

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Jurnalistik Sebagai Metode Penyelenggaraan Komunikasi Massa

Secara etimologis, istilah "komunikasi" merupakan terjemahan dari kata *communication* dalam bahasa Inggris, yang berasal dari bahasa Latin *communis* yang berarti "sama atau memiliki kesamaan makna," serta *communico* atau *communicare* yang berarti "membuat sama". Di antara istilah tersebut, *communis* adalah yang paling sering dirujuk sebagai asal-usul kata komunikasi. Komunikasi sendiri dapat didefinisikan sebagai proses berbagi makna melalui pesan yang disampaikan antar pihak. Pesan tersebut dapat berupa gagasan atau ide yang diwujudkan dalam bentuk simbol-simbol yang memiliki makna yang dipahami secara sama oleh para pelaku komunikasi (Hariyanto, 2021).

Untuk menciptakan komunikasi yang efektif, diperlukan unsur-unsur komunikasi yang mendukung proses tersebut. Terdapat enam unsur utama dalam komunikasi (Razali dkk, 2022), yaitu:

1. Sumber, yaitu pihak atau dasar yang digunakan untuk menyampaikan pesan serta memperkuat isi pesan yang akan disampaikan.
2. Komunikator, merupakan individu atau pihak yang bertugas membawa dan menyampaikan pesan. Komunikator memiliki peran penting dalam menentukan keberhasilan proses komunikasi, khususnya dalam mempengaruhi penerima pesan (komunikan).
3. Pesan, adalah materi atau informasi yang diberikan oleh komunikator kepada komunikan dalam proses komunikasi.
4. Saluran (Channel), merupakan media atau jalur yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Media ini dapat berupa media personal maupun media massa.
5. Komunikasi, dapat dikategorikan berdasarkan sifat, arah, atau jumlah individu yang terlibat dalam proses tersebut.
6. Efek, adalah hasil akhir dari proses komunikasi yang menunjukkan dampak atau pengaruh komunikasi terhadap komunikan.

Komunikasi massa dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan-pesan yang dibuat dalam jumlah besar kepada audiens yang luas, tidak dikenal, dan memiliki keberagaman (Nurudin, 2015). Komunikasi massa melibatkan proses produksi dan distribusi pesan melalui media massa, serta merupakan kajian ilmiah yang mempelajari media massa, pesan yang disampaikan, audiens yang menjadi sasaran, dan dampaknya terhadap audiens tersebut.

Komunikasi massa melibatkan interaksi antara pengirim pesan dan penerima pesan melalui media, yang digunakan sebagai sarana untuk menyebarkan pesan secara luas, dengan tujuan untuk membentuk makna yang dapat mempengaruhi audiens. (Vera, 2016).

Dalam komunikasi massa, metode penyelenggaraan komunikasi terdapat bidang jurnalistik, *public relation*, *advertising*, *broadcasting*, kampanye, dan penyuluhan. Selain itu, juga ada metode penyelenggaraan komunikasi seperti penerangan, propaganda, publisitas, pameran, dan lainnya.

Dari perspektif media, komunikasi massa mengacu pada media yang dapat diakses atau diikuti oleh khalayak yang luas dan beragam. Dengan demikian, media ini memiliki sifat terbuka atau inklusif, bukan eksklusif yang hanya terbatas untuk kelompok tertentu. Sedangkan dalam hal komunikator atau sumber dalam komunikasi massa, komunikator diartikan sebagai pengelola media massa yang dianggap sebagai entitas terstruktur. Artinya, mereka adalah individu-individu yang berada di balik penyelenggaraan media massa tersebut (Rusman, 2023).

Kemajuan teknologi telah membuat pengetahuan dapat diakses dengan mudah dan cepat oleh semua orang saat ini. Media massa, termasuk versi cetak dan elektronik, telah menggantikan bentuk komunikasi pra-verbal dan lisan. Menurut McQuail, Dalam komunikasi massa, komunikator (orang yang menciptakan pesan) menggunakan berbagai bentuk media untuk menyebarkan pesan tersebut ke khalayak luas dengan harapan mereka akan memahaminya dan menindaklanjutinya.

Siapa pun yang membaca, menonton, mendengarkan, atau menjadi bagian dari audiens dianggap sebagai bagian dari massa dalam pengertian ini. Media tradisional dan media baru adalah dua jenis utama media massa. Seni pertunjukan,

media cetak, radio, televisi (baik analog maupun digital), dan film adalah contoh media tradisional. Media baru muncul sebagai hasil dari pergeseran masyarakat yang disebabkan oleh kemajuan teknologi yang bergerak cepat menuju digitalisasi. Platform media sosial, yang sebagian besar berfungsi seperti internet, adalah contoh yang bagus.

2.2 Media Baru dalam Jurnalistik

New Media merujuk pada cara penyampaian informasi dan komunikasi yang memanfaatkan teknologi digital. Konsep ini menunjukkan pergeseran dari sumber informasi tradisional, seperti koran dan majalah, ke perangkat komunikasi yang terhubung ke internet untuk mendapatkan dan menyebarkan informasi. Perkembangan media baru telah mengubah cara kita mengakses dan berinteraksi dengan informasi di era digital.

