

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

#### 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Dalam konteks tinjauan penelitian terdahulu, peneliti berupaya untuk mencari referensi untuk menyusun penelitian agar supaya mendapatkan gambaran bagaimana alur dalam penyusunan penelitian khususnya pada penelitian yang relevan untuk memperkuat kajiannya. Peneliti telah menemukan referensi dari beberapa penelitian terdahulu yang serupa untuk dijadikan bahan acuan untuk menyusun penelitian yang akan diteliti peneliti mengenai “**Jurnalistik *Online* RRI.co.id.**” Berikut merupakan hasil dari beberapa kajian penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai acuan penyusunan penelitian ini:

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Yasundari, Fajarina, Ballian Siregar, Olih Solihin, Safutra Rantona (2024), Universitas Esa	Jurnalisme Clickbait Di Era Digital: Mengungkap Strategi Pemilihan Diksi Judul Berita Oleh Detik.Com	Kajian Literatur	Detik.com menggunakan diksi clickbait, seperti "Wow...", "Asyik...", dan "Waduh...", pada judul berita edisi Januari 2024. Diksi ini menciptakan ekspektasi yang berlebihan, merangsang rasa penasaran, dan meningkatkan tingkat interaksi pembaca.	Penelitian tersebut meneliti bagaimana media <i>online</i> detik.com menggunakan diksi clickbait. Sedangkan, pada penelitian yang peneliti lakukan mendalami bagaimana tahapan dan proses jurnalistik <i>online</i> pada media <i>online</i> rri.co.id.

	Unggul Jakarta				
2.	Reni Mustika sari, Kiki Zakiah, Safutra Rantona (2021), Unisba dan Unikom	Strategi Manajemen Komunikasi Media <i>Online</i> Cerdik Indonesia Dalam Mengatasi Persaingan Antarmedia <i>Online</i>	Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengelolaan yang digunakan Cerdik Indonesia mempunyai landasan yang baik dan komunikasi yang efektif. Mulai dari tahap perencanaan hingga pengendalian, pemimpin redaksi Cerdik Indonesia mempunyai tanggung jawab penuh untuk bersaing dengan kompetitor media <i>online</i> .	Penelitian tersebut meneliti bagaimana strategi pengelolaan yang digunakan media <i>online</i> Cerdik Indonesia. Berbeda pada penelitian yang peneliti meneliti bagaimana tahapan dan proses jurnalistik <i>online</i> pada media <i>online</i> rri.co.id
3.	Yayat D. Hadiyat (2019), Balai Besar Pengembangan SDM dan Penelitian Kominfo Makassar	Clickbait di Media <i>Online</i> Indonesia	Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan, bahwa secara umum, penggunaan judul artikel clickbait banyak digunakan oleh media-media <i>online</i> untuk menarik minat pembaca dengan mengusik rasa penasaran yang timbul akibat adanya kesenjangan informasi antara apa yang pembaca ketahui dan apa yang ingin pembaca ketahui	Penelitian tersebut meneliti mengetahui bagaimana cara media <i>online</i> mengemas judul-judul artikel yang mengandung clickbait Sedangkan penelitian ini meneliti bagaimana tahapan dan proses jurnalistik <i>online</i> pada media <i>online</i> rri.co.id
4.	Rindi Ariska (2023), UIN Suska Riau	Pemanfaatan Informasi Di Media Sosial Sebagai Sumber Berita Jurnalisme <i>Online</i> Pada Portal Berita cakaplah.com	Deskriptif Kualitatif	Dari penelitian ini menunjukkan bahwa cakaplah.com memanfaatkan media sosial sebagai sumber berita pada portal berita cakaplah.com	Pada penelitian ini meneliti media daring Cakaplah.com dalam memanfaatkan informasi media <i>online</i> sebagai sumber berita. Sedangkan penelitian ini meneliti bagaimana tahapan dan proses jurnalistik <i>online</i> pada media <i>online</i> rri.co.id

5.	Marhamah, Fauzi (2021) Fakultas Universitas Islam Kebangsaan Indonesia Bireun	Jurnalisme di Era Digital	Kepustakaan dan Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian menjelaskan bahwa tranformasi jurnalisme di era digital terjadi pada empat hal yaitu: cara kerja para jurnalis dalam mencari informasi, sifat konten berita, struktur organisasi media di dalam ruang redaksi: dan sifat hubungan antara media, reporter dengan sejumlah publik seperti khalayak (audience).	Pada penelitian tersebut mendiskripsikan transformasi jurnalisme di era digital. Sedangkan pada penelitian ini, peneliti meneliti bagaimana tahapan dan proses jurnalistik <i>online</i> pada media <i>online</i> rri.co.id
6.	Tri Utami Rosemarwati, Lisa Lindawati (2019), Universitas Gadjah Mada	Penggunaan Media Sosial Sebagai Sumber Berita Oleh Jurnalis Media Daring Di Indonesia	Teknik Purposive Sampling	Bahwa penggunaan media <i>online</i> sebagai sumber berita sangat tinggi, sebagian besar jurnalis dalam penelitian ini justru tidak benar-benar memercayai informasi yang digunakan. Implikasi dari penelitian ini adalah media sosial telah bertransformasi menjadi bagian integral dalam pekerjaan jurnalis media daring di Indonesia.	Pada penelitian tersebut meneliti bagaimana media <i>online</i> menjadi sumber berita oleh jurnalis pada media daring. Sedangkan, peneliti meneliti pada penelitian yang peneliti lakukan mendalami bagaimana tahapan dan proses jurnalistik <i>online</i> pada media <i>online</i> rri.co.id
7.	Hidayat Riski Saputra, Sumain Duka, Ahmad Harun Yahya, (2024) UIN Raden Fatah Palembang	Dampak Media Sosial Dalam Praktik Jurnalistik (Study Kasus Jurnalis Tribun Sumsel)	Deskriptif Kualitatif	Menghasilkan bahwa dampak media sosial terhadap praktik jurnalistik banyak membawa manfaat bagi para jurnalis dalam mencari informasi	Pada penelitian tersebut meneliti untuk mengetahui dampak media sosial dalam praktik jurnalistik. Sedangkan, pada penelitian yang peneliti lakukan mendalami bagaimana tahapan dan proses jurnalistik <i>online</i> pada media <i>online</i> rri.co.id

