik. Berita dibacakan oleh presenter tanpa menampilkan gambar karena tidak tersedia video. *Readers* digunakan ketika ada informasi terbaru yang

penting dan harus segera diketahui publik, namun redaksi belum mendapatkan gambar yang mendukung. Misalnya, saat *breaking news* mengenai sebuah peristiwa terbaru yang berdampak luas bagi masyarakat.

## 2. *Voiceovers*

Format berita video yang paling sederhana adalah *voiceover* (VO). Strukturnya sama seperti *readers*, tapi presenter membacakan naskah atau tubuh berita saat visual ditampilkan. Perlu diingat bahwa naskah melengkapi visual, bukan menceritakan persis seperti yang terdapat pada gambar.

Visual dalam format berita *voiceover* dapat juga berbentuk grafis atau disebut dengan VO/grafis. Setelah *lead* dibacakan presenter, visual grafis ditampilkan sambil presenter membacakan naskah. Selain itu, VO juga dapat menampilkan kutipan dari narasumber setelah presenter membacakan naskah. Format ini biasa disebut dengan VO/SOT.

## 3. *Voiceovers/Sound on Tape (VO/SOT)*

Dalam format VO/SOT ditambahkan elemen *sound bite* atau kutipan pernyataan hasil wawancara narasumber yang ditayangkan setelah presenter membacakan tubuh berita. Durasi *sound bite* biasanya 8 hingga 14 detik, tapi bisa lebih dari itu jika informasi dalam kutipan narasumber benar-benar

kuat dan menarik. Format berita VO/SOT biasanya digunakan ketika produser memutuskan bahwa materinya tidak cukup kuat, atau tidak cukup menarik perhatian penonton, sehingga ditambahkan elemen *sound bite*.

#### 4. *Package*

Fondasi dari setiap siaran berita TV adalah berita-berita pakatnya (Barnas & White, 2010). Hal ini karena, jika dilakukan dengan baik, paket berita memiliki semua elemen yang membuat cerita menjadi hidup yakni gambar yang bagus, kutipan wawancara (*sound bite*) yang menarik, dan naskah yang ditulis dengan baik. Jika salah satu elemen ini lemah, maka format cerita tersebut mungkin akan diturunkan peringkatnya, menjadi VO/SOT atau bahkan VO, atau dibuat pendek. Dengan kata lain, kualitas video dan kutipan wawancara narasumber sering kali menentukan panjang atau durasi suatu paket berita.

Paket berita juga dapat melibatkan *stand-up* atau reporter muncul di depan kamera dan melanjutkan narasinya dengan berbicara langsung kepada penonton. Alasan terbaik bagi seorang reporter untuk tampil dalam sebuah berita adalah untuk membantu menjelaskannya.

*Stand-up* dapat muncul di mana saja dalam paket berita—baik di awal, akhir, atau di tengah-tengah. Jika ditempatkan di tengah-tengah disebut sebagai “*stand-*

*up bridge*” yakni menjembatani antar tubuh berita. Menurut Tuggle, Car, & Huffman (2011) *bridge* lebih umum digunakan dibandingkan *stand-up* di awal sebagai pengantar atau di akhir paket untuk menutup laporan. Hal ini dapat terjadi karena biasanya di awal dan akhir paket ingin terlihat menarik secara visual. Sementara menurut Barnas & White (2010) *stand-up* di akhir sebagai penutup adalah yang paling umum, yakni reporter memberikan kalimat terakhir, diikuti penyebutan nama dan stasiun televisinya.

## **F. Rangkuman**

Dalam penulisan berita radio dan televisi, prinsip “menulis sesuai cara kita berbicara” merupakan suatu keharusan. Hal inilah yang membedakan gaya penulisan berita televisi dengan gaya penulisan berita untuk media cetak, terutama karena berita televisi ditulis untuk telinga.

Untuk menghasilkan berita televisi yang baik dengan menerapkan prinsip di atas, maka gunakan kalimat sederhana dan pendek yang ditulis dengan kata kerja transitif dalam kalimat aktif.

Televisi adalah sebuah media visual, dan gambar-gambarnya harus efektif, namun jika kata-kata yang menyertai gambar-gambar tersebut tidak jelas, membingungkan, atau bertentangan, maka ceritanya akan gagal karena tidak ada komunikasi yang benar yang akan terjadi.

## G. Latihan

**Jawablah pertanyaan berikut secara ringkas dan jelas!**

1. Mengapa berita televisi perlu menerapkan prinsip “menulis untuk telinga”?
2. Jelaskan bagaimana pertimbangan untuk menentukan format berita paket (*package*) dapat digunakan dalam menulis berita?
3. Dalam kondisi bagaimana format berita VO/SOT dapat digunakan?

## BAB V

# STRUKTUR BERITA TELEVISI

### A. Tujuan Pembelajaran

Menyampaikan informasi bernilai berita pada khalayak menjadi tugas utama jurnalis, termasuk reporter televisi. Untuk melakukannya, mereka perlu menguasai struktur penulisan berita. Oleh karena itu, setelah mempelajari materi bab ini diharapkan mahasiswa mampu menguasai dan menuliskan *lead* dan tubuh berita televisi dengan menggunakan teknik menulis piramida terbalik untuk penulisan berita.

### B. Materi Pembelajaran

1. *Lead* Berita Televisi
2. Tubuh Berita Televisi
3. Rangkuman
4. Latihan

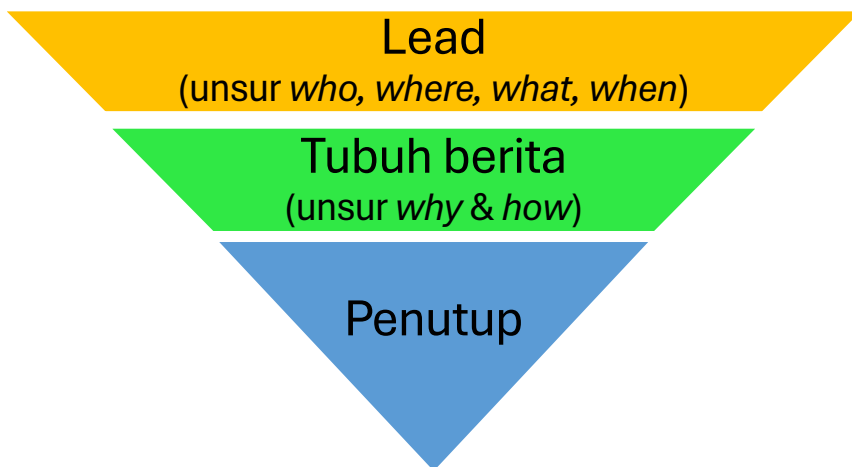
### C. Pendahuluan

Berita televisi ditulis dengan struktur yang terdiri dari *lead* dan tubuh berita. *Lead* atau teras berita yang menarik dapat membuat pemirsa untuk mengikuti berita sampai selesai. Dalam menulis berita televisi, reporter dapat memilih jenis-jenis *lead* sesuai kebutuhan. Tentu saja, pemilihan jenis *lead* tersebut

memiliki tujuan. Bab ini membahas mengenai *lead* dan tubuh berita dalam penulisan berita televisi.

#### D. *Lead* Berita Televisi

Sebelum lebih jauh membahas tentang *lead* berita televisi, perlu dipahami dulu mengenai struktur berita televisi. Pada umumnya, struktur berita televisi terdiri dari *lead*, tubuh berita, dan penutup atau *ending*. Penulisannya menggunakan teknik piramida terbalik, seperti terlihat pada gambar berikut:



Bagan 5.1. Teknik Penulisan Berita Model Piramida Terbalik

Unsur 5W1H digunakan dalam penulisan jurnalistik. Akan tetapi, dalam jurnalistik televisi unsur-unsur tersebut dapat digunakan sesuai kebutuhan, atau tidak semuanya harus ada di dalam naskah berita televisi. Pada berita televisi, *lead* yang

dituliskan menggunakan unsur-unsur tersebut yakni *what*, *who*, *where*, dan *when*.

*Lead* atau dikenal juga dengan teras berita adalah inti keseluruhan berita. Karena diletakkan di atas dalam naskah dan berfungsi sebagai intro atau pembuka, maka *lead* menjadi daya tarik berita. *Lead* yang bagus dapat membuat penonton tertarik untuk mengikuti dan menyimak berita sampai selesai. Setelah *lead*, naskah berita memiliki tubuh berita yang berisi penjelasan detail dari *lead*. Untuk menuliskan tubuh berita televisi dapat menggunakan unsur *why* dan *how*. Pada bagian penutup berita dijelaskan mengenai akhir dari peristiwa yang telah diceritakan dalam naskah berita.

*Lead*, yang merupakan kalimat pembuka sebuah berita, adalah elemen paling penting dari setiap laporan. Dalam hitungan detik, pemirsa membuat keputusan apakah akan mendengarkan berita atau tidak hingga muncul berita yang lebih menarik. Bagi pemirsa, *lead* adalah “point of purchase” di mana mereka akan memutuskan apakah akan memberikan perhatian pada cerita berdasarkan kekuatan *lead*, sama seperti pembaca memutuskan apakah akan membaca berita surat kabar tertentu berdasarkan judulnya (Filak, 2019). Namun, ada satu perbedaan besar antara khalayak media cetak dan penyiaran. Jika khalayak media cetak tidak menyukai judul berita, mereka mungkin tidak akan meletakkan koran tersebut tetapi langsung beralih ke berita berikutnya. Seorang pemirsa televisi yang menghadapi situasi yang sama kemungkinan besar akan mengambil remot, berpindah ke stasiun televisi lain, dan membuat seluruh siaran berita terlupakan.

Namun demikian, *lead* sebagai bagian penting dari berita adalah yang paling sulit untuk ditulis. *Lead* harus menentukan apa yang akan terjadi selanjutnya, memberikan informasi yang cukup untuk menggugah minat penonton, dan menawarkan berita yang cukup sehingga tidak menyia-nyiakan detik-detik berharga dari waktu penonton. Untuk menghindari agar berita televisi tidak ditinggalkan penonton, Tuggle, Car, & Huffman (2011) memberikan saran dalam menulis *lead*:

- Langsung sampaikan inti cerita untuk menarik perhatian pemirsa dengan segera.
- Jangan membuat *lead* sulit dicerna dengan memuat terlalu banyak fakta.
- Jangan menulis *lead* yang terdengar basi.



Bagan 5.2. Analogi Lingkaran Penulisan Lead (Filak, 2019)

Sedangkan Filak (2019) menganalogikan penulisan *lead* dengan membuat lapisan lingkaran yang dimulai dengan inti atau bagian terdalam lingkaran dan menambahkan lapisan demi lapisan informasi saat kita bergerak keluar dari inti. Cara ini akan memungkinkan kita untuk menempatkan elemen yang paling penting pada inti dan berpindah ke elemen yang kurang penting saat kita melanjutkan ke lapisan lainnya. Menurut Filak (2019), pendekatan ini akan membantu kita menciptakan fokus yang lebih kuat pada apa yang penting bagi khalayak.

*Lead* di atas dikutip dari akun resmi Metro TV di YouTube @metrotvnews yang diunggah pada 15 November 2023. Jika menggunakan pendekatan Filak (2019) maka penulisan *lead* di inti lingkaran dapat dimulai dengan struktur sederhana “*noun-verb-object*” yang menceritakan “siapa melakukan apa pada siapa/apa?” yakni:

MENTERI PERTAHANAN TIMOR LESTE/  
DONACIANO DO ROSARIO GOMES/  
MENGUNJUNGI MONUMEN SEROJA DI MABES  
TNI/ JAKARTA TIMUR//

Kemudian kita tambahkan elemen lain yang penting dan relevan, seperti unsur “*why*” untuk menjelaskan mengapa kunjungan tersebut penting:

KUNJUNGAN ITU SEBAGAI SALAH SATU  
REKONSILIASI/ ANTARA TIMOR LESTE DAN  
INDONESIA / PASCA KEJADIAN PERANG TIMOR-  
TIMUR//

Jika diperhatikan dalam *lead* tersebut mengandung unsur *who*, *what*, *where*, dan *why*. Dengan demikian, penulisan *lead* sudah menggunakan elemen berita yakni 5W1H, meskipun tidak harus semua elemen tercakup di dalamnya.

*Lead* tersebut merupakan contoh dari bentuk *hard lead* yang langsung membahas aspek paling penting dari sebuah cerita. Barnas & White (2010) menegaskan bahwa *hard lead* memberi tahu penonton detail penting dari berita dengan segera. *Lead* jenis ini biasanya digunakan untuk berita terkini:

SEDIKITNYA TIGA PULUH ORANG TERLUKA  
DALAM RUNTUHNYA GEDUNG TERSEBUT //

Peristiwa tersebut juga dapat dituliskan menggunakan pendekatan yang lebih halus yakni *soft lead*, seperti:

SEBUAH GEDUNG RUNTUH DI CENTER CITY//  
SEDIKITNYA TIGA PULUH ORANG TERLUKA//

*Soft lead* mungkin tidak terdengar semenarik atau sedramatis *hard lead*, namun *soft lead* mengundang penonton untuk terus mendengarkan. *Soft lead* dapat membantu khalayak yang sedang melakukan kegiatan lain dengan memberi mereka waktu untuk mengalihkan perhatian mereka ke berita (Barnas & White, 2010).

Keputusan mengenai jenis *lead* yang akan digunakan bergantung pada sejumlah faktor, namun yang paling penting adalah sifat ceritanya. Apakah berita tersebut akan dikemas dalam bentuk *feature* atau berita terkini? Ceritanya sedih atau ceria?

Ceritanya tentang orang atau suatu peristiwa? Apakah ceritanya tentang politik, perang, perkembangan medis, atau penculikan anak? Apakah ceritanya baru atau lanjutan peristiwa sebelumnya? Singkatnya, *lead* seperti pondasi sebuah rumah. Bagaimana pondasi dibangun menentukan bagaimana keseluruhan rumah akan terlihat. Dalam berita, kalimat *lead* menentukan bagaimana keseluruhan cerita harus dikonstruksikan (Barnas & White, 2010).

