**BAB II**

**KAJIAN PUSTAKA**

1. **Kajian Minat**
2. **Pengertian Minat**

Secara sederhana, minat berarti kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu, kemudian membuktikannya dalam perilaku yang terlihat mengenai apa yang menjadi minatnya. Dalam aktivitas diperlukan pemusatan perhatian, sehingga seseorang bisa melakukan apapun yang sebelumnya tidak bisa dilakukan dan ini sangat berkaitan dengan minat yang ada di dalam pribadi seseorang.

Mengenai pembahasan minat, banyak ahli yang menggunakan pendapatnya. Menurut Reber, minat termasuk dalam istilah populer psikologi karena kebergantungannya yang banyak pada faktor-faktor internal seperti pemusatan perhatian, keingintahuan, motivasi dan kebutuhan.[[1]](#footnote-2)

Minat dalam kamus lengkap bahasa indonesia memiliki arti perhatian, kesukaan dan kecenderungan hati,[[2]](#footnote-3) sedangkan oleh Syaifullah Bahri Djamarah, minat adalah kecenderungan yang menetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas, arti tersebut berarti seseorang yang berminat pada suatu aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dengan rasa senang, atau dengan kata lain minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh.[[3]](#footnote-4)Sehingga hasil dari aktivitas tersebut bisa maksimal dan memuaskan bagi pelakunya.

Muhibbin Syah, seseorang akan menaruh perhatian lebih terhadap bidang yang diminati dan berusaha semaksimal mungkin untuk mencapai dan mewujudkan apa yang menjadi minatnya.[[4]](#footnote-5)

Zakiah Daradjat dkk, mengartikan minat adalah kecenderungan jiwa yang tetap ke jurusan suatu hal yang berharga bagi orang, sedangkan menurut Pasaribu dan Simanjuntak, minat sebagai suatu motif yang menyebabkan individu berhubungan secara aktif dengan sesuatu yang menariknya.[[5]](#footnote-6)

W. S Winkel berpendapat, minat adalah kecenderungan yang menetap dalam subyek untuk merasa senang berkecimpung di bidang itu.[[6]](#footnote-7) Sedangkan menurut Witherington, minat adalah kesadaran seseorang terhadap suatu objek, seseorang, suatu soal atau situasi tertentu yang mengandung sangkut paut dengan dirinya atau dipandang sebagai sesuatu yang sadar.[[7]](#footnote-8)

Berdasarkan uraian pengertian para ahli di atas maka minat dapat diartikan sebagai kecenderungan seseorang yang lebih terhadap suatu bidang baik pekerjaan atau pelajaran atau yang lainnya, sehingga memiliki semangat yang tinggi dan berusaha sekuat tenaga untuk mencapai keberhasilan mengenai apa yang diminatinya.

1. **Macam-macam Minat**

Berbagai tokoh dan para ahli membagi minat secara berbeda-beda, minat menurut Noeng Muhajir yang disimpulkan dalam Esti Dewi A bahwa minat dibedakan menjadi:

1. Minat yang diekspresikan, seseorang dapat menentukan minat atau pilihannya dengan kata-kata tertentu, misalnya: seseorang mengatakan bahwa dirinya tertarik untuk mengumpulkan uang logam, perangko dll.
2. Minat yang diwujudkan, seseorang dapat mengungkapkan minat bukan hanya melalui kata-kata, melainkan dengan perbuatan dan tindakan. Misalnya kegiatan olahraga, pramuka dan sebagainya yang mampu menarik perhatian.

Sedangkan menurut Pasaribu dan Simanjutak, mengatakan bahwa minat dapat dibedakan menjadi 2 yaitu:

1. Minat aktual, adalah minat yang berlaku pada obyek yang ada pada suatu saat dan ruangan yang kongkrit. Minat aktual ini disebut perhatian yang merupakan dasar dari proses belajar.
2. Minat disposisional, yaitu minat yang mengarah pada pembawaan dan menjadi ciri hidup seseorang.[[8]](#footnote-9)

D.E Super membuat klasifikasi minat menjadi beberapa macam, antara lain adalah:

a. Minat sebagai ekspresi seseorang untuk mengatakan suka atau tidak suka terhadap sesuatu.

b. Minat adalah sesuatu yang diekspresikan untuk berpartisipasi dalam suatu aktivitas.

c. Minat sebagai bentuk seseorang berusaha untuk mempelajari dan lebih mengenal terhadap sesuatu.[[9]](#footnote-10)

Berdasarkan bentuk-bentuk yang dikemukakan di atas, maka bentuk minat adalah segala aktivitas yang diekspresikan secara aktif dengan perasaan senang, sehingga seseorang lebih bersemangat untuk mencapai apa yang menjadi minatnya.

