

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Portal Berita Sebagai Komunikasi Massa

Menurut Effendy (2009) dalam Setiadi (2016), komunikasi memiliki tujuan utama untuk menyampaikan pesan kepada orang lain. Proses ini dapat dilakukan secara langsung maupun melalui media, baik secara lisan maupun non-lisan. Dalam proses tersebut, komunikasi bertujuan untuk memberikan informasi atau memengaruhi sikap (*attitude*), pendapat (*opinion*), serta perilaku (*behavior*) individu.

Selain itu, Rogers bersama D. Lawrence Kincaid (1981) dalam Sari (2018) menjelaskan bahwa komunikasi adalah proses yang melibatkan dua orang atau lebih untuk saling berbagi informasi, yang pada akhirnya menciptakan pemahaman mendalam di antara mereka. Sementara itu, Shannon dan Weaver (1949) dalam Sari (2018) mendefinisikan komunikasi sebagai bentuk interaksi manusia yang dapat saling memengaruhi, baik secara sengaja maupun tidak sengaja. Interaksi ini tidak hanya dilakukan melalui bahasa verbal, tetapi juga dapat terjadi melalui ekspresi wajah, seni, lukisan, maupun teknologi menurut Cangara (2016) dalam Sari (2018).

2.1.1 Jenis Komunikasi

Menurut Sari (2018), terdapat empat jenis utama komunikasi. Komunikasi intrapersonal terjadi saat individu berinteraksi dengan dirinya sendiri, memberi makna pada pengalaman atau objek yang ditemui. Komunikasi antarpribadi melibatkan dua orang dalam interaksi tatap muka, yang dapat berbentuk percakapan, dialog, atau wawancara. Selanjutnya, komunikasi publik adalah proses penyampaian pesan oleh pembicara kepada audiens yang lebih besar, biasanya dalam bentuk pidato atau *public speaking*. Terakhir, komunikasi massa merujuk pada penyebaran pesan dari sumber yang terorganisir kepada khalayak luas melalui media seperti radio, televisi, atau surat kabar.

1. Komunikasi Interpersonal

Interaksi antara dua pihak, baik individu maupun kelompok, dapat terjadi melalui komunikasi interpersonal. Menurut Barseli (2018) dalam proses ini, informasi atau pesan tertentu disampaikan dengan tujuan memengaruhi pihak lain. Komunikasi tersebut dapat dilakukan secara verbal maupun nonverbal, yang kemudian menghasilkan respons atau umpan balik dari penerima pesan. Dengan adanya umpan balik ini, terjalinlah hubungan timbal balik yang memungkinkan interaksi terus berlanjut.

2. Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok terjadi ketika seseorang berinteraksi dengan anggota lain dalam kelompok tersebut secara langsung. Menurut Hadi (2009) dalam Heriawan (2016) setiap individu memiliki kesempatan untuk memberikan tanggapan melalui komunikasi verbal. Dalam konteks ini, interaksi berlangsung secara langsung antara satu individu dengan individu lainnya, menciptakan ruang bagi setiap orang untuk menyampaikan respons mereka. Hal ini memungkinkan dinamika kelompok yang lebih terbuka, di mana setiap anggota dapat saling berkontribusi dalam proses komunikasi.

3. Komunikasi Organisasional

Zahara (2018) menjelaskan bahwa komunikasi organisasi merujuk pada proses pertukaran dan interpretasi pesan di antara berbagai unit dalam sebuah organisasi. Proses ini berfokus pada penciptaan makna melalui interaksi yang berperan dalam pembentukan, pemeliharaan, dan perubahan organisasi. Struktur organisasi memainkan peran penting dalam memengaruhi cara komunikasi berlangsung, sehingga komunikasi antara bawahan dan pimpinan berbeda dengan komunikasi yang terjadi antar sesama anggota dalam organisasi tersebut.

4. Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah proses penyampaian pesan melalui media kepada audiens yang besar, tersebar, dan anonim. Pesan yang disampaikan bersifat terbuka dan dapat menjangkau khalayak secara serentak, sering kali menimbulkan efek tertentu. Menurut Charles R. Wright dalam Kasim (2017), komunikasi massa memiliki fungsi utama, yaitu sebagai sarana penyelidikan (*surveillance*), menghubungkan berbagai fakta untuk menarik kesimpulan serta sebagai media hiburan.