New Media merupakan hasil dari kemajuan teknologi yang pesat dan memberikan banyak manfaat bagi kehidupan manusia. Salah satu manfaat utama dari media baru adalah kemudahan dan kecepatan dalam mencari informasi. Melalui media baru, masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Selain itu, media baru juga memudahkan akses untuk kegiatan lain, seperti transaksi jual beli online dan berbelanja di toko daring. Media baru merupakan proses penyampaian informasi yang dapat diakses melalui perangkat yang terhubung dengan internet.

Menurut Nicholas Gane dan David Beer (2008), *New media* memiliki konsep di dalamnya, seperti:

- a. Jaringan: Sebagai bagian integral dari ide media baru, ini memfasilitasi komunikasi dan pertukaran data antara komputer serta antara komputer dan perangkat eksternal lainnya.
- b. Informasi: Data dalam bentuk yang terorganisasi dan tersampaikan adalah apa yang dimaksud dengan "informasi" dalam konteks media baru. Sementara itu, Machlup berpendapat bahwa informasi hanyalah penyampaian pengetahuan.

- c. Interface: Interface adalah sumber daya yang tersedia di jaringan yang membantu kita memahami dampak dan fungsi media baru (Beer). Definisi interface sendiri, Konvergensi banyak fenomena sosial dan budaya dalam media baru membuatnya mampu memoderasi struktur kekuatan informasi dan mengubah hubungan antara konteks yang berbeda. Lima jenisnya *New Media* diantaranya ada, Media Sosial, Surel, Situs Web, Media Online dan Streaming Video.

Media *online* merupakan bagian dari media baru atau *new media*, yang secara umum merujuk pada segala bentuk media yang hanya dapat diakses melalui internet. Secara lebih spesifik, media *online* adalah banyak bentuk komunikasi massa yang disebarkan melalui web, termasuk media elektronik dan cetak. Sebagai contoh, koran atau surat kabar yang diterbitkan secara *online* dapat disebut sebagai media online. Begitu juga dengan televisi yang disiarkan melalui internet, yang dikenal sebagai televisi *online*. (Vera, 2016).

Media online adalah media yang mengandalkan telekomunikasi dan multimedia sebagai pondasinya. Di mana beberapa layanan daring—portal, situs web, radio, televisi, pers, email, dll. Tersedia bagi pengguna, masing-masing dengan serangkaian fiturnya sendiri yang disesuaikan dengan layanan yang mereka berikan. Aliran jurnalisme baru yang dikenal sebagai "jurnalisme daring" telah muncul karena menjamurnya media internet (Pamuji, 2019).

Berdasarkan teori New Media, media ini memungkinkan akses informasi kapan saja dan di mana saja tanpa batasan ruang dan waktu, menggunakan perangkat digital. New media dapat dipahami sebagai teknologi yang menyediakan platform untuk interaksi pengguna dengan komunikasi dua arah, berbeda dengan media konvensional. Salah satu karakteristik media online adalah kecepatan atau aktualitas, yang berhubungan dengan distribusi informasi yang cepat dan terus diperbarui. Karakteristik lainnya adalah interaktivitas, di mana komunikasi dua arah memungkinkan terjadinya banyak interaksi. Media online juga menawarkan personalisasi, memungkinkan pengguna untuk mencari informasi yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Selain itu, media online memiliki kapasitas

penyimpanan yang sangat besar, bahkan tidak terbatas, dan fitur hyperlink yang memungkinkan satu berita terhubung dengan berbagai sumber.

2.3 Jurnalistik *Online*

Jurnalistik online terdiri dari dua konsep, yaitu "jurnalistik" dan "*online*". Jurnalistik merujuk pada proses peliputan, penulisan, dan penyebaran informasi atau berita melalui media massa. Sementara itu, "*online*" merujuk pada kondisi yang terhubung dengan internet atau World Wide Web (WWW). Dengan mempertimbangkan kedua definisi ini, dapat dikatakan bahwa jurnalisisme daring adalah praktik penyebaran informasi atau berita menggunakan media daring, khususnya situs web.

Website sendiri adalah situs daring yang mencakup berbagai format media, termasuk teks, audio, video, dan foto. Situs seperti ini adalah contoh Media Baru yang baru-baru ini muncul. Kemampuan untuk mengakses informasi kapan saja dan dari lokasi mana pun dengan koneksi internet merupakan ciri khas media modern. Multimedia merupakan hal mendasar bagi jurnalisisme daring, yang juga memanfaatkan judul (headline), teks, foto, gambar, logo, dan hyperlink.

Dengan kemajuan teknologi digital, media daring telah memperluas kemampuan penyajian berita mereka untuk menyertakan elemen video dan grafis, selain teks dan gambar. Konsep lain yang berkembang adalah "jurnalisisme warga," yang menggambarkan praktik orang-orang biasa menggunakan platform daring seperti blog dan bagian komentar untuk membuat dan berbagi berita dan hal-hal lain dengan publik. Sebagai hasil dari jurnalisisme warga, orang-orang tidak lagi dipandang sebagai penerima berita yang pasif, melainkan sebagai peserta aktif dalam proses produksi berita, seperti halnya jurnalis tradisional. Evolusi media modern telah mengutamakan penyajian berita yang cepat, tidak memihak, dan akurat.

