



Analisis Kaidah Jurnalistik pada Situs Berita Suara.com

Ni Putu Yunita Anggreswari¹, Geovani Ika Pranata Puteri²

Universitas Pendidikan Nasional

¹tata.anggreswari@undiknas.ac.id, ²geovaniika05@gmail.com

Keywords:

Journalism
principles
Clickbait
Mass media

Abstract

The high number of internet users in Indonesia has led to many shifts in effort to obtain information. This triggered the emergence of online media portals which then shifted the existence of newspaper which at the same time triggered the emergence of various online news sites. The challenge for online news portals is to research, where many of the online news stories feature clickbait headline in order to get more pageviews to read news that is presented. Clickbait headline is an online media effort to increase visitor traffic of pageviews. The competition that occurs in increasing pageview or the number of visits to online news sites is often carried out without heeding applicable journalistic principles. This triggered researchers to conduct more in depth research related to journalistic principles on the Suara.Com news site. This study used a qualitative descriptive research method using three data collection techniques including interview, observation and documentation technique. The result of this study are that the Suara.Com news site meets the rules of journalistic elements in term of making provocative news titles and fulfils the function of mass media, namely informative.

Kata Kunci:

Kaidah jurnalistik
Clickbait
Media Massa

Abstrak

Tingginya pengguna internet di Indonesia menyebabkan terjadinya banyak pergeseran dalam usaha untuk mendapatkan informasi. Hal tersebut memicu kemunculan portal media online yang kemudian menggeser keberadaan media cetak yang sekaligus memicu munculnya *online journalism*. Terjadinya pergeseran masyarakat dalam mengakses berbagai informasi memicu kemunculan berbagai situs berita online. Tantangan bagi portal berita online menjadi menarik untuk diteliti, dimana banyak dari berita online menampilkan judul *clickbait* guna mendapatkan banyak pengunjung yang membaca berita yang disajikan. *Clickbait Headline* merupakan upaya media online dalam meningkatkan *traffic* pengunjung atau *pageviews*. Perlombaan yang terjadi dalam meningkatkan *pageviews* atau

jumlah kunjungan pada situs berita *online* kerap kali dilakukan tanpa mengindahkan kaidah jurnalistik yang berlaku. Hal tersebut memicu peneliti untuk melakukan penelitian lebih mendalam terkait dengan kaidah jurnalistik pada situs berita Suara.com. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan tiga Teknik pengumpulan data yang meliputi Teknik wawancara, Teknik observasi dan Teknik dokumentasi. Adapun hasil dari penelitian ini adalah bahwa situs berita Suara.com memenuhi kaidah unsur jurnalistik dalam syarat pembuatan judul berita yang provokatif serta memenuhi fungsi media massa yakni informatif.

Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk terpadat dengan dukungan infrastruktur yang memadai terutamanya dalam bidang teknologi informasi. Tidak mengherankan warga Indonesia kemudian menjadi pengakses media digital terbesar, baik media Personal Computer (PC), tablet maupun smartphone. Damar (2016) mengungkapkan bahwa di Indonesia pertumbuhan aktivitas media sosial meningkat lebih dari 10% setiap tahunnya. Dimana rata-rata orang Indonesia menghabiskan sebanyak empat jam empat puluh dua menit untuk mengkonsumsi internet. Banyaknya pengguna internet di Indonesia kemudian berpengaruh pada akses media online dan media sosial sehingga muncul berbagai aplikasi sosial media baru secara terus menerus. Warga Indonesia yang dikenal sebagai warga yang aktif menggunakan media sosial terbukti dari jumlah pengguna aktif media sosial populer seperti *Facebook*, *Twitter*, dan *Instagram*. Pada tahun 2016, jumlah pengguna Facebook aktif di Indonesia tercatat sebanyak 82 juta orang. Sedangkan jumlah pengguna aktif twitter sebanyak 24 juta orang (Karimuddin, 2016).

Seiring dengan perkembangan pengguna internet, menyebabkan terjadinya pergeseran kebiasaan masyarakat dalam mengakses informasi. Jika dahulu media cetak menjadi sumber utama dalam mendapatkan informasi, saat ini mulai tergantikan oleh media online dikarenakan mampu menyajikan informasi dengan cepat. Perlahan namun pasti kini media cetak sudah mulai digantikan oleh media online yang dapat diakses dengan mudah (Nukman,2010).