2.1.2 Media Komunikasi Massa

Dalam kajian komunikasi massa, media massa dipahami sebagai sarana utama untuk menyampaikan pesan secara terbuka kepada khalayak luas, bahkan dalam kondisi berjarak. Media massa tidak hanya berfungsi menyebarkan informasi, tetapi juga memiliki kemampuan membentuk opini publik melalui penyajian isu-isu penting yang memengaruhi cara pandang masyarakat terhadap berbagai peristiwa. Santosa (2017) menekankan bahwa media massa memiliki jangkauan luas, dapat menyasar audiens anonim, dan menyampaikan pesan-pesan yang bersifat abstrak.

Seiring perkembangan teknologi, peran media massa kini semakin erat kaitannya dengan media sosial yang berfungsi sebagai sumber berita dan sarana berbagi informasi secara cepat. Habibie (2018) menyebutkan bahwa media sosial tidak menggantikan peran media massa konvensional, tetapi justru saling melengkapi dalam proses distribusi dan penyebaran informasi. Kombinasi ini mengarah pada konsep media komunikasi massa yang mencakup dua bentuk utama, yaitu media konvensional seperti televisi, radio, dan surat kabar, serta media baru (*new media*) yang mencakup *platform* digital dan media sosial.

1. Media Konvensional

Media konvensional merujuk pada bentuk media massa yang ada sebelum berkembangnya teknologi internet, yang sering disebut

sebagai media baru. Media konvensional adalah saluran komunikasi massa yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat luas dalam waktu yang relatif singkat dan cakupan wilayah yang luas menurut Zulkarnain (2021) dalam Hasan (2023). Media konvensional terbagi menjadi dua kategori utama, yaitu media penyiaran (seperti radio dan televisi) dan media cetak (seperti surat kabar, majalah, dan tabloid). Namun, di era modern ini, dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, masyarakat mulai beralih dari media konvensional ke media baru untuk mencari informasi.

2. Media Baru (*New Media*)

New media merujuk pada media berbasis teknologi internet yang fleksibel, interaktif, dan dapat digunakan baik secara pribadi maupun publik. Perbedaannya dengan media lama terletak pada sifatnya yang lebih individual, memungkinkan pengguna untuk berinteraksi langsung dengan pengirim pesan serta menawarkan kebebasan dan privasi yang lebih tinggi. Menurut McQuail dalam Norhabiba (2018), media baru memiliki ciri khas seperti interaktivitas tinggi, keterhubungan antar pengguna, akses langsung, serta kegunaannya yang beragam. Internet sebagai bagian dari *new media* telah membawa perubahan besar dalam cara mengonsumsi dan berbagi informasi, terutama melalui *platform* digital yang terus berkembang, salah satunya adalah *website*.

Website, sebagai salah satu wujud media baru, berfungsi sebagai kumpulan halaman *digital* yang menyajikan informasi dalam berbagai format seperti teks, gambar, audio, dan video. Selama terhubung dengan internet, *website* dapat diakses oleh siapa saja di seluruh dunia, menjadikannya alat komunikasi yang sangat adaptif dalam era *digital*. Menurut Veen (2001) dalam Sidik (2019), *website* terdiri dari tiga komponen utama, yaitu teks (*words*), gambar (*pictures*), dan kode pemrograman (*code*), yang

memungkinkan penggunaannya untuk menyampaikan informasi secara efisien dan menarik.

Dalam dunia jurnalistik, *website* berperan sebagai medium utama untuk menyampaikan berita secara cepat dan luas kepada audiens. Kecepatan, fleksibilitas, dan kemampuan interaktifnya menjadikan *website* sebagai *platform* yang ideal untuk portal berita. Portal berita adalah bentuk evolusi media baru yang mengintegrasikan elemen-elemen jurnalistik dengan teknologi *digital*, memungkinkan penyajian berita yang aktual, mudah diakses, dan responsif terhadap kebutuhan informasi masyarakat modern.

2.2 Struktur Redaksi Portal Berita

Portal berita, menurut Priskila (2022), adalah situs yang dirancang untuk menyajikan informasi secara *online*, mengarahkan pengguna untuk membaca, melihat, dan berinteraksi dengan konten yang disediakan. Portal ini berfungsi sebagai penyedia layanan informasi yang dapat diakses melalui berbagai perangkat, seperti komputer, ponsel, dan tablet. Sebagai media massa berbasis *digital*, portal berita tidak hanya menyampaikan informasi secara cepat dan luas, tetapi juga berfungsi sebagai referensi yang relevan bagi pembacanya.