Selain *hard & soft lead*, terdapat beberapa jenis *lead* yang dapat digunakan dalam menulis berita. Filak (2019) mengkategorikan *lead* berita sebagai berikut:

#### 1. *Name-recognition Leads*

Jenis *lead* ini merujuk pada nama besar seseorang. Ketenaran merupakan elemen penting berharga yang akan menarik perhatian orang. Semakin penting seseorang atau semakin terkenal orang tersebut, semakin besar kemungkinan khalayak untuk memperhatikan ceritanya. Bentuk *lead* ini dapat digunakan jika kita yakin khalayak sudah pasti mengenal orang tersebut.

Tiga contoh *name-recognition lead*:

KITA KE INFORMASI LAINNYA/ SAUDARA/  
AKTOR DWI SASONO DITANGKAP POLISI  
KARENA TERBUKTI MEMILIKI DAN  
MENGUNAKAN GANJA// HASIL TES URIN DWI  
SASONO/ POSITIF NARKOBA//

SATUAN RESERSE NARKOBA POLRES METRO  
JAKARTA SELATAN/ MENANGKAP MODEL  
SEKALIGUS AKTRIS/ KARENINA MARIA  
ANDERSON/ KARENA KEPEMILIKAN GANJA  
SEBERAT EMPAT KOMA SATU GRAM//

ADA YANG MENARIK SAAT KONSER COLDPLAY  
BERLANGSUNG RABU MALAM// VOKALIS  
COLDPLAY/ CHRIS MARTIN/ MELONTARKAN  
PANTUN "PINJAM DULU SERATUS" KEPADA  
PARA PENONTON YANG HADIR//

## 2. *Interesting-Action Leads*

Banyak berita yang tidak melibatkan orang-orang terkenal tetapi orang tersebut melakukan sesuatu yang menarik, jarang, atau benar-benar aneh. Oleh karena itu, ketika unsur “*what/apa*” lebih penting daripada “*who/siapa*”, maka pertimbangkan untuk menggunakan jenis *lead* ini.

Contoh *lead* berikut ini lebih menekankan unsur “*what*” yakni prestasi di ajang internasional dengan membuat robot yang diraih oleh seorang anak SD. Nama anak SD tersebut tidak disebutkan karena informasi tentang keberhasilannya yang dianggap lebih penting.

Berikut adalah contoh untuk *lead interesting-action*:

PEMIRSA/ KITA BERALIH KE INFORMASI  
BERIKUTNYA/ SEORANG ANAK DI  
KABUPATEN MUSI BANYUASIN/ BERHASIL

MENGHARUMKAN NAMA INDONESIA DI  
KOREA SELATAN// SISWA KELAS EMPAT SD  
INI BERHASIL MENJUARAI LOMBA  
INTERNASIONAL PEMBUATAN ROBOT/  
BERTEMA PENANGGULANGAN  
BENCANA//

### 3. *Event Leads*

*Lead* ini dapat digunakan untuk menulis berita dari liputan acara pertemuan, pidato, dan konferensi pers. Format ini memungkinkan kita menangkap tema pidato, hasil utama pertemuan, atau berita besar yang muncul dari konferensi pers. Tujuan penggunaan *lead* seperti ini adalah untuk fokus pada apa yang terjadi, bukan pada peristiwanya itu sendiri.

*Lead* berikut merupakan pengantar berita tentang konferensi pers KPK pada 23 November 2023, setelah Ketua KPK Firli Bahuri ditetapkan sebagai tersangka kasus dugaan pemerasan terhadap mantan Menteri Pertanian, Syahrul Yasin Limpo.

PEMIRSA/ KOMISI PEMBERANTASAN KORUPSI  
MERASA TIDAK ADA KECOLONGAN/ MESKI  
KETUA KPK FIRLI BAHURI MENYANDANG  
STATUS TERSANGKA/ DI POLDA METRO JAYA//  
LEMBAGA ANTI RASUAH MENGANUT ASAS  
PRADUGA TAK BERSALAH DALAM PROSES  
HUKUM TERSEBUT//

*Lead* tersebut menekankan apa yang disampaikan oleh narasumber dalam konferensi pers. Berita tersebut dikemas dengan format SOT yakni setelah presenter membacakan *lead* langsung ditampilkan SOT atau kutipan rekaman wawancara narasumber, tanpa ada narasi tubuh berita. Setelah *lead* di atas dibacakan presenter, SOT narasumber Wakil Ketua KPK, Alexander Marwata, langsung muncul.

Contoh lain dari jenis *event lead* seperti pada berita acara kunjungan Presiden Joko Widodo ke Gedung Putih untuk bertemu dengan Presiden Joe Biden berikut ini:

PRESIDEN JOKO WIDODO MENDESAK  
PRESIDEN AMERIKA SERIKAT/ JOE BIDEN/  
UNTUK BERBUAT LEBIH BANYAK DEMI  
MENGAKHIRI "KEKEJAMAN" DI GAZA/ DAN  
MEMBANTU MEWUJUDKAN GENCATAN  
SENJATA// HAL INI DISAMPAIKAN PRESIDEN  
JOKO WIDODO SAAT BERTEMU JOE BIDEN DI  
GEDUNG PUTIH/ SENIN WAKTU SETEMPAT//

CNBC Indonesia yang menayangkan berita tersebut, menekankan *lead* pada isi pertemuan antara kedua presiden. Dari kedua contoh *event leads* dapat dilihat keduanya fokus pada hal penting apa yang terjadi dan bukan peristiwanya itu sendiri (konferensi pers KPK dan kunjungan Presiden Joko Widodo).

#### 4. *Second-Day Leads*

Kita perlu memberikan informasi terbaru kepada khalayak setiap kali meliput suatu topik, yang berarti menemukan konten terbaru dan menempatkannya di bagian atas berita. Di sinilah jenis *lead* ini dapat membantu kita karena memungkinkan kita memberi tahu khalayak apa yang terjadi sekarang dan mengaitkannya dengan liputan sebelumnya tentang topik tersebut.

*Second-day lead* berguna dalam situasi di mana berita terus berkembang, seperti persidangan di pengadilan atau penggalangan dana. Contoh *lead* berikut dikutip dari program Kabar Utama Pagi tvOne tentang persidangan dari Pengadilan Negeri Jakarta Selatan. Seperti yang dijelaskan di atas mengenai *second-day lead*, pada *lead* di bawah ini diinformasikan di awal yang sedang terjadi yakni sidang vonis dan dikaitkan dengan liputan sebelumnya yaitu tuntutan Jaksa Penuntut Umum. *Lead* ini digunakan untuk pengantar *live report* reporter dari Pengadilan Negeri Jakarta Selatan dan ditulis lebih panjang daripada *lead* berita pada umumnya untuk mengingatkan pemirsa apa yang terjadi sebelumnya:

PEMIRSA/ HARI INI SIDANG VONIS UNTUK  
KASUS PENGANIAYAAN BERAT TERHADAP  
DAVID OZORA/ AKAN BERLANGSUNG DI  
PENGADILAN NEGERI JAKARTA SELATAN/  
TERHADAP TERDAKWA MARIO DANDY DAN  
SHANE LUKAS// DI MANA DI SIDANG

SEBELUMNYA/ JAKSA PENUNTUT UMUM  
MENUNTUT MARIO DANDY DENGAN  
HUKUMAN DUA BELAS TAHUN PENJARA/  
SERTA MEMBAYAR RESTITUSI SEBESAR  
SERATUS DUA PULUH MILIAR RUPIAH//  
SEPERTI APA INFORMASI TERBARU/ KITA  
LANGSUNG TERHUBUNG DENGAN ANGGIA  
EBONI DI PENGADILAN NEGERI JAKARTA  
SELATAN//

Elemen-elemen dalam *lead* ini dapat diatur dalam berbagai cara, namun tujuan keseluruhan dari *second-day lead* adalah untuk tetap fokus pada informasi terbaru.

Satu hal yang paling penting untuk diingat dalam menulis *lead* untuk pemirsa adalah kita harus menarik perhatian mereka dengan segera. Untuk melakukan hal tersebut, *lead* harus bersifat komunikatif dan memberikan informasi baru, serta harus menangkap esensi cerita. Cara paling efektif adalah dengan menuliskannya menggunakan kalimat pendek, deklaratif, kalimat aktif, dan gaya bercerita naratif. Namun perlu diingat bahwa tujuan penulisan berita adalah kejelasan (*clarity*) dan singkat (*brevity*), sehingga jangan berlebihan dalam menuliskannya.

### **E. Tubuh Berita Televisi**

Ada dua jenis berita yang dapat dipilih oleh jurnalis ketika menuliskan laporan yakni *hard news* dan *soft news*. Berita keras atau *hard news* adalah informasi baru dan penting tentang peristiwa penting. Sedangkan *soft news* atau berita ringan dan

topik human interest adalah berita yang ditayangkan terlebih dahulu demi nilai hiburan, dan baru sebagai informasi. Penulisan *hard news* untuk televisi tidak boleh bertele-tele. Informasi yang disampaikan harus memiliki dampak kuat dan terhubung dengan khalayak pada kalimat pertama.

Sebelum menulis sebuah berita, jurnalis harus mengetahui dengan jelas *news angle* atau sudut pandang mana yang akan diambil. Hal ini bergantung pada tempat terjadinya berita, apa yang sudah diberitakan, dan hal baru mengenai berita tersebut. Sebuah peristiwa bisa saja dilaporkan dengan sudut pandang yang berbeda oleh para jurnalis yang meliput di lokasi kejadian.

Tabel 5.1. Formula WHAT untuk Konstruksi Cerita (Stewart & Alexander, 2021)

W ( <i>what</i> )	Apa yang terjadi? Pada bagian pembuka berita, sampaikan cerita dengan singkat.
H ( <i>how</i> )	Bagaimana kejadiannya? Jelaskan latar belakang atau konteks langsungnya.
A ( <i>amplify</i> )	Perkuat pendahuluan. Selesaikan poin-poin utama berdasarkan urutan pentingnya.
T ( <i>tie up</i> )	Pada bagian akhir tambahkan latar belakang peristiwa.

Jika sudut pandang penulisan berita sudah ditentukan, berikutnya jurnalis mengembangkan cerita agar menjadi naskah berita yang utuh. Stewart & Alexander (2021)

merekomendasikan formula *WHAT* untuk mengkonstruksikan cerita dalam penulisan berita (lihat tabel di atas).

Sebelum membahas lebih lanjut mengenai formula tersebut, mari kita lihat contoh berita televisi berikut. Naskah berita televisi ini dikutip dari akun resmi KOMPAS TV di YouTube yang diunggah pada 16 November 2023. Berita ini tayang di program Kompas Siang.

Tabel 5.2. Contoh Naskah Berita TV - Kompas Siang

VISUAL	AUDIO / NARASI
<p>Presenter di studio</p> <p>CG: Tangerang, Banten</p> <p>Keluarga dan rekan-rekan menunggu kedatangan M. Husain di terminal 3, Bandara Soetta</p> <p>M. Husain bersama keluarga dan rekan-rekannya di pintu</p>	<p><b>Lead:</b></p> <p>SAUDARA/ SUKARELAWAN YANG BERADA DI GAZA/ BERHASIL DIEVAKUASI KEMBALI KE TANAH AIR// SUKARELAWAN WARGA NEGARA INDONESIA INI/ BISA PULANG KE INDONESIA/ SETELAH KELUAR DARI PINTU RAFAH//</p> <p><b>Roll PKG:</b></p> <p>MUHAMMAD HUSAIN, WARGA NEGARA INDONESIA YANG TELAH TINGGAL SELAMA DUA BELAS TAHUN DI JALUR GAZA/ PALESTINA AKHIRNYA BERHASIL DIPULANGKAN KE TANAH AIR// SEBELUMNYA/ HUSAIN BERHASIL KELUAR MELALUI PINTU RAFAH/ SETELAH SEMPAT TIGA KALI GAGAL KELUAR LANTARAN NAMANYA TIDAK MASUK DALAM</p>

<p>kedatangan terminal 3, Bandara Soetta</p>	<p>DAFTAR LIST WNI YANG AKAN DIEVAKUASI// SETIDAKNYA ADA SEKITAR DUA PULUH ANGGOTA KELUARGA WNI TENGAH MENUNGGU DI DEPAN PINTU KEDATANGAN INTERNASIONAL/ TERMINAL TIGA BANDARA SOEKARNO-HATTA/ KOTA TANGERANG/ BANTEN/ PADA RABU KEMARIN//</p>
<p>Wawancara Muhammad Husein</p>	<p>SOT 1 (Muhammad Husein - Sukarelawan kemanusiaan) “Kita nggak bisa mudah mendapatkan transportasi...”</p>
<p>Wawancara Juda Nugraha</p>	<p>SOT 2 (Juda Nugraha - Direktur Perlindungan WNI Kemenlu) “Terus menjalin kontak dengan teman-teman tiga relawan Mer-C...”</p>
<p>Suasana di Gaza; bangunan rusak dan hancur; warga di sekitar bangunan</p>	<p>SEMENTARA ITU/ PEMERINTAH SUDAH DAPAT BERKOMUNIKASI DENGAN TIGA WARGA NEGARA INDONESIA SEKALIGUS SUKARELAWAN DI GAZA PALESTINA/ YANG SEMPAT HILANG KONTAK//</p>
<p>Grafis: foto dan kutipan keterangan tertulis Jubir Kemlu</p>	<p>DALAM KETERANGAN TERTULIS KEPADA KOMPAS TV/ RABU PAGI/ JURU BICARA KEMENTERIAN LUAR NEGERI/ LALU MUHAMMAD IQBAL/ MENGATAKAN TIGA WNI</p>

<p>Suasana di Gaza; bangunan rusak dan hancur; warga di sekitar bangunan</p>	<p>SUDAH BISA BERKOMUNIKASI DENGAN KEMLU MAUPUN DENGAN MER-C PUSAT DI JAKARTA/ HANYA HILANG KONTAK BEBERAPA SAAT SAJA/ MEREKA DI RUMAH SAKIT INDONESIA//</p> <p>SEBELUMNYA TIGA RELAWAN MER-C INDONESIA SEMPAT KEHILANGAN KONTAK/ SABTU PEKAN LALU// KOMUNIKASI TERAKHIR DENGAN KETIGA SUKARELAWAN ADALAH SEBUAH KIRIMAN VIDEO YANG MENGGAMBARAKAN SUASANA GELAP DI RUMAH SAKIT INDONESIA// HINGGA AKHIRNYA/ SETELAH BERAGAM UPAYA KETIGA SUKARELAWAN BERHASIL DIHUBUNGI KEMBALI DAN MENGABARKAN DALAM KONDISI SELAMAT// TIM LIPUTAN KOMPAS TV///</p>
--	---

Untuk memahami bagaimana penggunaan formula *WHAT* (Stewart & Alexander, 2021) pada berita televisi di atas, dapat dilihat pada penjelasan berikut:

***What – Apa yang terjadi?:***

Unsur “what” langsung dapat terlihat pada *lead* berita. *Lead* juga menekankan unsur “how” pada kalimat keduanya.