Banyaknya penggunaan media digital berpengaruh terhadap akses warga terhadap media online dan media sosial. Hal ini kemudian memicu banyaknya portal media online yang mulai muncul sehingga memunculkan *online journalism*. Melalui *online journalism*

masyarakat dapat mengakses berita dengan kedalaman tanpa batas atau kendala. Ruang beritapun dapat menyebarluas dan dapat diperbaharui secara berkala. *Online journalism* menerapkan *annotative journalism* yakni pengguna dapat mendapatkan informasi sebanyak-banyaknya hanya dengan mengklik satu kata. Foust dalam Romli (2012) mengemukakan beberapa sifat jurnalisme online yang meliputi: (a) *Audience control* yaitu pembaca leluasa memilih berita yang disukai atau dikehendaki; (b) *Nonlinearity* yang meliputi data yang berdiri sendiri atau tidak berurutan; (c) *Storage and retrieval* yakni berita yang tersimpan dan terarsipkan serta dapat diakses kembali kapanpun; (d) *Unlimited space* merupakan jumlah berita yang tidak terbatas dan bebas; (e) *Immediacy* dimana berita berlangsung dengan cepat; (f) *Multimedia capability* yaitu kemampuan dalam menyertakan teks, suara, gambar, video dalam beritanya; (g) *Interctivity* dimana pembaca dapat berpartisipasi dalam kolom komentar.

Terjadinya pergeseran masyarakat dalam mengakses berbagai informasi memicu kemunculan berbagai situs berita online. Tantangan bagi portal berita online menjadi menarik untuk diteliti, dimana banyak dari berita online menampilkan judul *clickbait* guna mendapatkan banyak pengunjung yang membaca berita yang disajikan. *Clickbait Headline* merupakan upaya media online dalam meningkatkan *traffic* pengunjung atau *pageviews*. *Clickbait headline* menjadi tak terhindarkan ditengah semakin maraknya persaingan media online. Menurut kamus Merriam-Webster, *clickbait headline* adalah sesuatu *headline* yang dirancang agar pembaca penasaran dan ingin mengklik *hyperlink* yang terkait dari berita tersebut. (Kertanegara, 2018:32).

Munculnya media yang berlomba-lomba dalam menciptakan *clickbait headline* kemudian memicu kemunculan judul berita yang memicu rasa penasaran pembaca seperti kata “Astaga!”, “Wow!”, dan sebagainya sebagai upaya meningkatkan jumlah kunjungan pada laman berita tersebut. Salah satu media online yang kerap kali menggunakan judul *clickbait* adalah situs berita Suara.com. pilihan tersebut didasari oleh temuan peneliti pada konten berita suara.com yang menggunakan kata “Astaga!” dalam berita yang diterbitkan pada tanggal 18 September 2020. Perlombaan yang terjadi dalam meningkatkan *pageviews* atau jumlah kunjungan pada situs berita *online* kerap kali dilakukan tanpa mengindahkan kaidah jurnalistik yang berlaku. Hal tersebut memicu peneliti untuk melakukan penelitian lebih mendalam terkait dengan kaidah jurnalistik pada situs berita Suara.com.

Pengertian jurnalistik online terkait banyak istilah, yakni jurnalistik, online, internet, dan website. Romli dalam bukunya, *Jurnalistik Online*, menerangkan ketiga pengertian tersebut. Jurnalistik dipahami sebagai proses peliputan, penulisan, dan penyebaran informasi (aktual) atau berita melalui media massa. Secara ringkas dan praktis, jurnalistik bisa diartikan sebagai memberitahukan sebuah peristiwa. Jurnalistik online juga tidak mengenal tengat waktu (deadline) sebagaimana dikenal di media cetak. *Deadline* bagi jurnalistik online dalam pengertian publikasi paling lambat adalah beberapa menit bahkan detik setelah kejadian berlangsung. Jurnalistik online dicirikan sebagai praktik jurnalistik yang mempertimbangkan beragam format media (multimedia) untuk menyusun isi liputan memungkinkan terjadinya interaksi antara jurnalis dengan audien dan menghubungkan berbagai elemen berita dengan sumber-sumber online yang lain (Romli, 2012: 14).

Irawan (2014) dalam penelitiannya “Aplikasi *Citizen Journalism* di Era Konvergensi Media” menjelaskan jurnalisme online adalah perkawinan antara jurnalisme konvensional dari teknologi komunikasi dalam hal ini internet, yang ditetapkan oleh standar *world wide web* (www). Berdasarkan penjelasan Irawan, jurnalisme online merupakan proses pelaporan dan penyampaian informasi atau fakta yang didistribusikan melalui internet dan observasi terhadap praktik jurnalisme di Indonesia, penulis berpendapat ada tiga fase jurnalisme online di Indonesia. Fase tersebut, yakni fase memindahkan berita pada media cetak ke online, fase pelaporan yang mengejar kecepatan, dan fase multimedia dan multiplatform lewat data, visual interaktif, dan media sosial. Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimanakah

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Sugiyono (2012: 9) mengemukakan penelitian kualitatif sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dengan triangulasi, analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Menurut Sukmadinata (2011: 73), penelitian kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik,

kualitas, keterkaitan antar kegiatan. Adapun jenis data yang digunakan adalah data deskriptif, penelitian deskriptif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, keterkaitan antar kegiatan.