Dalam pengelolaan portal berita, struktur redaksi memainkan peran penting untuk memastikan kualitas dan konsistensi konten yang disajikan. Struktur ini biasanya mencakup pimpinan redaksi, yang bertanggung jawab atas arah editorial secara keseluruhan. Redaktur pelaksana, yang mengawasi produksi konten sehari-hari. Spesialis media sosial, yang mendistribusikan konten ke *platform digital* dan berinteraksi dengan audiens. Serta web desainer, yang memastikan situs memiliki tampilan menarik, navigasi intuitif, dan pengalaman pengguna yang optimal.

Web desainer memiliki peran krusial dalam membangun identitas visual portal berita. Desain web mencakup proses menciptakan halaman yang estetis dan fungsional, termasuk elemen seperti tata letak, warna, tipografi, grafik, dan navigasi. Menurut Sulistiani (2018), desain web harus menciptakan *mood*

tertentu untuk menyampaikan pesan yang sesuai dengan target audiens dan tujuan situs. Web desainer perlu memastikan situs tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mudah diakses dan responsif di berbagai perangkat. Navigasi intuitif dan desain yang mendukung kenyamanan audiens menjadi faktor kunci dalam menjaga audiens tetap tertarik dan kembali mengakses portal berita.

2.2.1 Tugas dan Peran Web Desainer

Web desainer memiliki tanggung jawab utama dalam menciptakan tampilan visual dan pengalaman pengguna yang optimal pada sebuah situs web. Secara umum, tugas pokok web desainer berkaitan dengan aspek teknis dan visual dalam desain situs web, sementara peran web desainer lebih bersifat strategis dan berorientasi pada pengalaman pengguna serta tujuan komunikasi.

Menurut Sulistiani (2018), tugas utama seorang web desainer adalah menentukan tampilan visual (*look*), nuansa (*feel*), dan suasana (*mood*) dari situs web yang dirancang. Oleh karena itu, pemahaman terhadap prinsip desain grafis dan teori komunikasi visual sangat diperlukan. Seorang web desainer harus mampu menerapkan kombinasi warna yang harmonis, memilih tipografi yang sesuai, serta menyusun tata letak yang menarik agar menciptakan desain yang estetis dan fungsional.

Dalam pengembangannya, Al-Ababneh (2024) menekankan bahwa tugas pokok web desainer mencakup:

Tabel 2.1 Tugas Pokok Web Desainer

Desain Web UX dan UI	Mengembangkan tampilan dan pengalaman pengguna yang optimal.
Keterjangkauan (<i>Accessibility</i>)	Memastikan antarmuka dapat diakses oleh semua pengguna, termasuk mereka dengan keterbatasan fisik.
Analisis Perilaku Audiens	Mengumpulkan dan menganalisis data pengguna untuk meningkatkan efektivitas desain.

Kemudahan Pembelajaran (<i>Easy to Learn</i>)	Membuat antarmuka yang mudah dipahami dan digunakan.
Efisiensi (<i>Efficiency</i>)	Menyusun desain yang memudahkan pengguna menemukan informasi tanpa kesulitan.
Kelompok Fokus (<i>Focus Group</i>)	Menggunakan metode penelitian untuk memahami kebutuhan audiens.
Antarmuka (<i>Interface</i>)	Merancang elemen visual dan fungsional yang menjadi bagian dari interaksi pengguna.
CMS (<i>Content Management System</i>)	Menggunakan perangkat lunak untuk mengelola dan memperbarui konten tanpa keahlian pemrograman.

Tugas-tugas ini memastikan bahwa desain web tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memberikan pengalaman pengguna yang efisien dan mudah diakses. Selain tugas teknis, web desainer juga memiliki peran strategis dalam membangun situs web yang mendukung tujuan organisasi. Al-Ababneh (2024) menekankan bahwa web desainer tidak hanya menciptakan desain yang estetis, tetapi juga memastikan situs berfungsi dengan baik dan mudah digunakan. Beberapa peran utama web desainer meliputi:

Tabel 2.2 Peran Web Desainer

Merancang Navigasi yang Mudah dan Nyaman	Memastikan pengguna dapat dengan cepat menemukan informasi yang dibutuhkan.
Mengatur Konten Secara Logis	Menyusun tata letak dan struktur situs agar memudahkan pengguna dalam bernavigasi.
Memilih Nama Domain yang Mudah Diingat	Berkontribusi dalam pemilihan nama domain yang relevan dan mudah diakses.