1. **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat**

Minat seseorang akan sesuatu atau hal tertentu tidak akan muncul secara tiba-tiba akan tetapi minat muncul karena adanya suatu keinginan dan kebutuhan, sehingga minat dapat juga disebut sebagai alat motivasi yang begitu penting. Dengan adanya minat maka suatu pekerjaan akan berjalan dengan lancar dan hasilnya akan lebih memuaskan bagi pelakunya, mengenai minat dapat ditumbuhkan dengan cara-cara sebagai berikut:

1. Membangkitkan adanya suatu kebutuhan sehingga dia rela dalam melakukan pekerjaan yang diminatinya.
2. Menghubungkan dengan persoalan pengalaman yang lampau sehingga memudahkan untuk menerima bahan pelajaran.
3. Memberi kesempatan untuk mendapatkan hasil yang baik dengan cara menyediakan lingkungan belajar yang kreatif dan kondusif.
4. Menggunakan berbagai macam bentuk mengajar.[[10]](#footnote-11)

Menurut Crow and Crow dalam Sadirman yang menyebutkan bahwa ada tiga faktor yang mendasari timbulnya minat seseorang yaitu :

1. Faktor dorongan yang berasal dari dalam, yakni berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan.
2. Faktor motif sosial, timbulnya minat dari seseorang dapat didorong dari motif sosial yaitu kebutuhan untuk mendapatkan penghargaan dan lingkungan mereka berada.
3. Faktor emosional, merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap sesuatu kegiatan atau obyek tertentu.[[11]](#footnote-12)

Secara garis besar minat bukan merupakan bawaan dari lahir akan tetapi diperoleh ketika seseorang melakukan suatu aktifitas, sebagaimana yang di ungkapkan oleh Benard dalam Sadirman bahwa timbulnya minat tidak terjadi secara spontan, melainkan timbul akibat partisipasi, pengalaman dan kebiasaan pada waktu belajar atau bekerja.[[12]](#footnote-13)

Selain itu timbulnya minat juga di pengaruhi oleh adanya praktek-praktek secara rutin yang berkaitan dengan apa yang menjadi minat seseorang.[[13]](#footnote-14)

Jadi dapat disimpulkan bahwa minat pada sesuatu dipengaruhi oleh dua faktor, yakni faktor internal dan faktor eksternal yang saling berkaitan antara satu faktor dengan faktor lainnya. Faktor internal meliputi segala sesuatu yang berasal dari individu seperti kondisi fisik, mental, emosi, rasa ingin tahu, sedangkan faktor eksternal meliputi segala yang berasal dari luar individu seperti kondisi lingkungan individu berada.

1. **Kajian Intensi**

**1.) Pengertian Intensi**

Hampir setiap perilaku manusia akan didahului dengan adanya intensi untuk berperilaku. Seseorang yang berminat belum tentu melakukan suatu perilaku, akan tetapi jika seseorang berintensi maka kemungkinan besar akan terwujud suatu perilaku. Jika ingin mengetahui apa yang akan dilakukan seseorang maka cara terbaik adalah dengan mengetahui intensi orang tersebut. Berikut akan di paparkan beberapa pengertian intensi dari berbagai sumber dan para ahli.

Kamus lengkap bahasa indonesia oleh Desy Anwar mendefinisikan intensi adalah keinginan atau permohonan khusus yang diajukan oleh seseorang,[[14]](#footnote-15) sedangkan menurut kamus lengkap psikologi karya J.P. Chaplin dalam Ridwan, mendefinisikan intensi sebagai satu perjuangan guna mencapai satu tujuan.[[15]](#footnote-16)

Intensi menurut Kartono dan Golo dalam Uni Setyani dapat diartikan sebagai tujuan atau maksud seseorang untuk berbuat sesuatu.[[16]](#footnote-17)Sedangkan psengertian intensi menurut anwar dkk, merupakan kemungkinan yang bersifat subjektif, yaitu perkiraan seseorang mengenai seberapa besar kemungkinannya untuk melakukan tindakan tertentu.[[17]](#footnote-18)

Pengertian tersebut menyiratkan bahwa intensi merupakan sesuatu yang disengaja atau disadari oleh pelaku, bahkan telah mulai untuk dilakukan. Dengan kata lain, intensi sama dengan niat untuk melakukan suatu perbuatan. Niat mengandung konotasi bahwa di samping perilaku yang diniatkan itu disadari dan disengaja, perilaku itu pun akan segera dilaksanakan.[[18]](#footnote-19)

Pengertian lebih komprehensif tentang intensi diberikan oleh Fishbein dan Ajzen dalam Ridwan yang menyatakan:

*“We have defined intention as a person’s location on a subjective probability dimension involving a relation between himself and some action. A behavioral intension, therefore, refers to a person’s subjective probability that the will perform some behavior.”*[[19]](#footnote-20)

Artinya: Keadaan seseorang melakukan suatu hal yang bersifat subjektif pada suatu dimensi yang berkemungkinan melibatkan diri sendiri dengan beberapa tindakan. Suatu perilaku intensi akan menunjukkan kemungkinan seseorang untuk melakukan suatu tindakan.