SUKARELAWAN YANG BERADA DI GAZA/  
BERHASIL DIEVAKUASI KEMBALI KE TANAH  
AIR// SUKARELAWAN WARGA NEGARA  
INDONESIA INI/ BISA PULANG KE INDONESIA/  
SETELAH KELUAR DARI PINTU RAFAH//

“What” juga ditegaskan kembali pada awal tubuh berita yakni:

MUHAMMAD HUSAIN, WARGA NEGARA  
INDONESIA YANG TELAH TINGGAL SELAMA  
DUA BELAS TAHUN DI JALUR GAZA/ PALESTINA  
AKHIRNYA BERHASIL DIPULANGKAN KE TANAH  
AIR//

Tubuh berita berikutnya menjelaskan unsur “how”, “*amplify*”, dan “*tie up*”.

***How – Bagaimana kejadiannya?:***

SEBELUMNYA/ HUSAIN BERHASIL KELUAR  
MELALUI PINTU RAFAH/ SETELAH SEMPAT TIGA  
KALI GAGAL KELUAR LANTARAN NAMANYA  
TIDAK MASUK DALAM DAFTAR LIST WNI YANG  
AKAN DIEVAKUASI// SETIDAKNYA ADA SEKITAR  
DUA PULUH ANGGOTA KELUARGA WNI  
TENGAH MENUNGGU DI DEPAN PINTU

KEDATANGAN INTERNASIONAL/ TERMINAL  
TIGA BANDARA SOEKARNO-HATTA/ KOTA  
TANGERANG/ BANTEN/ PADA RABU KEMARIN//

***Amplify* – Perkuat pendahuluan:**

SEMENTARA ITU/ PEMERINTAH SUDAH DAPAT  
BERKOMUNIKASI DENGAN TIGA WARGA  
NEGARA INDONESIA SEKALIGUS  
SUKARELAWAN DI GAZA PALESTINA/ YANG  
SEMPAT HILANG KONTAK//

DALAM KETERANGAN TERTULIS KEPADA  
KOMPAS TV/ RABU PAGI/ JURU BICARA  
KEMENTERIAN LUAR NEGERI/ LALU  
MUHAMMAD IQBAL/ MENGA<sup>t</sup>AKAN TIGA WNI  
SUDAH BISA BERKOMUNIKASI DENGAN KEMLU  
MAUPUN DENGAN MER-C PUSAT DI JAKARTA/  
HANYA HILANG KONTAK BEBERAPA SAAT SAJA/  
MEREKA DI RUMAH SAKIT INDONESIA//

***Tie up* – Tambahkan latar belakang peristiwa di bagian  
akhir:**

SEBELUMNYA TIGA RELAWAN MER-C  
INDONESIA SEMPAT KEHILANGAN KONTAK/  
SABTU PEKAN LALU// KOMUNIKASI TERAKHIR  
DENGAN KETIGA SUKARELAWAN ADALAH  
SEBUAH KIRIMAN VIDEO YANG  
MENGGAMBARAKAN SUASANA GELAP DI RUMAH  
SAKIT INDONESIA// HINGGA AKHIRNYA/

SETELAH BERAGAM UPAYA KETIGA  
SUKARELAWAN BERHASIL DIHUBUNGI  
KEMBALI DAN MENGABARKAN DALAM KONDISI  
SELAMAT//

Brooks et al. (2014) menegaskan dalam menulis naskah berita televisi tanggung jawab pertama kita adalah menghubungkan kata-kata dengan gambar. Kata-kata dan visual harus saling melengkapi. Jika tidak, pemirsa akan kesulitan memahami pesan yang disampaikan karena mereka akan bertanya-tanya tentang apa gambar tersebut. Hal ini berarti antara visual dengan naskah harus sinkron dan kata-kata dalam narasi melengkapi gambar.

## F. Rangkuman

Struktur berita televisi terdiri dari *lead*, tubuh berita, dan penutup atau *ending*. Penulisannya menggunakan teknik piramida terbalik. Unsur 5W1H digunakan dalam penulisan jurnalistik. Akan tetapi, dalam jurnalistik televisi unsur-unsur tersebut dapat digunakan sesuai kebutuhan, atau tidak semuanya harus ada di dalam naskah berita televisi.

*Lead* atau dikenal juga dengan teras berita adalah inti keseluruhan berita. Karena diletakkan di atas dalam naskah dan berfungsi sebagai intro atau pembuka, maka *lead* menjadi daya tarik berita. *Lead* yang bagus dapat membuat penonton tertarik untuk mengikuti dan menyimak berita sampai selesai.

Sebelum menulis sebuah berita, jurnalis harus mengetahui dengan jelas *news angle* atau sudut pandang mana

yang akan diambil. Hal ini bergantung pada tempat terjadinya berita, apa yang sudah diberitakan, dan hal baru mengenai berita tersebut. Jika sudut pandang penulisan berita sudah ditentukan, berikutnya jurnalis mengembangkan cerita agar menjadi naskah berita yang utuh. Formula *WHAT* dapat digunakan untuk mengkonstruksikan cerita dalam penulisan berita

### G. Latihan

**Jawablah pertanyaan berikut secara ringkas dan jelas!**

1. Jelaskan bagaimana prinsip menuliskan *lead* berita televisi?
2. Mengapa jurnalis perlu menentukan jenis *lead* yang akan digunakan dalam menulis berita televisi?
3. Jelaskan bagaimana formula *WHAT* diterapkan dalam penulisan tubuh berita televisi?

## BAB VI

# JURNALISME KONSTRUKTIF

### A. Tujuan Pembelajaran

Pemberitaan tradisional sering kali bias terhadap hal-hal negatif, serta lupa mengaitkan berita terkini dengan konteks dan riset yang relevan. Ketidakseimbangan ini mengakibatkan masyarakat sebagai khalayak terlalu melebih-lebihkan hal-hal negatif dan meremehkan kemajuan yang telah dicapai dalam suatu isu tertentu. Pendekatan jurnalisme konstruktif dapat digunakan untuk menghasilkan laporan berita yang berkualitas yakni bersifat kritis, inspiratif, dan menarik. Setelah mempelajari materi bab ini diharapkan mahasiswa mampu menguasai prinsip penulisan jurnalisme konstruktif dan dapat mengaplikasikannya dalam menuliskan tubuh berita televisi.

### B. Materi Pembelajaran

1. Pengertian Jurnalisme Konstruktif
2. Elemen-Elemen Jurnalisme Konstruktif
3. Pemberitaan Jurnalisme Konstruktif
4. Prinsip Penulisan Berita Konstruktif
5. Rangkuman
6. Latihan

### C. Pendahuluan

Sebuah pendekatan dalam jurnalisme yakni pendekatan yang konstruktif digunakan oleh organisasi berita untuk mengantisipasi dampak psikologis yang buruk bagi khalayak setelah mengonsumsi berita. Bab ini membahas mengenai pengertian jurnalisme konstruktif, elemen-elemennya yang penting dan digunakan dalam proses *news gathering* dan produksi berita. Contoh-contoh pemberitaan yang menggunakan pendekatan jurnalisme konstruktif dan prinsip menulis berita konstruktif juga dibahas dalam bab ini.

### D. Pengertian Jurnalisme Konstruktif

Disrupsi digital memiliki dampak ekonomi bagi industri berita. Pada saat yang sama, sejumlah penelitian menunjukkan bahwa masyarakat semakin menghindari berita akibat rentetan pemberitaan negatif dan berbasis konflik yang membuat mereka merasa tertekan dan tidak berdaya. *Reuters Institute for the Study of Journalism* merilis *Digital News Report 2022* dan mengungkapkan bahwa di banyak negara terjadi penurunan minat dan kepercayaan khalayak terhadap berita. Dalam laporan tersebut juga diungkapkan ada fenomena *news fatigue* pada berita tentang Covid-19, politik, dan berbagai informasi lainnya yang membuat jumlah khalayak menghindari berita meningkat tajam. Saat pandemi, berita-berita Covid-19 di media massa menyebabkan dampak negatif terhadap kondisi psikologis khalayak (Abdullah et al., 2020; Groot Kormelink & Klein Gunnewiek, 2021; Hikmah et al., 2020; Setyaningsih, 2020; Zakout et al., 2020).

Pada tahun 2022, *Reuters Institute for the Study of Journalism* juga merilis laporan tentang sikap khalayak terhadap berita-berita perubahan iklim (Ejaz et al., 2022). Laporan tersebut menunjukkan masyarakat luas di berbagai negara secara aktif menghindari berita dan informasi perubahan iklim dengan motif yang kompleks dan beragam. Merasa lelah dengan banyaknya berita perubahan iklim, dan berita perubahan iklim tidak dapat dipercaya merupakan salah satu alasan utama mereka menghindarinya. Pemberitaan perubahan iklim fokus pada dampak negatifnya, misalnya risiko dan bahaya perubahan iklim, yang mengakibatkan dukungan dan keterlibatan masyarakat pada aksi iklim berkurang (Stecula & Merkley, 2019).

Untuk mengatasi kondisi tersebut dan mengantisipasi situasi serupa di masa mendatang, sebuah pendekatan jurnalisme yang fokus pada solusi dan berita kredibel mengenai permasalahan sosial, dapat dijadikan alternatif, yakni pendekatan jurnalisme konstruktif. Menurut Constructive Institute, dalam praktiknya, jurnalisme konstruktif berfokus pada isu-isu penting kemasyarakatan, menempatkannya dalam gambaran yang lebih besar dan dalam konteks yang relevan, serta menolak pendekatan “if it bleeds, it leads” dalam liputan berita tradisional. Ungkapan “if it bleeds, it leads” merujuk pada berita negatif yakni cerita-cerita yang melibatkan peristiwa mengerikan itulah yang menarik perhatian publik.

Jurnalisme konstruktif adalah bentuk jurnalisme yang melibatkan penerapan teknik psikologi positif pada proses dan produksi berita dalam upaya menciptakan liputan yang produktif dan menarik, namun tetap memegang teguh fungsi inti

jurnalisme (McIntyre & Gyldensted, 2017). Salah satu cara untuk mempraktikkan jurnalisme konstruktif yaitu dengan membingkai ulang berita untuk fokus pada solusi daripada konflik, berorientasi pada publik, berorientasi pada masa depan dan berorientasi pada tindakan, serta berusaha menghindari bias terhadap hal-hal negatif dalam berita (Aitamurto & Varma (2018); McIntyre (2020); Hermans & Drok (2018); Serrano-Puche (2020)).

Constructive Institute, yang berbasis di Universitas Aarhus di Denmark, mendefinisikan jurnalisme konstruktif sebagai “sebuah pendekatan yang bertujuan untuk memberikan gambaran dunia yang adil, akurat, dan kontekstual kepada khalayak, tanpa terlalu menekankan hal-hal negatif dan apa yang salah.”

Dalam Buku Panduan Jurnalisme Konstruktif ditegaskan bahwa kekuatan unik dari jurnalisme konstruktif adalah pendekatan tersebut melengkapi peran pengawasan jurnalis dengan mendorong percakapan, dan mengusulkan solusi permasalahan yang ada (Jørgensen & Risbro, 2021). Jurnalis yang konstruktif juga tetap melakukan wawancara, riset dan menganalisa dengan kritis, di mana hal ini penting dalam pendekatan jurnalisme konstruktif. Jurnalisme konstruktif merespons tabloidisasi, sensasionalisme dan bias negatif yang semakin meningkat dalam media pemberitaan sekarang ini.

Berdasarkan pemaparan di atas, beberapa prinsip dan gagasan utama yang menjadi ciri jurnalisme konstruktif dapat dijelaskan lebih rinci sebagai berikut:

1. Constructive Institute mengembangkan model jurnalisme konstruktif dan menawarkan pendekatan tambahan selain jurnalisme *breaking news* dan jurnalisme investigasi. Perbedaan ketiganya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6.1. Perbandingan Berita Sela, Jurnalisme Investigatif,  
& Jurnalisme Konstruktif

	<b>Berita Sela</b> <i>(Breaking News)</i>	<b>Jurnalisme Investigatif</b>	<b>Jurnalisme Konstruktif</b>
<b>WAKTU</b>	Sekarang	Kemarin	Besok
<b>TUJUAN</b>	Kecepatan	Menyalahkan	Inspirasi
<b>PERTANYAAN</b>	Apa? Kapan?	Siapa? Kenapa?	Sekarang apa? Bagaimana?
<b>GAYA</b>	Dramatis	Kritis	Ingin Tahu
<b>PERAN</b>	Polisi	Hakim	Fasilitator
<b>FOKUS</b>	Drama	Penjahat dan korban	Solusi dan praktik terbaik

**Berita terkini** atau *breaking news* membuat pemirsa mendapat informasi tentang peristiwa yang sedang terjadi atau baru saja terjadi, namun karena kebutuhan, berita ini sering kali memprioritaskan kecepatan dan drama daripada konteks. **Jurnalisme**

**investigatif** menekankan peran pengawas media. Hal ini memberikan manfaat besar di wilayah-wilayah yang lemahnya pengawasan dan keseimbangan kelembagaan dapat didukung oleh pelaporan berita yang dalam dan komprehensif. **Jurnalisme konstruktif** mengakui adanya permasalahan namun melangkah lebih jauh dan melaporkan tanggapan terhadap permasalahan tersebut dengan menjawab pertanyaan “Sekarang Apa?”. Misalnya, pelaporan investigasi mengungkap permasalahan dan menemukan siapa yang salah, sedangkan kisah konstruktif melihat ke mana kita akan melangkah selanjutnya. Bagaimana kita menangani masalah ini sekarang (berpikir ke depan) atau di tempat mana saja masalah serupa telah diatasi (solusi). Pelaporan investigatif dan konstruktif pada dasarnya saling melengkapi.