8.	Adiyana Slamet, (2020), Universitas Komputer Indonesia	Generasi Milenial dalam Pilgub Jabar: Hak Cipta Media Komunikasi dan Informasi Politik	Kualitatif Studi Kasus	Generasi milenial, untuk mencari informasi politik tentang calon gubernur menggunakan media sosial, dimana informasi politik tersebut hanya sebatas foto dan video saja, tidak sepenuhnya memuat visi para calon gubernur.	Pada penelitian tersebut meneliti bagaimana Generasi milenial, untuk mencari informasi politik tentang calon gubernur menggunakan media sosial. Sedangkan, pada penelitian yang peneliti lakukan mendalami bagaimana tahapan dan proses jurnalistik <i>online</i> pada media <i>online</i> rri.co.id
9.	Desty Rahayu Ningrum, Sutantri, Iva Khoiril Mala (2024) Universitas Islam Tribakti (UIT)	Strategi Redaksi Dalam Menjaga Keakuratan Dan Kecepatan Berita Di Media <i>Online</i> : Analisis Peran Jurnalis Dalam Meningkatkan Kualitas Berita	Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran jurnalis sangat besar penting dalam strategi editorial yang sukses.	Pada penelitian ini mengeksplorasi strategi yang diterapkan oleh redaksi media <i>online</i> dalam mempertahankannya keakuratan berita. Sedangkan, pada penelitian yang peneliti lakukan mendalami bagaimana tahapan dan proses jurnalistik <i>online</i> pada media <i>online</i> rri.co.id
10.	Muhammad Ashari, (2019) Universitas Indonesia	Jurnalisme Digital: Dari Pengumpulan Informasi Sampai Penyebaran Pesan	<i>Literature Review</i>	Pemanfaatan data digital untuk tujuan jurnalisme memiliki peluang di masa depan seiring munculnya tren Open Data Policies atau kebijakan Data Terbuka	Pada penelitian ini meneliti bagaimana jurnalisme digital. Sedangkan, pada penelitian yang peneliti lakukan mendalami bagaimana tahapan dan proses jurnalistik <i>online</i> pada media <i>online</i> rri.co.id

(Sumber: Peneliti, 2024)

## 2.2 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka berawal dari kata tinjauan yang berarti meninjau atau mencari tahu. Sedangkan kata pustaka yaitu buku, literatur dan sebagainya. Oleh karena itu secara bahasa dapat disimpulkan bahwa tinjauan pustaka merupakan kegiatan peninjauan kembali pustaka yang dijadikan bahan dasar untuk melakukan suatu penelitian. Berikut adalah pengertian mengenai tinjauan pustaka menurut para ahli:

- Menurut Eki Meliansyah, tinjauan pustaka adalah suatu kegiatan yang mencari, membaca dan menelaah penelitian yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti baru.
- Sedangkan Gandas menjelaskan bahwa tinjauan pustaka yaitu mempelajari kajian dan teori yang berhubungan dengan tema yang akan diteliti yang bertujuan untuk menghasilkan hipotesis atau menguji keabsahan teori dalam penelitian.

Dalam istilah bahasa Inggris, tinjauan pustaka dikenal dengan *review of the literature*. Tinjauan pustaka dapat dikatakan dengan peninjauan ulang pada suatu pustaka atau literatur yang telah lalu (Gumilang, 2023).

### 2.2.1 Tinjauan Komunikasi

#### 2.2.1.1 Definisi Komunikasi

Secara etimologis, kata "komunikasi", yang merupakan terjemahan dari kata "communication" dalam Bahasa Inggris, berasal dari kata Latin "communis", yang berarti "sama", atau "memiliki "kesamaan" dengan orang

lain. Pada dasarnya, komunikasi adalah membuat komunikan (orang yang menerima pesan) dan komunikator (orang yang memberi pesan) sama-sama atau sesuai dengan pesan. Manusia ialah makhluk hidup sosial yang hidup berdampingan. Jadi, jika ada orang yang sedang melakukan kegiatan komunikasi atau berkomunikasi semisal dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan berjalan apabila orang yang sedang berkomunikasi dimana antara komunikator dengan komunikan mempunyai makna yang sama. Dilansir dari definisi komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya *Dimensi-dimensi Komunikasi* menerangkan bahwa “Komunikasi adalah penyampaian lambang yang berarti oleh seseorang kepada orang lain, baik dengan maksud agar mengerti maupun agar berubah perilakunya”. Berikut ialah beberapa opini menurut para ahli mengenai komunikasi sebagai berikut:

- Menurut Redi Panuju “Komunikasi sering diartikan sebagai usaha pengiriman pesan dari komunikator (pengirim pesan) kepada komunikan (penerima pesan) untuk tercapai kondisi saling pengertian (*mutual understanding*)”
- Sedangkan menurut Edward Depari, Ph D., “Komunikasi adalah proses penyampaian pesan yang mengandung arti, dilakukan oleh penyampai pesan (*source, communication, sender*) ditujukan kepada penerima pesan (*receiver, komunikan, audience*) dengan tujuan kebersamaan”.

Dari beberapa pengertian di atas peneliti menyimpulkan bahwa, komunikasi adalah proses pertukaran makna atau pesan dari dua belah pihak untuk memahami satu sama lain.

### 2.2.1.2 Fungsi Komunikasi

Menurut Harol D. Lasswell fungsi komunikasi adalah sebagai berikut

1. *The surveillance of the environment,*

Fungsi komunikasi adalah untuk mengumpulkan dan menyebarkan informasi mengenai kejadian dalam suatu lingkungan.

2. *The correlation of correlation of the parts of society in responding to the environment,*

Dalam hal ini, fungsi komunikasi ialah interpretasi terhadap informasi mengenai lingkungan.