Namun, citizen journalism juga memiliki kekurangan, salah satunya adalah mengabaikan standar etika yang harus dijunjung tinggi oleh jurnalis. Kejujuran dan keterpercayaan tidak selalu diberi bobot yang semestinya, dan terminologi serta

konvensi jurnalistik sering kali diabaikan. Tren terkini dalam jurnalisme daring adalah "berita kilat," yang terkadang dikenal sebagai "berita cepat," di mana wartawan tidak perlu menunggu sumber untuk memvalidasi klaim mereka dan dapat menulis sebanyak yang mereka inginkan.

Menurut Paul Bradshaw, terdapat lima prinsip jurnalistik *online* yang disingkat dalam B-A-S-I-C (Romli,2018):

1. **Brevity:** Keringkasan. Berita online harus disampaikan secara ringkas, padat, dan langsung ke poin. Pembaca online memiliki waktu yang terbatas dan cenderung tidak sabar, sehingga informasi yang panjang dan berbelit-belit akan sulit menarik perhatian mereka.
2. **Adaptability:** Kemampuan beradaptasi. Jurnalistik online harus mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang sangat cepat. Format berita, platform distribusi, dan cara interaksi dengan pembaca terus berubah, sehingga jurnalis harus selalu siap menyesuaikan diri.
3. **Scannability:** Kemudahan dipindai. Berita online harus disajikan dengan format yang mudah dipindai oleh pembaca. Penggunaan headline yang menarik, subjudul, bullet points, dan gambar dapat membantu pembaca dengan cepat memahami isi berita.
4. **Interactivity:** Interaktivitas. Jurnalistik online mendorong interaksi antara pembaca dan media. Fitur seperti komentar, polling, dan media sosial memungkinkan pembaca untuk berpartisipasi aktif dalam proses pembuatan berita.
5. **Community and Conversation:** Komunitas dan percakapan. Jurnalistik online menciptakan komunitas online di mana pembaca dapat berinteraksi satu sama lain dan dengan jurnalis. Hal ini memungkinkan terjadinya pertukaran informasi dan ide yang lebih kaya.

Konvergensi media dapat didefinisikan sebagai penggabungan beberapa aspek teknis ke dalam evolusi media massa. Istilah "konvergensi media" menggambarkan proses di mana beberapa bentuk media digabungkan menjadi satu media yang lebih komprehensif. Dalam skenario konvergensi media, baik bentuk media tradisional maupun yang baru muncul beroperasi secara bersamaan di dalam

sistem yang sama. Karena memfasilitasi akses cepat dan mudah ke berbagai macam media, internet merupakan komponen utama dalam konvergensi media. Konvergensi media, yang mencakup media daring, e-paper, e-book, radio streaming, dan media sosial bersama dengan bentuk-bentuk media massa lainnya, didorong oleh keberadaan internet (Azahari, 2022).

Konvergensi media merupakan suatu kesatuan terpadu yang terdiri dari tiga pilar sektor media: komputer, informasi, dan teknologi. Proses konvergensi ini merupakan peluang sekaligus ancaman, karena mengubah konsep-konsep yang berkaitan dengan media. Dalam jurnalisme, Cara informasi dibagikan kepada publik dan cara berita diperoleh dipengaruhi oleh konvergensi media, yang pada gilirannya mempengaruhi era jurnalisme modern. Para jurnalis di Mantraidea.com juga merasa lebih mudah melakukan pekerjaan mereka karena konvergensi media, yang menyederhanakan proses pengumpulan materi dari sumber-sumber seperti media sosial dan wawancara langsung.

2.4 Kode Etik Jurnalistik dan Pedoman Pemberitaan Media Siber

Kode etik terdiri dari dua kata, yaitu "kode" yang berarti tanda dengan maksud atau makna tertentu yang disepakati bersama, dan "etik" yang berasal dari bahasa Yunani, yaitu "ethos," yang berarti watak, cara hidup, dan adab. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Kode etik organisasi adalah dokumen yang mengatur perilaku yang diharapkan dari karyawan. Untuk memastikan bahwa orang-orang di bidang tertentu berperilaku dengan tepat dan profesional, kode etik menetapkan aturan tentang bagaimana mereka harus dan tidak boleh berperilaku.

Kode etik adalah gerakan sosial menuju pembentukan norma-norma terkodifikasi untuk perilaku yang benar dari kelompok-kelompok yang dapat diidentifikasi secara sosial. Menurut Bertens, Salah satu cara untuk memandang kode etik adalah sebagai kompas yang menunjukkan jalan secara moral dan berusaha menjaga persepsi publik terhadap suatu profesi tetap positif (Bertens, 2001).