2. Pergeseran pola pikir. Jurnalisme konstruktif tidak hanya berfokus pada konflik dan hal-hal negatif. Hal ini bertujuan untuk menghilangkan kebiasaan-kebiasaan yang telah menjadi kebiasaan banyak jurnalis, seperti:
  - a. “Bad news is good news”, Jurnalisme konstruktif tidak mengabaikan peristiwa dan permasalahan negatif, namun melihat alasan terjadinya peristiwa dan permasalahan tersebut serta cara masyarakat menanggapi.

- b. Mencari penderitaan. Ketika terjadi bencana, misalnya, sebagian besar jurnalis mencari korban dan kesaksian paling menyedihkan dari mereka yang telah kehilangan segalanya. Jurnalis konstruktif juga mengeksplorasi resiliensi, mencari contoh orang-orang yang mampu menghadapi tantangan, dan menulis tentang cara mereka melakukannya.
  - c. Memainkan peran *watchdog* atau pengawas sepanjang waktu. Peran *watchdog* dalam jurnalisme sangatlah penting, namun hal ini tidak boleh menjadi satu-satunya pendekatan dalam pemberitaan. Jurnalisme bisa menjadi kontraproduktif ketika jurnalis mengecam segala sesuatu yang mereka beritakan.
  - d. Menyelenggarakan perdebatan yang tak bermakna. Perdebatan yang spektakuler namun tak bermakna tidak akan menghasilkan apa-apa.
3. Pembingkai. Jurnalisme berbasis masalah sering kali memilih bingkai negatif dan menyoroti hal-hal yang suram. Jurnalisme konstruktif berupaya mengalihkan kerangka dari malapetaka dan kesuraman ke perspektif lain, seperti solusi, resiliensi, atau kerja sama.
  4. Psikologi positif. Jurnalisme konstruktif merujuk pada bidang psikologi positif, yang merupakan pendekatan ilmiah untuk mempelajari pikiran, perasaan, dan

perilaku manusia. Psikologi positif menempatkan fokus pada kekuatan, bukan pada kelemahan.

5. Kembali ke nilai-nilai inti jurnalistik. Dalam banyak hal, jurnalisme konstruktif membawa pemberitaan kembali ke nilai-nilai inti yaitu keseimbangan, keadilan, dan kehati-hatian - nilai-nilai yang sering kali hilang saat berpacu dengan waktu. Jurnalis yang menggunakan pendekatan konstruktif tetap perlu melakukan penelitian menyeluruh, menyelidiki pernyataan, dan mendapatkan sisi berbeda dari sebuah berita. Tapi, mereka juga perlu mengeksplorasi solusi yang sedang dicoba, menggali lebih dalam, dan menyingkahkan bias mereka.
6. Menyesuaikan praktik redaksi. Peralihan dari jurnalisme yang berpusat pada masalah ke pendekatan berorientasi masa depan berdampak pada setiap langkah dalam alur kerja redaksi. Misalnya, riset yang dilakukan jurnalis tidak hanya 5W1H, tapi juga menambahkan unsur "What Now?". Hubungan antara jurnalis dan khalayak berita juga berubah, di mana jurnalis menjadi fasilitator diskusi antara publik, pakar, dan penguasa.

### **E. Elemen-elemen Jurnalisme Konstruktif**

Jurnalisme konstruktif berfungsi sebagai katalisator yang memungkinkan terjadinya dialog dan partisipasi melalui pemberitaan media yang terbuka, menarik, berorientasi pada solusi, dan komprehensif. Pendekatan ini bertujuan untuk

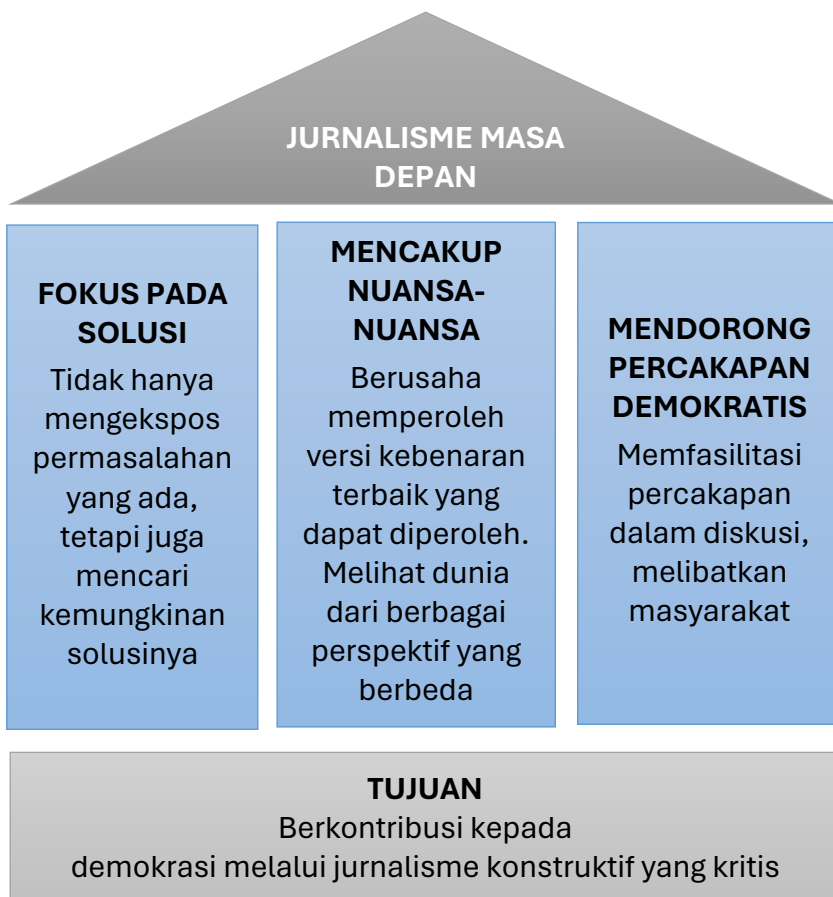
memberi kehidupan baru pada jurnalisme dengan mendorong percakapan terbuka dan meningkatkan partisipasi masyarakat akar rumput.

Hermans & Gyldensted, (2018) menyebutkan ada enam klasifikasi elemen jurnalisme konstruktif yang dikembangkan oleh Departemen Jurnalisme di Windesheim University of Applied Sciences di Belanda pada 2016.

Tabel 6.2. *Klasifikasi Elemen Jurnalisme Konstruktif*  
(Hermans & Gyldensted, 2018)

<b><i>Solutions</i></b>	<b><i>When covering problems, also add a solution-oriented framing of news.</i></b>
<b><i>Future Orientation</i></b>	Adding a ‘What Now?’ question to the traditional journalistic questions (who, what, where, why, how). Adding a future orientation allows for a possible productive perspective about the future and about our ability to get there.
<b><i>Inclusiveness and diversity</i></b>	Include more voices and perspectives in the news.
<b><i>Empower people</i></b>	Ask other questions and include variety to empower so-called victims and experts. Questions should inquire about possible resources, collaborations, common ground and solutions.
<b><i>The Rosling</i></b>	Explain the news and give context. Use data to create clear infographics, explaining the news. The intent is to go from covering incidents to covering contexts.
<b><i>Co-creation</i></b>	Engage and empower the public. Co-create the journalistic content with citizens.

Elemen-elemen konstruktif dalam jurnalisme tersebut dapat diterapkan pada beberapa tahapan proses berita termasuk pembuatan cerita, pengumpulan informasi, dan produksi (McIntyre & Gyldensted, 2018).



Bagan 6.1. Tiga Elemen Penting Jurnalisme Konstruktif

Sementara itu, Constructive Institute menekankan tiga elemen penting jurnalisme konstruktif yakni solusi, nuansa, dan percakapan. Tujuannya adalah memberikan kontribusi pada demokrasi melalui jurnalisme konstruktif yang kritis.

**Elemen solusi.** Tentu saja, jurnalis yang konstruktif melaporkan suatu permasalahan, namun mereka juga menawarkan solusi atas permasalahan dalam berita yang mereka tulis. Solusi tersebut diperoleh dari hasil wawancara di antaranya dengan orang-orang yang pernah mengalami permasalahan serupa dan berhasil mengatasinya, serta para ahli. Solutions Journalism Network mengidentifikasi empat kriteria yang harus dimiliki oleh sebuah berita yang fokus pada solusi agar dapat memenuhi standar jurnalisme:

1. Respons terhadap suatu masalah. Kisah solusi berfokus pada bagaimana orang atau institusi mencoba memecahkan suatu masalah, baik berhasil atau tidak.
2. Bukti hasil. Kisah solusi yang baik harus memberikan bukti keberhasilan. Perhatian harus diberikan pada bagaimana respons yang diberikan bermanfaat bagi anggota kelompok sasaran. Jurnalis yang konstruktif mengkaji solusi dan melihat data atau kesaksian yang menunjukkan efektivitas.
3. Pelajaran. Kisah-kisah solusi yang baik memberdayakan khalayak. Oleh karena itu, kisah-kisah solusi menyoroti pembelajaran yang membuat respons yang diberikan relevan dan dapat diakses oleh orang lain. Apa saja tantangan, perjuangan dan

pembelajaran yang didapat? Informasi berguna apa yang dapat membantu orang lain menanggapi tantangan mereka sendiri?

4. Keterbatasan. Kisah solusi juga menunjukkan keterbatasan atau kelemahan. Apa yang tidak berjalan dengan baik? Kenapa tidak? Transparansi ini membantu khalayak untuk menempatkan solusi dalam konteksnya.

**Elemen nuansa dan perspektif.** Pendekatan jurnalisme konstruktif mencakup kompleksitas dan konteks untuk memberikan pandangan yang lebih akurat tentang realitas dan pemahaman yang lebih mendalam terhadap suatu isu. Jurnalis yang konstruktif memberikan konteks terhadap isu-isu kompleks seperti dampak perubahan iklim dan korupsi pada tingkat lokal. Mereka mengeksplorasi berbagai sudut pandang dan menghindari stereotip dan klise, serta bahasa yang terlalu emosional, sensasional, atau mempolarisasi, bahkan setelah krisis atau tragedi terjadi.

**Elemen percakapan demokratis atau *constructive dialogue*.** Jurnalisme konstruktif mendorong percakapan yang tenang dan penuh rasa ingin tahu tentang isu-isu yang menjadi perhatian masyarakat. Hal ini termasuk menggunakan masukan dari khalayak untuk mengidentifikasi berita dan melibatkan mereka saat sebuah berita dilaporkan. Hal ini juga bertujuan untuk memfasilitasi perdebatan konstruktif dan jurnalis bertindak sebagai fasilitator diskusi dan debat.

## F. Pemberitaan Jurnalisme Konstruktif

Jurnalisme konstruktif tidak berusaha menghindari berita buruk, melainkan memberikan keseimbangan, yakni tetap memberitakan hal-hal baik berupa kisah-kisah inspirasi, ketahanan dan inovasi, seperti halnya memberitakan kecelakaan mobil, kerusakan, kekerasan dan tragedi. Alih-alih menambah rasa putus asa, pendekatan konstruktif justru bertujuan menginspirasi dan memotivasi masyarakat dengan cara:

- Menurunkan suhu dan ketegangan
- Menginformasikan tanpa mengobarkan
- Mengurangi polarisasi
- Mengurangi rasa “ketidakberdayaan yang dipelajari”
- Memperkuat hubungan dengan audiens
- Meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam mengatasi permasalahan

Sejumlah organisasi berita terkenal sudah menerapkan pendekatan jurnalisme konstruktif dalam pelaporan berita yang mereka produksi (Hermans & Drok, 2018) yakni:

1. *Guardian*
2. *Swedish National Television*
3. *Danish Broadcasting Company*
4. *Dutch Persgroep*
5. Surat kabar Belanda, *Trouw*
6. *Danish paper Politiken*

7. *The Economist*
8. Platform digital Belanda *De Correspondent*
9. *BBC World*
10. *Deutsche Welle*

Sementara di Indonesia, berdasarkan penelusuran penulis, Kompas.com mengaplikasikan pendekatan jurnalisme konstruktif untuk melaporkan berita terkait penanganan perubahan iklim melalui kanal Kompas Lestari. Salah satu judul pemberitaannya yakni “Sulap Limbah Tahu Jadi Biogas, Warga Sambak Lepas Ketergantungan Elpiji” yang dipublikasikan pada 3 Agustus 2023. Artikel berita tersebut mengulas tentang permasalahan limbah tahu dan solusi yang telah berhasil dilakukan oleh warga.



Gambar 6.1. Tangkapan layar serial “Pelestari” edisi Berkah Sungai Bersih.  
(Sumber: <https://watchdoc.co.id/2023/02/24/pelestari-berkah-sungai-bersih/>, diakses pada 30 November 2023)

Laporan lain dengan pendekatan jurnalisme konstruktif juga digunakan oleh Watchdoc, rumah produksi yang didirikan oleh dua aktivis media. Hasil produksi Watchdoc dapat diakses dan ditonton dengan mudah pada kanal resmi mereka di YouTube @WatchdocImage. Mereka memproduksi konten *feature* “PELESTARI” tentang orang-orang atau masyarakat yang melestarikan budaya, lingkungan, hutan, hewan, dan lainnya.

Pada episode “Berkah Sungai Bersih” tersebut, seorang warga berinisiatif membersihkan sungai di sekitar rumahnya yang penuh sampah rumah tangga. Demikian permasalahan yang diangkat dalam episode berdurasi 12 menit tersebut. Solusi yang diulas yakni upaya yang dilakukan warga tersebut untuk membersihkan sungai berbasis pengelolaan wilayah yang mengutamakan pelestarian alam. Solusi tersebut berhasil dan menjadikan wilayah sungai sebagai destinasi wisata air yang menarik pengunjung. Bahkan, warga sekitar juga merasakan manfaat ekonomi dari keberhasilan solusi tersebut.