3. *The transmission of the social heritage from one generation to the next,*

*Transmission of culture* dipusatkan pada kegiatan mengkomunikasikan informasi, nilai, norma sosial dari satu generasi ke generasi lain (Solihat, Maulin, & Solihin, 2015).

### 2.2.1.3 Tujuan Komunikasi

Dikutip dari Onong Uchjana Effendy dalam *Interpersonal Skill* (Solihat, Maulin, & Solihin, 2015) bahwa tujuan komunikasi ialah sebagai berikut:

1. Perubahan Perilaku (*Behavior Change*)

Kegiatan memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan berubah perilakunya. Misalnya, kegiatan memberikan informasi mengenai hidup sehat dengan tujuan masyarakat dapat beralih untuk mengikuti pola hidup sehat.

2. Perubahan Sikap (*Attitude Change*)

Kegiatan menyampaikan berbagai informasi pada khalayak dengan tujuan merubah sikap. Contohnya, menyampaikan informasi mengenai kegiatan positif bagi masyarakat untuk merubah sikap masyarakat tersebut dari kegiatan negatif.

3. Perubahan Sosial (*Social Change/Social Participation*)

Memberikan berbagai informasi yang bertujuan agar masyarakat mau berpartisipasi dalam konteks sosial. Contohnya, seperti menghimbau kepada masyarakat untuk ikut serta dalam pemilihan umum.

4. Perubahan Pendapat (*Opinion Change*)

Menyampaikan pesan atau informasi bagi masyarakat untuk merubah pendapat yang dianggap keliru. Misalnya, di suatu lingkungan masyarakat terdapat informasi palsu yang tersebar di masyarakat. Maka dari itu, fungsi komunikasi dalam konteks ini adalah memberikan informasi yang kredibel untuk merubah opini masyarakat ke arah yang lebih baik (Solihat, Maulin, & Solihin, 2015)

#### **2.2.1.4 Unsur-Unsur Komunikasi**

Menurut Cangara, dalam buku *Interpersonal Skill* (Solihat, Maulin, & Solihin, 2015) unsur-unsur komunikasi adalah sebagai berikut:

1. Sumber

Sumber, pengirim atau pembuat informasi terdiri dari satu orang, kelompok partai atau organisasi.

2. Pesan

Pesan dapat disampaikan langsung *face to face* atau melalui media komunikasi yang isinya berupa ilmu, hiburan, nasihat atau informasi.

### 3. Media

Media yang dimaksud ialah alat yang digunakan untuk mengirimkan pesan. Alat tersebut contohnya seperti telepon genggam atau *handphone*.

### 4. Penerima

Penerima ialah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri dari satu orang, kelompok, lembaga atau negara.

### 5. Pengaruh

Pengaruh atau efek ialah apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum atau sesudah menerima pesan

### 6. Tanggapan Balik (*feedback*)

Merupakan salah satu bentuk dari pengaruh yang berasal dari penerima. Tetapi *feedback* juga dapat berasal dari pesan dan media, meskipun pesan belum sampai kepada penerima.

### 7. Lingkungan

Faktor atau situasi tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Lingkungan dapat digolongkan kepada empat macam yaitu lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis, lingkungan fisik dan lingkungan dimensi waktu.

## 2.2.2 Tinjauan Komunikasi Massa

### 2.2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa

Secara etimologi, komunikasi massa (*mass communication*) adalah proses penyampaian pesan dengan media massa (*communicating with media*). Istilah “komunikasi massa” merupakan singkatan dari “komunikasi media massa” (*mass media communication*). Media massa juga singkatan dari media komunikasi massa (*mass communication media*). Bisa disimpulkan pengertian komunikasi media massa secara bahasa adalah sebagai berikut:

- Komunikasi = penyampaian pesan.
- Media = saluran, sarana.
- Massa = orang banyak, khalayak.

Dengan demikian, komunikasi massa tidak bisa dilepaskan dari media. Bahkan, media menjadi inti komunikasi massa yang efisien dan efektif. Berikut adalah beberapa pengertian komunikasi massa menurut para ahli atau akademisi:

Menurut Bittner, komunikasi massa adalah pesan yang disampaikan melalui media massa ke sejumlah besar orang.

Sedangkan menurut, Jalaludin Rakhmat komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada khalayak yang tersebar melalui media cetak dan elektronik. Karena disampaikan melalui media, pesan dapat diterima secara serempak dan sesaat.

Ahli Ilmu Komunikasi Josep A. Devito juga mendefinisikan bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada khalayak ramai. Komunikasi massa dilakukan oleh lembaga radio, televisi, majalah, surat kabar, film, dan buku (Romeltea, 2013).

#### **2.2.2.2 Karakteristik Komunikasi Massa**

Dikutip dari *romeltea.com*, menurut Hafied Cangara (2010), komunikasi massa merupakan salah satu dari komunikasi yang memiliki perbedaan signifikan dengan bentuk komunikasi yang lain. Sifat pesannya yang terbuka dengan khalayak yang variatif, baik dari segi usia, agama, suku, pekerjaan, maupun dari segi kebutuhan. Komunikasi massa memiliki sejumlah ciri atau karakteristik khas sebagai berikut:

##### **1. Komunikator Terlembaga**

Dalam komunikasi massa, komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks, namun bersifat melembaga. Lembaga penyampai pesan komunikasi massa melalui media massa, seperti televisi, surat kabar, radio, internet.

##### **2. Pesan Bersifat Umum**

Dalam proses komunikasi massa pesan-pesan yang disampaikan oleh komunikator ditujukan kepada khalayak luas. Maka dari itu, proses komunikasi massa bersifat terbuka. Hal ini dikarenakan, komunikasi tersebar di berbagai tempat yang tersebar. Pesan beritanya pula mengandung

unsur fakta yang bersifat penting dan menarik untuk semua kalangan masyarakat bukan hanya sekelompok orang.