Pengertian tersebut memberikan penjelasan bahwa intensi merupakan kemungkinan yang bersifat subjektif, yaitu perkiraan seseorang mengenai seberapa besar kemungkinan untuk melakukan suatu tindakan tertentu atau dengan kata lain mengukur intensi adalah mengukur kemungkinan seseorang dalam melakukan perilaku tertentu.

Intensi diartikan sebagai niat seseorang untuk melakukan perilaku yang didasari oleh sikap dan norma subjektif terhadap perilaku tersebut. Norma subjektif muncul dari keyakinan normatif akan akibat perilaku, dan keyakinan normatif akibat perilaku tersebut terbentuk dari umpan balik yang diberikan oleh perilaku itu sendiri.

Sependapat dengan pernyataan sebelumnya, Semin dan Fiedler dalam Uni Setyani menyatakan bahwa prediksi terhadap perilaku paling tepat diperoleh dengan mengukur intensi.[[20]](#footnote-21)

Berdasarkan uraian dari definisi-definisi intensi di atas, maka disimpulkan bahwa intensi adalah niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku agar mencapai tujuan tertentu yang didasarkan pada sikap dan keyakinan yang selanjutnya berkemungkinan besar untuk mewujudkannya.

**2.) Aspek-Aspek Intensi**

Intensi sebagai niat untuk melakukan suatu perilaku demi mencapai tujuan tertentu memiliki beberapa aspek. Menurut Fishbein dan Ajzen, intensi memiliki empat aspek, yaitu :

1. Perilaku, yaitu perilaku spesifik yang nantinya akan diwujudkan.
2. Sasaran, yaitu objek yang menjadi sasaran perilaku.
3. Situasi, yaitu situasi yang mendukung untuk dilakukannya suatu perilaku, bagaimana dan di mana perilaku itu akan diwujudkan.
4. Waktu, yaitu waktu terjadinya perilaku yang meliputi waktu tertentu, dalam satu periode atau tidak terbatas dalam satu periode.[[21]](#footnote-22)

Smet dalam Uni Setyani juga mengemukakan bahwa intensi memiliki empat aspek, yaitu:

1. Tindakan (*action*), bahwa intensi akan menimbulkan suatu perilaku yang terlihat.
2. Sasaran (*target*), merupakan objek yang menjadi sasaran dari perilaku.
3. Konteks (*context*), menunjukkan pada situasi yang mendukung munculnya perilaku.
4. Waktu (*time*), menunjukkan kapan suatu perilaku muncul atau kapan perilaku tersebut diaplikasikan dalam kehidupan.[[22]](#footnote-23)

Semakin lengkap aspek intensi yang dipakai, maka akan semakin spesifik informasi yang didapatkan untuk memprediksi intensi perilaku individu. Masing-masing aspek intensi memiliki tingkat spesifikasi, pada tingkat yang paling spesifik, seseorang berniat untuk menampilkan perilaku tertentu berkaitan dengan suatu objek tertentu.

Intensi memiliki lima tingkat spesifikasi, semakin tingkatan ke bawah berarti intensinya akan menjadi lebih spesifik, tingkatan tersebut antara lain:

1. Tingkat pertama adalah intensi global yang merupakan kecenderungan seseorang untuk menunjukkan rasa senang atau tidak senangnya yang terwujud dalam perilaku terhadap suatu objek. Intensi global dapat dilihat secara langsung dengan bertanya pada seseorang untuk mengindikasikan apakah orang tersebut menunjukkan reaksi mendukung atau tidak.
2. Tingkat kedua adalah tingkat intensi kelompok. Pengukuran terhadap intensi ini dapat dilakukan dengan memberi pertanyaan yang bersifat umum.
3. Tingkat yang ketiga, perilaku sudah berupa perilaku yang spesifik.
4. Tingkat keempat, perilaku akan menjadi lebih spesifik dengan adanya situasi atau waktu yang tertentu.
5. Tingkat kelima, yang merupakan tingkatan paling spesifik, yaitu intensi untuk melakukan perilaku spesifik, terhadap objek yang spesifik, pada situasi dan waktu yang spesifik.[[23]](#footnote-24)

**3.) Faktor-faktor yang Mempengaruhi Intensi**

Faktor-faktor yang mempengaruhi intensi, pertama adalah sikap terhadap perilaku yang akan dilakukan dipengaruhi oleh keyakinan individu bahwa melakukan perilaku tertentu akan membawa pada konsekuensi-konsekuensi tertentu (*behavioral beliefs*). Keyakinan tentang konsekuensi perilaku terbentuk berdasarkan pengetahuan individu tentang suatu perilaku, yang diperoleh dari pengalaman masa lalu dan informasi dari orang lain. Individu memiliki sikap positif terhadap perilaku bila mempunyai keyakinan dan penilaian yang positif terhadap hasil dari tindakan tersebut. Sebaliknya, sikap terhadap perilaku negatif jika keyakinan dan penilaian terhadap hasil perilaku negatif.