Pada sekitar tahun 1900-an, kode etik jurnalistik muncul sebagai mengingat independensi pers dan sebagai bentuk tanggung jawab warga negara. Menurut Undang-Undang No. 40/1999, kode etik jurnalistik adalah konsep yang berlaku bagi jurnalis secara keseluruhan. Organisasi yang mewakili jurnalis telah mencapai konsensus mengenai kode etik ini, yang ditetapkan oleh Dewan Pers.

Melindungi hak privasi publik, tidak menerima suap, berhati-hati dalam menyampaikan informasi yang benar, menghormati anggapan tidak bersalah, dan menghindari berita yang dapat memecah belah merupakan beberapa hal yang diatur dalam kode etik jurnalistik. Dewan Pers mengawasi Dewan Kode Etik, yang bertanggung jawab untuk menyelesaikan masalah yang terkait dengan pelanggaran etika dalam organisasi profesi.

Menjaga sikap profesional dan mau menerima masukan dari masyarakat merupakan ciri penting surat kabar yang menghormati hak-hak pembacanya. Kode etik diperlukan bagi wartawan Indonesia agar mereka dapat menjunjung tinggi integritas dan profesionalisme yang diharapkan dari mereka dalam bekerja sekaligus menjaga kebebasan pers dan hak masyarakat untuk mengetahui kebenaran (Nugroho & Samsuri, 2013). Atas dasar itu, pemimpin redaksi, jajaran redaksi, dan wartawan Mantraidea.com harus bersifat independen seperti Menurut pasal pertama kode etik jurnalistik, wartawan Indonesia harus bersikap netral, jujur, dan berimbang dalam pelaporannya. Selain itu, jangan pernah membuat berita palsu; melakukan hal itu akan melanggar pasal empat kode etik jurnalistik Indonesia, yang melarang penyebaran informasi palsu serta pencemaran nama baik, sadisme, dan kecabulan.

Kemunculan media siber merupakan perubahan yang menguntungkan bagi sektor media yang dulunya bergantung pada sumber berita tradisional. Biaya operasional media tradisional telah meningkat karena kurangnya dana. Koran kertas, misalnya, memiliki masalah dengan sumber daya alam seperti pohon yang harus ditebang untuk membuat kertas. Penebangan pohon selanjutnya telah memicu demonstrasi oleh para pejuang lingkungan dan menaikkan harga kertas, yang pada gilirannya memengaruhi biaya untuk mencetak koran.

Radio dan televisi, dua contoh media elektronik tradisional, juga mengalami hal serupa. Keterbatasan sumber daya alam, khususnya dalam hal jalur udara (*bandwidth*) untuk mengirim sinyal, yang membuat penentuan frekuensi siaran untuk radio dan televisi menjadi sulit dan mahal. Untuk mengatasi biaya produksi yang sangat tinggi yang terkait dengan media tradisional, organisasi media telah beralih ke kebangkitan media daring. Beberapa media tradisional telah mulai menyediakan versi daring dari produk mereka atau telah memindahkan platform mereka ke daring sebagai respons terhadap kebangkitan media daring, sementara yang lain mulai berjuang atau bahkan gulung tikar sama sekali.

Menurut Pancasila, Undang-Undang Dasar 1945, dan Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia Perserikatan Bangsa-Bangsa, kebebasan pers, kebebasan berpikir, dan berbicara merupakan hak asasi manusia yang fundamental. Salah satu aspek hak tersebut adalah keberadaan media daring di Indonesia. Karena sifatnya yang unik, media siber memerlukan standar pengelolaan profesional yang dapat menegakkan hak dan tanggung jawab pers sebagaimana yang tercantum dalam Kode Etik Jurnalistik dan UU No. 40 Tahun 1999.

2.5 Elemen-Elemen Jurnalisme

Menurut Bill Kovach dan Tom Rosenstiel, Untuk membekali masyarakat dengan informasi yang dapat dipercaya yang dapat mereka gunakan untuk berkontribusi pada pengembangan masyarakat yang bebas adalah tujuan mendasar dari jurnalisme. Reporter memiliki kewajiban untuk membantu menjadikan dunia sebagai tempat yang lebih baik dengan menumbuhkan pemahaman dan kosakata bersama, menerangi aspirasi masyarakat, mendefinisikan kepahlawanan dan kejahatan, dan mendorong pembaca untuk bangkit melampaui sikap apatis (Ishwara, 2011).

Dari penelitian tersebut, kemudian dirumuskan sembilan inti elemen-elemen jurnalisme, yaitu:

1. Kewajiban pertama jurnalisme adalah pada kebenaran, kebenaran jurnalistik adalah suatu proses yang dimulai dengan disiplin profesional dan verifikasi fakta.

