

**METODE HURIER DALAM PROSES KERJA JURNALIS
UNTUK MENGHINDARI PEMBERITAAN HOAX**

Mung Pujanarko
mungpujanarko@gmail.com

ISSN 1411- 9439 (print)
ISSN 2745-6420 (online)
DOI 10.31479

INFORMASI ARTIKEL

Tanggal masuk:
(25-4- 2017)
Revisi:
(12-5-2017)
Tanggal Terima
(28-5-2017)

ABSTRACT

The HURIER method is stands for: Hearing, Understanding, Remembering, Interpreting, Evaluating and Responding, is to help Journalist listen to the fact better. And avoiding a hoax story or a fake news, because hoax or fake news also undermines serious media coverage and makes it more difficult for journalists to cover significant news stories.

Keyword: Mass Media, Reporter, News, Hoax

ABSTRAK

Penelitian ini menjelaskan penggunaan metode HURIER yang berarti Hearing, Understanding, Remembering, Intepreting, Evaluating dan Responding atau Mendengar, Memahami, Mengingat, Menafsirkan, Mengevaluasi dan Menanggapi. Metode ini penting untuk membantu wartawan mendengarkan fakta dengan lebih baik. Dan menghindari cerita tipuan atau berita palsu, karena kabar palsu atau palsu juga meruntuhkan liputan media yang serius dan membuat jurnalis lebih sulit meliput berita-berita penting.

Kata kunci: Media massa, Wartawan, Berita, Hoax

Pendahuluan

Adanya informasi yang dikategorikan sebagai Hoax atau berita palsu akhir-akhir ini sedang marak terjadi. Terdapat pula informasi hoax yang dikemas dalam berita-berita terutama di media online dan media sosial.

Dalam pokok studi literatur ini, peneliti ingin membahas penerapan Metode HURIER dalam proses kerja jurnalis mulai dari kegiatan mencari, mengumpulkan, menyimpan, menyusun, mengolah dan menerbitkan informasi dalam aneka produk jurnalistik, baik cetak maupun elektronik.

Metode HURIER dikembangkan awalnya oleh Judi Brownell, Guru Besar Komunikasi Organisasi dan Dekan pada Universitas Cornell, Amerika Serikat. Pentingnya metode HURIER dalam proses mendengarkan keterangan guna bahan berita bagi profesi jurnalis juga memiliki ciri khas lain yang tidak dimiliki oleh bagian lain dalam sebuah organisasi. Kekhususan itu adalah fungsi jurnalis yang harus mampu menampung input selengkap-lengkapya, bahkan jurnalis membutuhkan semua

output dari seluruh nara sumber perangkai peristiwa.

Oleh karena itu dalam penerapan keilmuan jurnalistik bagi para jurnalis yang melaksanakan kegiatan jurnalistik di lapangan, perlu pula mempelajari sekaligus menerapkan Metode HURIER, terutama kemampuan untuk menyerap informasi, guna secara bertanggung jawab memunculkan kebenaran informasi dan mampu menaring informasi, sehingga menghindari penyebaran informasi hoax yang tidak merupakan fakta yang sebenarnya terjadi

Jurnalis secara pekerjaan profesional, juga secara akademis teori dan praktik, memulai proses perencanaan liputan jurnalis, juga harus melibatkan 6 unsur utama yang dikenal dengan metode HURRIER (Hearing, Understanding, Remembering, Interpreting, Evaluating and Responding).

Dalam studi literatur yang peneliti susun ini, peneliti menemukan bahwa di dalam proses awal pekerjaan jurnalis yakni mulai berupa perencanaan liputan, dan mengumpulkan informasi, baik dari keterangan narasumber, saksi ataupun

pihak yang mengetahui kejadian informasi maka aspek Metode HURIER sangat penting untuk digunakan karena mencakup :

1. Hearing. Dalam proses Hearing jurnalis harus bisa memperoleh semua info yang diperlukan dalam sebuah peristiwa dari siapa saja juga tentang apa saja yang menjadi inti permasalahan yang ingin di publikasikan atau agar diketahui oleh publik. Dalam proses Hearing, jurnalis harus mampu membuat kesimpulan, menyusun bagan kerja (alur kerja), serta menyederhanakan persoalan yang kompleks di mata publik.

