

Nilai Berita dalam Jurnalis Komik

Sakti Ahmad Fajri*, Rini Rinawati

Prodi Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*saktiahmadfajri@gmail.com, nierini66@gmail.com

Abstract. The genre of comic journalism has not been widely used in Indonesia. The combination of journalism and comics is a breath of fresh air for various forms of journalistic products in Indonesia. An alternative media called Jurnaliskomik has succeeded in combining journalistic activities with comics and breaking the stigma of comics in society which has been considered fictitious and imaginative. In its products, Jurnaliskomik applies news values and tries to make boundaries between the objectivity of a journalist and the imagination of a comic artist. This research uses a descriptive qualitative method. In this case, researchers tried to find information about news values in comic journalists, which in this case was carried out on Instagram @jurnaliskomik. The results of this study found that in the production process, Jurnaliskomik still carries out journalistic activities and Jurnaliskomik has implemented news values in each of its products. There are three news values that stand out from Jurnaliskomik products, including timeliness, prominence, and proximity. As an alternative media, Jurnaliskomik will always produce news from its idealistic point of view.

Keywords: *Comic Journalists, News Value, Alternative Media.*

Abstrak. Genre jurnalisisme komik belum banyak digunakan di Indonesia. Penggabungan antara jurnalistik dan komik menjadi angin segar bagi ragam bentuk produk jurnalistik di Indonesia. Sebuah media alternatif bernama Jurnaliskomik berhasil menggabungkan kegiatan jurnalistik dengan komik dan mematahkan stigma komik di masyarakat yang selama ini dinilai fiktif juga imajinatif. Pada produknya Jurnaliskomik menerapkan nilai-nilai berita dan mencoba membuat batasan antara objektivitas seorang jurnalis dengan imajinasi seorang komikus. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Dalam hal ini peneliti berusaha mencari informasi mengenai nilai-nilai berita dalam jurnalis komik yang pada kasus ini dilakukan pada Instagram @jurnaliskomik. Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa dalam proses produksinya, Jurnaliskomik tetap melakukan kegiatan jurnalistik dan Jurnaliskomik telah menerapkan nilai-nilai berita dalam setiap produknya. Terdapat tiga nilai berita yang menonjol dari produk Jurnaliskomik, di antaranya timeliness (masa), prominence (terkenal), dan proximity (jarak). Sebagai media alternatif, Jurnaliskomik akan selalu memproduksi berita dari sudut pandang idealisnya..

Kata Kunci: *Jurnalis Komik, Nilai Berita, Media Alternatif.*

A. Pendahuluan

Bertepatan World Press Freedom pada 3 Mei 2017 sebuah media dengan membawa warna baru dalam produk jurnalistik. Didirikan oleh Hasbi Iman, Jurnaliskomik media dengan genre jurnalisme komik hadir untuk meleburkan batas keraguan antara fakta seorang jurnalis dan opini seorang komikus. Jurnaliskomik merupakan media alternatif pertama di Indonesia yang menerapkan jurnalisme komik dalam peliputannya.

Media yang memiliki slogan “Fakta dalam Balon Kata” ini ingin membangun jembatan antara warga dan pemerintah, maka dari itu Jurnaliskomik hadir dengan pemberitaan berupa cerita-cerita kecil yang luput dari media massa. Sebagai contoh pemberitaan berjudul “Berburu Planet Baru” yang menceritakan tentang seorang Dani Mandey Staf dan Astronom Observatorium Bosscha yang bekerja mengamati planet bahkan mencari planet baru. Cerita ringan yang informatif seperti ini seringkali tak kita jumpai pada media mainstream. Selain menghadirkan angin segar dalam produk jurnalistik, Jurnaliskomik juga membawa warna baru bagi industri komik Indonesia yang selama ini didominasi oleh kisah fiksi.

Mengingat jurnalistik komik adalah bentuk lain dari produk jurnalistik yang dalam proses penerapan kegiatan jurnalistiknya bisa saja berbeda dan memiliki keunikan tersendiri. Selain itu nilai berita yang terkandung dalam setiap produknya menjadi perhatian peneliti, mengingat produk jurnalistik yang dihasilkan berupa jurnalistik komik yang terdiri dari jurnalistik dan komik.

Selanjutnya peneliti melihat keunikan antara praktik jurnalistik dan komik sebagai perpaduan dalam membuat sebuah produk jurnalistik. Menjembatani kerjasama seorang jurnalis dan seorang komikus menjadi tantangan tersendiri bagi Jurnaliskomik. Selain itu praktik jurnalistik yang melarang adanya percampuran antara fakta dan opini membuat genre yang satu ini semakin unik, yang di mana kreator harus mengkolaborasikan fakta dilapangan seorang jurnalis dengan imajinasi dalam komik dari seorang komikus. Di sini juga peneliti perlu mengetahui proses kegiatan jurnalistik dilakukan oleh tim Jurnaliskomik dan kandungan nilai-nilai jurnalistik yang sehingga produk ini layak untuk disebarluaskan atau dikonsumsi masyarakat dengan sangat informatif.