2. Loyalitas pertama jurnalis adalah Masyarakat berhak mengharapkan jurnalis dan media untuk melaporkan berita secara objektif dan tanpa bias. Kredibilitas organisasi berita dibangun atas dedikasinya kepada warga negara.
3. Inti jurnalis adalah wartawan bergantung pada standar perilaku profesi mereka untuk mengkonfirmasi berita. Berusaha mengumpulkan informasi sebanyak mungkin, mewawancarai saksi potensial, atau mengumpulkan pernyataan dari pihak terkait.
4. Para wartawan harus memiliki kebebasan dari sumber yang mereka liput, salah satu syarat paling mendasar dalam jurnalis adalah independensi jurnalis yang meliput suatu berita.
5. Wartawan memiliki tanggung jawab untuk bertindak sebagai pengawas pemerintah yang tidak memihak.
6. Jurnalis punya tanggung jawab menyediakan wadah bagi masukan dan kritik publik; publik mendapat manfaat paling besar dari wacana yang didasarkan pada bukti, bukan spekulasi atau bias.
7. Tujuan jurnalis yang baik seharusnya membuat hal-hal penting menjadi menarik dan terkini.
8. Reporter memiliki tanggung jawab untuk menyajikan berita yang berimbang dan menyeluruh.
9. Wartawan memiliki kewajiban utama terhadap suara hatinya.

2.6 Karya Jurnalistik dan Nilai Berita

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Sebuah artikel yang merinci kejadian terkini dikenal sebagai berita. Berita dapat dikategorikan menjadi dua kategori yaitu berita berat (*hard news*) dan juga berita ringan (*soft news*).

Pada praktiknya, penulisan karya berita biasanya menggunakan teknik komunikasi informatif dan teknik komunikasi persuasif. Teknik Komunikasi Informatif adalah kemampuan untuk menyampaikan informasi verbal, non-verbal, dan paralinguistik untuk memberitahukan masyarakat tentang perubahan sosial. Tujuannya adalah agar masyarakat memahami pentingnya perubahan, cara

melakukannya, dan mempersiapkan sarana yang diperlukan, sehingga mereka dapat berpartisipasi aktif dan memperoleh pengetahuan yang dibutuhkan untuk menghadapi perubahan (Nasor, 2013). Biasanya, teknik komunikasi ini diimplementasikan dalam penulisan berita *straight news* karena bertujuan memberikan informasi faktual secara jelas, akurat, dan objektif. Jurnalis menggunakan bahasa yang lugas, struktur berita yang jelas (5W+1H), dan menghindari opini pribadi.

Sementara itu, Teknik Komunikasi Persuasif adalah metode menyampaikan pesan yang mempertimbangkan aspek psikologis dan menghindari paksaan, disesuaikan dengan kondisi yang dihadapi. Komunikasi persuasif yang efektif dapat mencapai hasil yang diinginkan dan melibatkan interaksi tanya jawab mengenai perubahan sosial, sehingga diperoleh pemahaman masyarakat yang komprehensif tentang masalah perubahan sosial utuh atau menyeluruh mengenai arti penting perubahan sosial dalam kehidupan manusia (Nasor, 2013). Teknik komunikasi ini digunakan untuk penulisan *feature news*, meskipun jenis tulisan ini juga membutuhkan struktur berita 5W + 1H, tetapi tulisan jenis ini juga membutuhkan bumbu opini dari penulis agar bisa memancing pembaca. Selain *feature news*, teknik komunikasi ini juga diimplementasikan untuk penulisan opini, hal itu beralasan berita opini secara eksplisit bertujuan untuk meyakinkan pembaca akan kebenaran suatu pandangan atau pendapat. Jurnalis menggunakan argumen yang kuat, bukti-bukti yang relevan, dan bahasa yang persuasif untuk membujuk pembaca.

Berita adalah informasi atau pandangan terkini, menarik, dan penting. Media seperti surat kabar, radio, televisi, dan internet semuanya berkontribusi terhadap penyebaran berita. Berita memiliki rumus 5W+1H (*what, where, when, why, who, dan how*) (Hendra & Hafniati, 2023). Secara umum, ada tiga kategori yang membagi berbagai bentuk jurnalisme di media, yaitu *news, views*, dan juga iklan.

Karya berita berdasarkan golongan *news* yaitu:

1. *Straight News* atau Berita Langsung

Sebuah karya jurnalisme yang merinci kejadian terkini. Produk akhir harus ditulis dengan gaya yang lugas, sederhana, dan apa adanya. Laporan berita harus

akurat secara faktual dan tidak dibumbui dengan opini pribadi. Lebih jauh, karya jurnalistik ini harus memiliki komponen 5W + 1H.

2. *Feature News*

Artikel jurnalistik yang memuat informasi faktual dan komentar pribadi. Meskipun demikian, gaya penyampaiannya menyerupai prosa naratif dan liris. Artikel fitur juga membahas suatu subjek secara mendalam, sehingga memungkinkan pembaca untuk memikirkannya dengan cara yang lebih santai. Artikel fitur mencakup opini dan informasi faktual.

3. *Indepth News*

Informasi atau fakta terperinci yang dilaporkan oleh media berita tentang suatu kejadian tertentu. Laporan ini menyajikan berita dalam format yang lebih komprehensif dan terperinci. Laporan jurnalistik tentang suatu kejadian nyata atau luar biasa dari beberapa sudut pandang yang menyeluruh, akurat, ringkas, dan berwibawa. Beberapa judul digunakan untuk menyampaikan informasi ini agar pembaca tidak bosan.