2. Understanding (pemahaman). Tahap berikutnya setelah Hearing adalah

understanding, dalam tahap perencanaan kerja seorang Jurnalis juga diharapkan paham apa saja tupoksi atau tugas pokok dan fungsinya. Serta sejauh mana dirinya selaku jurnalis dapat melangkah pada wilayah-wilayah yang diperlukan inputnya oleh humas, demi tujuan publikasi .

3.Remembering (mengingat). Setelah memahami maka Jurnalis wajib mengingat secara detail, point-point apa

saja yang bisa menjadi pijakan atau point dalam membuat news. Angle atau sudut mana saja yang bisa dijadikan pijakan untuk membuat start yang bagus serta yang tak kalah pentingnya secara detail mengingat rangkaian kronologis dari nara sumber agar pesan (message) yang akan dikirim kepada publik, sesuai dengan kenyataan yang ada.

4.Interpreting (penafsiran). Tingkat interpretasi dari masing-masing individu tidaklah sama. Namun seorang Jurnalis harus mampu menginterpretasikan peristiwa dengan kemampuan di atas rata-rata. Untuk itu, dalam tahap awal, tingkat interpretasi antara redaktur dan reporter harus disamakan oleh setiap anggota tim liputan, dengan sikap yang positif.

Evaluating. Tidak bisa dibiarkan rencana liputan yang kurang matang dikerjakan, melainkan rencana tersebut juga harus dievaluasi yang membutuhkan waktu dan tenaga tersendiri. Evaluasi terhadap planning liputan dalam proses kerja jurnalis bisa merupakan kerja tim atau individu.

6. Responding. Jurnalis harus mampu merespon dan melogikakan menggunakan akal sehat terhadap

sebuah peristiwa, biarpun peristiwa itu ganjil sekalipun. Dalam menyajikan informasi kepada khalayak, para jurnalis juga perlu sadar bahwa masyarakat adalah pembuat keputusan yang rasional menyangkut sebuah produk media (customer are rational decision makers).

Karena dalam produk media massa yang disajikan kepada masyarakat, baik itu media massa cetak maupun elektronik, para awak redaksinya tidak bisa mengabaikan respon pembaca, pendengar atau pemirsanya. Dalam manajemen media massa, massa itu sendiri adalah faktor yang sangat penting, setelah produk media.

Para audiens mengeluarkan uangnya untuk membeli produk media massa cetak, baik itu koran, majalah, atau tabloid, para pendengar radio dan pemirsa televisi pun secara tidak langsung turut menyumbang pendapatan media elektronik melalui pembelian produk- produk yang diiklankan oleh radio dan televisi.

Para audiens kekinian mengeluarkan uangnya dalam bentuk pulsa untuk mencari informasi daring.

Respons masyarakat terhadap sebuah media massa dilatar belakangi oleh 5 (lima) hal yakni :

1. Sense : Sense atau panca indera membangkitkan taste (selera) masyarakat terhadap sebuah produk media. Sensasi yang didapat masyarakat dalam mengkonsumsi sebuah media massa tentu berbeda berdasarkan tingkatan dalam struktur social masyarakat. Sensasi yang diperoleh masyarakat tingkat sosial menengah ke bawah tentu berbeda dari sensasi masyarakat dari struktur social atas menyangkut sebuah produk media massa. Contohnya saja media massa cetak yellow news paper atau koran kuning belum tentu mendapatkan pembaca dari tingkat struktur atas masyarakat. Karena bisa jadi kelas atas masyarakat menganggap yellow news paper sebagai sensasi murahan. Namun yellow news paper ternyata laris manis dikonsumsi oleh masyarakat kelas menengah ke bawah.

2. Think : Pemikiran konsumen terhadap media massa mempengaruhi pemilihan (choice) terhadap media yang akan dikonsumsi, baik cetak ataupun elektronik. Think dipengaruhi pula oleh 3 hal yakni : Kontinuitas produk, Penampilan produk, dan Kualitas produk media massa yang tampil di tengah kehidupan sehari-hari masyarakat.

Kualitas produk maksudnya, jika media cetak tak lepas dari kertas yang digunakan, dan jika media elektronik tak lepas dari teknologi informasi yang digunakan.