### 3. Komunikannya Anonim dan Heterogen

Komunikasi atau penerima informasi dalam komunikasi massa bersifat anonim dan heterogen. Hal ini dikarenakan komunikasi massa menyampaikan pesan secara umum pada seluruh masyarakat, yang tidak saling mengenal antara satu sama lain. Tanpa membedakan suku, ras, agama serta memiliki beragam karakter psikologi, usia, jenis kelamin, tempat tinggal, adat budaya, maupun strata sosial yang berbeda-beda.

### 4. Media massa bersifat Keserempakan

Dikutip dari *romeltea.com* menurut Effendy dalam Elvinaro (2007), keserempakan media massa itu sebagai keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah.

### 5. Pesan yang disampaikan satu arah

Terjadinya proses komunikasi langsung tapi komunikator dan komunikan tidak saling bertemu dan komunikan tidak dapat merespon secara langsung. Dengan komunikator yang mengendalikan komunikasinya.

### 6. Umpan Balik Tertunda (*Delayed Feedback*)

Dikarenakan antara komunikator dengan komunikan yang tidak bertatap muka secara langsung maka komunikator tidak dapat dengan segera

mengetahui reaksi khalayak terhadap pesan yang telah disampaikan (Romeltea, 2013).

### 2.2.2.3 Jenis-Jenis Media Massa

Media massa adalah alat atau sarana yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber (komunikator) kepada khalayak (komunikan/penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis, seperti surat kabar, radio, televisi, film, dan internet. Jenis-jenis media massa adalah:

- a. Media massa cetak (*printed media*), seperti surat kabar harian, tabloid, majalah, buletin kantor berita, buku, newsletter, dan lain-lain;
- b. Media massa elektronik (*electronic media*), seperti televisi, radio dan film; dan media *online* (*cybermedia*), seperti blog dan website yang berisikan informasi aktual layaknya media massa cetak (Suryawati, 2014).

### 2.2.2.4 Media Baru

Dalam perspektif studi media atau komunikasi massa, media *online* menjadi obyek kajian teori "media baru" (*new media*), yaitu istilah yang mengacu pada permintaan akses ke konten (isi/informasi) kapan saja, di mana saja, pada setiap perangkat digital serta umpan balik pengguna interaktif, partisipasi kreatif, dan pembentukan komunitas sekitar konten media aspek generasi "*real-time*". *New media* merupakan penyederhanaan istilah (simplifikasi) terhadap bentuk media di luar lima media massa konvensional televisi, radio, majalah, koran, dan film. Sifat *new media* adalah cair (*fluids*), konektivitas individual, dan menjadi sarana untuk membagi peran kontrol dan kebebasan.

Hadirnya media baru mengubah proses komunikasi masyarakat dengan media lama berubah dari *one-way flow* menjadi *two-way flow* bahkan, *multi-way flow*. Sehingga, istilah media baru memiliki makna pada media yang bernuansa digital, terkoneksi dan interaktif. Institusi media berbasis digital atau pengembangan dari media analog, dan menawarkan hal yang progresif dalam media untuk berbagai aspek kehidupan manusia.

Maka dari itu, ketika mendengar media baru maka jenis-jenis media baru yang langsung terbayang dalam benak ialah *website*, *mobile communication*, media *online*, media sosial dan lain -lain. Sementara itu, disaat yang sama, "media baru" juga memberikan suntikan "semangat baru" dalam hal, misalnya, memfasilitasi audiens untuk berpartisipasi aktif dalam proses komunikasi. Dengan media baru, pembaca tidak hanya membaca tapi juga bisa dibaca hasil pemikirannya, pendengar tidak hanya mendengarkan tapi juga didengar "suaranya", penonton tidak hanya menonton tapi juga "ditonton" responsnya. Harapannya, kehadiran media baru adalah munculnya kehidupan masyarakat yang menjadi semakin terdigitalisasi sehingga menjadi masyarakat kreatif, produktif, dan interaktif.

Menurut Jandy Luik (2020) dalam bukunya berjudul "*Media Baru: Sebuah Pengantar*", terdapat tiga dampak serta dari kebaruan media baru bagi pelaku komunikasi:

1. Melakukan proses komunikasi yang berbasis pada keaktifan pengguna (*users*);

2. Melakukan proses komunikasi yang memperhatikan karakteristik sebuah medium/aplikasi (*language of a medium*); dan,
3. Melakukan proses komunikasi yang tersegmentasi dan serempak ke masyarakat (Luik, 2020).

**Tabel 2.2 Kebaruan Media Baru**

Kebaruan Media Baru	Perubahan Komunikasi yang terjadi
Budaya baru	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perubahan dari khalayak menjadi <i>users</i></li> <li>• Perubahan dari “<i>consuming</i>” menjadi “<i>using creating</i>”</li> </ul>
Teknologi/Aplikasi Baru	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perubahan dari analog (“<i>one-way</i>”) menjadi digital interaktif (“<i>two-way</i>”)</li> <li>• Pergeseran dari divergensi menjadikonvergensi-divergensi</li> </ul>
Kelompok masyarakat atau pengguna ( <i>users</i> ) baru	Muncul nya Network Society, Gen Z, Millenials, dan Netizen.

(Sumber: Luik, 2020)

## 2.2.3 Tinjauan Jurnalistik

### 2.2.3.1 Pengertian Jurnalistik

Jurnalistik (*journalistic*) secara harfiah (etimologi) artinya kewartawanan atau kepenulisan. Kata dasarnya jurnal (*journal*), artinya ‘laporan’ atau

'catatan', atau jour dalam bahasa Prancis yang berarti hari (*day*). Asalmuasalnya dari bahasa Yunani kuno, *du jour* yang berarti 'hari', yakni kejadian hari ini yang diberitakan dalam lembaran tercetak. Tak heran, jika jurnalistik sering diidentikkan banyak orang dengan hal-hal yang berhubungan dengan media cetak, terutama surat kabar. Sedangkan, secara konseptual jurnalistik memiliki pengertian sebagai berikut.

