















Untuk memperoleh informasi pada waktu itu, bagi orang-orang Romawi kaya yang mempunyai banyak uang dan budak, maka budak yang memiliki kepandaian menulis dan membaca mencatat isi *acta diurna* tersebut kemudian disampaikan kepada majikannya. Dengan demikian para bangsawan tersebut dapat mengetahui pengumuman yang ada pada *acta diurna*. Kegiatan yang dilakukan oleh para budak tersebut secara terus menerus, maka timbullah " Slave Reporter ". Mereka selain bertugas sebagai pencatat *acta diurna* diwajibkan juga untuk mengikuti rapat-rapat senat dan mencatat apa yang dibicarakan, kemudian hasilnya disampaikan kepada majikannya secara tertulis.

Jadi para budak tersebut pada waktu itu bukan hanya mengurus keperluan-keperluan para majikannya di rumah, melainkan juga bertugas untuk memberikan informasi kepadanya dengan mencatat pengumuman yang ada di *acta diurna*. Dengan adanya tugas tersebut maka para budak berinisiatif untuk memperjualbelikan pengumuman yang ada *diacta diurna* dan berita lainnya yang dianggap penting seperti berita pernikahan.

Selain *acta diurna* juga ada *acta senatus*. *Acta senatus* ini hanya memuat khusus berita-berita senat, karena dipasang di tempat umum, maka isi pesannya juga bersifat umum. Siapa saja bisa membacanya. Dari papan inilah berita-berita tentang kekaisaran yang baik-baik tersebar sampai ke luar Roma, melalui pelaut-pelaut yang singgah di kota Roma. Nasib *acta diurna* dan *acta senatus* ikut lenyap bersama lenyapnya







dengan “media tercetak” lainnya, seperti *Avisa Realtion Oder Zeitung, Weekly News* pada abad ke-16.

Hadirnya jurnalistik cetak di hadapan khalayak luas secara sederhana diarahkan untuk membuka “mata pembaca” dalam mengenali dan memahami perubahan yang terjadi di permukaan muka bumi ini. Karna itulah fungsi jurnalistik cetak dapat dirincikan sebagai berikut:

- 1) To inform yaitu meng informasikan kepada pembaca secara objektif tentang apa yang terjadi dalam suatu komunitas, Negara dan Dunia.
- 2) To comment yaitu mengomentari berita yang disampaikan dan mengembangkannya ke dalam focus berita.
- 3) To provide, yaitu menyediakan keperluan informasi pembaca yang membutuhkan barang dan jasa melalui pemasangan iklan di media cetak.
- 4) Untuk mengkampanyekan proyek-proyek yang bersifat kemasyarakatan yang diperlukan sekali untuk membantu kondisi-kondisi tertentu.
- 5) Memberikan hiburan kepada pembaca dengan sajian cerita dan gambar atau cerita-cerita khusus.
- 6) Melayani pembaca sebagai konselor yang ramah, menjadi agen informasi dan pejuang hak asasi.

Berpijak dari detail fungsi jurnalistik cetak tersebut, maka secara konseptual jurnalistik cetak tidak dimaknai sebagai ilmu, proses dan karya jurnalistik yang disiarkan kepada khalayak melalui media tercetak saja, tapi harus dimaknai sebagai sarana alternative yang mampu membangkitkan motivasi dan kemandirian masyarakat dalam memahami arti penting sebuah informasi sebagai pengembang kehidupan secara hakiki. Dengan demikian, praktisi jurnalistik cetak akan selalu berpikir seribu kali jika ingin mengarahkan produknya ke nilai-nilai *vulture journalism* (jurnalistik yang mengikuti selera rendah khalayak), dan tetap konsisten pada pembentukan nilai-nilai yang mengarah pada *vulture journalism* (jurnalistik yang mengarahkan khalayak pada kesadaran akan masa depan).

Sementara itu produk jurnalistik cetak yang dihasilkan bentuknya cukup beragam. Secara singkat dapat dikatakan adalah semua barang cetakan yang tujuannya memberikan informasi kepada khalayak luas. Namun demikian yang perlu diperhatikan adalah dalam setiap bentuk jurnalistik cetak tersebut adalah sub bentuk yang “mewarna” isi produk tersebut. Misalnya surat kabar, didalamnya terdapat berbagai macam bentuk tulisan seperti, berita



- 1) Radio sebagai media public yang mawadahi sebanyak mungkin kebutuhan dan kepentingan pendengarnya (*to inform, to educate and to entertain*)
- 2) Radio sebagai media penyampaian informasi dari satu pihak kepihak yang lain.
- 3) Radio sebagai sarana mobilisasi pendapat public dalam mempengaruhi kebijakan.
- 4) Radio sebagai sarana untuk mengikat kebersamaan dlam semangat kemanusiaan dan kejujuran.