Kedua, norma subjektif terhadap perilaku yang merupakan persepsi individu terhadap norma sosial untuk menampilkan atau tidak menampilkan perilaku tertentu. Norma subjektif ditentukan oleh keyakinan normatif (*normative beliefs*) mengenai harapan-harapan kelompok acuan atau orang tertentu yang dianggap penting terhadap individu dan motivasi individu untuk memenuhi atau menuruti harapan tersebut. Keyakinan normatif diperoleh dari informasi orang yang berpengaruh tentang apakah individu perlu, harus, atau dilarang melakukan perilaku tertentu.

Ketiga, persepsi terhadap kontrol dan tingkah laku. Selain kedua faktor di atas, Ajzen memperluas teori mengenai intensi tindakan yang beralasan (*reasoned action theory*) dengan menambahkan faktor yang ketiga, yaitu persepsi terhadap kontrol dan tingkah laku. Persepsi terhadap kontrol tingkah laku merupakan penilaian terhadap kemampuan atau ketidakmampuan untuk menampilkan perilaku, atau penilaian seseorang mengenai seberapa mudah atau seberapa sulit untuk menampilkan perilaku. Individu tidak membentuk intensi untuk melakukan suatu perilaku kecuali merasa yakin memiliki kemampuan untuk menampilkan perilaku tersebut. Semakin tinggi persepsi terhadap kontrol perilaku, semakin tinggi intensi perilaku.[[24]](#footnote-25)

Intensi mencerminkan keinginan seseorang untuk melakukan tindakan tertentu, sedangkan persepsi terhadap kontrol tingkah laku sangat memperhatikan beberapa kendala realistis yang mungkin ada. Intensi tidak dengan sendirinya menjadi perilaku, karena masih tergantung pada faktor lain yaitu persepsi individu terhadap kemampuannya untuk mewujudkan perilaku dan kendala-kendala yang diperkirakan dapat menghambat perilakunya.

Menurut Semin dan Fiedler teori tingkah laku terencana menjelaskan bahwa persepsi terhadap kontrol tingkah laku bersama dengan sikap terhadap perilaku dan norma subjektif akan membentuk intensi, sedangkan persepsi terhadap kontrol perilaku dengan intensi akan mempengaruhi terwujudnya suatu perilaku. Semakin positif persepsi individu terhadap kemampuannya untuk menampilkan perilaku, semakin besar kemungkinan intensi terwujud menjadi perilaku.[[25]](#footnote-26)

1. **Kajian Jurnalistik**
2. **Pengertian Jurnalistik**

Jurnalistik adalah istilah yang berasal dari bahasa Belanda “Journalistiek” atau bahasa Inggris “Journalism”, yang bersumber pada perkataan “journal” sebagai terjemahan dari bahasa Latin “diurna” yang berarti harian atau setiap hari.

Secara sederhana jurnalistik dapat didefinisikan sebagai teknik mengelolah berita mulai dari mendapatkan bahan sampai kepada menyebarluaskannya kepada khalayak.[[26]](#footnote-27)

Menurut Mac Dougall dalam Zulkifli menyebutkan bahwa jurnalistik adalah suatu pengelolaan laporan harian yang menarik minat khalayak mulai dari peliputan sampai penyebarannya kepada masyarakat.[[27]](#footnote-28)

Astrid S. Susanto dalam bukunya komunikasi massa mengartikan jurnalistik sebagai kejadian pencatatan dan atau pelaporan serta penyebaran tentang kejadian sehari-hari. A. W. Widjaja menyebutkan jurnalistik adalah kegiatan yang dilakukan dengan cara menyiarkan berita ataupun ulasannya mengenai peristiwa sehari-hari yang aktual dan faktual dalam waktu yang secepat-cepatnya. Lebih ringkasnya lagi oleh mantan pimpinan umum harian Indonesia Ekspres, Djen Amar dalam kustadi Suhandang mendefinisikan jurnalistik sebagai kegiatan mengumpulkan, mengelolah dan menyebarkan berita kepada khalayak seluas-luasnya dengan secepat-cepatnya.[[28]](#footnote-29)

Sedangkan jurnalistik menurut ilmu publistik adalah hal-hal yang berkaitan dengan menyiarkan berita atau ulasan berita tentang peristiwa sehari-hari yang umum dan aktual dengan secepat-cepatnya.[[29]](#footnote-30)

Jadi jurnalistik adalah suatu karya yang berkaitan dengan tulis menulis berita yang memiliki nilai keindahan sehingga dapat menarik perhatian khalayaknya untuk membaca berita tersebut.

1. **Sejarah Perkembangan Jurnalistik**

Berdasarkan pada sifat manusia yang selalu berusaha menghubungkan diri dan mencari hubungan dengan sesama serta lingkungannya, hal ini menunjukkan bahwa karya publistik mempunyai usia yang sama dengan umur manusia itu sendiri.[[30]](#footnote-31)

Pertama sekali para sejarawan memperhatikan bahwa zaman dahulu kala ada orang yang khusus melakukan pekerjaan sebagai perantara dalam hal melaksanakan komunikasi antar manusia. Untuk memenuhi keperluan orang terhadap kabar atau berita tentang orang lain atau keadaan di sekelilingnya, ataupun di tempat lain, terdapat orang-orang yang menjadi perantara agar orang lain mengetahui informasi dari orang lain.