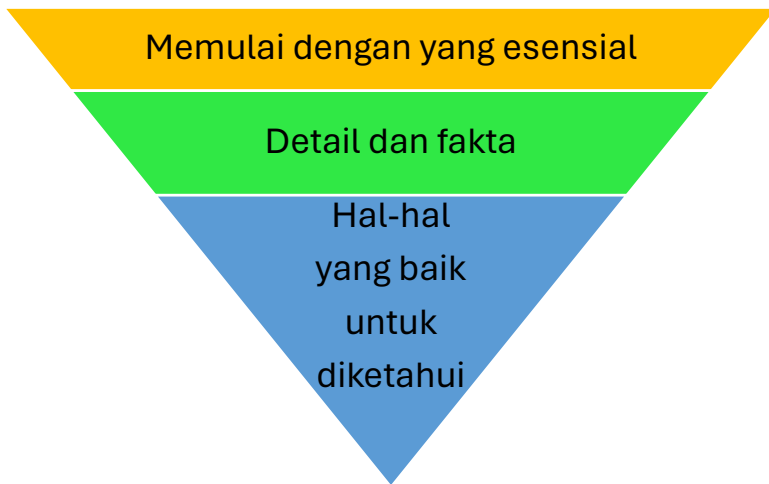
### **G. Prinsip Penulisan Berita Konstruktif**

Untuk menulis berita dengan pendekatan jurnalisme konstruktif dapat menggunakan model piramida terbalik. Dalam buku panduan jurnalisme konstruktif, model piramida terbalik memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan berikut ini:

- Siapa?
- Apa?
- Di mana?
- Kapan?
- Bagaimana?

- Mengapa?
- **Apa selanjutnya?** (*What's next?*)

Model piramida terbalik berguna untuk menyampaikan laporan singkat dan jelas tentang sesuatu yang baru saja terjadi. Fakta-fakta paling penting ada di awal cerita. Kemudian, cerita berjalan bergantung pada kebutuhan dan waktu yang tersedia. Pertanyaan akhir krusial: **apa selanjutnya?** memberikan rasa antisipatif kepada laporan kita, menambahkan sesuatu yang konstruktif dan bahkan seutas harapan bahwa permasalahannya mungkin akan terpecahkan.



*Bagan 6.2. Penulisan Berita Konstruktif Model Piramida Terbalik*

## H. Rangkuman

Jurnalisme konstruktif adalah bentuk jurnalisme yang melibatkan penerapan teknik psikologi positif pada proses dan

produksi berita dalam upaya menciptakan liputan yang produktif dan menarik, namun tetap memegang teguh fungsi inti jurnalisme.

Salah satu cara untuk mempraktikkan jurnalisme konstruktif yaitu dengan membingkai ulang berita untuk fokus pada solusi daripada konflik, berorientasi pada publik, berorientasi pada masa depan dan berorientasi pada tindakan, serta berusaha menghindari bias terhadap hal-hal negatif dalam berita.

Ada enam klasifikasi elemen jurnalisme konstruktif yang dikembangkan oleh Departemen Jurnalisme di Windesheim University of Applied Sciences di Belanda pada 2016 yakni *solutions, future orientation, inclusiveness and diversity, empower people, the rosling, co-creation*.

Untuk menulis berita dengan pendekatan jurnalisme konstruktif dapat menggunakan model piramida terbalik yakni menjawab pertanyaan 5W1H dan menambahkan pertanyaan “**what’s next?**”.

## I. Latihan

**Jawablah pertanyaan berikut secara ringkas dan jelas!**

1. Mengapa jurnalis perlu mempertimbangkan pendekatan jurnalisme konstruktif dalam melaporkan berita?
2. Jelaskan elemen-elemen penting dalam jurnalisme konstruktif!
3. Bagaimana elemen-elemen jurnalisme konstruktif diaplikasikan dalam proses pengumpulan dan penulisan berita?

## BAB VII

### *VIDEO JOURNALIST*

#### A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari materi mengenai *video journalist* diharapkan mahasiswa menguasai teknik jurnalisme video dan mampu merancang dan memproduksi karya jurnalistik berbentuk video.

#### B. Materi Pembelajaran

1. Pengertian *Video Journalist*
2. Skill dan Peralatan *Video Journalist*
3. Teknik Pengambilan Gambar dan Wawancara
4. Praktik Lapangan:
  - a. Perencanaan Liputan
  - b. Penulisan Berita Paket Hasil Liputan
  - c. Editing Visual Berita Hasil Liputan
5. Rangkuman
6. Latihan

#### C. Pendahuluan

*Video journalist* melakukan kerja jurnalistik seorang diri. Oleh karena itu ia perlu menguasai keterampilan merekam gambar, wawancara narasumber, menulis berita, dan bahkan melakukan PTC atau *live report* jika dibutuhkan. Bab ini

membahas mengenai pengertian *video journalist*, peralatan dan keterampilan yang dibutuhkan, serta teknik pengambilan gambar saat peliputan di lapangan.

#### **D. Pengertian *Video Journalist***

*News gathering* atau mengumpulkan berita di lapangan memiliki tiga kategori (Stewart & Alexander, 2022) yakni liputan yang dilakukan oleh *video journalist* (VJ), hasil liputan dengan perangkat seluler dan kamera mini berkualitas rendah seperti *buttonhole camera*, dan liputan yang melibatkan juru kamera atau *camera person* khusus, di mana kru yang bertugas meliput di lapangan terdiri dari reporter dan juru kamera. Namun, bab ini akan fokus pada pembahasan mengenai *video journalist*.

*Video journalist* merupakan seorang jurnalis tunggal yang mempunyai kamera dan bekerja secara mandiri. Hal ini berarti saat meliput di lapangan mereka berperan sebagai juru kamera sekaligus reporter. Dengan demikian, *video journalist* melakukan tugas pengambilan gambar dan wawancara, merekam karya jurnalistiknya sendiri, mentransfer hasil liputan tersebut ke laptop atau desktop, memeriksa audio, dan mengedit visual hasil liputannya. Seiring waktu dan pesatnya perkembangan teknologi, *video journalist* berevolusi dengan cara yang sangat sederhana yakni peralatan yang mereka gunakan menjadi lebih ringan.

Jurnalisme video yang dikenal juga dengan MoJo (*mobile journalism*) adalah istilah yang relatif baru untuk praktik yang sudah lama ada (Alysen, 2012). Dalam *The Sage Encyclopedia of Journalism*, *video journalism* atau jurnalisme video didefinisikan sebagai praktik produksi berita video di mana satu orang

merekam, menulis, dan mengedit berita, menggunakan teknologi digital, untuk disebarluaskan melalui penyiaran atau Internet broadband (Bock, 2022). *Video journalist*, sebutan bagi orang yang melakukan aktivitas *video journalism*, juga bisa disebut sebagai jurnalis ransel (*backpack journalist*) atau jurnalis multimedia. *Video journalist* (VJ) mungkin saja bekerja untuk stasiun televisi, surat kabar, situs berita, atau organisasi jurnalisisme warga, atau mereka mungkin pekerja lepas independen. Seorang VJ dapat merekam gambar dengan kamera video kecil, kamera DSLR dengan lensa yang dapat diganti, atau *smartphone*.

Meskipun istilah jurnalisisme video mulai populer digunakan baru-baru ini, sejarahnya sudah ada sejak satu abad yang lalu, dan berakar pada pembuatan film dokumenter dan jurnalisisme foto (Bock, 2022). Bock menjelaskan bahwa pada akhir tahun 1980-an, mantan produser televisi jaringan, Michael Rosenblum, melihat potensi dalam kamera video Hi8 yang baru dan sangat portabel dan memberi judul mata kuliah yang dia ajar di Universitas Columbia sebagai “jurnalisisme video”. Di Britania Raya, BBC telah melatih ratusan VJ, di tempat-tempat seperti Oxford, Inggris, hampir seluruh staf mereka adalah VJ yang memproduksi siaran berita lokal harian untuk wilayah tersebut. Ponsel pintar telah mempercepat tren ini. Karena ponsel pintar berukuran sangat kecil dan mudah digunakan, semakin banyak jurnalis yang bekerja sebagai VJ, baik penuh atau paruh waktu.

### **E. Skill dan Peralatan *Video Journalist***

Untuk mengumpulkan audio dan video dengan baik, seorang *video journalist* perlu memahami peralatan mana yang

paling membantu. Filak (2019) menyarankan agar *video journalist* memahami dengan baik kelebihan dan kekurangan setiap peralatan yang akan digunakan untuk menunjang kegiatan di lapangan. Sejumlah peralatan yang menunjang pekerjaan jurnalis video di antaranya mikrofon, kamera, baterai cadangan untuk kamera, dan tripod. Sebelum memilih dan membawa peralatan ke lapangan, menurut Filak (2019) jurnalis video perlu memahami mengenai mikrofon dan kamera:

### 1. Mikrofon

Fungsi utama mikrofon adalah untuk mengumpulkan audio sehingga dapat digunakan dalam berita. Namun, setiap jenis mikrofon memiliki kegunaan masing-masing:

**Mikrofon *Lavalier*.** Mikrofon ini dapat berupa kabel atau nirkabel, dan tidak mengganggu. Mikrofon ini dapat dengan mudah dijepitkan pada dasi atau kerah narasumber dan merekam suara dengan baik. Karena itulah mikrofon lavalier tidak mengganggu pengambilan gambar. Kelemahannya adalah mikrofon ini lebih ringkih dibandingkan mikrofon stick, dan sensitif dalam menangkap suara lain seperti suara dari gerakan narasumber atau gesekan pakaian dengan kabel mikrofon.

**Mikrofon *Boom*.** Disebut juga “mikrofon shotgun”, bentuk mikrofon ini memungkinkan *video journalist* mengumpulkan suara dari jarak jauh dengan

memanjangkan tiang boom di atas narasumber dan mengarahkan mikrofon ke arahnya.

## 2. Kamera

Beberapa kamera memiliki *hard drive internal*, sementara kamera lainnya beroperasi pada media yang dapat dilepas, seperti kartu SD. Penyimpanan file dengan kartu SD memudahkan *video journalist* untuk menggunakan kameranya lagi ketika dibutuhkan dalam waktu cepat tanpa harus mengunduh semua file dari *hard drive*. Dengan demikian, sebaiknya ada kartu SD cadangan. Hal lain yang perlu dipastikan dari kamera yang digunakan yakni baterai cadangan, tempat pemasangan lampu eksternal dan mikrofon tambahan, serta tripod.

Seperti disebutkan oleh Alysén (2012) bahwa *video journalism* kerap disamakan dengan *mobile journalism*. Selain peralatan di atas, menurut [mojo-manual.org](http://mojo-manual.org), ada perlengkapan penunjang lain yang juga dapat digunakan yakni *selfie stick* untuk merekam *pieces to camera*, lampu eksternal, dan tentu saja *smartphone* untuk merekam gambar.

## F. Teknik Pengambilan Gambar dan Wawancara

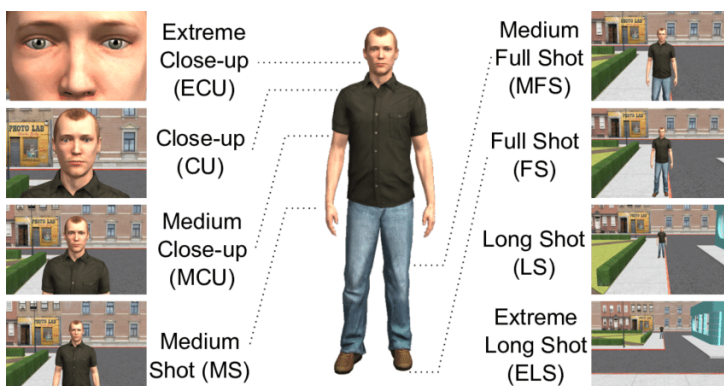
Ada banyak teknik pengambilan gambar, namun secara mendasar tetap ada dua ketentuannya yakni kamera bersifat statis atau bergerak. Untuk berita teknik pengambilan gambarnya cenderung dengan statis, di mana hal ini juga membuat pengeditan menjadi lebih mudah (Stewart & Alexander, 2021).

Menurut Stewart & Alexander (2021), ada tiga pengambilan gambar yang menjadi dasar dari sebagian besar teknik pengambilan gambar untuk berita, baik yang menggunakan ponsel, kamera kecil VJ, atau juru kamera, yakni pengambilan gambar jarak jauh (*long shot*), pengambilan gambar medium (*medium shot*), dan jarak dekat (*close up*). Dalam praktiknya, ketiga teknik tersebut memiliki beberapa variasi yakni:

1. **VLS/*Very Long Shot/Wide Shot***. Visual yang direkam dengan teknik ini memberi pemirsa gambaran besar tentang adegan tersebut.
2. **LS/*Long shot***. Seluruh tubuh masuk dalam frame. Jangan lupa untuk memberi ruang pada kaki dan juga ruang kepala subjek yang direkam. Teknik *long shot* memungkinkan pemirsa melihat latar belakang dan menentukan lokasi subjek.
3. **MLS/*Medium Long Shot***. Terkadang disebut juga pengambilan gambar tiga perempat, yakni subjek direkam dan masuk bingkai hanya sampai di bagian lutut.
4. **MS/*Mid Shot***. Pengambilan gambar sampai ke bagian dekat pinggang baik orang tersebut sedang berdiri atau duduk. Dapat digunakan untuk wawancara yang lebih santai atau untuk memperkenalkan tamu atau pembawa acara.
5. **MCU/*Medium Close Up***. Teknik ini adalah pengambilan gambar wawancara standar yang paling

umum untuk berita. Posisi subjek di dalam bingkai hanya sampai di area sekitar dada.

6. **CU/Close Up.** Teknik pengambilan gambar ini menempatkan subjek dalam bingkai sampai di area leher. Fokusnya adalah pada wajah dan area leher.
7. **BCU/Big Close Up.** Pengambilan gambar ini memotong bagian atas kepala tetapi mata dan mulut biasanya masuk dalam bingkai. Pengambilan gambar dengan teknik BCU biasanya digunakan ketika seseorang sedang diinterogasi atau berbicara tentang suatu topik yang emosional.