Sumber data dari penelitian ini akan menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber data dengan observasi langsung (Sugiyono, 2014 : 224). Data primer akan didapatkan dari narasumber langsung yang akan digali dengan Teknik wawancara. Sementara itu, data sekunder ialah data pendukung yang di peroleh dari sumber lain yang atau lewat perantara lain yang berkaitan dengan penelitian Sugiyono, (2014 : 224) menyatakan bahwa data sekunder adalah data yang telah di kumpulkan oleh pihak lain, peneliti dapat mencari sumber data ini melalui sumber data lain yang berkaitan dengan data yang ingin dicari.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini akan menggunakan tiga Teknik pengumpulan data yang meliputi Observasi, Wawancara dan dokumentasi. Observasi adalah pengumpulan data dengan melakukan pengamatan, meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra (Arikunto 2010: 199). Peneliti akan melakukan observasi pada situs berita Suara.com untuk mendapatkan informasi sedalam-dalamnya mengenai berita dari Suara.com. Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interview*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Moleong, 2010: 186). Wawancara dilakukan dengan bertanya langsung kepada responden yaitu pengamat media dengan menggunakan pedoman wawancara. Sementara Penggunaan dokumen sudah lama digunakan dalam penelitian sebagai sumber data karena dalam banyak hal dokumen sebagai sumber data dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, bahkan untuk meramalkan (Moleong, 2010: 217). Dokumentasi dalam penelitian ini yaitu berupa kutipan berita dari Suara.com yang terdapat judul *Clickbait*.

Data yang sudah didapatkan akan diuji keabsahannya dengan menggunakan Teknik triangulasi yaitu triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Menurut Sugiyono (2018:274) menyatakan triangulasi sumber. Sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa informan. Sementara triangulasi Teknik digunakan menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara

mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan empat langkah yang meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Sugiyono (2014: 337) mengatakan bahwa pengumpulan data adalah data alami yang berisi apa yang dilihat, didengar, dirasakan, disaksikan, dan dialami sendiri oleh peneliti tentang fenomena yang dijumpai, sedangkan catatan refleksi adalah catatan yang memuat kesan, komentar, tafsiran peneliti tentang temuan yang dijumpai dan merupakan rencana pengumpulan data untuk tahap selanjutnya, dan guna mendapatkan catatan ini, maka peneliti melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap beberapa responden penelitian. Selanjutnya adalah mereduksi data yang berarti merangkum, memilih hal yang pokok memfokuskan pada hal yang penting, dicari dan polanya. Langkah ketiga adalah penyajian data yang bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Selanjutnya adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi data.

Hasil dan Pembahasan

1. Analisis Kaidah Jurnalistik Situs Berita Suara.com Edisi 20 Oktober 2020 dengan judul berita “Tega! Oknum Dinsos Batam Ketahuan Warga Rampas Uang Milih Pengemis”

SuaraBatam.id - Sebuah video dari akun Youtube warga di Kota Batam viral, pasalnya di dalam video tersebut menunjukkan diduga oknum dari Dinas Sosial di Kota Batam yang menangkap para tunawisma.

Namun, parahnya, sejumlah oknum yang terlihat mengendarai mobil berwarna perak dengan plat merah itu tidak mengamankan tunawisma melainkan hanya mengambil sejumlah uang dari tunawisma tersebut.

Diunggah oleh Channel Youtube Ferry Kesuma pada 19 Oktober lalu tersebut awalnya menunjukkan mobil yang nampak membawa sejumlah orang.....dst

No.	Kaidah Penulisan Berita	Penerapan	Keterangan
1.	5W + 1H	Tidak	Berita di atas belum menjawab unsur <i>who</i> , identitas pelaku dan dari pihak kepolisian tidak disebutkan. <i>Where</i> , tidak disebutkan secara detail dimana peristiwa tersebut terjadi. <i>When</i> , kejadian dalam berita di atas pada tanggal 18 Oktober 2020. <i>What</i> , unsur “apa” dalam berita di atas yaitu oknum

			dinsos yang merampas uang pengemis. <i>Why</i> , “kenapa” dalam berita di atas yaitu Dinsos mengamankan tunawisma, namun bukan tunawisma yang diamankan melainkan mereka mengambil uang pengemis. <i>How</i> , “bagaimana” dalam berita di atas yaitu sejumlah oknum yang terlihat mengendarai mobil berwarna perak dengan plat merah itu tidak mengamankan tunawisma melainkan hanya mengambil sejumlah uang dari tunawisma tersebut.
2.	Syarat Judul Berita	Ya	Judul berita di atas sesuai dengan syarat judul berita yaitu provokatif. Dari judul di atas yaitu kata “Tega” dapat menimbulkan rasa penasaran pembaca untuk membaca berita tersebut.