1. **Jurnalistik dan Media Massa**

Kegiatan jurnalistik tidak bisa dipisahkan dari media massa, tanpa media massa maka jurnalistik tidak akan dirasakan, karena media massa merupakan sarana untuk menyebarluaskan karya-karya jurnalistik ke masyarakat.

Media massa memiliki khalayak yang besar, heterogen dan anonim. Media massa ada yang bersifat komersial dan ada yang bersifat nonkomersial. Media massa yang ada saat ini, antara lain media cetak, radio, televisi, film, dan media internet. Media massa yang menyiarkan berita atau informasi karya-karya jurnalistik merupakan komponen utama dari pers. Menurut Undang-Undang Pokok Pers pasal 1 ayat 1 dalam Paryati Sudarman bahwa:

Pers didefinisikan sebagai lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengelola dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis media yang tersedia.[[31]](#footnote-32)

Media massa secara umum, baik media cetak maupun elektronik keduanya memiliki fungsi yang sama, yaitu:

1. Menyiarkan informasi, ini merupakan fungsi utama dari media massa, sebab masyarakat menggunakan media massa tersebut karena memerlukan informasi tentang berbagai hal baik informasi yang ada disekeliling mereka ataupun informasi yang jauh dari tempat mereka tinggal.
2. Mendidik, fungsi ini bahwa media massa menyajikan pesan-pesan atau tulisan-tulisan yang mengandung pengetahuan serta sekaligus dapat dijadikan media pendidikan massa.
3. Menghibur, media massa biasanya menyajikan rubrik-rubrik atau program-program yang bersifat hiburan. Hal ini boleh jadi rubrik-rubrik sengaja disajikan untuk menghibur atau yang lebih penting lagi yakni untuk mengimbangi berita-berita berat (*hard news)* dan artikel-artikel yang dapat menguras perhatian dan pikiran pembaca.
4. Mempengaruhi, melalui fungsi ini pers memegang peranan penting dalam tatanan kehidupan masyarakat, sehingga masyarakat terpengaruh oleh apa informasi yang disajikan.
5. Memberikan respons sosial, media massa dapat menanggapi fenomena dan situasi sosial atau keadaan sosial yang terjadi.
6. Penghubung, media massa dapat menghubungkan unsur-unsur dalam masyarakat yang tidak dapat dilakukan secara perseorangan, baik langsung maupun tidak langsung.[[32]](#footnote-33)
7. Transmisi budaya, media massa sebagai alat transmisi budaya sehingga budaya yang ada bisa diperkenalkan kepada masyarakat luas dan generasi selanjutnya.
8. Pengawasan, yakni media massa menunjuk pada pengumpulan dan penyebaran informasi mengenai kejadian-kejadian yang ada di sekitar kita.
9. Pewaris sosial, media massa sebagai pendidik menyangkut pendidikan formal maupun informal yang mencoba mewariskan pada generasi selanjutnya.
10. Melawan kekuasaan dan kekuatan represif, media massa memberikan informasi, tetapi informasi yang diungkapkan mempunyai motif-motif tertentu untuk melawan kemapanan suatu kekuasaan, sehingga diharapkan media massa mampu membantu menciptakan hubungan yang harmonis antara masyarakat dengan pemerintah.[[33]](#footnote-34)
11. **Unsur-Unsur Komunikasi Massa**

Unsur-unsur komunikasi massa pada dasarnya sama dengan unsur komunikasi pada umumnya, unsur-unsur yang dimaksud antara lain:

1. Komunikator, komunikator dalam komunikasi massa sangat berbeda dengan komunikator dalam bentuk komunikasi lain. Komunikator yang dimaksud meliputi jaringan, stasiun lokal, direktur dan staf teknis termasuk para jurnalis di dalamnya. Dalam sebuah media massa komunikator meliputi redaktur, reporter, editor, fotografer, wartawan dll. Sehingga tidak bisa dikatakan bahwa komunikator dalam media massa adalah individu melainkan kumpulan-kumpulan individu yang saling bekerja sama antara komunikator satu dengan komunikator yang lainnnya dalam proses pembuatan sampai dengan penyebar luasan informasi kepada masyarakat.
2. Isi atau pesan, biasanya berupa pesan verbal dan non verbal[[34]](#footnote-35) dan isi dalam media massa berupa berita atau informasi dan masing-masing media massa mempunyai kebijakan sendiri-sendiri dalam pengelolaan isinya. Selain berita, media massa juga mengevaluasi dan menganalisis setiap kejadian. Melalui keahlian dalam menginterpretasikan pesan dan fakta-fakta dari lapangan.
3. *Audience* yakni *audience* yang bersifat anonim dan heterogen.
4. Umpan balik, ada dua umpan balik dalam komunikasi massa, yakni umpan balik langsung dan tidak langsung (tertunda). Umpan balik langsung terjadi jika komunikator untuk berbicara langsung misalnya dalam radio dan televisi, sedang umpan balik secara tidak langsung, misalnya bisa ditunjukkan dalam surat pembaca atau *letter to the editor*.
5. *Gatekeeper*, istilah untuk penapis informasi atau penjaga gawang suatu informasi. Secara jelasnya bahwa *gatekeeper* adalah orang atau organisasi yang memberikan izin suatu kegiatan juga mempengaruhi keluar masuknya suatu informasi dalam media massa. Dengan demikian mereka adalah direktur, reporter, editor berita, *layouter* atau orang lain yang menentukan arus informasi yang disebarkan.
6. Pengatur, pengatur disini adalah orang-orang yang secara tidak langsung ikut mempengaruhi proses aliran pesan media massa seperti pengadilan, pemerintah, konsumen.
7. Filter adalah kerangka pikir melalui mana *audience* menerima pesan. Ada beberapa filter antara lain fisik, psikologis dan budaya.[[35]](#footnote-36)
8. **Bentuk Penerapan Jurnalistik Pada Media Massa**