“Jurnalistik adalah proses "aktivitas" atau "kegiatan" mencari, mengumpulkan, menyusun, mengolah/ menulis, mengedit, menyajikan, dan menyebarluaskan berita kepada khalayak melalui saluran media massa.” (Suryawati, 2014)

Adapun pengertian jurnalistik dari Suryawati (2014) dalam bukunya *Jurnalistik: Suatu Pengantar Teori dan Praktek* menurut pakar ialah sebagai berikut:

➤ Roland E. Walseley - Understanding Magazines

“Jurnalistik adalah proses pengumpulan, penulisan, penafsiran, pemrosesan, dan penyebaran informasi umum, opini, hiburan, secara sistematis dan dapat dipercaya untuk diterbitkan pada surat kabar, majalah, dan disiarkan di stasiun siaran”.

➤ Onong Uchjana Effendy

"Jurnalistik adalah teknik mengelola berita mulai dari mendapatkan bahan sampai menyebarluaskan berita kepada masyarakat".

Oleh karena itu, dari pengertian mengenai jurnalistik diatas dapat disederhanakan bahwa jurnalistik adalah proses atau tahapan pengumpulan hingga menyebarluaskan berita secara sistematis yang disalurkan melalui media massa.

### 2.2.3.2 Jurnalistik *Online*

Jurnalistik *online* (*online journalism*) disebut juga *cyber journalism*, jurnalistik internet, dan jurnalistik web (*web journalism*) merupakan "generasi baru" jurnalistik setelah jurnalistik konvensional (jurnalistik media cetak, seperti surat kabar) dan jurnalistik penyiaran (*broadcast journalism* radio dan televisi) - Pengertian jurnalistik *online* terkait banyak istilah, yakni jurnalistik, *online*, internet, dan *website*. Jurnalistik dipahami sebagai proses peliputan, penulisan, dan penyebarluasan informasi (aktual) atau berita melalui media massa. Secara ringkas dan praktis, jurnalistik bisa di-artikan sebagai "memberitakan sebuah peristiwa".

- *Online* dipahami sebagai keadaan konektivitas (ketersambungan) mengacu kepada internet atau *world wide web* (www). *Online* merupakan bahasa internet yang berarti "informasi dapat diakses di mana saja dan kapan saja" selama ada jaringan internet (konektivitas). Internet (kependekan dari *interconnection-networking*) secara harfiah artinya "jaringan antarkoneksi". Internet dipahami sebagai sistem jaringan komputer yang saling ter-hubung. Berkat jaringan itulah, apa yang ada di sebuah komputer dapat diakses orang lain melalui komputer lainnya.

- Internet "menghasilkan" sebuah media-dikenal dengan "media *online*" - utamanya website.
- Website atau site (situs) adalah halaman yang mengandung konten (media), termasuk teks, video, audio, dan gambar. Website bisa diakses melalui internet dan memiliki alamat internet yang dikenal dengan URL (*Uniform Resource Locator*) yang berawalan www atau http:// (*Hypertext Transfer Protocol*)

Dari pengertian ketiga kata tersebut, jurnalistik *online* dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian informasi melalui media internet, utamanya website. (Romli, 2018)

### 2.2.3.3 Prinsip Jurnalistik *Online*

Menurut Paul Bradshaw dalam buku *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online* karya Asep Syamsul M. Romli (2018) ada lima prinsip dasar jurnalistik *online*, yang disingkat dengan BASIC, yaitu *Brevity*, *Adaptability*, *Scannability*, *Interactivity*, *Community*. Untuk lebih jelas dapat dilihat sebagai berikut:

1. *Brevity* (Ringkas). Tulisan harus dibuat seringkis mungkin, tidak panjang dan bertele-tele. Sebaiknya tulisan panjang, diringkis menjadi beberapa tulisan pendek agar dapat dibaca dan dipahami dengan cepat. Istilah umumnya, *Keep It Short and Simple*.
2. *Adaptability* (mampu beradaptasi). Dalam menyajikan berita/ informasi, jurnalis harus bisa beradaptasi dengan perkembangan teknologi di bidang

komunikasi. Jadi bukan hanya menulis berita, jurnalis jug dituntut untuk mampu menyajikan berita dengan keragaman cara penyajian. Bukan hanya tulisan, tapi juga disertai dengan gambar, atau bisa juga disajikan dalam format video atau suara. Jurnalis harus mampu menyesuaikan diri dengan kebutuhan dan preferensi pembaca.

3. *Scannability* (dapat dipindai). Situs/laman web jurnalisme dituntut untuk memiliki sifat dapat dipindai, untuk memudahkan pembaca. Sebab sebagian besar pengguna situs tersebut melakukan pencarian secara spesifik, dengan memindai halaman web. Pembaca akan mencari informasi utama, subheading, link, dll untuk membantu menavigasi text, sehingga tidak perlu melihat monitor dalam waktu yang lama. Oleh sebab itu penentuan judul berita sangat penting dalam menarik minat pembaca, terutama dua kata pertama pada judul.

4. *Interactivity* (interaktivitas). Pembaca dibiarkan menjadi pengguna, dalam artian memberikan keleluasaan pada pembaca untuk memberikan tanggapan, atau komunikasi lainnya pada jurnalis melalui laman situs tersebut. Dengan begitu pembaca akan merasa bahwa dirinya dilibatkan dan dihargai, sehingga mereka semakin merasa senang membaca situs tersebut.

5. *Community and Conversation* (komunitas dan percakapan). Pembaca media *online* tidak hanya bersifat pasif dalam membaca berita, seperti ketika membaca berita pada Koran atau televisi. Sebab media *Online* memungkinkan pengguna untuk melakukan percakapan – percakapan pendek untuk menanggapi isi berita, misalnya melalui kolom komentar. Sebagai timbal

baliknya, jurnalis juga harus menanggapi interaksi dari pembaca tersebut, sehingga tercipta komunitas dan percakapan didalamnya (Romli, 2018).