B. Metodologi Penelitian

Paradigma

Paradigma konstruktivisme dipilih peneliti dengan tujuan agar peneliti dapat mencoba memahami konstruksi yang sudah ada sebelumnya mengenai nilai berita dan kegiatan jurnalistik yang dilakukan oleh tim Jurnaliskomik dalam setiap peliputannya.

Metode Kualitatif

Definisi metode kualitatif menurut Bogdan dan Taylor merupakan metode dengan prosedur penelitian sehingga dapat menghasilkan data secara deskriptif yang berupa teks tertulis, tentunya dan lisan dari setiap orang dan perilaku yang diamati.

Pendekatan Deskriptif

Peneliti melakukan penelitian kualitatif deskriptif karena peneliti mengumpulkan data berupa kata-kata, tidak mencakup angka, tetapi dengan pemaparan secara deskriptif, yaitu berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, dan kejadian yang terjadi menjadi fokus perhatiannya untuk kemudian dijabarkan sebagaimana adanya. Penelitian ini juga bersifat lapangan (field research).

Selain itu, peneliti menggunakan sifat kualitatif deskriptif untuk mengeksplorasi suatu fenomena atau realitas sosial dan untuk memperoleh jawaban dengan gambaran jelas dan mendetail mengenai nilai berita dan kegiatan jurnalistik yang dilakukan oleh tim Jurnaliskomik dalam setiap peliputannya.

Subjek Penelitian

Dalam konteks penelitian ini, peneliti telah menentukan subjeknya adalah Tim Jurnaliskomik. Hal itu didasarkan pada keterlibatan mereka yang sudah lama menjalankan kegiatan Jurnaliskomik dan bersedia untuk meluangkan waktu untuk dimintai informasi.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah pencatatan peristiwa-peristiwa atau hal-hal atau keterangan-keterangan atau karakteristik-karakteristik sebagian atau seluruh elemen populasi yang akan menunjang atau mendukung penelitian.

1. Data Primer
Data primer adalah suatu data yang diperoleh lalu dikumpulkan secara langsung di lapangan oleh seseorang yang sedang melakukan penelitian atau bersangkutan dengan orang yang memerlukannya dengan cara Wawancara & Observasi
2. Data Sekunder
Data sekunder adalah data yang diperoleh dan dikumpulkan oleh peneliti dari Studi Kepustakaan

Teknik Analisis Data

1. Reduksi Data
Dalam tahap ini peneliti mereduksi data menjadi lebih mengerucut dan memfokuskan hal-hal yang didapatkan dari data lapangan mengenai penerapan nilai berita pada produk Jurnaliskomik, kegiatan peliputan, serta peran Jurnaliskomik sebagai media alternatif di media sosial Instagram.
2. Penyajian Data
Pada tahap ini peneliti akan memiliki hasil laporan dari lapangan yang sangat banyak. Pada langkah ini peneliti berusaha menyusun data yang relevan, sehingga dapat menjadi informasi yang dapat disimpulkan dan memiliki makna tertentu.
3. Penarikan Kesimpulan
Dalam penarikan kesimpulan sebenarnya peneliti sudah melakukan hal tersebut secara terus-menerus selama dilapangan. Kesimpulan yang didapat tersebut diverifikasi dengan memikirkan kembali proses-proses verifikasi data seperti: penulisan, tinjauan kembali catatan di lapangan, tinjauan ulang dan bertukar pikiran.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penerapan Nilai-Nilai Berita dalam Produk Jurnalistik

Nilai-nilai berita merupakan konsep-konsep penting dalam menentukan apa yang diminati atau yang perlu diminati oleh pembaca (Stovall, 2005). Dalam arti, nilai-nilai berita berfungsi untuk membedakan perkara-perkara yang boleh dianggap sebagai ‘berita’ dan ‘bukan berita’. Dalam teorinya, Stovall membagi nilai berita ke dalam tujuh kategori yang terdiri dari:

1. Kesan (*Impact*)
Dalam penerapannya, Jurnaliskomik mendiskusikan nilai berita ini pada tahap penentuan isu berita. Pada diskusi tersebut nilai kesan dalam sebuah berita dipertimbangkan. “Kita diskusi impact dari berita yang bakal kita naikin itu bakal kaya gimana, entah itu menarik dan menambah pengetahuan atau justru menimbulkan kegaduhan.” Selain itu dalam pemilihan isu berita, Jurnaliskomik lebih sering mengangkat isu sosial atau *human interest* yang dituangkan dalam bentuk komik dengan elemen emosi di dalamnya.
2. Masa (*Timelines*)
Nilai berita ini diterapkan dalam pemilihan isu berita, Jurnaliskomik memilih isu yang memiliki nilai timeless atau tidak terikat oleh waktu yang biasanya berupa *feature*. Pembaca tetap bisa menikmati berita Jurnaliskomik tanpa merasa isu pemberitaan tersebut sudah kadaluarsa atau basi. Jurnaliskomik jarang mengangkat *straight news* karena proses menggambar akan memakan waktu yang cukup lama.

3. Terkenal (*Prominence*)
Dalam beritanya, Jurnalisme Komik mengangkat isu-isu lokal yang dekat dengan masyarakat, hal ini merupakan salah satu fungsi media alternatif. Tetapi, dalam beberapa pemberitaannya Jurnalisme Komik menerapkan nilai berita terkenal seperti pemberitaan tokoh besar di Indonesia.
4. Jarak (*Proximity*).
Dalam kasus ini Jurnalisme Komik yang merupakan media alternatif dengan memberitakan isu-isu lokal yang dekat dengan pembaca baik secara geografis maupun psikologis. Seperti pemberitaan Jurnalisme Komik yang berjudul “Bandung (Yang Masih) Lautan Api” dalam berita tersebut menceritakan rangkuman kasus kebakaran di Kota Bandung. Bagi masyarakat Bandung berita ini memiliki kedekatan secara geografis sehingga masyarakat Bandung merasa berita ini penting dan menarik untuk dibaca.
5. Konflik (*Conflict*)
Jurnalisme Komik dalam pemberitaannya tidak menghindari kasus konflik atau permasalahan. Selama kasus tersebut sudah selesai atau sudah menemukan titik temu Jurnalisme Komik akan mengangkat berita tersebut. Kasus yang selama ini dihindari Jurnalisme Komik adalah kasus yang belum terselesaikan karena Jurnalisme Komik ingin dalam setiap berita yang mereka angkat, pembaca akan mendapatkan semua informasi hingga tuntas tanpa harus mempertanyakan apapun lagi.
6. Peristiwa yang Aneh (*Bizarre*)
Peristiwa yang jarang terjadi atau unik selalu memiliki daya tarik bagi pembaca. Bagi Jurnalisme Komik, pemilihan isu yang akan diangkat menjadi pertimbangan penting untuk menarik minat pembaca. Jurnalisme Komik menggunakan sudut pandang berbeda meski harus melewati proses yang lebih lama hingga bisa menciptakan eksklusivitas konten.
7. Terkini (*Currency*)
Kebaruan atau terkini merupakan nilai berita yang penting terutama dalam straight news. Jurnalisme Komik lebih sering memberitakan feature agar topik yang diberitakan masih relevan untuk dibaca sampai kapanpun. Meskipun harus mengangkat isu pemberitaan yang sedang tren, Jurnalisme Komik akan mencari sudut pandang yang dinilai lebih *timeliness*.

Kegiatan Jurnalistik dalam Setiap Peliputan Jurnalisme Komik

Berikut ini tahapan Jurnalisme Komik dalam memproduksi berita:

1. Mendiskusikan isu yang akan diangkat
Dalam tahap ini, reporter dan komikus berdiskusi mengenai isu yang akan diangkat dengan mempertimbangkan beberapa hal seperti, seberapa penting isu tersebut dibahas, seaneh apa isu tersebut, dan apa efek yang akan ditimbulkan jika memberitakan isu tersebut.
2. Diskusi sudut pandang
Setelah menentukan isu, proses selanjutnya adalah berdiskusi untuk menentukan sudut pandang. Proses ini cukup membutuhkan waktu yang lama karena memerlukan riset untuk membedakan sudut pandang dari pemberitaan media lain.
3. Liputan dengan wawancara
Jurnalisme Komik biasanya melakukan liputan dengan metode wawancara karena sering mengangkat isu *human interest*. Dalam proses wawancara, Jurnalisme Komik mencoba mempertanyakan hal yang belum dibahas oleh media lain, namun tetap dengan menjaga kenyamanan, privasi, dan tidak menyinggung perasaan narasumber. Selama proses peliputan berlangsung, Jurnalisme Komik juga melakukan penggambaran suasana dapat berupa foto atau pengamatan yang dilakukan oleh reporter atau komikus.
4. Hasil wawancara
Hasil wawancara dibuat transkrip secara detil untuk mempermudah komikus dalam menggambarkan kejadian dan suasana yang sebenarnya.
5. Transkrip wawancara dibuat storyboard
Storyboard dibuat perhalaman komik agar komikus mudah saat menggambar. Dalam storyboard terdiri dari teks narasi berita dan isi balon kata yang berupa kutipan narasumber. Kemudian, storyboard dibaca ulang untuk meminimalisir informasi yang terlewat sebelum diserahkan pada komikus.