Karya berita berdasarkan kategori *views*:

1. Editorial

Tulisan editorial adalah karya jurnalistik yang ditulis oleh editor media tentang topik atau peristiwa tertentu. Jurnalis juga dapat menggolongkan karya ini sebagai opini. Karikatur merupakan komponen umum karya editorial di samping karya tulisan.

2. Artikel Praktis dan Ringan

Dalam jurnalistik adalah jenis tulisan yang bertujuan memberikan informasi yang bermanfaat dan mudah dipahami oleh pembaca. Tulisan ini biasanya disajikan dengan gaya bahasa yang santai, mudah dicerna, dan tidak terlalu formal.

Karya berita golongan ketiga adalah iklan atau *brand journalism*. Jurnalistik merek adalah strategi promosi yang memperkenalkan dan mempromosikan barang dengan menyajikan anekdot tentang merek tersebut kepada pihak yang berminat, seperti outlet media atau bisnis. Menurut Light (2014), Karena memungkinkan merek atau perusahaan berkomunikasi dengan cara yang

menarik, relevan, berkelanjutan, kohesif, dan mudah beradaptasi, jurnalisme merek merupakan materi yang sangat berharga.

Tujuan jurnalisme merek adalah membangun koneksi melalui penciptaan materi informatif yang menjunjung tinggi prinsip jurnalistik. Prinsip jurnalistik tentang orisinalitas, dampak, realitas, kedekatan, sifat informatif, konflik, dan minat manusia tidak dapat disangkal hadir. Tidak mengherankan jika materi bawaan memunculkan topik yang fleksibel atau kejadian di masyarakat, karena cita-cita yang diberikan menarik dan berkelanjutan jika dibaca kapan saja. Konsep kreatif yang sesuai dengan keadaan, menyampaikan cerita, dan menggunakan komponen penjualan lunak sangat penting dalam proses membangun jurnalisme merek. Hasilnya, konsumen mungkin lebih percaya pada merek dan media terkait. Dengan bekerja sama dengan pemilik situs web untuk menyebarkan berita positif tentang kinerja mereka, mitra atau perusahaan dapat terlibat dalam jurnalisme merek.

Nilai berita merupakan komponen penting dalam jurnalisme. Oleh karena itu, agar dapat menulis berita dengan baik, seorang jurnalis harus memiliki pemahaman mendalam tentang maknanya. Umumnya, jurnalis menggunakan tiga standar untuk memandu pelaporan berita mereka: keterlibatan dalam cerita, nilai hiburan, dan realitas atau ketepatan waktu.

Pekerjaan jurnalis tidak akan lengkap tanpa merujuk pada nilai-nilai berita yang menentukan signifikansi dan daya tarik berita bagi khalayak umum. Salah satu komponen kriteria nilai berita kini berlaku untuk berbagai macam berita karena kriteria tersebut disederhanakan dan distandardisasi (Kusumaningrat & Kusumaningrat, 2006). Pemilihan berita didasarkan pada sepuluh kriteria kelayakan berita menurut Menchers (Larasati, 2023), yaitu:

1. Kedekatan (Proximity): Pembaca cenderung lebih memperhatikan berita yang terjadi dalam waktu dekat setelah penerbitan.
2. Aktual (timeliness): Salah satu cara untuk melihat berita adalah sebagai sesuatu yang sedang terjadi atau baru saja terjadi. Hakikat realitas adalah waktu.

3. Konflik (conflict): Orang-orang cenderung lebih memperhatikan berita yang berfokus pada konflik atau perselisihan sosial atau interpersonal.
4. Ketertarikan manusia (human interest): Berita yang bercerita tentang kemanusiaan akan sangat dihargai oleh masyarakat.
5. Keterlibatan (involvement): Minat publik lebih tinggi terhadap cerita yang berdampak langsung pada orang sungguhan.
6. Relevansi (relevance): Karya jurnalistik harus sesuai dengan keinginan dan kebutuhan orang yang membacanya.
7. Kejadian Sensasional (sensationalism): Gunakan kriteria ini dengan hati-hati; namun, berita dengan unsur kontroversial atau spektakuler dapat menarik pembaca.
8. Unik (unique): Pembaca akan lebih terpicat oleh berita yang tidak biasa atau tidak rasional.
9. Kejadian yang Menghibur (entertainment): Cerita unggulan dan bentuk berita menghibur lainnya dapat menarik minat pembaca.
10. Kejadian Baru (newsness): Berita tidak seharusnya merupakan ringkasan cerita lama, tetapi merupakan kisah tentang sesuatu yang baru dan telah terjadi.

2.7 Peran Pemimpin Redaksi

Tidak akan ada jurnalisme tanpa semacam kerangka editorial. Staf editorial dipimpin oleh seorang individu yang dikenal sebagai Pemimpin Redaksi, yang bertanggung jawab untuk mengawasi semua upaya jurnalistik. Karena tugas untuk mengelola organisasi media berada di pundak Pemimpin Redaksi, posisi ini secara alami menempati puncak hierarki editorial. Pemimpin Redaksi sepenuhnya bertanggung jawab jika medianya menjadi subjek gugatan yang diajukan oleh outlet media lain, selain menerapkan aturan dan mengawasi semua operasi editorial yang berasal dari kebijakan dan peraturan (Saragih, 2018).

