

MEMBANDINGKAN JENIS TEKS BERITA



TP - 2

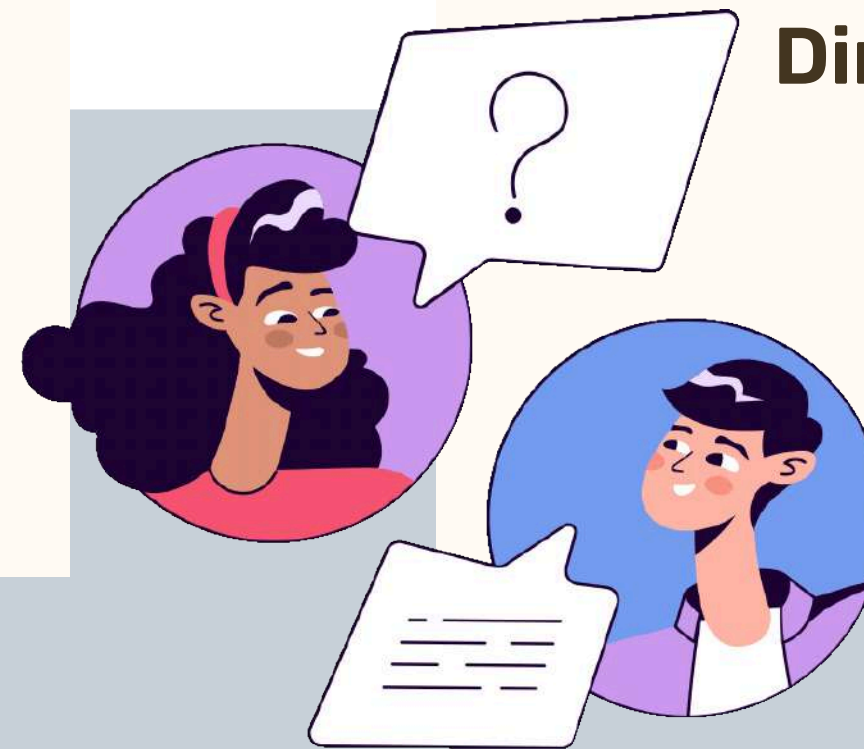


Oleh: Dwi Astuti, S. Pd.

Pemantik



Apakah kalian pernah mendengar informasi yang berkaitan dengan suatu peristiwa?



Dimana kalian dapat melihat berita?

Jadi, apa itu berita?

Berita adalah informasi seputar peristiwa yang terjadi pada suatu waktu.



Lalu, apa itu teks berita?

Teks yang memaparkan peristiwa yang telah terjadi dan sedang terjadi secara kronologis (menurut urutan waktu).

Ciri - Ciri Teks Berita

✓ **Faktual dan Objektif**

Yakni, peristiwa yang diberitakan mengandung kebenaran atau merupakan sesuatu yang benar terjadi, bukan opini atau gagasan penulis.

✓ **Aktual**

Yakni, peristiwa yang diberitahukan masih segar atau baru terjadi, bukan peristiwa lampau (sedang hangat diperbincangkan).

✓ **Kronologis**

Yakni, penyajian alur peristiwa dilakukan secara runtut menurut urutan waktu.

✓ **Bahasa mudah dipahami**

Yakni, menggunakan kalimat yang singkat, padat, dan jelas.



Jenis Teks Berita Berdasarkan Medianya

Media
Cetak



Media
Elektronik
Audio



Media
Elektronik
audio visual



Media
Daring



Keunggulan dan Kekurangan Media Massa

Media	Keunggulan	Kekurangan
Cetak	<ul style="list-style-type: none">• Dapat didokumentasi dalam bentuk kliping, sehingga dapat dibaca kembali sewaktu-waktu.	<ul style="list-style-type: none">• Berita lebih lambat sampai ke pembaca karena proses yang panjang.
Elektronik Audio	<ul style="list-style-type: none">• Informasi dapat lebih sampai kepada masyarakat karena prosesnya singkat dan dapat disampaikan secara langsung (<i>live report</i>).	<ul style="list-style-type: none">• Produk berupa suara sehingga tidak bisa menggambarkan peristiwa secara utuh.• informasi bersifat sekilas (dalam durasi singkat), sehingga tidak dapat diulang dan informasi kurang tuntas.
Elektronik Audio Visual	<ul style="list-style-type: none">• Informasi lebih menarik, karena menyajikan suara dan gambar gerak.• Informasi lebih cepat sampai ke masyarakat melalui siaran langsung.	<ul style="list-style-type: none">• informasi bersifat sekilas (dalam durasi singkat), sehingga tidak dapat diulang dan informasi kurang tuntas.
Daring	<ul style="list-style-type: none">• <i>Up to date, real time, dan praktis</i>: dapat diakses dimanapun berada dengan fasilitas <i>smartphone</i>.• Proses penyajian berita lebih sederhana.• Bersifat interaktif.	<ul style="list-style-type: none">• Menampilkan banyak iklan dalam satu tampilan sehingga kadang mengganggu.