Gambar 7.1. Jenis-jenis pengambilan gambar video.

(Sumber: [https://www.researchgate.net/figure/Examples-of-eight-different-shot-sizes-Extreme-Close-up-Close-up-Medium-Closeup\\_fig3\\_286089572](https://www.researchgate.net/figure/Examples-of-eight-different-shot-sizes-Extreme-Close-up-Close-up-Medium-Closeup_fig3_286089572) diakses pada 30 November 2023)

Dalam semua produksi berita TV, teknik pengambilan gambar tersebut mengacu pada jarak subjek dari kamera, dan oleh karena itu seberapa banyak subjek tersebut memenuhi layar.

Gambar *long shot* menunjukkan subjek dalam jarak yang jauh, sementara gambar *close up*, sesuai definisinya, mendekatkan subjek kepada pemirsa.

Ketika ingin menunjukkan situasi di sekitar lokasi pengambilan gambar, teknik *long shot* dapat digunakan untuk memberikan gambaran keseluruhan lokasi. Misalnya, ingin menunjukkan seluruh ruangan atau koridor, gedung yang terbakar dengan petugas pemadam kebakaran di depannya. Gambar *medium shot* mengungkapkan lebih banyak detail, misalnya ingin memperlihatkan subjek sedang melakukan sesuatu atau memegang sesuatu. Sedangkan *close up* berfokus pada aksi.

Teknik pengambilan gambar yang biasa digunakan untuk menentukan lokasi adalah *very long shot* (VLS) yang memberikan panorama keseluruhan pemandangan. Biasanya, stasiun TV menyimpan stok gambar VLS gedung-gedung seperti rumah sakit atau pengadilan yang dapat digunakan ketika dibutuhkan sebagai dokumentasi.

## **G. Praktik Lapangan**

Setelah mempelajari materi-materi dari bab I sampai di bab ini, Anda diharapkan sudah memahami mengenai berita televisi dan karakteristiknya, serta teknik menulis berita untuk televisi. Pada bab ini dijelaskan juga mengenai peran *video journalist* dalam *news gathering* atau peliputan berita dan panduan pengambilan gambar untuk berita televisi. Berbekal pemahaman atas materi-materi tersebut, maka Anda dapat melakukan praktik lapangan yakni peliputan dan penulisan berita yang dilengkapi

dengan proses edit visual hasil liputan. *Output* atau luarannya Anda akan memiliki karya jurnalistik yang baik.

**a. Perencanaan Liputan**

Sebelum pergi ke lapangan, Anda dapat menyiapkan *wishlist* atau daftar keinginan liputan. Biasanya, *wishlist* berisi tema liputan, lokasi liputan, target narasumber yang akan diwawancarai, daftar pertanyaan untuk para narasumber, dan target visual yang dibutuhkan untuk berita tersebut.

Biasanya, *wishlist* disusun oleh reporter ketika ingin memberikan usulan tema liputan kepada koordinator liputan. Bisa juga produser berita yang memberikan usulan tema liputan tersebut. Ide peliputan bisa datang dari berbagai sumber, namun yang paling penting tema liputan yang diusulkan memiliki nilai berita sehingga layak untuk dieksekusi menjadi berita televisi.

*Wishlist* tersebut sebagai panduan reporter meliput di lapangan, pada praktiknya bisa saja terjadi hal-hal yang tidak sesuai dengan perencanaan. Misalnya, reporter tidak menemukan anak-anak sekolah yang harus jalan kaki di Kampung Ciaer Jeruk. Maka, reporter dapat melakukan improvisasi. Misalnya, visual anak sekolah ditiadakan dan liputan fokus pada aktivitas warga.

Contoh *wishlist* pada tabel 7.1. berikut dapat digunakan sebagai panduan untuk merencanakan liputan:

Tabel 7.1. Wishlist Perencanaan Liputan

<p>Tema/Topik Liputan</p> <p>Target durasi paket berita: 2 menit</p>	<p>Jalan rusak di Kampung Ciaer Jeruk-Kampung Cegog, Desa Rancapinang, Kab. Pandeglang, Banten.</p> <p>Warga kesulitan saat beraktivitas; mengandalkan mobil pikap sebagai angkutan umum; anak sekolah harus jalan kaki.</p> <p>Nilai berita: <i>interest, consequence, proximity</i></p>
<p>Target Narasumber</p>	<p>1. Warga lokal yang terdampak langsung, 3-5 orang.</p> <p>Pertanyaan: Sudah berapa lama kondisi jalan rusak seperti ini?; Bagaimana upaya warga lokal mengantisipasinya?; Bagaimana tindakan pemerintah lokal terkait kondisi tersebut?</p> <p><b>2. Pemerintah Provinsi Banten</b></p> <p>Pertanyaan: Mengapa pemerintah lokal belum memperbaiki jalan rusak tersebut? Apa sebetulnya kendala yang dihadapi pemerintah?</p> <p><b>3. Anak sekolah di Kampung Ciaer Jeruk</b></p> <p>Pertanyaan: Kenapa jalan kaki ke sekolah?; Ada jalan lain menuju sekolah?</p>

<p><b>Target Visual</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. VLS suasana desa;</li> <li>2. VLS shoot jalan rusak;</li> <li>3. MCU detail jalan rusak;</li> <li>4. LS warga jalan kaki lewat jalan rusak;</li> <li>5. warga naik pikap lewat jalan rusak;</li> <li>6. anak sekolah jalan kaki lewat jalan rusak;</li> <li>7. CU wawancara para narasumber;</li> <li>8. VLS Gedung Pemprov Banten;</li> <li>9. PTC reporter di lokasi kejadian; dan visual lain yang relevan dan mendukung, improvisasi di lapangan.</li> </ol>
-----------------------------	--

#### b. Penulisan Berita Paket Hasil Liputan

Setelah liputan selesai dan materi mentah terkumpul, maka tahap berikutnya adalah penulisan naskah berita. Pada praktik ini, Anda diharapkan menulis berita dengan format berita paket atau *package*. Dalam berita paket terdiri dari *lead*, tubuh berita yang dilengkapi dengan SOT atau kutipan wawancara narasumber, dan *pieces to camera* (PTC). Saat menulis naskah berita, PTC yang Anda buat disesuaikan dengan narasi tubuh berita. Untuk lebih detail mengenai format berita paket dan penempatan PTC dalam tubuh berita, Anda dapat melihat lagi pembahasannya di bab IV.

Hal penting yang perlu dilakukan sebelum menulis naskah berita adalah mengecek kembali visual yang Anda miliki dari hasil liputan. Pastikan visual-visual yang dibutuhkan sudah tersedia sehingga antara narasi

yang akan ditulis sinkron dengan gambar yang ada. Perlu diingat juga bahwa narasi sifatnya melengkapi gambar karena sejatinya kekuatan berita televisi adalah pada gambar.

**c. Editing Visual Berita Hasil Liputan**

Jika naskah berita sudah selesai, maka penyuntingan visual dapat dilakukan. Untuk praktik lapangan yang mungkin saja Anda kerjakan dengan *smartphone*, penyuntingan gambar dapat menggunakan aplikasi-aplikasi seperti KineMaster, LumaFusion, VN, Capcut, atau Alight Motion. Perangkat lunak penyuntingan digital tersebut memungkinkan Anda mengedit berita televisi dengan lebih mudah.

Dalam menyunting visual untuk berita televisi, menurut [mojo-manual.org](http://mojo-manual.org), ada sejumlah prinsip yang sebaiknya diperhatikan yakni:

1. Paket berita televisi biasanya berdurasi 60 sampai 90 detik. Visual direkam dan diedit dalam mode lanskap dengan rasio aspek 16:9 yakni sama seperti televisi layar datar standar. Visual tersebut dilengkapi naskah tertulis yang direkam sebagai sulih suara. Narasi dibaca dan direkam atau didubing terlebih dulu.
2. Jika Anda menggunakan VN, Capcut, atau KineMaster, Anda dapat menambahkan visual ke *timeline* terlebih dahulu, dan merentangkannya susai durasi dubing narasi

Anda. Kemudian rekam sulih suara Anda langsung ke aplikasi menggunakan mikrofon eksternal.

3. Anda dapat membagi gambar atau visual dan sulih suara untuk menyisipkan kutipan wawancara (SOT) dan PTC.

Jurnalis video yang baik memilih hasil rekaman mereka seperti pembeli bahan makanan yang memilih produk, menemukan hal-hal spesifik yang akan membantu mereka mencapai tujuan dan kemudian dengan hati-hati hanya memilih versi terbaik dari item tersebut. Artinya, seorang jurnalis video dan reporter juga harus berhati-hati dalam melihat berbagai gambar dan membuat pilihan terbaik secara keseluruhan (Filak, 2019).

Ketika proses penyuntingan, Anda akan menggabungkan visual dengan jenis-jenis pengambilan gambar seperti VLS, LS, MS, dan lainnya untuk membuat urutan atau sekeun yang memberikan beragam pandangan tentang tema berita yang sudah Anda tentukan. Perlu diperhatikan bahwa peralihan dari satu jenis pengambilan gambar ke jenis pengambilan gambar lain memerlukan kohesi ide yang jelas dalam rangkaiannya. Misalnya, coba Anda perhatikan ruang kuliah atau laboratorium komputer di tempat Anda. Anda dapat memulai video tentang apa yang terjadi di sana dengan cuplikan visual *longs shot* yang

memperlihatkan beberapa orang sedang membuat catatan atau bekerja di komputer. Anda kemudian dapat beralih ke visual *medium shot* seorang mahasiswa yang sedang menulis atau mengetik. Selanjutnya, Anda bisa menambahkan gambar *close-up* yang memperlihatkan tulisan di atas kertas atau jari-jari pada keyboard. Sekuen atau urutan seperti ini menunjukkan kepada pemirsa gambaran yang mudah tentang apa yang terjadi, yakni orang-orang sedang beraktivitas di ruang kelas. Namun, jika Anda memulai dengan visual *close-up*, beralih ke *long shot*, lalu melompat kembali ke *medium shot*, kemungkinan besar pemirsa Anda akan bingung dengan cerita yang Anda sampaikan (Filak, 2019).

## H. Rangkuman

*Video journalist* merupakan seorang jurnalis tunggal yang mempunyai kamera dan bekerja secara mandiri. Hal ini berarti saat meliput di lapangan mereka berperan sebagai juru kamera sekaligus reporter. Dengan demikian, *video journalist* melakukan tugas pengambilan gambar dan wawancara, merekam karya jurnalistiknya sendiri, mentransfer hasil liputan tersebut ke laptop atau desktop, memeriksa audio, dan mengedit visual hasil liputannya. Sejumlah peralatan yang menunjang pekerjaan jurnalis video di antaranya mikrofon, kamera, baterai cadangan untuk kamera, dan tripod.

Ada tiga pengambilan gambar yang menjadi dasar dari sebagian besar teknik pengambilan gambar untuk berita, baik yang menggunakan ponsel, kamera kecil VJ, atau juru kamera,

yakni pengambilan gambar jarak jauh (*long shot*), pengambilan gambar medium (*medium shot*), dan jarak dekat (*close up*). Dalam praktiknya, ketiga teknik tersebut memiliki beberapa variasi.

## I. Latihan

**Jawablah pertanyaan berikut secara ringkas dan jelas!**

1. Peralatan apa saja yang perlu disiapkan oleh seorang *video journalist*?
2. Bagaimana teknik pengambilan gambar jika ingin menunjukkan situasi di lokasi dan mewawancarai narasumber?
3. Bagaimana menempatkan urutan atau sekuen gambar yang baik saat penyuntingan visual?

## BAB VIII

# JURNALIS DAN MEDIA SOSIAL

### A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari materi mengenai jurnalis dan media sosial diharapkan mahasiswa memiliki kemampuan menjelaskan peran media sosial bagi jurnalis dan menguasai *news vlog* untuk *news reporting* atau pelaporan berita dari lapangan.

### B. Materi Pembelajaran

1. Peran Media Sosial dalam Jurnalisme
2. *New Vlog*: Penggunaan Vlog Untuk *News Reporting*
3. Presentasi Karya Video Jurnalistik
4. Rangkuman
5. Latihan

### C. Pendahuluan

Media sosial memiliki peran dalam aktivitas jurnalistik. Jurnalis memanfaatkan media sosial, salah satunya, adalah sebagai sumber berita baik sumber utama maupun sebagai sumber pendukung. Bagaimana peran lain dari media sosial bagi jurnalis dibahas dalam bab ini, serta materi mengenai penggunaan *vlog* berita untuk melaporkan berita dari lapangan.

#### D. Peran Media Sosial dalam Jurnalisme

Pada pertengahan tahun 2000-an, sebagian besar redaksi, dan sebagian besar jurnalis di dalamnya, mulai menggunakan media sosial untuk mengumpulkan berita, mendistribusikan konten, dan terhubung dengan audiens. Media sosial membuat koneksi antara jurnalis dan khalayak lebih dekat, di mana media sosial memungkinkan khalayak pengguna media sosial untuk berkomunikasi langsung dengan orang dibalik berita (Jukes et al., 2018). Misalnya, ketika ada sesuatu dalam sebuah laporan berita yang tidak dipahami oleh khalayak, mereka dapat bertanya langsung atau meminta klarifikasi melalui akun media sosial yang dimiliki oleh media massa tersebut.

Dalam rutinitas jurnalistik, media sosial memiliki sejumlah peran yang dapat membantu kerja jurnalis. Salah satu peran media sosial menurut Alysen (2012) yakni sebagai salah satu *tool* untuk *news gathering* atau mengumpulkan berita. Di Indonesia, sebuah penelitian menunjukkan mayoritas media online jurnalisnya menggunakan media sosial sebagai sumber berita (Rosemarwati & Lindawati, 2019). Adapun konten dalam media sosial digunakan oleh mayoritas jurnalis sebagai sumber sekunder atau pendukung dalam menulis berita. Pada penelitian tersebut juga terungkap bahwa informasi dari media sosial mudah dan cepat diakses menjadi alasan paling besar para jurnalis media online menggunakan media sosial sebagai sumber berita.