2. Analisis Kaidah Jurnalistik Situs Berita Suara.com Edisi 18 September 2020 dengan judul berita “Kudu Jeli! Spanduk Penjual Laptop ini Bikin Warganet Tertipu”

Pemasaran dengan memasang spanduk adalah salah satu trik yang bisa dilakukan oleh penjual. Namun, beberapa spanduk umumnya telah dikaitkan dengan produk tertentu dan terkadang dijadikan bahan berkreasi oleh penjual lainnya, agar terlihat unik dan menarik pembeli.

Hal serupa dilakukan oleh penjual laptop yang memasang spanduk, mirip dengan spanduk-spanduk yang umumnya digunakan oleh para penjual pecel lele dan ayam.....dst

No.	Kaidah Penulisan Berita	Penerapan	Keterangan
1.	5W + 1H	Tidak	Berita di atas tidak secara lengkap menjawab unsur 5W+ 1H. Berita di atas hanya menjelaskan berdasarkan komentar dari akun Twitter.
2.	Syarat Judul Berita	Ya	Judul berita di atas sesuai dengan syarat judul berita yaitu provotif, karena judul tersebut dapat memancing perhatian pembaca. Dari judul di atas seolah-olah pembaca dibuat penasaran akan hal apa yang bisa menipu warganet.

3. Analisis Kaidah Jurnalistik Situs Berita Suara.com Edisi 20 Oktober 2020 dengan judul berita “Geger Temuan Reruntuhan Gereja di Laut Hitam Turki, Berapa Usianya?”

Suara.com - Dunia arkeologi Turki tercengang, setelah ditemukannya reruntuhan gereja kuno di dasar danau Laut Hitam Turki.

Dilansir Anadolu Agency, Direktur Kebudayaan dan Pariwisata provinsi mengatakan kepada bahwa puing-puing gereja itu tenggelam sekitar 15 meter di bawah permukaan Danau Gaga di Kota Fatsa, Provinsi Ordu..... dst

No.	Kaidah Berita	Penulisan	Penerapan	Keterangan
1.	5W + 1H		Tidak	Berita di atas telah menjawab unsur <i>what</i> , yaitu temuan reruntuhan gereja di bawah laut hitam Turki. <i>When</i> , pada berita di atas tidak menyebutkan kapan peristiwa itu terjadi. <i>Where</i> , peristiwa tersebut terjadi di Laut Hitam Turki. <i>Why</i> , "Reruntuhan gereja - yang usianya belum jelas - ditemukan selama penyelaman yang dilakukan oleh seorang arkeolog bawah air," kata Ugur Topalak. <i>Who</i> , "siapa" tidak dijelaskan dalam berita di atas. <i>How</i> Dilansir Anadolu Agency, Direktur Kebudayaan dan Pariwisata provinsi mengatakan kepada bahwa puing-puing gereja itu tenggelam sekitar 15 meter di bawah permukaan Danau Gaga di Kota Fatsa, Provinsi Ordu.
2.	Syarat Judul Berita		Ya	Judul berita di atas sesuai dengan syarat judul berita yaitu provotif. Judul di atas menggunakan kata "Geger" yang akhirnya memancing pembaca untuk membaca berita tersebut.

4. Analisis Kaidah Jurnalistik Situs Berita Suara.com Edisi 14 Oktober 2020 dengan judul berita “Telak! Istana Skakmat Marissa Haque Bialng UU Ciptaker Murtadkan Muslim”

Suara.com - Tenaga Ahli Utama Kantor Staf Presiden, Siti Ruhaini Dzhayatin angkat bicara terkait pernyataan aktris senior Marissa Haque yang menyebutkan jika UU Cipta Kerja bisa membuat umat muslim menjadi murtad atau berpindah keyakinan.
 Terkait hal itu, Ruhaini menganggap tulisan yang diunggah Marissa yang menyebut sebanyak 87 persen umat berpotensi dimurtadkan lewat UU Cipta Kerja sangat berlebihan..... dst