Untuk memaksimalkan media radio dalam berjurnalistik secara porposional dan professional serta memberdayakan khalayak, maka pemahaman terhadap aspek fisik media radio menjadi perlu diperhatikan. Pemerhatian ini perlu didasari oleh argumentasi bahwa (1) dengan memahami karakter media radio, jurnalistik radio akan mengetahui dimana letak kelebihan dan kekurangan media ini sebagai dasar peroduk karya, (2) dapat menentukan pendekatan terhadap khalayak pendengar sehingga informasi yang disampaikan tepat pada sasaran.









dengan kemampuan teknologi ini pula, seseorang dapat menjadi wartawan yang menghadirkan berbagai bentuk karya tulisannya dan mempublikasikannya melalui email atau weblog yang dimilikinya tanpa bergantung pada lembaga informasi manapun.

Jurnalistik cyber media (cyber journalism) dalam bahasa yang lain dikenal dengan nama jurnalisme online. Dikatakan demikian karna pola kerja dan pengakses informasi model ini selalu menggunakan media internet (computer). Dengan media internet inilah produk yang dihasilkan dari kerja jurnalistik cybermedia langsung dapat dinikmati khalayak, tanpa terikat oleh waktu dan prosedur buku lembaga penyiaran manpun, bahkan pola saat peristiwa berlangsung, informasi dapat diakses langsung.

Sebagai bentuk baru dalam berjurnalistik, maka jurnalistik cyber media ini dapat dikenali wujudnya dengan melihat cirri khasnya, yaitu:

- 1) Sifatnya yang real time, berita, kisah-kisah, peristiwa bias langsung dipublikasikan pada saat kejadian sedang berlangsung.
- 2) Dari sisi penerbit, mekanisme publikasi real time itu lebih leluasa tanpa dikerangkengi oleh perodesesai maupun jadwal penerbit atau siaran.































jurnalistik yang dihasilkan wartawan mampu menjadi *driving force of factor* dalam perujutan peradaban informasi yang logis, etis dan estetis, atau dalam bahasa lain di sebut sebagai *future journalism*, sebuah pola jurnalistik masa depan yang menjadikan khalayak lebih cerdas, moralis dan berestetika.

Lalu, sebenarnya etika jurnalistik itu. Pemahaman kata ini dapat dilacak dari kata etika. Etika secara etimologi berasal dari bahasa Yunani; *ta etha*, yakni bentuk jamak dari *ethos* berarti adat kebiasaan. Dari kata inilah terbentuk kata etika yang oleh Aristoteles dipakai untuk menunjukkan filsafat moral. Kata moral berasal dari bahasa Latin *mos* (jamak: *mores*), yang berarti kebiasaan, adat (Syafie : 2004). Kata etika sama dengan moral, keduanya berarti adat kebiasaan. Menurut Kamus Bahasa Indonesia (1998), etika memiliki tiga arti: a. ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk tentang hak dan kewajiban moral (akhlak) ; b. kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak ; c. nilai mengenai tindakan yang benar dan salah yang dianut suatu golongan masyarakat.

Menurut Syafie (2004) etika merupakan suatu sikap, kesedihan jiwa seseorang untuk senantiasa taat dan patuh kepada seperangkat aturan-aturan kesusilaan. Kebanyakan orang merasa bahwa norma-norma dan hukum-hukum mempunyai peranan yang besar dalam bidang etika.









yang kongkrit, yang mana khusus menyangkut perilaku tertentu pada waktu dan tempat tertentu.

Perilaku disini bukannya disebabkan atau dipengaruhi oleh faktor-faktor internal dan eksternal tersebut, melainkan perilaku ini akan mengikuti pola-pola tertentu yang diciptakan oleh faktor-faktor tersebut.

Interaksi antara faktor internal dan eksternal sejalan dengan teori kognitif dan teori lapangan. Dimana jika kondisi stimulus meragukan atau tidak jelas padahal motif cukup kuat, maka faktor-faktor internal akan lebih berpengaruh. Sebaliknya, apabila faktor motif kurang kuat, padahal stimulusnya jelas, maka faktor luar akan lebih berpengaruh.

Dalam rangka rujukan ini, menurut Sherif ada patokan-patokan tertentu (anchors) yang menjadi pedoman perilaku. Patokan-patokan inilah yang dianalisis oleh Sherif dalam teorinya dan dicari sejauh mana pengaruhnya terhadap penelitian social yang dilakukan oleh individu.

Dengan demikian dapat dikatakan teori penelitian social ini khusus mempelajari proses psikologi yang mendasari pernyataan sikap dan perubahan sikap melalui komunikasi. Anggapan dasarnya bahwa dalam menilai, manusia membuat diskriminasi kategorisasi stimulus-stimulus. Dalam diskriminasi dan kategorisasi manusia melakukan perbandingan-perbandingan antara berbagai alternatif dan salah satu alternatif adalah referensi internal atau standar yang disusun oleh individu untuk menilai stimulus-stimulus yang