Pemimpin redaksi adalah penentu kebijakan pemberitaan. Wakil penanggung jawab redaksi atau kepala newsroom/pemimpin. Dalam menjalankan tugas pokok dan fungsinya editor in chief dibantu oleh redaktur pelaksana yang bertanggung jawab langsung kepada pemred. Pada struktur organisasi yang lain

fungsi pemred dijabat oleh direktur pemberitaan. Dalam praktiknya pemred terkadang bisa langsung berinteraksi dengan redaktur manakala ada pemberitaan yang bermasalah (Nasrullah, dkk., 2024).

Dimulai dengan perencanaan jangka panjang, ia kemudian membentuk tim redaksi, membuat pilihan, dan menugaskan tanggung jawab. Akhirnya, ia memutuskan apakah sebuah naskah atau berita layak untuk diterbitkan dan mengarahkan staf redaksi untuk menjalankannya.

2.8 Manajemen Portal Berita dan Redaksi

Perencanaan dan koordinasi adalah dua konteks umum di mana fungsi manajemen digunakan. Sebagai anggota tim redaksi, seseorang akan bekerja untuk mencapai tujuan bersama dalam menjalankan tugas jurnalistik. Secara umum, Akar dari istilah "manajemen" atau "mengorganisasikan" adalah kata bahasa Inggris '*to manage*', Sepanjang jalan, isu-isu akan muncul, mendorong pertanyaan mengenai sifat regulasi, kewenangan untuk memberlakukannya, perlunya regulasi, dan tujuan akhir regulasi. Dengan melaksanakan kegiatan manajemen, seseorang dapat menganalisis dan menentukan tujuan, tugas, dan tanggung jawab dengan cara yang tepat, efektif, dan efisien. Manajemen adalah tindakan membimbing dan mengarahkan orang-orang dan sumber daya non manusia (termasuk uang, material, proses, dan pasar) dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuannya. Dalam buku berjudul *Principles Of Management* ada empat fungsi dasar Manajemen yaitu: *Planning, Organizing, Actuating dan Controlling* (Terry, 1958).

Bahkan dalam hubungan masyarakat, tugas-tugas manajemen mendasar digunakan, menurut Cutlip dan Centre (2015), ada empat tahapan pokok dalam bidang *public relation* yaitu: *Fact finding, Planning, Communication, dan Evaluating*. Perbedaan dari kedua itu terletak dalam tahapan *fact finding/ research*, Didalamnya, seseorang dapat menemukan metode untuk mengumpulkan data secara metodis guna memahami keadaan yang diberikan. Ini menjadi bagian penting dari informasi selama pencarian fakta karena dapat membantu dalam pengambilan keputusan selama perencanaan. Berikut ini adalah definisi manajemen berdasarkan penjelasan sebelumnya:

1. Manajemen merupakan prosedur terorganisir dan kolaboratif yang memanfaatkan berbagai sumber daya, termasuk manusia.
2. Manajemen adalah proses atau alat untuk mendapatkan sasaran dengan efektif dan efisien.
3. Dalam bidang manajemen, kepemimpinan menjadi faktor yang dominan.
4. Manajemen meliputi adanya pembagian daftar pekerjaan, tugas dan tanggung jawab yang terorganisir.
5. Manajemen menggunakan sistem kerjasama yang saling bergantung dan masuk akal.

Di era teknologi jurnalistik daring, editor memegang peranan penting dalam berita internet karena pentingnya kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan cepat. Di antara tanggung jawab ini adalah mengawasi staf redaksi program portal berita, yang mencakup tugas-tugas seperti perencanaan, koordinasi, dan pengawasan. Dengan memeriksa apakah berita yang diposting adalah benar dan memenuhi keinginan publik akan informasi, langkah ini menjamin bahwa proses manajemen beroperasi, hingga selesai.

Newsroom memiliki hubungan erat dengan pekerjaan jurnalis, dan memiliki potensi untuk mempengaruhi proses dan kualitas keluaran jurnalistik. Kode etik jurnalis, komitmen, dan etika dalam memenuhi tenggat waktu (deadline) merupakan pedoman penting dalam manajemen newsroom. Newsroom adalah lokasi tempat produksi berita dan konten situs web media internet berlangsung, memanfaatkan prinsip manajemen editorial. Setiap pengelola newsroom diperlukan untuk mempelajari seluk beluk profesi jurnalis. Selain itu, newsroom juga memberikan dampak langsung pada metode yang digunakan oleh jurnalis dan standar pekerjaan mereka. (Aviles, 2009).

Jumlah rata-rata staf editorial sebuah organisasi berita tidak diketahui. Mengelola media, memutuskan cerita apa yang akan dimuat, menentukan cerita mana yang akan ditampilkan di bagian depan dan tengah, serta topik-topik lain yang berkaitan dengan tim dan media daring, semuanya akan menjadi topik yang dibahas dalam rapat redaksi.