No.	Kaidah Berita	Penulisan	Penerapan	Keterangan
1.	5W + 1H		Tidak (<i>where</i>)	Berita di atas menjawab beberapa unsur yaitu pertama <i>what</i> , <u>Marissa Haque</u> yang menyebutkan jika <u>UU Cipta Kerja</u> bisa membuat umat muslim menjadi murtad atau berpindah keyakinan. Kedua <i>when</i> , Jumat, 16 Oktober 2020. Ketiga <i>where</i> , berita di atas tidak menjelaskan di mana kejadian tersebut terjadi. Keempat <i>why</i> , Terkait tuduhan pemurtadan lewat UU Cipta Kerja karena buruh diberi waktu istirahat minim sekali, yaitu setengah jam, Ruhaini menegaskan bahwa tidak diatur secara rinci sebab masalah tersebut sudah menjadi pengetahuan umum sebagai hak konstitusi seluruh warga negara. Kelima <i>who</i> , Tenaga Ahli Utama <u>Kantor Staf Presiden</u> , <u>Siti Ruhaini Dzhayatin</u> . Keenam, <i>How</i> yaitu Marissa Haque sempat menuliskan pandangannya di akun Instagram pribadinya, tentang UU Cipta Kerja yang telah disahkan DPR dan Pemerintah, Senin, (5/10/2020) lalu. Bahkan, menurutnya, ada sebanyak 87 persen umat Islam di Indonesia berpotensi dimurtadkan lewat UU ² Cipta Kerja.
2.	Syarat Judul Berita		Ya	Judul berita di atas sesuai dengan syarat judul berita yaitu provotif. Judul tersebut menggunakan kata “Telak”. Sehingga pembaca dibuat penasaran terhadap isi beritanya.

5. Analisis Kaidah Jurnalistik Situs Berita Suara.com Edisi 18 September 2020 dengan judul berita “Calon Pertahanan Berpotensi Lakukan Politik Curang, Benarkah?”

SuaraSumut.id - KPU dan Bawaslu Provinsi Kepulauan Riau (Kepri) diminta untuk mengawasi calon petahana di Pilkada 2020. Pasalnya, calon petahana dinilai berpotensi melakukan praktik politik curang.
Demikian dikatakan Praktisi Hukum dari Kepulauan Riau, Muhammad Asrun, Jumat (18/9/2020).....dst

No.	Kaidah Berita	Penulisan	Penerapan	Keterangan
1.	5W + 1H		Ya	Berita di atas menjawab beberapa pertanyaan yaitu pertama, <i>what</i> yaitu KPU dan Bawaslu Provinsi Kepulauan Riau (Kepri) diminta untuk mengawasi calon petahana di Pilkada 2020. Pasalnya, calon petahanan dinilai berpotensi melakukan praktik politik curang. Kedua <i>why</i> , Pasalnya, potensi tersebut dapat terjadi lantaran kekuasaan masih melekat pada petahana meski telah berstatus nonaktif dalam jabatannya. Ketiga <i>when</i> , Jumat 18 September 2020. Keempat <i>where</i> , KPU Kepulauan Riau. Kelima <i>who</i> , Praktisi Hukum dari Kepulauan Riau, Muhammad Asrun. Keenam <i>How</i> , "Petahanan paling berpotensi melakukan kecurangan karena kedudukannya sebagai kepala daerah," kata Asrun. Untuk itu, KPU dan Bawaslu harus memperketat pengawasan agar petahana tidak menyalahgunakan jabatan untuk meraup suara rakyat di Pilkada 9 Desember 2020.
2.	Syarat Judul Berita		Ya	Judul berita di atas sesuai dengan syarat judul berita yaitu provokatif karena menggunakan kata "Benarkah?" sehingga pembaca menjadi tertarik untuk membaca lebih lanjut isi berita tersebut.

Berdasarkan pada hasil penelitian peneliti menganalisis ketepatan kaidah jurnalistik pada berita-berita di situs Suara.com. Analisis kaidah jurnalistik pada situs Suara.com 18 September – 20 Oktober 2020 berdasarkan indikator kaidah jurnalistik adalah sebagai berikut :

1. Sistematika penulisan 5W + 1H

Dalam menulis berita terdapat karakteristik utama sebagai pedoman suatu berita dalam penulisan. Karakteristik ini diperlukan agar dalam berita mengandung informasi yang utuh sehingga pembaca tidak bertanya-tanya terhadap informasi yang diberikan. Rumusan atau karakter umum dalam penulisan berita yang dikenal 5W+1H, sebagai berikut :

- a. What : apa yang terjadi
- b. Where : dimana itu terjadi
- c. When : kapan peristiwa itu terjadi
- d. Who : siapa yang terlibat dalam peristiwa
- e. Why : kenapa peristiwa itu terjadi
- f. How : bagaimana peristiwa itu terjadi