3. Act : Yakni tindakan yang diambil oleh konsumen saat mereka menggunakan Sense dan Think dalam mengapresiasi sebuah produk media. Jika media yang dipilihnya cocok dengan indra dan pikirannya maka konsumen akan lebih tertarik bertindak (act) untuk mendapatkannya dari pada produk yang tidak sesuai dengan indra dan pemikirannya.

4. Relate : Hubungan antara konsumen dan produk media masa akan terbina dengan baik seperti halnya pelanggan dan produsen. Setelah tindakan (act) yang diambil tidak mengecewakan masyarakat konsumen media massa, maka relate akan bisa berlangsung baik.

5. Feel: Feel atau perasaan lebih dalam dari sekedar sense atau indera karena feel menyangkut kombinasi antara pikiran dan hati. Bila hati membenarkan pikiran konsumen terhadap pemilihan

sebuah produk yang akan dikonsumsinya maka sebuah produk media massa bisa dikatakan telah “berhasil memenangkan hati massa“ atau istilahnya *to win the heart of consumers*.

Peran Jurnalis

Secara keilmuan jurnalistik *text book* pada umumnya seorang yang ingin terjun menjadi penulis atau jurnalis harus mempunyai keinginan yang tinggi untuk mengungkapkan fakta di balik peristiwa ataupun fenomena yang terjadi di masyarakat.

Sudah menjadi tugas seorang jurnalis untuk mengungkapkan informasi yang berguna bagi masyarakat banyak dalam hal ini para audiensnya. Jika liputan itu tidak didukung oleh fakta maka bisa jadi orang yang tidak bersalah menjadi sasaran tuduhan dan serangan di media. Akibatnya reputasi orang tersebut bisa menjadi rusak untuk selamanya.

Risiko penyebaran Hoax atau informasi yang palsu (fake news) diawali dengan tidak melalui proses *check and balances* atau pengecekan dan perimbangan informasi berita.

Maka hal ini bisa menjadikan tulisan mengandung fitnah (libel), tulisan yang bersifat pembunuhan karakter tanpa bukti kuat dan tulisan yang bersifat libel (libel adalah fitnah berupa pernyataan dalam bentuk yang permanen karena disiarkan melalui media)

Fakta adalah sebuah kenyataan baik, yang telah terungkap ataupun belum terungkap, atau baru terungkap permukannya saja seperti puncak dari gunung es. Untuk menggali fakta, terlebih dahulu kita harus menentukan :

- Target. Yakni apa yang akan menjadi target liputan kita berkaitan dengan fakta yang harus digali. Misalnya saja kita melihat maraknya kasus asusila.Maka untuk menggalinya, penulis bisa melakukan investigative reporting artau menurunkan laporan investigasinya,

Akar. Dengan menelusuri permasalahan, maka mulailah dulu dari ujungnya kemudian runut terus hingga ketemu akar permasalahannya.

Tools. Atau alat, yang dimaksud di sini adalah dengan menggunakan apa kita menggali fakta itu ?.Ada beberapa 'alat' yang diperlukan untuk menggali fakta. Yang pertama adalah guide, atau pemandu. Jurnalis dalam proses kerja di lapangan bisa bertemu dengan seorang pemandu untuk mengantarkan menelusuri sebuah fakta.

Dengan metode HURIER seorang jurnalis menjadi paham akan informasi awal dari tangan pertama. Alat yang kedua adalah bekal data yang cukup lengkap tentang persoalan yang akan ditelusuri, terutama pada pemberitaan yang sifatnya laporan mendalam.

Dalam ilmu jurnalistik secara text book ditegaskan, fakta- fakta yang disajikan media kepada khalayak sesungguhnya merupakan realitas tangan kedua (second hand reality). Karena realitas tangan pertama (first hand reality) adalah fakta atau peristiwa yang berlangsung di tengah rekaman waktu itu sendiri.

Karena merupakan realitas tangan kedua, maka berita sebagai fakta memang sangat rentan terhadap kemungkinan adanya intervensi dan manipulasi, meski pada tingkatan yang samar-samar atau simbolis sekalipun.