#### **2.2.3.4 Jurnalis dan Berita**

Jurnalis atau yang dikenal dengan sebutan wartawan ialah orang yang melakukan pekerjaan kewartawanan atau tugas jurnalistik secara rutin. Bisa dikatakan bahwa jurnalis adalah orang yang pekerjaannya mencari dan menyusun berita untuk dimuat di media massa, baik itu media cetak, media elektronik ataupun media *online*. Kualitas pemberitaan suatu institusi media juga bergantung pada keterampilan yang dimiliki jurnalisnya. Semakin baik berita yang disajikan, semakin baik juga kualitas institusi media tersebut (Yunus, 2010).

Secara garis besar, produk atau karya jurnalistik ada tiga, yakni Berita, Opini dan Feature. Berita (*news*), yaitu laporan peristiwa yang bernilai jurnalistik atau memiliki nilai berita (*news values*) antara lain aktual, faktual, penting, dan menarik yang dibuat oleh wartawan. Berita sering disebut "informasi terbaru" atau salah satu hasil dari aktivitas jurnalistik (Suryawati, 2014).

Produk jurnalistik berita (*news*) dibagi menjadi beberapa macam, yakni:

- 1) Berita langsung (*straight news*) Adalah jenis berita yang menyajikan informasi mengenai peristiwa yang terjadi dalam waktu singkat.
- 2) Berita menyeluruh (*comprehensive news*) Merupakan laporan tentang fakta bersifat menyeluruh yang ditinjau dari berbagai aspek. Artinya berita ini menggabungkan berbagai fakta terkait suatu peristiwa dalam satu kesatuan

cerita yang utuh. Sehingga benang merah dari peristiwa tersebut dapat terlihat jelas.

- 3) Berita mendalam (*depth news*) Adalah laporan fakta atau informasi tambahan dari reporter mengenai suatu peristiwa. Isi laporan ini merupakan versi lebih lengkap dan mendalam dari berita langsung atau straight news.
- 4) Pelaporan mendalam (*depth reporting*) Merupakan pelaporan jurnalistik yang bersifat mendalam, tajam, lengkap, dan utuh tentang suatu peristiwa fenomenal atau aktual dari berbagai perspektif. Pelaporan ini disajikan dalam beberapa judul guna menghindari kejenuhan pembaca.
- 5) Berita penyelidikan (*investigative news*) Adalah berita yang berpusat pada sejumlah masalah dan kontroversi. Biasanya berita penyelidikan membahas kejahatan kriminal dan peristiwa yang merugikan satu atau banyak pihak. Dalam laporan investigasi, wartawan melakukan penyelidikan untuk memperoleh fakta tersembunyi.
- 6) Berita khas bercerita (*feature news*) Merupakan berita yang berkaitan dengan ketertarikan manusia atau human interest. Dalam feature, penulis lebih menekankan gaya penulisan yang menarik disertai humor daripada nilai kepentingan informasi.
- 7) Berita gambar (*photo news*) Adalah berita yang menggunakan foto sebagai media penyampaian informasi (Aldila Daradinanti, 2022).

## 2.2.4 Tinjauan Media *Online*

### 2.2.4.1 Definisi Media *Online*

Media *online* merupakan media komunikasi yang pemanfaatannya menggunakan koneksi internet. Karena itu, media *online* tergolong media bersifat khas. Kekhasan media ini terletak pada keharusan untuk memiliki jaringan teknologi informasi dengan menggunakan internet, di samping pengetahuan tentang program komputer untuk mengakses informasi atau berita. Saat pertama kali hadir di masyarakat, media *online* memiliki pertumbuhan yang pesat. Bahkan saat ini, hampir sebagian besar masyarakat di perkotaan menggemari media *online*. Bagi sebagian orang, media *online* sebagai alternatif dalam memperoleh akses informasi dan berita (Suryawati, 2014).

### 2.2.4.2 Keunggulan Media *Online*

Keunggulan media *online* sebagai berikut.

- Informasinya bersifat *up to date* (senantiasa terbaru)

Media *online* dapat melakukan *upgrade* suatu informasi atau berita dari waktu ke waktu. Hal ini terjadi karena media *online* memiliki proses penyajian informasi dan berita yang lebih mudah dan sederhana dibandingkan dengan jenis media massa lainnya.

- Informasinya bersifat real time

Media *online* dapat menyajikan informasi dan berita saat peristiwa sedang berlangsung (*live*). Sebagian besar wartawan media *online* dapat mengirimkan informasi langsung ke meja redaksi dari lokasi peristiwa.

- Informasinya bersifat praktis

Media *online* dapat diakses di mana dan kapan saja, sejauh didukung oleh fasilitas teknologi internet. Pengguna internet dapat mengakses informasi di kantor, di rumah, di kamar, di sekolah dan dimanapun berada (Suryawati, 2014).

#### **2.2.4.3 Jenis-Jenis Media *Online***

Secara teknis atau "fisik", media *online* adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Termasuk kategori media *online* adalah portal, website (situs web, termasuk blog dan media sosial seperti Facebook dan Twitter), radio *online*, TV *online*, dan email. Yang menjadi obyek kajian dalam pembahasan buku ini adalah media *online* berupa website, utamanya website berita (*news online media*), karena situs berita merupakan media *online* yang paling umum diaplikasikan dalam praktik jurnalistik modern dewasa ini (Romli, 2018).

Media *online* berupa situs berita bisa kita klasifikasikan menjadi lima kategori:

- Situs berita berupa "edisi *online*" dari media cetak surat-kabar atau majalah, seperti *republika online*, *kompas cybermedia*, *mediaindonesia.com*, *seputar-indonesia.com*, *pikiran-rakyat.com*, dan *tribunjabar.co.id*.
- Situs berita berupa "edisi *online*" media penyiaran radio, seperti Radio Australia ([radioaustralia.net.au](http://radioaustralia.net.au)) dan Radio Netherland ([w.nl](http://w.nl)).

- Situs berita berupa "edisi *online*" media penyiaran televisi, seperti *CNN.com*, *metronews.com* dan *liputan6.com*.
- Situs berita *online* "murni" yang tidak terkait dengan media cetak atau elektronik, seperti *antaranews.com*, *detik.com*, dan *VIVA News*.
- Situs "indeks berita" yang hanya memuat link-link berita dari situs berita lain seperti Yahoo! News, *Plasa.msn.com*, NewsNow, dan Google News layanan kompilasi berita yang secara otomatis menampilkan berita dari berbagai media *online* (Romli, 2018).