Dalam buku Asti Musman dan Nadi Mulyadi yang dikutip dari Menurut Widodo (2013), rumusan 5W + 1H menjadi penting dalam berita karena memuat keseluruhan informasi dari suatu berita. *What* berarti peristiwa apa yang akan dilaporkan kepada khalayak. *Who* berarti siapa yang menjadi pelaku dalam peristiwa berita itu, *when* berarti kapan peristiwa itu terjadi: tahun, bulan, minggu, hari, jam, menit, *where* berarti dimana peristiwa itu terjadi, *why* berarti mengapa peristiwa itu sampai terjadi, Dan *How* berarti bagaimana jalannya peristiwa atau bagaimana cara menanggulangi peristiwa tersebut. Dalam penelitian ini, pada berita pertama edisi 20 Oktober 2020 sistematika penulisan 5W + 1H yang terdapat dalam berita ini adalah *when*, kejadian dalam berita tersebut yaitu tanggal 20 Oktober 2020. *What*, unsur “apa” dalam berita ini yaitu oknum dingsos yang merampas uang pengemis. *Why*, dalam berita di atas yaitu Dingsos mengamankan tunawisma, namun bukan tunawisma yang diamankan melainkan mereka mengambil uang pengemis. *How*, dalam berita tersebut yaitu sejumlah oknum yang terlihat mengendarai mobil berwarna perak dengan plat merah itu tidak mengamankan tunawisma melainkan mengambil sejumlah uang dari tunawisma tersebut.

Pada berita kedua, edisi 18 September 2020 secara keseluruhan tidak secara lengkap menjawab unsur 5W + 1H karena hanya menjelaskan berdasarkan komentar dari akun Twitter. Unsur yang terjawab hanya *what*, yaitu penjual laptop yang memasang spanduk mirip dengan spanduk yang digunakan penjual pecel lele dan ayam. Pada berita ketiga, edisi 20 Oktober 2020 sistematika penulisan berita 5W+1H yang terjawab yaitu

what, temuan reruntuhan gereja di bawah laut hitam Turki. *Where*, peristiwa tersebut terjadi di Danau Gaga di Kota Fatsa, Provinsi Ordu. *Why*, reruntuhan gereja yang usianya belum jelas ditemukan selama penyelaman yang dilakukan oleh seorang arkeolog bawah air. *How*, dilansir Anadolu Agency, Direktur Kebudayaan dan Pariwisata provinsi mengatakan bahwa puing-puing gereja itu tenggelam sekitar 15 meter di bawah permukaan Danau Gaga di Kota Fatsa, Provinsi Ordu.

Pada berita keempat edisi 14 Oktober 2020, sistematika penulisan 5W+1H yang terkandung dalam berita tersebut yaitu *what*, Marissa Haque yang menyebutkan jika UU Cipta Kerja bisa membuat umat muslim menjadi murtad atau berpindah keyakinan. *When*, Jumat, 16 Oktober 2020. *Why*, terkait tuduhan pemurtadan lewat UU Cipta Kerja karena buruh diberi waktu ishoma minim sekali, yaitu setengah jam, Ruhaini menegaskan bahwa tidak diatur secara rinci sebab masalah tersebut sudah menjadi pengetahuan umum sebagai hak konstitusi seluruh warga negara. *Who*, Tenaga Ahli Utama Kantor Staf Presiden, Siti Ruhaini Dzhayatin. *How*, yaitu Marissa Haque sempat menuliskan pandangannya di akun Instaram pribadinya, tentang UU Cipta Kerja yang telah disahkan DPR dan Pemerintah. Bahkan menurutnya, ada sebanyak 87 persen umat Islam di Indonesia berpeluang dimurtadkan lewat UU Cipta Kerja.

Pada berita kelima edisi 18 September 2020, menjawab secara lengkap sistematika penulisan berita 5W + 1H . Pertama, *what* yaitu KPU dan Bawaslu Provinsi Kepulauan Riau (Kepri) diminta untuk mengawasi calon pertahanan di Pilkada 2020. Pasalnya , calon pertahanan dinilai berpotensi melakukan praktik politik curang. *Why*, pasalnya potensi terseut dapat terjadi lantaran kekuasaan masih melekat pada pertahanan mesi telah berstatus nonaktif dalam jabatannya. *When*, Jumat 18 September 2020. *Where*, KPU Kepulauan Riau. *Who*, Praktisi Hukum dari Kepulauan Riau, Muhammad Asrun. *How*, “Pertahanan paling berpotensi melakukan kecurangan karena kedudukannya sebagai kepala daerah,” kata Asrun. Untuk itu, KPU dan Bawaslu harus memperketat pengawasan agar pertahana tidak menyalahgunakan jabatan untuk meraup suara rakyat di Pilkada 9 Desember 2020.