Maka dari itu konsep makna di di balik faktalah yang dipahami dengan jelas. Karena dengan memahami konsep makna dibalik fakta berarti secara filosofi jurnalis akan mengerti mengapa terjadi fakta itu, apa saja fakta yang mendorongnya, misalnya saja, ternyata ada faktor ekonomi, faktor budaya dan faktor –faktor lainnya yang bisa menambah wawasan jurnalis dalam proses pencarian fakta.

Berita

II.1.1. Pengertian Berita

Mitchell V.Charnley mendefinisikan berita sebagai laporan aktual tentang fakta-fakta dan opini yang menarik atau penting atau keduanya, bagi sejumlah besar orang. (Kusumaningrat, 2006:39)

Pendapat tersebut

mengukuhkan asumsi peneliti bahwa masyarakat membutuhkan informasi berdasarkan tingkat kebutuhan mereka atas informasi yang disajikan. Dan kemasan suatu penyajian berita merupakan faktor yang dapat mempengaruhi masyarakat dalam mengkonsumsi suatu informasi seperti asumsi dari kusumaningrat yaitu : Pers Barat memandang berita itu sebagai “komiditi”, sebagai “barang dagangan” yang dapat diperjual belikan. (Kusumaningrat, 2006:33)

Berdasarkan kedua pemahaman tentang berita tersebut diatas, peneliti menyimpulkan bahwa berita merupakan sumber informasi yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat.

Jika dikaitkan dengan definisi berita diatas berita yang memiliki nilai lebih dari segi aktualitas dan kepentingan atau amat penting segera diketahui pembaca. Dengan adanya informasi-informasi tersebut, masyarakat dapat mengambil keputusan yang tepat dalam menyikapi fenomena-fenomena yang terjadi di sekitarnya. Namun sebagai barang dagangan, kemasan berita harus sangat diperhatikan karena

dapat mempengaruhi minat masyarakat dalam mengkonsumsi berita tersebut.

II.1.2. Nilai Berita

Basskette, Sissors & Brooks, 1982, Dennis & Ismach, 1981, mengatakan nilai berita adalah:

- 1) *Prominence/Importance* : Pentingnya suatu berita diukur dari dampaknya, bagaimana dia mempengaruhi anda. Korban yang meninggal lebih penting ketimbang kerusakan benda.
- 2) *Human interest* : Suatu yang menarik perhatian orang seperti cerita mengenai selebritis, gossip, politik, dan drama yang menceritakan kehidupan manusia.
- 3) *Conflict/Controversy* : Konflik biasanya lebih menarik daripada keharmonisan.
- 4) *The Unusual* : Suatu yang tidak biasa atau unik umumnya menarik, misalnya berita mengenai seorang wanita yang melahirkan anak kembar lima
- 5) merupakan berita yang bernilai karena tidak biasa.
- 6) *Timeliness* : Berita adalah tepat waktu, artinya unsur kecepatan menyampaikan berita sesuai waktu atau aktual merupakan hal yang penting,

melewatinya maka berita tersebut bisa disebut sebagai berita yang sudah basi atau kadaluarsa.

7) *Proximity* : Kegiatan yang terjadi dekat kita dinilai mempunyai nilai yang lebih tinggi. Misalnya, gempa bumi di Jakarta dan menimbulkan korba jiwa jelas akan lebih bernilai berita bagi public Indonesia ketimbang kasus 'Mad Cow' di luar negeri walaupun sama-sama menjadi bahan berita bagi media massa (Indiwan, 2006:41-42).

Dalam pencarian berita hal pertama yang harus dilakukan adalah mencari fakta secara cepat, tepat, jernih, tidak ditambag atau dikurangi, tidak memberikan opini pribadi, menyebutkan sumber jika mengutip pendapat narasumber, jujur, terbuka, adil, dan tidak memihak.

Unsur-Unsur Berita

Dalam definisi Jurnalistik, berita adalah laporan tentang fakta atau ide yang termasa, yang dipilih oleh staf redaksi suatu harian untuk disiarkan, yang dapat menarik perhatian minat pembaca, entah karena dia luar biasa, entah karena penting atau akibatnya, entah pula karena dia mencakup segi-segi *human interest* seperti humor,

emosi, dan ketegangan (Sumandiria,2006 : 64-65).