Setiap media massa memiliki strategi komunikasi masing-masing. Media massa cetak memiliki pendekatan yang berbeda dengan media massa elektronik. Perbedaan itu terutama dapat dilihat pada strategi penyusunan pesan-pesan yang akan disampaikannya kepada khalayak. Berikut penjelasannya antara lain:

1. Jurnalistik pada media cetak, media cetak merupakan media massa yang diterbitkan dengan cara dicetak pada sebuah kertas dengan ukuran tertentu. Contoh media massa cetak yang tidak asing bagi kita adalah surat kabar, majalah dan tabloid. Berkenaan dengan sisi jurnalistik, maka harus ada penetapan kebijakan editorial dan kebijakan perusahaan dengan baik, sehingga dengan demikian masyarakat akan selalu memercayai dan membeli karya-karya jurnalis yang ada. pesan persuasifnya dialamatkan pada rasio atau fikiran. Karenanya, ia memiliki daya persuasif yang relatif lebih tinggi dibanding media elektronik seperti radio. Lewat media ini seorang penulis atau jurnalis medai cetak dapat mengajak dialog untuk sedikit berpikir tentang suatu masalah dengan para pembacanya.[[36]](#footnote-37)
2. Jurnalistik media elektronik, media elektronik merupakan media massa yang berbentuk elektronik, misalnya radio dan televisi. Bentuk jurnalistik pada media elektronik seperti pada radio yang mempunyai keluwesan untuk segera mengudarakan pemberitaan. Kelebihan radio sebagai media massa yaitu dalam hal daya tembus. Informasi yang disiarkan radio mempunyai nilai kesegaran dan keluwesan. Selanjutnya adalah media televisi, media yang dapat dianggap sebagai media massa yang paling hebat jika dibanding dengan media cetak, bahkan dibanding dengan media radio pun, karakteristik yang paling utama dari media ini adalah pada visualisasi. Gambar dan kata-kata merupakan hal penting dalam jurnalisme televisi.
3. Media internet adalah media yang sangat banyak diminati khalayak, karena keluasan cakupan berita yang dapat dimuat di dalamnya. Internet memungkinkan hampir semua orang di belahan dunia mana pun untuk saling berkomunikasi dengan cepat dan mudah.[[37]](#footnote-38) Informasi yang disajikan pun beragam, sehingga jurnalis internet harus mampu membuat berita yang banyak mengundang minat baca khalayak yang sangat banyak. Para ahli mengatakan kunci keberhasilan jurnalisme *online* sama dengan berita tradisional, yaitu akurasi dan dorongan untuk berinovasi.[[38]](#footnote-39)
4. **Pentingnya Kode Etik Jurnalistik**

Meski kebebasan pers dijamin oleh undang-undang, namun tidak ada satu pun media massa yang bebas untuk melakukan suatu tindakan kesalahan, kejahatan, penghinaan, pencemaran nama baik seseorang, kelompok, organisasi dan instansi tertentu, baik disengaja maupun tidak, karena kelalaian atau kesadaran.

Makna bebas dalam kegiatan jurnalistik yakni bebas bukan berarti semaunya sendiri, bebas yang dimaksud adalah kebebasan yang mempunyai batas-batas tertentu atau kata lainnya bebas yang dilengkapi dengan tanggung jawab. Tanggung jawab dalam kewajibannya memelihara ketertiban dan kesejahteraan masyarakat.[[39]](#footnote-40)

Memelihara ketertiban dan kesejahteraan masyarakat adalah kewajiban pers di manapun berada, agar dalam penyampaian informasi mengarah pada ketertiban dan kedamaian hidup diantara pergaulan masyarakat sehingga tercipta kondisi masyarakat yang adil, makmur dan sejahtera.

1. **Hubungan Minat dengan Intensi Profesi Jurnalis**

Mahasiswa adalah *agen of change,* mahasiswa adalah tokoh perubahan, maka seharusnya perubahan yang dibawanya adalah perubahan ke arah positif, sehingga apa yang dilakukan mahasiswa menjadi hal yang bermanfaat bagi orang banyak.