2. Syarat judul berita

Dalam suatu berita judul menjadi elemen penting bagi suatu berita. Menarik tidaknya berita tergantung dari bagaimana daya tarik dalam penggunaan bahasa kata. Jadi, dalam suatu berita memiliki syarat dalam membuat judul, ada 8 syarat yakni :

- a. Provokatif
Artinya judul yang dibuat harus mampu membangkitkan minat dan perhatian khalayak pembaca terduga untuk membaca berita yang ditulis.
- b. Singkat dan Padat
Artinya langsung menusuk jantung, tegas, lugas, terfokus, menitik pada pokok intisari tidak bertele-tele. Judul berita yang baik tidak lebih dari 4-7 kata.
- c. Relevan
Artinya berkaitan atau sesuai dengan pokok susunan pesan terpenting yang ingin disampaikan. Judul yang baik harus diambil dari teras berita (lead).
- d. Fungsional
Artinya setiap kata yang ada pada judul bersifat mandiri, tidak bergantung pada kata lain, lalu tegas dan jelas.
- e. Formal
Artinya judul berita harus dan wajib formal. Filosofinya, berita ditulis dengan teknik melaporkan, formal berarti resmi, langsung menitik pada pokok permasalahan, menghindari basa-basi. Judul yang dibuat tidak mendayu-dayu, tidak meliuk-liuk, apalagi mendua (ambigu).
- f. Representatif
Artinya judul berita yang telah dibuat dan ditetapkan sudah mewakili dan mencerminkan teras berita. Merujuk pada kaidah penelitian ilmiah, judul mengandung 2 variabel yaitu variabel terkait dan bebas.
- g. Merujuk pada bahasa baku Judul adalah identitas terpenting dalam berita. Media massa yang kredibel tidak mungkin membuat judul berita yang bertolak belakang dengan kapasitas dan reputasinya.
- h. Spesifik
Artinya judul berita tidak hanya harus mewakili teras berita, tetapi juga harus mengandung kata-kata khusus.

Menurut Cangara dalam bukunya Dasar-Dasar Jurnalistik (2010:59) menuturkan bahwa judul berita harus mencerminkan isi berita. Ketika pembaca membaca judul, mereka sudah memperkirakan isi yang dimaksud dalam berita tersebut. Dalam kesepuluh berita yang telah di analisis pada edisi 13 September-18 Oktober 2020, syarat judul berita yang sesuai dengan judul-judul berita tersebut yaitu provokatif. Provokatif yakni judul

yang kita buat harus bisa menarik minat dan antusias khalayak untuk membaca berita tersebut.

Dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan lima edisi berita yang dianalisis sesuai dengan syarat judul berita yaitu provokatif. Berita tersebut antara lain, pertama edisi 18 Oktober 2020 dengan judul “Tega! Oknum Dinsos Batam Ketahuan Warga Rampas Uang Milik Pengemis”, berita edisi ini memiliki judul yang provokatif karena menggunakan kata tega sehingga pembaca seolah-olah ikut merasakan hal yang dengan korban dan muncul lah rasa ketertarikan untuk membaca isi berita tersebut. Berita kedua, edisi 18 September 2020 dengan judul “Kudu Jeli! Spanduk Penjual Laptop Ini Bikin Warganet Tertipu”, dalam berita edisi ini judul berita yang dibuat dapat menimbulkan rasa penasaran pembaca yang kemudian pembaca menjadi tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai isi berita tersebut. Berita ketiga, edisi 20 Oktober 2020 dengan judul “Geger Temuan Reruntuhan Gereja di Laut Hitam Turki, Berapa Usianya?”, judul berita tersebut menggunakan kalimat tanya sehingga pembaca menjadi penasaran untuk membaca isi berita tersebut. Berita keempat, edisi 20 Oktober 2020 dengan judul “Telak! Istana Skakmat Marissa Haque Bilang UU Ciptaker Murtadkan Muslim”, judul berita tersebut menggunakan kata “telak” sehingga pembaca merasa penasaran dan muncul rasa keingin tahuan untuk membaca isi berita tersebut. Berita kelima, edisi 13 Oktober 2020, dengan judul “Calon Pertahanan Dinilai Berpotensi Lakukan Politik Curang, Benarkah?”. Judul berita tersebut menurut peneliti mengandung unsur provokatif karena menggunakan kata “benarkah?” sehingga pembaca menjadi penasaran terhadap isi dari berita tersebut dan muncul ketertarikan untuk membaca berita tersebut.