Adornato (2022) menambahkan bahwa media sosial adalah alat pengumpulan berita yang berharga bagi jurnalis yakni dapat digunakan sebagai alat untuk menemukan ide-ide cerita, sumber cerita, dan informasi bagi sebuah cerita yang sering

melibatkan informasi yang dikumpulkan dari banyak orang. Secara sederhana cara jurnalis memanfaatkan media sosial untuk mengumpulkan informasi dapat dilihat pada penjelasan berikut (Alysen, 2012):

1. Menggali situs media sosial orang-orang terkemuka (termasuk selebritas dan politisi) untuk mendapatkan informasi terbaru dan pernyataan dari mereka.
2. Menggunakan berbagai media sosial untuk mencari sumber informasi dan orang-orang yang akan diwawancarai.
3. Menggunakan Facebook sebagai sumber informasi dan gambar orang-orang yang menjadi subjek berita.
4. Menggunakan YouTube sebagai sumber gambar berita terkini (termasuk bencana alam, kecelakaan, protes, dan lain-lain).
5. Memantau topik yang sedang tren di Twitter (*rebranding* menjadi “X” sejak pertengahan 2023) untuk mendapatkan informasi mengenai isu-isu yang menarik minat publik dan untuk mengetahui rincian peristiwa terkini.

Jukes et al. (2018) menambahkan bahwa Twitter (yang saat ini dikenal dengan “X”) menjadi sumber utama pengumpulan berita bagi jurnalis penyiaran. Jika dulunya mereka bergantung pada jaringan berita dan kontak yang sudah ada, kini mereka dapat terhubung dengan dunia dari mana pun mereka bekerja. Dengan menggunakan tagar yang sudah ada, seorang jurnalis dapat menyaksikan sebuah peristiwa yang terungkap,

mengukur opini publik mengenai suatu topik, dan melihat berbagai opini yang bisa menjadi dasar berita tersebut. Jurnalis juga dapat menjangkau orang-orang yang terkait dengan cerita tersebut, baik melalui *hashtag* atau menghubungi mereka secara langsung melalui *tweet* atau mengirim *direct message* (pesan langsung).

Selain *hashtag*, pencarian juga dapat menggunakan kata kunci dan lokasi dari informasi di media sosial (Adornato, 2022). Melalui penelusuran berbasis lokasi, jurnalis dapat menemukan tempat tertentu di mana sebuah peristiwa sedang terungkap. Jenis pencarian ini menunjukkan dengan tepat unggahan di media sosial di area yang dipilih. Namun, pencarian berbasis lokasi ini sering kali bergantung pada pengguna yang mengaktifkan geolokasi dan akun media sosial yang bersifat publik, sehingga tidak setiap konten yang diunggah dari lokasi tersebut akan muncul dalam pencarian.

Di Indonesia, media sosial yang paling sering digunakan sebagai sumber berita adalah Instagram, disusul dengan Twitter (sekarang berganti nama “X”), Facebook, WhatsApp, LINE, dan YouTube (Rosemarwati & Lindawati, 2019).

### **Verifikasi Konten dari Media Sosial**

Misinformasi dapat menyebar luas tanpa kendali di media sosial. Maka sebagai jurnalis, melakukan verifikasi informasi tetap menjadi yang utama, baik informasinya diperoleh dari media sosial maupun sumber-sumber lain. Dengan semua konten buatan pengguna—baik berisi video, foto, atau klaim tertulis, jurnalis harus bersikap skeptis. Tugas seorang jurnalis adalah

melaporkan kebenaran. Hal ini tidak dapat dicapai kecuali jurnalis mengambil tindakan yang tepat untuk memverifikasi tidak hanya kontennya, tetapi juga sumbernya. Adornato (2022) menyarankan cara-cara berikut untuk membantu jurnalis menentukan kredibilitas konten dan sumber dari media sosial:

1. Bersikap skeptis.
2. Hubungi sumber konten melalui telepon atau secara langsung untuk mengklarifikasi identitas sumber dan pernyataannya. Jika perlu, telusuri sumber aslinya, yakni orang pertama yang mengunggah informasi tersebut.
3. Kroscek informasi. Lakukan penelusuran online terkait cerita tersebut dan orang-orang yang terlibat untuk menguatkan klaim tersebut.
4. Manfaatkan *Google Reverse Image Search* untuk memverifikasi informasi berbentuk visual. Pencarian dengan *tool* ini juga dapat membantu jurnalis mengetahui apakah sebuah foto telah diubah atau pernah muncul online sebelumnya. Saat mencoba memverifikasi video, ambil beberapa tangkapan layar dan lakukan pencarian gambar terbalik.
5. Gunakan *Google Earth* untuk menghilangkan dugaan gambar palsu atau memverifikasi gambar. *Google Earth* berisi landmark, seperti gedung dan halte bus, yang dapat membantu mengonfirmasi lokasi foto atau video.

6. Cek *geo-location* dari konten yang diunggah di media sosial. Jika sumber tersebut mengaktifkan fitur geolokasi untuk situs media sosialnya, maka lokasi kontennya bisa dilihat untuk mengetahui apakah konten tersebut sesuai dengan lokasi yang diinformasikan.
7. Cari informasi yang menguatkan dari pengguna media sosial di lokasi yang dimaksud apakah mereka dapat memverifikasi informasi tersebut. Tanyakan kepada mereka apakah mereka melihat atau mengalami hal yang sama.
8. Carilah bukti resmi yang menguatkan informasi media sosial tersebut dengan menghubungi sumber tradisional, seperti lembaga kepolisian atau instansi terkait.
9. Periksa metadata gambar, yang berisi waktu dan tempat pengambilan foto, serta jenis perangkat apa, dan detail lainnya. Memeriksa metadata dapat membantu jurnalis menentukan apakah foto diambil pada waktu atau lokasi selain yang diklaim sumbernya.

### **E. *News Vlog*: Penggunaan Vlog Untuk *News Reporting***

*Vlog* pada dasarnya adalah versi video dari blog. Istilah 'vlog' merupakan gabungan dari kata 'video' dan 'log' (seperti dalam, 'log web') dan dicetuskan pada bulan November 2000 untuk menggambarkan video pendek yang diunggah secara

online oleh pakar media Adrian Miles (Thompson & Weldon, 2022).

Vlog dibuat oleh *videoblogger* atau *vlogger*, sedangkan aktivitas memproduksi *vlog* disebut *videoblogging* atau *vlogging*. *Vlogger* merekam peristiwa dan momen dalam kehidupan pribadi, atau kehidupan sehari-hari. Vlog memiliki fleksibilitas durasi produksi, biasanya berkisar 5 hingga 15 menit dan dibuat dengan menggunakan elemen visual khusus seperti pengeditan, penambahan musik latar, dan penambahan subtitle (Liu, 2021).

Menurut Thompson & Weldon (2022) *vlog* memiliki waktu tayang yang berkisar dari beberapa detik hingga beberapa jam, bergantung pada subjeknya, dan platform tempat vlog tersebut dipublikasikan. Misalnya, TikTok memungkinkan pengguna merekam video berdurasi hingga enam puluh detik; pada bulan Desember 2020, aplikasi tersebut menguji coba perekaman video berdurasi hingga tiga menit (Alexander, 2020 dalam Thompson & Weldon, 2022).

Seperti halnya blog, *vlog* membahas beragam topik mulai dari sepak bola, keuangan, musik hingga film, hobi, perjalanan, hingga soal pendidikan, dan topik lain yang menarik dibahas. *Vlog* memiliki berbagai tujuan yakni untuk menghibur, mendidik, mencerahkan dan mengingatkan. Menurut Thompson dan Weldon (2022) kebenaran, keakuratan, dan keaslian adalah inti dari penggunaan *vlog*:

1. Membangkitkan rasa keintiman antara *vlogger* dan khalayaknya.

2. Mempromosikan produk dan layanan, terutama yang memiliki dimensi ‘estetika’ tertentu. Misalnya fesyen, atletik, seni dan kerajinan, perjalanan.
3. Memberikan kredibilitas pada klaim seseorang mengenai produk atau layanan mereka.
4. Menjelaskan informasi yang mungkin sulit disampaikan jika hanya melalui teks atau audio, oleh karena itu dibutuhkan *vlog*. Misalnya, seorang *personal trainer* mendemonstrasikan latihan tubuh bagian atas.

Thompson dan Weldon (2022) menjelaskan lebih lanjut bahwa ada beberapa alasan mengapa seorang profesional atau organisasi media memilih untuk memproduksi *vlog*, yakni:

1. *Vlog* dapat dibagikan ke seluruh dan di dalam platform media sosial.
2. *Vlog* ‘lebih mirip interaksi tatap muka’ dibandingkan jenis produksi konten digital lainnya, misalnya blog. Hal ini berkontribusi pada ‘rasa keintiman’ yang disebutkan di atas.
3. *Vlog* membantu membangun ‘imagined community’ yang terdiri dari para pengikut, terkadang dari seluruh dunia.

Pada praktiknya, *vlog* dimanfaatkan juga oleh media massa untuk menyampaikan informasi bernilai berita kepada khalayak luas. Aktivitas tersebut dikenal dengan istilah *news vlog* atau *vlog* berita. Selayaknya berita, maka *vlog* berita perlu memenuhi ciri khas berita di antaranya menyampaikan informasi mengenai

peristiwa terkini dan memilih tema laporan yang memiliki dampak bagi khalayak atau masyarakat luas.

Di Indonesia, berdasarkan penelusuran penulis, media massa yang menyajikan berita dalam bentuk *news vlog* yakni CNN Indonesia dan KOMPAS TV. CNN Indonesia menampilkan berita-berita yang dikemas dengan bentuk *news vlog* yang dapat diakses pada laman <https://www.cnnindonesia.com/tag/vlog> atau di akun resmi YouTube CNN Indonesia yakni @CNNIndonesiaOfficial pada *playlist* “VLOG CNN Indonesia”. Salah satu contoh *vlog news* dari CNN Indonesia laporan tentang kuliner khas Bali yang dilaporkan oleh Jurnalis CNN Indonesia, Anita Mae.



Gambar 8.1. Tangkapan layar jurnalis CNN Indonesia melaporkan berita dengan format *vlog news*.

(Sumber: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20191026102512-266-443054/vlog-mencicipi-serobotan-khas-bali>, diakses pada 30 November 2023)

Sedangkan news vlog KOMPAS TV dapat diakses pada laman berikut <https://www.kompas.tv/video/news-vlog>. Salah satu contoh *vlog news* dari KOMPAS TV yakni laporan yang disampaikan oleh Sunbhio Pratama tentang Masjid Raya Sheikh Zayed di Solo.



*Gambar 8.2. Tangkapan layar jurnalis digital KOMPAS TV melaporkan berita dengan format vlog news.*

(Sumber: <https://www.kompas.tv/video/349175/melihat-megahnya-masjid-raya-sheikh-zayed-simbol-persahabatan-indonesia-dengan-uea> diakses 30 November 2023)

Vlogging baik *vlog news* maupun vlog yang membahas topik lain memerlukan pengembangan beberapa keterampilan penting dalam produksi dan distribusi konten (Thompson & Weldon, 2022). Adapun keterampilan tersebut meliputi:

1. Penulisan naskah. *Vlog* terbaik mungkin terlihat dadakan dan komunikatif atau bersifat seperti sedang berbincang dengan seseorang. Namun sebenarnya apa yang mau disampaikan perlu direncanakan dengan

cermat. Mengikuti skrip dapat menghemat waktu dan menghindari rasa canggung.

2. Terkait dengan hal di atas, kemampuan berikutnya yang dibutuhkan yakni menyaring topik dan permasalahan yang sering kali rumit menjadi diskusi yang sederhana dan mudah diakses.
3. Merekam dan mengedit video.
4. Keterampilan dalam mengoptimalkan metadata agar sesuai dengan algoritma. Misalnya, di YouTube, hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan tag kata kunci tekstual, judul video, dan *closed caption text*.
5. Keterampilan dalam merencanakan dan menjadwalkan konten.

## **F. Presentasi Karya Video Jurnalistik**

Pada bab 7 Anda diminta untuk melakukan praktik lapangan *news gathering* berdasarkan *wishlist* atau perencanaan peliputan yang sudah dibuat sesuai dengan tema pilihan Anda.

Presentasikan hasil karya video jurnalistik Anda pada sesi ini dengan melampirkan naskah berita televisi yang sudah Anda buat.

## **G. Rangkuman**

Pada pertengahan tahun 2000-an, sebagian besar redaksi, dan sebagian besar jurnalis di dalamnya, mulai menggunakan media sosial untuk mengumpulkan berita, mendistribusikan konten, dan terhubung dengan audiens. Media sosial membuat koneksi antara jurnalis dan khalayak lebih dekat, di mana media

sosial memungkinkan khalayak pengguna media sosial untuk berkomunikasi langsung dengan orang dibalik berita.

Media sosial adalah alat pengumpulan berita yang berharga bagi jurnalis yakni dapat digunakan sebagai alat untuk menemukan ide-ide cerita, sumber cerita, dan informasi bagi sebuah cerita yang sering melibatkan informasi yang dikumpulkan dari banyak orang. Misinformasi dapat menyebar luas tanpa kendali di media sosial. Maka sebagai jurnalis, melakukan verifikasi informasi tetap menjadi yang utama, baik informasinya diperoleh dari media sosial maupun sumber-sumber lain.

*Vlog* dibuat oleh *videoblogger* atau *vlogger*, sedangkan aktivitas memproduksi *vlog* disebut *videoblogging* atau *vlogging*. *Vlogger* merekam peristiwa dan momen dalam kehidupan pribadi, atau kehidupan sehari-hari. *Vlog* memiliki fleksibilitas durasi produksi, biasanya berkisar 5 hingga 15 menit dan dibuat dengan menggunakan elemen visual khusus seperti pengeditan, penambahan musik latar, dan penambahan subtitle.