#### 2.2.4.4 Perbedaan Media *Online* dan Media Cetak

Menurut Jonru Ginting dalam buku Indah Suryawati yang berjudul *Jurnalistik: Suatu Pengantar Teori dan Praktek* bahwa tidak ada perbedaan yang terlalu mencolok antara jurnalistik media *online* dengan jurnalistik media konvensional atau cetak. Perbedaan yang paling kelihatan adalah pada mediumnya. Media *online* bersifat virtual, sedangkan media cetak bersifat tercetak (ada bentuk fisik). Untuk lebih mudah memahami perbedaan antara media *online* dengan media cetak, perhatikan tabel berikut.

**Tabel 2.3 Perbedaan Media Cetak dengan Media *Online***

Unsur	Media Cetak	Media <i>Online</i>
<b>Pembatasan Panjang Naskah</b>	Biasanya panjang naskah telah dibatasi, misalnya 5 hingga 7 halaman kuarto diketik 2 spasi.	Tidak ada pembatasan panjang naskah, karena halaman web bisa menampung naskah yang sepanjang apa pun.

		Namun demi alasan kecepatan akses, keindahan desain dan alasan-alasan teknis lainnya, perlu dihindarkan penulisan naskah yang terlalu panjang.
<b>Prosedur Naskah</b>	Naskah biasanya harus di-ACC oleh redaksi sebelum dimuat.	Sama saja. Namun ada sejumlah media yang memperbolehkan wartawan di lapangan yang telah dipercaya untuk mengunggah sendiri tulisan-tulisan mereka
<b><i>Editing</i></b>	Kalau sudah naik cetak (atau sudah di-film-kan pada proses percetakan), tak bisa diedit lagi.	Walaupun sudah <i>online</i> , masih bisa diedit dengan leluasa. Tapi biasanya, editing hanya mencakup masalah-masalah teknis, seperti merevisi salah ketik, dan seterusnya.
<b>Tugas <i>designer</i> atau <i>layouter</i></b>	Tiap edisi, desainer atau layouter harus tetap bekerja untuk menyelesaikan desain pada edisi tersebut.	Desainer dan programmer cukup bekerja sekali saja, yakni di awal pembuatan situs web. Selanjutnya, tugas mereka hanya pada masalah-masalah maintenance atau ketika perusahaan memutuskan untuk mengubah desain dan sebagainya. Setiap kali redaksi meng-upload naskah, naskah itu akan langsung "masuk" ke desain secara otomatis.

<b>Jadwal terbit</b>	Berkala (harian, mingguan, bulanan, dua mingguan, dan sebagainya).	Kapan saja bisa, tidak ada jadwal khusus, kecuali untuk jenis-jenis tulisan/rubrik tertentu.
<b>Penyebarluasan</b>	Walau sudah selesai dicetak, media tersebut belum bisa langsung dibaca oleh khalayak ramai sebelum melalui proses penyebarluasan.	Begitu di-upload, setiap berita dapat langsung dibaca oleh semua orang di seluruh dunia yang memiliki akses internet.

(Sumber: Suryawati, 2014)

Dari segi isi (konten) atau sajian informasi, yang disajikan media *online* secara umum sama dengan media cetak seperti koran atau majalah, yakni terdiri dari berita (news), artikel opini (views), feature, foto, dan iklan yang dikelompokkan dalam kategori (media cetak: rubrik) tertentu, misalnya kategori berita nasional, ekonomi, berita olah raga, dan politik. Yang berbeda dengan media cetak adalah kemasan informasi media *online* tidak hanya dalam bentuk teks dan gambar (foto), namun juga bisa dilengkapi dengan audio, video, visual, audio-video, animasi grafis, link, artikel terkait (related posts), bahkan kolom komentar untuk memberi ruang bagi pembaca menyampaikan opininya.

Isi media *online* umumnya dibagi dua bagian, yaitu "halaman" (*page*) dan "kategori" (*category*). Page biasanya berisi informasi "statis", seperti profil (*about us*), buku tamu (*guestbook*), atau informasi penting lainnya. Category-rubrikasi dalam media cetak atau program di media elektronik adalah pengelompokan jenis tulisan dari sisi topik atau tema, misalnya berita nasional, informasi produk, artikel opini, feature dan tips. informasi. Mereka bisa langsung menuju informasi yang dicari berkat fasilitas page dan category ini dengan adanya panduan "menu

navigasi" (*navigation menu*) yang tinggal di-klik biasanya di bagian bawah *web header* atau di samping (*sidebar*).

Penataan *page* dan *category* di media *online* dimudahkan dengan adanya fasilitas atau perangkat *Content Management System* (CMS), yaitu sistem yang menyediakan kumpulan prosedur yang digunakan untuk mengelola tampilan dan konten website, seperti mengontrol akses ke data berdasarkan peran pengguna (yaitu menentukan informasi pengguna atau kelompok pengguna dapat melihat, mengedit, memublikasikan, dan lain-lain); memfasilitasi penyimpanan dan pengambilan data; mengurangi duplikasi input; menyederhanakan penulisan laporan; dan meningkatkan komunikasi di antara pengguna. Platform CMS memungkinkan pengelola isi *website* (*content editor*) untuk memublikasikan, mengedit dan memodifikasi konten. (Romli, 2018)