3. Fungsi Media Massa

Menurut Bungin (2006) media massa merupakan media komunikasi dan informasi yang digunakan sebagai media penyebaran informasi, berita, opini, komentar maupun hiburan secara masal dan dapat diakses oleh masyarakat banyak. Sementara itu menurut Cangara (2010) dikatakan bahwa media merupakan alat atau sarana untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Media massa dapat diartikan sebagai alat yang digunakan sebagai alat komunikasi dengan menjangkau khalayak luas dengan menggunakan beberapa alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi. Dalam menjalankan paradigmanya, media massa memiliki fungsi sebagai berikut:

a. Fungsi Informasi

Fungsi informasi adalah pengetahuan dan pengetahuan adalah kekuatan media menawarkan fakta dan pendapat yang otentik. Informasi ini tepat waktu dan berisi berbagai peristiwa dan situasi yang penting untuk dibagi kepada khalayak ramai sebagai item informatif (Ayu, 2019).

b. Fungsi Persuasi

Media massa juga memiliki fungsi persuasi, atau fungsi untuk mempengaruhi opini masyarakat agar terbentuk paradigma atau pandangan-pandangan tertentu terhadap suatu masalah.

c. Fungsi Edukasi

Media massa berfungsi sebagai agen atau media yang memberikan pendidikan kepada masyarakat, sehingga keberadaan media massa tersebut menjadi bermanfaat karena berperan sebagai pendidik masyarakat.

d. Fungsi Hiburan

Media massa berperan menyajikan hiburan kepada komunikatornya atau dalam hal ini masyarakat luas. Hiburan tersebut misalnya acara musik, komedi, dan lain-lain.

Menurut Effendy (2011:54) Suatu berita dikatakan informatif apabila berita tersebut berisi penjelasan tentang sesuatu/penjelasan informasi. Peneliti menganalisis berita - berita pada situs suara.com bahwa semua berita memiliki fungsi informatif. Berita dalam situs suara.com bersifat informatif karena konten yang disajikan bertujuan untuk menyampaikan suatu informasi kepada khalayak/ pembaca dalam hal ini masyarakat. Dari hasil analisis berita dari situs berita Suara.com, lima berita yang dianalisis mengandung fungsi media massa yaitu informatif. Berita-berita tersebut menyajikan informasi berdasarkan kejadian yang baru saja terjadi sehingga selain memenuhi fungsi informatif, berita yang disajikan juga memiliki nilai kebaruan, disajikan secara aktual dan disajikan dengan cepat.

Kesimpulan

Berdasarkan penjabaran hasil penelitian yang sudah dipaparkan maka diperoleh kesimpulan bahwa berita-berita yang terdapat pada situs berita Suara.com yang telah diamati dalam dua bulan belum memenuhi unsur jurnalistik pada karakteristik umum penulisan berita karena karakter umum 5W1H belum dipenuhi secara keseluruhan. Kaidah jurnalistik berikutnya yang terdiri dari syarat judul berita sudah dipenuhi pada unsur yang

pertama dimana judul berita yang digunakan oleh Suara.Com merupakan judul berita yang provokatif dengan tujuan membangkitkan rasa penasaran pembaca yang nantinya dapat meningkatkan jumlah *pageviews* atau kunjungan dalam laman berita. Terkait dengan fungsi media massa, situs berita Suara.Com sudah memenuhi fungsi media dalam unsur informatif, dimana berita-berita yang disajikan memberikan informasi kepada khalayak atau pembaca.

Daftar Pustaka

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ayu Anugerah Sendari, (2019, September 23). *Peran dan Fungsi Media Massa yang Penting Bagi Khalayak*. Retrieved Oktober 15, 2020, from Liputan 6: <https://hot.liputan6.com/read/4069784/peran-dan-fungsi-media-massa-yang-penting-bagi-khalayak>.
- Bungin Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Kencana Pranada Media Group: Jakarta.
- Cangara Hafied. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Irawan. (2014). Aplikasi Citizen Journalism di Era Konvergensi Media. *Humaniora* , 816-821.
- Karimuddin, A. (2016, maret 16). *Pengguna Aktif Instagram di Indonesia Capai 22 Juta*. Retrieved September 20, 2020, from <https://dailysocial.id/post/pengguna-aktif-instagram-di-indonesia-capai-22-juta>
- Kertanegara M.Rizky. 2018. Penggunaan Clickbait Headline pada Situs Berita dan Gaya Hidup Muslim Dream.co.id. diakses melalui ejournal.unisba.ac.id pada 19 Maret 2021
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Nukman, Lutfhie. (2010, Maret 14). *Media cetak bersaing dengan internet*. Retrieved September 20, 2020, from produser BBC Indonesia: https://www.bbc.com/indonesia/laporan_khusus/2010/03/100312_mediainternet
- Romli Asep M. (2012). *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2018). *Metodelogi Penelitian Kuanitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, N. S. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.