Dengan melaksanakan langkah-langkah penelitian, perencanaan, pengorganisasian, mobilisasi, pemantauan, dan evaluasi, manajemen redaksi menerapkan fungsi manajemen pada bidang jurnalisme dalam praktik. Hal ini berhubungan dengan cara liputan, kepenulisan, hingga tahap editing (naskah maupun tampilan). Penerapan fungsi-fungsi Manajemen Redaksi pada portal berita, diantaranya:

1. *Fact Finding* (Penemuan Fakta): Pada tahap penemuan fakta, jurnalis secara aktif mengumpulkan informasi dan data yang selaras melalui pelaksanaan pekerjaan. Untuk menginformasikan keputusan kebijakan yang dibuat selama fase perencanaan, penting untuk mengumpulkan fakta dan data yang relevan. Temuan dari fase penelitian dapat menjelaskan kebutuhan audiens, persepsi masalah dari berbagai sudut pandang, dan pendapat portal berita daring. Wawancara, kuesioner, dan analisis data merupakan bagian dari proses penelitian. Pada tahap liputan berita juga membutuhkan tahap *fact finding*, yang dimana ketika rapat redaksi, pemimpin redaksi mewajibkan para reporter untuk membawa data topik liputan.
2. *Planning* (Perencanaan): Merupakan Melakukan riset dalam proses pembuatan media berita daring, termasuk tugas-tugas seperti mengumpulkan dan mengevaluasi data untuk penyusunan liputan, tempat liputan, narasumber, dan waktu liputan. Selain itu pemimpin redaksi juga menyusun SOP, strategi, maupun penetapan target berita ataupun liputan dan aturan. Adanya koordinasi dalam perencanaan juga menjadi point penting, karena semua tugas dalam tahap pelaksanaan pembuatan situs web dan pelaksanaan liputan seluruh penugasan cenderung rumit dalam kaitannya satu sama lain, adanya koordinasi dalam perencanaan juga merupakan elemen penting.
3. *Organizing* (Pengorganisasian): Kegiatan pembagian tugas, pengkoordinasian tim kerja, dan lain lain (Djuroto, 2004). Adapun menurut Prakarsa (2012), Selain mengatur sumber daya yang tersedia untuk menjalankan fungsi perencanaan, pengorganisasian juga memerlukan koordinasi kepemimpinan dalam membagi struktur organisasi, membangun hierarki kepemimpinan. Sehingga pemimpin redaksi berhak melakukan

pembagian tugas liputan dan pengelompokan kerja, termasuk memisahkan serta mengelompokkan tanggung jawab dan pekerjaan.

4. *Actuating* (Penggerakan): Tahap ini, dalam bentuk arahan kepada staf redaksi, termasuk menguraikan tugas-tugas khusus yang perlu diselesaikan. Pemimpin redaksi memerlukan sumber daya untuk menginspirasi tim mereka agar bersedia melaksanakan tugas-tugas yang telah ditentukan sebelumnya karena peran ini sebagian besar tentang mengoordinasikan upaya-upaya individu. Dalam hal ini melakukan liputan di lokasi, wawancara narasumber atau mengumpulkan materi berita yang telah ditetapkan sebelumnya melalui berbagai cara. Dalam peran seorang jurnalis atau reporter berita, seseorang harus melakukan hal-hal seperti meneliti, menulis, dan mengedit berita.
5. *Controlling* (Pengawasan): Tujuan dari fase pemantauan adalah untuk memastikan bahwa semuanya berjalan sesuai rencana dan bahwa tujuan-tujuan terpenuhi sesuai standar yang disyaratkan. Pada proses ini, pemimpin redaksi melakukan kegiatan yang dilakukan dalam pengawasan, seperti bekerja sama dengan editor naskah untuk melakukan editing tahap akhir sebelum artikel berita tayang, proses pengukuran kinerja mempertimbangkan tindakan perbaikan sebagai salah satu dari beberapa tindakan pengawasan yang mungkin dalam proses ini, yang juga mencakup penetapan kriteria untuk penilaian kinerja.
6. *Evaluation* (Evaluasi): Mengukur proses perencanaan, dimulai dengan pelaksanaan dan diakhiri dengan hasil tindakan yang telah dilakukan. Pada fase ini, pemimpin redaksi bekerja sama dengan SEO *specialist* untuk mendapatkan data google analytic, dari hasil itu kemudian pemimpin redaksi mengambil kebijakan berita mana yang layak untuk ditulis lebih lanjut. Selain itu, penilaian memberikan kesempatan untuk mempelajari bagaimana pekerjaan tersebut telah mempengaruhi demografi target.

Singkatnya, manajemen editorial mencakup semua tugas yang dilakukan di ruang redaksi atau ruang redaksi, mulai dari perencanaan dan penelitian hingga menyiapkan sumber daya, melaksanakan produksi, mengawasi alur kerja, membuat konten atau berita, dan terakhir, mengevaluasi dan mengatur proses.