### **2.3 Kerangka Pemikiran**

Menurut Sugiyono, kerangka berpikir atau kerangka pemikiran ialah model konseptual yang digunakan sebagai acuan dasar dengan beberapa indikator sebagai masalah dalam suatu penelitian. Sedangkan menurut Echo, kerangka berpikir merupakan dasar pemikiran yang mempengaruhi dasar pemikiran orang lain yang diaplikasikan kedalam penelitian. Sehingga, dasar pemikiran tersebut menjadi konsep awal yang menarik untuk bisa dilanjutkan peneliti dalam mendalami suatu fenomena penelitian (Azis, 2023). Kerangka pemikiran yang peneliti gunakan pada penelitian ini mengacu mengacu pada teori dari (Santoso & Lestari, 2019), yang berjudul *Jurnalisme Online: Menyoal Etika Jurnalistik Media Online* mengenai tiga tahapan proses

jurnalistik sebagai berikut: Bahwa media *online* pada konteks proses jurnalisme bentuk baru yaitu jurnalisme media *online*. Bentuk proses ini dapat dipahami sebagai bentuk kolaborasi antara jurnalistik dengan menggunakan wadah media *online* mulai dari proses *news gathering* (pengumpulan berita), *news producing* (produksi berita), hingga *news publishing* (penyebarluasan berita). Berikut adalah penjelesan terkait dengan kerangka pemikiran yang disusun oleh peneliti yang dijadikan rujukan untuk menyusun kerangka pemikiran:

1. *News Gathering* (Pengumpulan Berita)

Dalam proses *news gathering* (pencarian data dan informasi). Jika dalam jurnalisme konvensional yang sebelumnya tidak berbasis internet, proses pencarian berita di lapangan sebagian besar dilakukan oleh jurnalis melalui tatap muka langsung dengan narasumber. Namun, sejak hadirnya internet, proses tersebut menjadi lebih singkat dengan pemanfaatan media daring seperti email dan *teleconference*. Bahkan yang menjadi trend belakangan adalah pemanfaatan media sosial seperti facebook, twitter dan instagram untuk dijadikan sumber berita dalam karya jurnalistik media. Dalam melakukan konfirmasi dengan narasumber, jurnalis media *online* juga memanfaatkan aplikasi whatsapp atau aplikasi chat lain berbasis internet. Sementara dalam proses pencarian dan pengumpulan data, jurnalis media *online* dimudahkan dengan mesin pencari pintar seperti google.

## 2. *News Producing* (Produksi Berita)

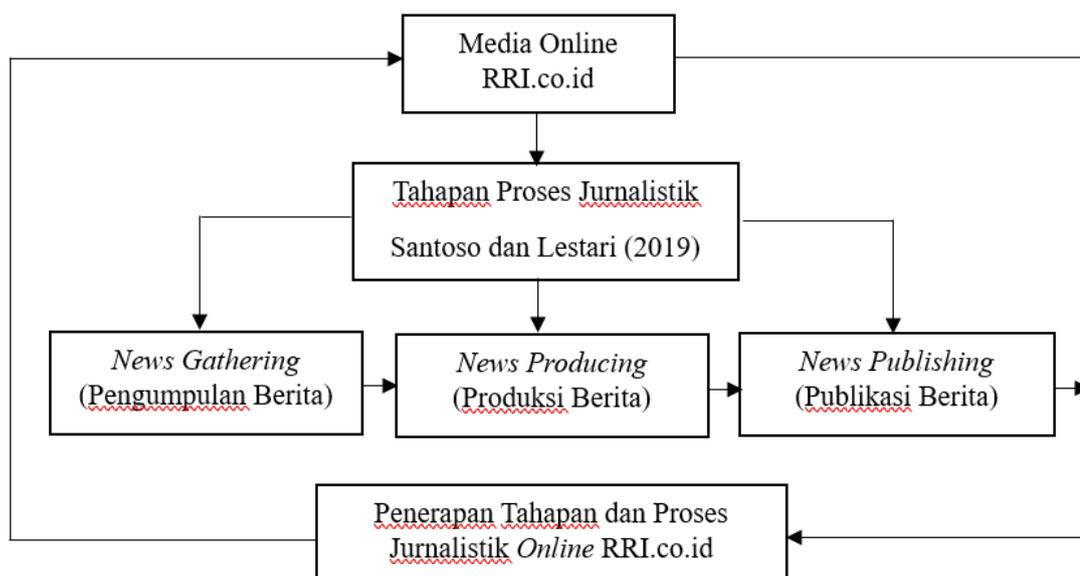
Kedua, pada proses *news producing* (pengolahan data dan informasi menjadi berita). Dengan kehadiran internet, proses pengolahan informasi baik yang didapatkan di lapangan secara langsung maupun data lain dapat diolah menjadi lebih mudah dan cepat. Sebelumnya dalam era jurnalistik konvensional, pengolahan informasi menjadi karya jurnalistik kerap dilakukan dengan sistem deadline. Teknologi juga mempermudah sistem kerja redaksi karena reporter atau wartawan di lapangan tidak melulu harus mengirimkan karyanya secara langsung di kantor, tetapi bisa dilakukan hanya dengan mengirimkan melalui email atau milis perusahaan media yang bersangkutan. Reporter atau jurnalis di lapangan juga tidak harus mengolah karya jurnalistiknya di kantor tetapi bisa dilakukan saat itu juga dimana suatu peristiwa berlangsung. Kondisi ini pula yang sering disebut menjadi perbedaan mendasar dalam praktik jurnalistik *online* yakni *Real Time Online*.

## 3. *News Publishing* (Penyebarluasan Berita)

Ketiga, proses *news publishing* (penyebarluasan karya jurnalistik) melalui media massa dapat dilakukan secara massif secara bersamaan tanpa terbatas ruang dan waktu. Penyebarluasan informasi kepada khalayak tidak hanya terbatas pada satu wilayah tertentu namun bahkan antar Negara atau benua. Penyebarluasan berita juga tidak memerlukan rantai penyebarluasan yang rumit karena internet dengan segala keunggulannya menjadikan proses tersebut menjadi cepat dan singkat. Medium penyebaran berita juga menjadi

lebih efisien karena tidak hanya berbasis kertas atau print media. Dari sisi penyebaran informasi ke publik juga mengalami perubahan dimana masyarakat tidak harus menunggu berita terbit melalui Koran di hari berikutnya setelah suatu peristiwa terjadi. Namun, masyarakat dapat langsung membaca kejadian atau isu hangat hari ini pada saat yang sama melalui berbagai media *online*.

**Gambar 2.1 Alur Berpikir Peneliti**



(Sumber: Peneliti, 2024)