Kampus merupakan salah satu wadah mahasiswa untuk mencari kekayaan ilmu-Nya, selain itu kampus juga menjadi salah satu tempat adanya pengalaman bagi mahasiswa sehingga banyak pengetahuan-pengetahuan serta pengalaman-pengalaman baik secara langsung maupun tidak langsung yang akan didapatkan mahasiswa.

Kebanyakan mahasiswa fokus pada dunia akademiknya, sehingga memprioritaskan kegiatan-kegiatan kampus dibanding dengan kegiatan-kegiatan yang tidak ada kaitannya dengan kampus. Oleh karena itu kampus memiliki pengaruh yang cukup besar dalam menjadikan lulusan-lulusan terbaik dan bermanfaat kepada banyak orang. Sehingga dengan demikian kampus diharapkan dapat menciptakan lingkungan-lingkungan yang menunjang kebutuhan mahasiswa agar berdampak pada mutu dan kemampuan setelah lulus dari perguruan tinggi.

Kemampuan salah satunya dipengaruhi oleh minat, sehingga jika semakin tinggi minat seseorang maka semakin bagus pula kemampuan terhadap suatu pekerjaan, [[40]](#footnote-41) sebaliknya jika minat tidak ada maka kemampuan dalam melaksanakan pekerjaan pun dikerjakan secara asal-asalan sehingga hasilnya tidak memuaskan bagi pelakunya.

Minat tidak secara sendirinya menjadi perilaku seseorang, karena masih ada faktor lain yang diperkirakan dapat menghambat atau mendorong terwujudnya suatu perilaku. Niatan mahasiswa untuk menjadi jurnalis akan semakin besar jika berada dalam situasi, kondisi dan waktu tertentu yang dianggap mendorong untuk memilih profesi jurnalis.

Minat profesi jurnalis mahasiswa akan diwujudkan dalam bentuk penyelesaian tugas-tugas yang berkaitan dengan komunikasi dan jurnalistik secara senang dan tepat waktu, memiliki buku bacaan yang berkaitan dengan komunikasi dan jurnalistik, juga sering mengikuti kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan jurnalistik termasuk selalu mengikuti perkembangan berita-berita *update* setiap harinya adalah cerminan minat pada profesi jurnalis. Sehingga dengan kebiasaan-kebiasann yang sudah terlihat pada individu, maka ia akan terbiasa dan menyukai apa yang menjadi minatnya yang kemudian akan diwujudkan dalam kehidupan nyata dengan memilih menjadi profesi jurnalis setelah lulus dari perguruan tinggi.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa minat sangat mempengaruhi intensi profesi jurnalis mahasiswa, jika minat pada profesi jurnalis mahasiswa tinggi maka intensi memilih profesi jurnalis juga tinggi dan sebaliknya jika minat profesi jurnalis mahasiswa rendah maka intensi profesi jurnalisnya pun rendah.

1. **Penelitian yang Relevan**

Penelitian tentang profesi jurnalis sudah pernah diteliti oleh peneliti lain, diantaranya adalah:

Esti Dewi Akstari dengan penelitiannya mengenai minat menjadi jurnalis pada mahasiswa KPI Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang menunjukkan bahwa minat mahasiswa menjadi jurnalis cukup tinggi dengan perolehan data 0,12% mahasiswa menyatakan perasaan senang sekali dan 0,38% menyatakan perasaan cukup senang.[[41]](#footnote-42)

Penelitian Kembang Soca Paranggani dengan judul pengaruh intensitas mengonsumsi program televisi bermuatan jurnalisme warga dan partisipasi *coaching citizen journalism* terhadap minat mahasiswa menjadi jurnalis warga menunjukan bahwa partisipasi *coaching citizen journalism* berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menjadi jurnalis warga.[[42]](#footnote-43)

Penelitian-penelitian di atas hanya memfokuskan pada penelitian bagaimana minat mahasiswa menjadi jurnalis, sedangkan penelitian tentang minat profesi jurnalis dan intensi profesi jurnalis serta hubungan antara minat dengan intensi profesi jurnalis mahasiswa khususnya di IAIN Kendari belum ada, sehingga hal inilah yang membedakan antara penelitian ini dengan penelitian yang sudah pernah diteliti.