Berita adalah “proses”, proses yang ditentukan arahnya. Berita tidak didasarkan pada maksud untuk memuaskan nafsu ingin tahu segala sesuatu yang luar biasa dan menabjukan, melaikan pada keharusan ikut berusaha mengorganisasikan pembangunan dan pemeliharaan negara sosialis. Palgunov pada tahun 1956 menyatakan, berita huars tidak boleh hanya memperhatikan pelaporan fakta dan peristiwa saja. Berita harus bersifat diadaktif dan mendidik (Kusumaningrat, 2005 : 33).

Berita adalah laporan peristiwa atau kejadian berdasarkan fakta dan diperoleh secara tersusun dan dapat disebut berita, kalau fakta itu mempunyai nilai berita (*news value*) (Rachmadi,1990:11).

Berita harus memenuhi unsur 5W dan 1H hal ini terdiri atas :

- a. *What* : peristiwa apa yang terjadi
- b. *Where* : dimana peristiwa terjadi
- c. *When* : kapan peristiwa terjadi

- d. *Who* : siapa yang terlibat dalam peristiwa
- e. *Why* : mengapa peristiwa terjadi
- f. *How* : bagaimana peristiwa terjadi

Rumusan 5W+1H untuk Indonesia adalah 3A+3M, kependekan dari apa, si-apa, meng-apa, bila-mana, dan bagai-mana. (Sumandiria, 2006 : 117-118)

Berita olah raga sudah lama memiliki daya tarik. Negara yang maju biasanya akan maju pula prestasi olah raganya. Di negara maju, prestasi olah raga identik dengan kekayaan. Artinya semakin berprestasi seseorang dalam dunia olah raga akan semakin kaya pula orang tersebut. Pemberitaan olahraga sepakbola adalah berita yang memberitakan tentang kisruh sepak bola dalam sebuah media.

Wiliam S maulsby (Romli, 2009:35) berita adalah suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta yang punya arti penting dan baru terjadi, yang dapat menarik perhatian pembaca surat kabar yang memuat hal tersebut. Sedangkan Eric C Hepwood (Romli, 2009:35) mengemukakan bahwa berita adalah laporan pertama dari kejadian penting dan dapat menarik perhatian umum. Dari pengertian di atas,ada beberapa unsur

yang harus dipenuhi oleh sebuah peristiwa, sehingga layak menjadi sebuah berita. Unsur-unsur tersebut adalah :

1. Aktual atau baru (termasa). Merupakan bagian penting agar berita dapat menarik pembaca.
2. Jarak. Jauh dekatnya jarak yang terimbas berita, merupakan unsur yang perlu diperhatikan.
3. Terkenal (ternama). Tidak hanya terletak pada besar kecilnya suatu peristiwa dan menarik, tetapi juga terkenal.
4. Keluarbiasaannya. Kejadian atau peristiwa yang aneh dan luar biasa yang selalu menarik perhatian masyarakat.
5. Akibat. Suatu peristiwa yang mempunyai pengaruh atau akibat, selalu menarik perhatian masyarakat karena dapat menggugah sifat egosentrisnya.
6. Ketegangan. Unsur ketegangan dapat dimasukkan agar pembaca tetap terangsang mengikuti pemberitaan kita.
7. Pertentangan. Contoh peristiwa perang, pembaca mengikuti
8. berita perang dengan serius. Ini karena sikap pertentangan mempengaruhi mereka.
- 9.
10. Seks. Berita seks dapat menimbulkan rangsangan tersendiri. Itulah sebabnya pemberitaan tentang seks banyak diminati.
11. Kemajuan. Pemberitaan tentang kemajuan selalu menarik perhatian.
12. *Human Interest*. Kehidupan yang menarik pada penampilan berita, merupakan rangsangan tersendiri bagi pembaca. Ini karena sifat manusia selalu ingin mengetahui yang aneh dan menarik.
13. Emosi (perasaan). Simpati yang ditimbulkan oleh suatu berita, selalu menarik perhatian pembaca.
14. Humor. Sesuatu yang lucu, biasanya menyenangkan. Ini perlu kita sisipkan dalam pembuatan berita (Djuroto, 2006: 13)