Pada praktiknya, *vlog* dimanfaatkan juga oleh media massa untuk menyampaikan informasi bernilai berita kepada khalayak luas. Aktivitas tersebut dikenal dengan istilah *news vlog* atau *vlog* berita. Selayaknya berita, maka *vlog* berita perlu memenuhi ciri khas berita di antaranya menyampaikan informasi mengenai peristiwa terkini dan memilih tema laporan yang memiliki dampak bagi khalayak atau masyarakat luas.

## H. Latihan

**Jawablah pertanyaan berikut secara ringkas dan jelas!**

1. Jelaskan bagaimana peran media sosial dalam kerja jurnalistik para jurnalis?
2. Bagaimana cara-cara verifikasi konten media sosial yang dapat dilakukan oleh jurnalis?
3. Hal-hal penting apa saja yang perlu diperhatikan dalam membuat *vlog* berita?

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. Q., Hayat, N., & Rahman, Abd. (2020). The Agenda Setting of Corona: Analysis of the Corona Dissemination Impact on the Community. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 13(2).  
<https://doi.org/10.29313/mediator.v13i2.6302>
- Adornato, A. (2022). *Mobile and Social Media Journalism: A Practical Guide for Multimedia Journalism* (2nd ed.). Routledge.
- Aitamurto, T., & Varma, A. (2018). The Constructive Role of Journalism: Contentious metadiscourse on constructive journalism and solutions journalism. *Journalism Practice*, 12(6), 1-19.  
<https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1473041>
- Alysen, B. (2012). *The Electronic Reporter: Broadcast Journalism in Australia* (3rd ed.). NewSouth Publishing.
- Badjuri, A. (2010). *Jurnalistik Televisi*. GRAHA ILMU.
- Bock, M. A. (2022). Video Journalism. In G. A. Borchard (Ed.), *The SAGE Encyclopedia of Journalism* (2nd ed.). SAGE Publication, Inc.
- Brooks, B. S., Kennedy, G., Moen, D. R., & Ranly, D. (2014). *News Reporting and Writing* (11th ed.). Bedford/St. Martin's.
- Ejaz, W., Mukherjee, M., Fletcher, R., & Nielsen, R. K. (2022). *How we follow climate change: climate news use and attitudes in eight countries*. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/how-we-follow-climate-change-climate-news-use-and-attitudes-eight-countries#header-4>).

- Fachruddin, A. (2012). *Dasar-Dasar Produksi Televisi: Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter, Dan Teknik Editing* (1st ed.). PRENADAMEDIA GROUP.
- Filak, V. F. (2019). *Dynamics of News Reporting and Writing: Foundational Skills for a Digital Age*. CQ Press.
- Groot Kormelink, T., & Klein Gunnewiek, A. (2021). From “Far Away” to “Shock” to “Fatigue” to “Back to Normal”: How Young People Experienced News During the First Wave of the COVID-19 Pandemic. *Journalism Studies*, 1-18. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1932560>
- Hermans, L., & Drok, N. (2018). Placing Constructive Journalism in Context. *Journalism Practice*, 12(6), 679-694. <https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1470900>
- Hermans, L., & Gyldensted, C. (2018). Elements of constructive journalism: Characteristics, practical application and audience valuation: <https://doi.org/10.1177/1464884918770537>, 20(4), 535-551. <https://doi.org/10.1177/1464884918770537>
- Hikmah, K., Prisandy, L., Melinda, G., & Ayatullah, M. I. (2020). An Online Survey: Assessing Anxiety Level among General Population during the Coronavirus Disease-19 Pandemic in Indonesia. *Open Access Macedonian Journal of Medical Sciences*, 8(T1), 451-458. <https://doi.org/10.3889/oamjms.2020.5386>
- Jørgensen, K. L., & Risbro, J. (2021). *Buku Panduan Jurnalisme Konstruktif*. <https://constructiveinstitute.org/app/uploads/2022/04/Indonesian-HANDBOOK-soft-copy.pdf>
- Jukes, S., McDonald, K., & Starkey, G. (2018). *Understanding Broadcast Journalism*. Routledge.

- Kasong, U. (2009). *Television News Reporting and Writing: Panduan Praktis Menjadi Jurnalis Televisi* (R. Sikumbang, Ed.). Ghalia Indonesia.
- Liu, H. L. (2021). Vlog: A New Communication Practice in Post Pandemic. *Jurnal Audiens*, 2(2), 202–208. <https://doi.org/10.18196/jas.v2i2.11910>
- McIntyre, K. (2020). “Tell Me Something Good”: Testing the Longitudinal Effects of Constructive News Using the Google Assistant. *Electronic News*, 14(1), 37–54. <https://doi.org/10.1177/1931243120910446>
- McIntyre, K., & Gyldensted, C. (2017). Constructive Journalism: Applying Positive Psychology Techniques to News Production. *The Journal of Media Innovations*, 4(2), 20–34. <https://doi.org/10.5617/jomi.v4i2.2403>
- McIntyre, K., & Gyldensted, C. (2018). Positive Psychology as a Theoretical Foundation for Constructive Journalism. *Journalism Practice*. <https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1472527>
- Rosemarwati, T. U., & Lindawati, L. (2019). PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SUMBER BERITA OLEH JURNALIS MEDIA DARING DI INDONESIA. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 23(2), 101–114.
- Serrano-Puche, J. (2020). Constructive Journalism: a response to users’ motivations for news avoidance. *Cuadernos.Info*, 46, 153–177. <https://doi.org/10.7764/cdi.46.1714>
- Setyaningsih, L. A. (2020). Media Panics Ibu Rumah Tangga Setelah Mengakses Berita Covid-19. *Jurnal Nomosleca*, 6(2). <https://doi.org/10.26905/NOMOSLECA.V6I2.4721>
- Stecula, D. A., & Merkley, E. (2019). Framing Climate Change: Economics, Ideology, and Uncertainty in American News Media Content From 1988 to 2014. *Frontiers in*

- Communication, 4, 1-15.  
<https://doi.org/10.3389/fcomm.2019.00006>
- Stewart, P., & Alexander, R. (2022). *Broadcast Journalism: Techniques of Radio and Television News* (8th ed.). Routledge.
- Thompson, J. D., & Weldon, J. (2022). *Content Production for Digital Media: An Introduction*. Springer Nature.
- Tuggle, C. A., Carr, F., & Huffman, S. (2011). *Broadcast News Handbook: Writing, Reporting and Producing in a Converging Media World* (4th ed.). McGraww-Hill.
- White, T., & Barnas, F. (2010). *Broadcast News: Writing, Reporting, and Producing* (5th ed.). Focal Press.
- Widyatama, R. (2020). Jangkauan Siaran Televisi Swasta di Indonesia. *Communicare : Journal of Communication Studies*, 7(2), 190-211. <https://doi.org/10.37535/101007220206>
- Zakout, Y. M.-A., Alreshidi, F. S., Elsaid, R. M., & Ahmed, H. G. (2020). The magnitude of COVID-19 related stress, anxiety and depression associated with intense mass media coverage in Saudi Arabia. *AIMS Public Health* , 7(3), 664-678. <https://doi.org/10.3934/PUBLICHEALTH.2020052>

### **Sumber YouTube:**

[https://www.youtube.com/watch?v=RtbSUEHdHNM&list=PLdfKHnRgwwWFhNBBIHxo4N\\_GxxZRp4xIX&index=32](https://www.youtube.com/watch?v=RtbSUEHdHNM&list=PLdfKHnRgwwWFhNBBIHxo4N_GxxZRp4xIX&index=32) (diakses pada 23 November 2023, pukul 11.52 WIB)

[https://www.youtube.com/watch?v=9F9NLuVFpQs&list=PL2\\_o8NARFWB3w2ptQw5w5cLQs9T\\_J1ivi&index=13](https://www.youtube.com/watch?v=9F9NLuVFpQs&list=PL2_o8NARFWB3w2ptQw5w5cLQs9T_J1ivi&index=13)

<https://www.youtube.com/watch?v=v2ZrHLvVhaA>

<https://www.youtube.com/watch?v=hGYDTHusesQ>  
(Kunjungan Jokowi ke Gedung Putih bertemu Joe Biden, diakses 24 November 2023, pukul 09.08 WIB)

<https://www.youtube.com/watch?v=Jin5PRaWLs> (Sidang Vonis Mario Dandy, diakses 24 November 2023, pukul 09.42 WIB)

<https://www.youtube.com/watch?v=YSnmcpAXnyc> (Aktor Dwi Sasono Ditangkap Polisi, diakses 24 November 2023, pukul 10.18 WIB)

[https://www.youtube.com/watch?v=QhN\\_xtUUDv0](https://www.youtube.com/watch?v=QhN_xtUUDv0) (Aktor Karenina Anderson terjat narkoba, diakses 24 Nov 2023, pukul 10.24 WIB)

<https://www.youtube.com/watch?v=lkThq3JGn5o> (Chris Martin 'pinjam dulu serratus', diakses 24 November 2023, pukul 10.35 WIB)

<https://www.youtube.com/watch?v=9F9NLuVFpQs&t=11s> (Siswa SD Peraih Juara Robotic Di Korsel, diakses 24 November 2023, pukul 10.55 WIB)

# INDEKS

## **S**

5W1H, 31, 49, 53, 67, 76, 85

## **B**

Berita, 1, 8, 12, 13, 19, 20, 22, 39,  
40, 42, 43, 48, 49, 57, 60, 61, 62,  
69, 73, 83, 84, 86, 96, 97, 115,  
116

## **C**

CNN Indonesia, 109

## **D**

Digital, 70, 115, 117

## **F**

Format berita, 44, 45

## **G**

Grafis, 62

## **I**

Indonesia, 4, 1, 2, 3, 8, 10, 11, 20,  
21, 58, 82, 102, 104, 109, 115,  
116, 117

## **J**

Jurnalisme investigatif, 74  
Jurnalisme konstruktif, 71, 72, 74,  
75, 76, 80, 81, 84  
Jurnalistik, 4, v, 39, 40, 101, 111, 114

## **K**

Kalimat aktif, 42  
Kalimat pasif, 42  
KISS, 41  
Kompas TV, 3  
Koresponden, 24

## **L**

Lead, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 56, 57,  
59, 62, 64, 67  
Live, 27, 33, 35, 37

## **M**

Media, 4, 6, 8, 21, 22, 24, 101, 102,  
104, 111, 112, 114, 116, 117  
Media Sosial, 24, 101, 102, 104  
Menulis, 41, 42

## **N**

Narasumber, 21, 28, 95  
Nilai Berita, 12, 13

BUKU AJAR PENULISAN JURNALISTIK

**P**

Package, 45  
Piramida Terbalik, 49, 84

**R**

Riset, 28

**S**

SOT, 44, 45, 47, 57, 63, 96, 98  
Sumber Berita, 12, 19

**T**

Televisi, 1, 2, 3, 4, 6, 8, 10, 12, 19,  
39, 40, 43, 46, 48, 49, 60, 114,  
115, 116, 117  
TVRI, 2, 10

**V**

Verifikasi, 104  
Video, 24, 36, 86, 87, 88, 89, 99, 101,  
111, 114  
Visual, 44, 86, 91, 96, 97  
Vlog, 101, 106, 107, 108, 110, 112,  
116  
VO, 44, 45, 47

**W**

Wawancara, 27, 28, 29, 30, 31, 37,  
62, 86, 90

## TENTANG PENULIS



Kencana Ariestyani S., M.Si, adalah seorang akademisi dan profesional yang berdedikasi di bidang Ilmu Komunikasi dan Jurnalisme. Dengan gelar magister di bidang Komunikasi Politik dari Universitas Indonesia yang ia selesaikan pada tahun 2007-2009, Kencana telah menunjukkan keahliannya dalam

bahasa Inggris.

Kariernya di dunia akademis dimulai di Universitas Paramadina, di mana Ia telah mengajar sebagai Dosen Komunikasi/Jurnalisme sejak Februari 2018. Pengalaman mengajarnya juga meliputi masa di Bunda Mulia University, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, dan Universitas Mercu Buana - Jakarta. Di sektor media, ia memegang peran sebagai Produser Berita di iNewsTV dan sebelumnya sebagai Asisten Produser serta Reporter Berita Televisi di LPP TVRI, serta mengawali karirnya sebagai reporter magang di PT Era Media Informasi (Gatra Magazine).

Selain karir akademis dan profesionalnya, Kencana juga aktif dalam penelitian dan penerbitan. Beberapa karyanya yang telah diterbitkan di jurnal akademik mencakup topik seperti jurnalisme konstruktif, analisis resepsi media sosial terhadap kesehatan

seksual orang muda, edukasi dalam pencegahan informasi hoaks, framing berita pariwisata dalam media online kontemporer, branding destinasi pariwisata dalam era normal baru, serta konstruksi sosial teknologi dan budaya traveling di kalangan milenial.

Dengan kontribusi yang signifikan di dunia pendidikan dan media, Kencana Ariestyani S. telah membuktikan dirinya sebagai sosok penting dan berpengaruh di bidang komunikasi dan jurnalisme di Indonesia.



“Buku Ajar Penulisan Jurnalistik” dirancang untuk memberikan pemahaman dan panduan komprehensif dalam melakukan penulisan jurnalistik yang difokuskan pada berita televisi. Buku ajar ini ditulis dalam bab-bab yang sistematis yang mencakup pembahasan mengenai perkembangan televisi di Indonesia, karakteristik televisi, nilai dan sumber berita televisi, teknik wawancara televisi, bahasa jurnalistik dan format berita televisi, struktur berita televisi, jurnalisme konstruktif, video journalist, dan peran media sosial bagi jurnalis.

Penulisan yang sistematis tersebut memungkinkan pembaca mendapatkan pemahaman menyeluruh mulai dari penjelasan konsep dan teori hingga praktiknya yang relevan. Dengan demikian, pembaca dapat mengaplikasikan teori dan konsep dalam bentuk praktik lapangan berupa peliputan dan penulisan berita.

Pada akhir setiap bab dilengkapi dengan rangkuman untuk memudahkan pembaca memahami dengan cepat isi bab dan latihan ringkas guna menguatkan pemahaman pembaca terhadap pembahasan setiap bab.

**Penerbit**  
**PT Rekacipta Proxy Media**  
Depok, Indonesia  
[www.proxymedia.id](http://www.proxymedia.id)