6. Storyboard divisualisasikan
Setelah sampai di komikus, storyboard mulai divisualisasikan dalam bentuk komik. Saat proses menggambar komik berlangsung reporter dan komikus tetap melakukan komunikasi untuk memastikan agar yang digambar sesuai dengan narasi berita.
7. Verifikasi gambar
Saat gambar komik selesai dikerjakan, selanjutnya adalah melakukan verifikasi gambar dan tulisan. Hal ini dilakukan agar hasilnya sesuai dengan kejadian dan fakta di lapangan. Jika sudah sesuai, berita yang telah digambar ini akan disebarluaskan kepada khalayak melalui media alternatif Instagram.

D. Kesimpulan

Seperti yang telah dipaparkan di atas, penelitian ini berfokus pada deskripsi nilai-nilai berita dalam produk Jurnaliskomik. Setelah dilakukan penelitian dan pembahasan, maka peneliti menarik kesimpulan dalam beberapa poin, di antaranya:

1. Nilai-nilai berita dalam Jurnaliskomik, dibuktikan dalam teori nilai berita oleh Stovall. Terdapat tiga nilai berita yang menonjol dalam produk Jurnaliskomik, yaitu timeless, proximity, dan prominence. Dalam prosesnya, Jurnaliskomik akan menentukan isu yang mengandung ketiga nilai berita tersebut.
2. Dalam proses produksinya, Jurnaliskomik tetap melakukan kegiatan jurnalistik yang terdiri dari riset terhadap isu berita, melakukan peliputan, mengolah hasil peliputan, dan menyusunnya hingga layak untuk disebarluaskan pada khalayak. Namun, yang membedakan terdapat pada tahap pembuatan storyboard.
3. Sebagai media alternatif yang eksis di media sosial Instagram, Jurnaliskomik senantiasa untuk selalu memberitakan informasi dengan sudut pandang yang berbeda. Sebagaimana perannya media alternatif yang menjadi pilihan pembacanya dalam mencari informasi yang anti-mainstream/berbeda dengan media pada umumnya.

Daftar Pustaka

- [1] Allifiansyah, Sandy. (2015). *Media Alternatif di Indonesia (Napak Tilas dan Pencarian Arah di Masa Depan)*. Universitas Gadjah Mada.
- [2] Atton, Chris. (2002). *Alternative Media*. London: SAGE Publications.
- [3] Bond, F. Fraser. (1961). *An Introduction to Journalism, A Survey of the Fourth. Estate in All its From, Second Edition*. New York : The Macmillan Company.
- [4] Kovach, Bill dan Tom Rosenstiel. 2001. *Sembilan Elemen Jurnalisme (terj.)* Jakarta: Pantau
- [5] Patricia, F. D. (2018). Analisis Semiotika Komunikasi Visual Buku “Memahami Komik” Scott McCloud. *Jurnal Studi Komunikasi*, 2(2).
- [6] Handoko, Triyo. (2022). Yang Unik dari Jurnalisme Komik. *Remotivi*.
- [7] Romli, Khomsahrial. 2016. *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Grasindo.
- [8] Santana, Septiawan, 2005. *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- [9] Stovall, J.G (2005). *Journalism*. Pearson Education, Boston.
- [10] Hasbi Asdiqi and Andalusia Neneng Permatasari, “Rubrik Review Pophariini sebagai Referensi Eksplorasi Perkembangan Musik Indonesia,” *Jurnal Riset Jurnalistik dan Media Digital (JRJMD)*, vol. 4, no. 1, pp. 25–32, 2024.
- [11] Vera Sukma Maghfirah and Alex Sobur, “Perlawanan Kaum Perempuan terhadap Dominasi Patriarki dalam Novel,” *Jurnal Riset Jurnalistik dan Media Digital*, pp. 105–112, Dec. 2023, doi: 10.29313/jrjmd.v3i2.2705.
- [12] Finsensius Yuli Purnama and Adven Sarbani, “Tular Nalar: Upaya Melahirkan Lingkar Epistemik Literasi Digital,” *Jurnal Riset Jurnalistik dan Media Digital*, pp. 49–52, Jul. 2023, doi: 10.29313/jrjmd.v3i1.2234.