II.1.3. Jenis-Jenis Berita

Menurut Siregar dkk (1998:154), berita jurnalistik yang muncul dalam surat kabar atau majalah berita dapat digolongkan menjadi empat. Masing-masing ialah berita langsung (*stright/hard/spot news*), berita ringan (*soft news*), berita kisah (*feature*), dan laporan mendalam (*indepth report*). Berikut rinciannya :

1. *Straight News*, yaitu berita langsung mengenai suatu peristiwa yang ditulis secara singkat dan lugas.
2. *Depth News*, yaitu berita mendalam, dikembangkan dengan pendalaman hal-hal yang ada dibawah suatu permukaan
3. *Investigation News*, yaitu berita dikembangkan berdasarkan penelitian atau penyelidikan dari berbagai sumber.
4. *Interpretative News*, yaitu berita yang dikembangkan dengan pendapat atau penelitian wartawan berdasarkan fakta yang ditemukan.

5. *Opinion News*, yaitu berita mengenai pendapat seseorang. (Syamsul, 2005: 8)

Sifat Berita

Berdasarkan sifat kejadian, berita dapat dibagi menjadi :

1. **Berita Terjadwal**, yakni berita-berita yang sudah dijadwalkan pada waktu tertentu. Perencanaan ini sangat penting untuk menghasilkan liputan berkualitas. Untuk itu, koordinasi elemen-elemen dalam redaksi sangat penting untuk keberhasilan liputan ini. Peran koordinator liputan sangat penting dalam merencanakan liputan, bagaimana dia menugaskan wartawan yang sesuai dengan bidangnya dan juga fotografer.
2. **Berita Insidentil**, yakni berita-berita yang terjadi secara tiba-tiba dan tidak terduga sama sekali. diperlukan kewaspadaan setiap saat dari wartawan untuk siap menghadapi peristiwa yang terjadi. Sama seperti berita yang sudah diagendakan, saat menghadapi berita insidentil juga dibutuhkan koordinasi di lingkungan redaksi. Hanya saja bedanya, koordinasi berita

insidental sifatnya lebih cepat dan darurat. Seorang redaktur, koordinasi liputan dan redaktur pelaksana harus bisa membuat keputusan cepat menangani peristiwa mendadak ini. (Djuarit, 2006: 54-55)

Jurnalis dalam kegiatan jurnalistiknya penting untuk memahami bahwa dengan menerapkan metode HURIER, dalam proses awal liputan pencarian story atau berita (news).

Karena saat melakukan covering (liputan) adalah saat yang paling menentukan dalam tugas Jurnalis. Bisa dikatakan lebih terasa excitement atau menegangkan dari pada ketika jurnalis sedang mengetik berita untuk menurunkan hasil liputannya.

Untuk itu mengupas layer atau lapisan demi lapisan fakta, seorang jurnalis bisa memahami pokok permasalahannya, sebelum menyajikan liputannya di

lapangan. Dengan metode HURIER saat awal perencanaan liputan, seorang jurnalis bisa sedini mungkin mengenali informasi hoax, menghindarinya dan tidak turut menyebarkan informasi hoax tersebut. Juga memahami UU Pers yang berlaku serta menjunjung tinggi kode etik jurnalistik.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewabrata, A.M (2003), *Kalimat Jurnalistik*, Penerbit Buku Kompas
- Haryanto, Ignatius (2006) *The New York Times : Menulis Berita Tanpa Takut atau Memihak*, Yayasan Obor Indonesia.
- Hardjana, Agus M (2006) *Komunikasi Intrapersonal & Interpersonal*, Penerbit Kanisius.
- Soesiswo, Amir Machmud, Adi Ekopriyono (1999) *Jurnalisme Pukulan Dua Inci* Penerbit Yayasan Karyawan Suara Merdeka- Semarang.
- Sumadiria, A.S Harris (2007) *Jurnalistik Indonesia*, Simbiosis Rekatama Media- Jakarta
- Tebba, Sudirman (2005) *Jurnalistik Baru, Undang Undang Pers & KEWI*, Penerbit Kalam- Jakarta.
- J. Baran, Stanley (2000) *Mass Communication Theory*, Wadsworth Publishing.
- D.Elavera, Marry J (2007) *Decode the Communications Secrets*, Prestasi Pustaka- Jakarta