Media Cetak

KOMPAS, KAMIS, 2 JULI 2020

n&Kebudayaan

Momentum Media Massa untuk Berperan

Keputusan perusahaan besar global menghentikan sementara kerja sama iklan dengan Facebook menjadi momentum bagi media massa untuk kembali mengambil peran.

JAKARTA, KOMPAS — Disrupsi yang memukul media konvensional karena kehadiran platform digital global diyakini tidak total dan akan mencapai keseimbangan baru. Salah satu indikatornya ketika sejumlah perusahaan besar global menghentikan sementara kerja sama iklan dengan Facebook, yang membuktikan bahwa media sosial tidak bisa sepenuhnya menggantikan fungsi media massa.

Sistem algoritma, yang menjadi keunggulan komparatif media sosial dibandingkan media konvensional, kini menjadi titik lemah karena ketidakmampuan platform media sosial menghentikan hoaks dan ujaran kebencian. Ini menjadi momentum bagi media konvensional untuk mengambil peran, baik dalam menyediakan informasi maupun bangkit dari keterpurukan karena disrupsi digital.

"Facebook, Google, Amazon memang masih akan menguasai iklan, tetapi publik dan pengiklan masih membutuhkan media massa sebagai sesuatu yang memiliki kemampuan yang tak tergantikan oleh media sosial," kata anggota Dewan Pers, Agus Sudibyo, dalam diskusi daring bertema "New Equilibrium: Fajar Baru untuk Media Jurnalistik", Rabu (1/7/2020), di Jakarta.

Meskipun begitu, kata Agus, media konvensional harus dapat menyajikan informasi yang tidak disajikan media sosial. Kelemahan-kelemahan media sosial, dengan informasi yang sering kali tidak terkonfirmasi dan tidak jelas sumbernya atau informasi yang sekadar fakta, harus menjadi titik tolak bagi media konvensional untuk memperbaiki diri.



Tampilan sejumlah media cetak konvensional yang menjadi sumber informasi di sebuah kantor di Jakarta Pusat, Rabu (1/7/2020). Kehadiran media konvensional masih dibutuhkan masyarakat untuk mendapatkan informasi faktual dan terpercaya guna melawan berita hoaks dan ujaran kebencian yang banyak beredar di media sosial saat ini.

Sayangnya, masih ada media massa yang mengikuti gaya media sosial yang negatif, misalnya menyajikan berita tidak akurat, lebih mengutamakan kecepatan. "Contoh kasus 33 media online yang diadakan ke Dewan Pers karena membuat berita yang tidak akurat. Ini jurnalisisme hit and run. Keseimbangan media massa menyediakan informasi yang kredibel sehingga layak dipertahankan.

Model bisnis baru
Menurut Endy Boyuni, man-

ajemen Pemimpin Redaksi *The Jakarta Post* yang juga anggota Dewan Pengawas Facebook, untuk keberlanjutan, media massa pertama-tama harus berpijak pada jurnalisisme sebagai produk/layanan publik yang layak dipertahankan.

Pada masa pandemi Covid-19 ini, banyak masyarakat yang kembali mengandalkan informasi dari media massa karena media massa menyediakan informasi yang kredibel sehingga layak dipertahankan.

iklan, media massa harus mencari model bisnis baru agar dapat bertahan. *"The New York Times* berhasil dengan *paywall* (berita berlangganan) karena kualitasnya bagus sehingga orang mau membayar. Sampai sekarang di kita belum menemukan model bisnis baru untuk media massa," kata Endy.

Ada dua alternatif untuk menjaga keberlanjutan media massa, kata Endy, dengan bantuan negara seperti yang selama ini diperjuangkan atau dengan bantuan filantropi.

Di Amerika Serikat, CEO Facebook berkomitmen membantu media-media lokal. Di Indonesia, sejumlah media melakukan kerja sama dengan Google untuk operasional dalam bentuk pelatihan ataupun pengecekan fakta.

Keseimbangan baru, kata wartawan senior *Tempo*, Bambang Harymurti, adalah ketika jurnalisisme berkualitas dan bisnis media yang sehat bisa sejalan. Dengan iklan yang tersedot ke platform media global, tantangannya adalah bagaimana membuat kepentingan jurnalisisme berkualitas di Indonesia selaras dengan kepentingan platform media global seperti Facebook.