1. Muhibbin Syah, *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru* (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2010), h.133. [↑](#footnote-ref-2)
2. Desy Anwar, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* (Surabaya: Amelia, 2008), h. 28. [↑](#footnote-ref-3)
3. Syaifullah Bahri Djamarah, *Psikologi Belajar* (Jakarta: PT Asdi Mahasatya, 2002), h. 132. [↑](#footnote-ref-4)
4. Muhibbin Syah, *Psikologi Belajar* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), h. 151. [↑](#footnote-ref-5)
5. Aroxx, “Pengertian Minat dan Pendapat Para Ahli,” *Blog Aroxx.* <http://aroxx./2014/07/pengertian-minat-dan-pendapat-para-ahli.html> (04 November 2014). [↑](#footnote-ref-6)
6. Winkel, *Psikologi dan Evaluasi Belajar* (Jakarta: PT Gramedia), h. 30. [↑](#footnote-ref-7)
7. *Ibid.,* h. 9. [↑](#footnote-ref-8)
8. Esti Dewi Akstari, “Minat Menjadi Jurnalis pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam” (Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2010), h. 23-24. [↑](#footnote-ref-9)
9. Noeng Muhajir, *Personal Management, Cet.II* (Yogyakarta: Rake Press, 1980), h. 6. [↑](#footnote-ref-10)
10. Sadirman, *Interaksi & Motivasi Belajar Mengajar* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2007), h. 95. [↑](#footnote-ref-11)
11. *Ibid.,* h.11. [↑](#footnote-ref-12)
12. *Ibid*., h.53. [↑](#footnote-ref-13)
13. Kembang Soca Paranggani, *“*Pengaruh Intensitas Mengkonsumsi Program Televisi Bermuatan Jurnalisme Warga dan Partisipasi Coaching Citizen Journalism Terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Jurnalis Warga” (Skripsi Sarjana, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Dionegoro, Semarang, 2013), h.7. [↑](#footnote-ref-14)
14. Desy Anwar, *op. cit.,* h. 190. [↑](#footnote-ref-15)
15. Ridwan, “BAB II PDF,” *Official Website of Ridwan.* <http://digilib.ump.ac.id/files/disk1/10/jhptump-a-ridwaneven-463-2-babii.pdf> (02 Desember 2014). [↑](#footnote-ref-16)
16. Uni Setyani, “Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Intensi Menyontek Pada Siswa Sma Negeri 2 Semarang” (Skripsi Sarjana. Fakultas Kedokteran Universitas Diponegoro, Semarang, 2007), h. 12. [↑](#footnote-ref-17)
17. *Ibid.,* h. 9. [↑](#footnote-ref-18)
18. Willy Willy, “Teori Intensi.” *Official Website Of Willy Willy.* <http://www.academia.edu/4433491/Teori_Intensi> (5 Maret 2015) [↑](#footnote-ref-19)
19. *Ibid*., [↑](#footnote-ref-20)
20. Uni Setyani., *op. cit,* h. 12 [↑](#footnote-ref-21)
21. *Ibid.,* [↑](#footnote-ref-22)
22. Uni Setyani, *op.cit.,* h. 15. [↑](#footnote-ref-23)
23. *Ibid.,* h. 20. [↑](#footnote-ref-24)
24. *Ibid.,* [↑](#footnote-ref-25)
25. *Ibid.,* [↑](#footnote-ref-26)
26. Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2003), h. 95. [↑](#footnote-ref-27)
27. Zulkifli M, *Jurnalistik dalam Perspektif Islam* (Makassar: Yayasan Fatiya, 2008), h. 1. [↑](#footnote-ref-28)
28. Kustadi Suhandang, *Pengantar Jurnalistik: Seputar Organisasi, Produk dan Kode Etik* (Bandung: Nuansa, 2010), h. 21-22. [↑](#footnote-ref-29)
29. Zulkifli. M, *op.cit.,* h. 27. [↑](#footnote-ref-30)
30. Wahyudi JB, *Dasar-Dasar Jurnalistik Radio dan Televisi* (Jakarta: Pustaka Utama Grafiti, 2009), h. 23-24. [↑](#footnote-ref-31)
31. Paryati Sudarman, *Media di Media Massa* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar), h. 14. [↑](#footnote-ref-32)
32. Sulistino, *Senangnya Menjadi Wartawan* (Yogyakarta: PT Citra Aji Parama, 2013),h. 15. [↑](#footnote-ref-33)
33. Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009), h. 74-90. [↑](#footnote-ref-34)
34. Zulkifli Musthan, *Teori-teori Komunikasi* (Jakarta: Mazhab Ciputat, 2011), h.11. [↑](#footnote-ref-35)
35. Nurudin, *op.cit,* h.96-135. [↑](#footnote-ref-36)
36. Asep Saeful Muhtadi, *Jurnalistik Pendekatan Teori dan Praktik* (Jakarta: Logos, 1999), h. 84-86. [↑](#footnote-ref-37)
37. Werner J. Severin & James W. Tankard, *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode &Terapan di Media Massa, Edisi 5* (Jakarta: Kencana, 2007) h. 444. [↑](#footnote-ref-38)
38. Sulistiono, *op.cit.,* h. 20. [↑](#footnote-ref-39)
39. Kustadi Suhandang, *Pengantar Jurnalistik* (Bandung: Nuansa, 2010), h. 209. [↑](#footnote-ref-40)
40. Esti Dewi Akstari, *op.cit.* [↑](#footnote-ref-41)
41. *Ibid.,* [↑](#footnote-ref-42)
42. Kembang Soca Paranggani, *op.cit.* [↑](#footnote-ref-43)