"Indonesia ini pasar nomor tiga terbesar Facebook setelah India dan Amerika Serikat. Seharusnya Indonesia mempunyai daya negosiasi yang besar dengan Facebook. Tentu kita tidak ingin minta Facebook memberi uang agar kita (media massa) bisa bertahan, tetapi memberi 'kail,'" katanya.

Bambang mengajukan empat kemungkinan kerja sama yang perlu dijajaki dengan Facebook agar tercipta ekosistem bisnis yang lebih adil.

Pertama, Facebook memberi ruang agar ada tanda verifikasi bagi media yang mengikuti kode etik jurnalistik. Kedua, Facebook bekerja sama dengan Dewan Pers membuat algoritma untuk mengecek ketaatan suatu artikel pada kode etik jurnalistik. Ketiga, Facebook berbagi data konsumen media. Keempat, Facebook membuat perjanjian tarif iklan dengan setiap media massa jika perlu melalui algoritma yang disepakati bersama.

(IKA)

Gerindra: Kenaikan PPN 12% Diinisiasi PDIP

Tim detikcom - detikNews

Minggu, 22 Des 2024 08:10 WIB



Wihadi Wiyanto. (Adrial Akbar/detikcom)

Jakarta - Anggota Komisi XI Fraksi Gerindra DPR RI, Wihadi Wiyanto, menegaskan wacana kenaikan PPN 12% merupakan keputusan Undang-Undang (UU) Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (HPP). Aturan itu disebut produk DPR periode 2019-2024 dan diinisiasi oleh PDIP.

"Kenaikan PPN 12%, itu adalah merupakan keputusan Undang-Undang (UU) Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (HPP) dan menjadi 11% tahun 2022 dan 12% hingga 2025, dan itu diinisiasi oleh PDI Perjuangan," kata Wihadi dalam keterangannya, Minggu (22/12/2024).

Wihadi menilai sikap PDIP terhadap kenaikan PPN sangat bertolak belakang saat membentuk UU HPP tersebut. Terlebih, panja pembahasan kenaikan PPN yang tertuang dalam UU HPP dipimpin PDIP.



Media Daring



(a)

Sumber: <https://online.pubhtml5.com/fiug/feqj/files/large/1.jpg>

Gambar 1.1 Berita di Surat Kabar



(b)

Sumber: <https://blokbojonegoro.com/files/2020/12/27/IMG-20201207-WA0033.jpg>

Gambar 1.2 Pembaca Berita Radio



(c)

Sumber: <https://cdn.medcom.id/images/content/2021/01/15/1231711/VtMvmB4aJG.jpg>

Gambar 1.3 Pembawa Berita Televisi



(d)

Sumber: <https://online.pubhtml5.com/fiug/feqj/files/large/1.jpg>

Gambar 1.4 Berita di Internet

Perbandingan Media Cetak dan Media Elektronik

Hal yang Dibandingkan	Media Cetak	Media Elektronik
Definisi	Media massa yang menyampaikan berita dan informasi dalam bentuk hasil cetak (kertas).	Media massa yang menyampaikan berita dan informasi melalui energi elektronik.
Produk	Tulisan yang dicetak dan gambar cetak	audio (suara) dan audio visual (suara-gambar gerak)
Cara mengakses	Membaca	Mendengar dan/atau menonton (memirsas)
Panjang Pendek Informasi yang Diinformasikan	Tergantung kolom yang disediakan	Sekilas
Kemampuan untuk didokumentasi	Dapat didokumentasi	Dapat didokumentasi
Sifat berita	Dapat ditunda	Selintas sehingga tidak dapat ditunda
Waktu pemberitaan	Lambat	Lebih cepat

Coba analisis!

Bandingkan karakteristik berita yang disajikan antara media cetak dan daring, media elektronik dan daring.

Hal yang Dibandingkan	Media Cetak	Media Daring
Definisi	Media massa yang menyampaikan berita dan informasi dalam bentuk hasil cetak (kertas).	
Produk	Tulisan yang dicetak dan gambar cetak	
Cara mengakses	Membaca	
Panjang Pendek Informasi yang Diinformasikan	Tergantung kolom yang disediakan	
Kemampuan untuk didokumentasi	Dapat didokumentasi	
Sifat berita	Dapat ditunda	
Waktu pemberitaan	Lambat	

Hal yang Dibandingkan	Media Elektronik	Media Daring
Definisi	Media massa yang menyampaikan berita dan informasi melalui energi elektronik.	
Produk	Audio (suara) dan audio visual (suara-gambar gerak)	
Cara mengakses	Mendengar dan/atau menonton (memirsa)	
Panjang Pendek Informasi yang Diinformasikan	Sekilas	
Kemampuan untuk didokumentasi	Dapat didokumentasi dengan direkam dalam bentuk audio dan/atau audiovisual	
Sifat berita	Selintas sehingga tidak dapat ditunda	
Waktu pemberitaan	Lebih cepat	