Mengoptimalkan Kemudahan Penemuan di Internet	Mengimplementasikan strategi SEO agar situs mudah ditemukan oleh mesin pencari.
Memastikan Kompatibilitas Lintas <i>Browser</i>	Menguji tampilan situs di berbagai <i>browser</i> untuk memastikan konsistensi.
Menjaga Pembaruan Konten Secara Berkala	Berkolaborasi dengan tim konten dalam memperbarui informasi di situs.
Merancang Elemen Desain Secara Konsisten	Memastikan keseragaman warna, <i>font</i> , dan tata letak di seluruh halaman.
Mengatur Konten Secara Terstruktur dan Berurutan	Menyajikan informasi dengan cara yang jelas dan tidak membingungkan audiens.
Mengoptimalkan Kecepatan Pemuatan Situs	Memastikan situs dapat diakses dengan cepat, terutama di koneksi internet yang lebih lambat.

Lebih lanjut, teori desain grafis yang dikemukakan oleh Steven Heller dan Gail Anderson dalam *The Graphic Design Idea Book* (2016) menegaskan bahwa desain grafis memiliki kekuatan untuk memengaruhi, meyakinkan, dan mendidik audiens. Melalui kombinasi kata dan gambar yang tepat, desain grafis mampu menciptakan reaksi emosional dan fisik dari audiens, menjadikannya alat penting dalam perancangan web. Sejalan dengan itu, Alina Wheeler dalam *Designing Brand Identity* (2018) menekankan bahwa sebuah media harus membangun hubungan emosional yang kuat dengan audiens agar tetap relevan dan menonjol di tengah persaingan. Identitas visual yang konsisten membantu membangun *brand awareness* dan meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan.

Dalam konteks desain komunikasi visual, Ernawati (2019) menyatakan bahwa desain ini menggabungkan elemen visual dan pesan yang ingin disampaikan. Visual yang baik tidak hanya berfungsi sebagai

elemen estetika tetapi juga menjadi sarana komunikasi yang efektif bagi audiens. Sri Wahyuningsih (2015) dalam bukunya Desain Komunikasi Visual menjelaskan bahwa desain merupakan upaya yang melibatkan estetika, kreativitas, serta aspek kultural-sosial dan teknis untuk menciptakan komunikasi visual yang kuat. Oleh karena itu, web desainer harus mampu mengintegrasikan elemen desain grafis dan komunikasi visual dalam setiap karyanya untuk menciptakan situs web yang efektif dan bermakna bagi penggunanya.

Dari pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa tugas pokok dan peran web desainer memiliki fokus yang berbeda tetapi sama-sama penting dalam menciptakan situs web yang menarik, fungsional, serta mudah diakses. Dengan menerapkan prinsip desain grafis dan desain komunikasi visual, seorang web desainer tidak hanya mampu menciptakan pengalaman pengguna yang optimal, tetapi juga memastikan bahwa situs web memiliki identitas yang kuat dan mudah dikenali di tengah persaingan *digital*.

2.2.2 Manajemen Redaksional

Manajemen redaksional adalah proses pengelolaan sumber daya dalam ruang redaksi untuk memastikan produksi berita berjalan dengan efektif dan efisien. Manajemen dalam ruang redaksi melibatkan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, serta pengawasan terhadap alur kerja jurnalistik guna mencapai tujuan organisasi media. Leslie dalam Waruwu (2022) menyatakan bahwa manajemen adalah suatu proses yang melibatkan pengarahan kelompok orang menuju tujuan organisasi yang lebih jelas. George R. Terry dalam Syahputra (2023) mengidentifikasi empat tahapan dalam proses manajemen yang dikenal dengan POAC, yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*).

Dalam konteks media, tahap perencanaan menjadi dasar dalam menyusun strategi editorial dan distribusi konten. Pengorganisasian

mencakup pembagian tugas antara jurnalis, editor, serta tim teknis dalam ruang redaksi. Pelaksanaan berfokus pada eksekusi produksi berita, sedangkan pengawasan dilakukan untuk menilai efektivitas strategi serta mengevaluasi konten yang telah dipublikasikan.

Mascoolin.id menerapkan konsep *Media-Integrated Newsroom* (*Newsroom 3.0*), di mana seluruh tim redaksi bekerja dalam integrasi penuh, dari tahap perencanaan hingga distribusi berita di berbagai *platform digital*. *Newsroom 3.0* memungkinkan jurnalis untuk tidak hanya bekerja pada satu medium tetapi juga berkolaborasi dalam produksi konten lintas *platform*, baik dalam bentuk teks, video, maupun grafis. Model ini sesuai dengan perkembangan industri media yang semakin bergantung pada teknologi *digital* untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Radcliffe (2017) dalam Yuwono (2019) memprediksi bahwa *newsroom* modern semakin mengarah pada pengurangan jumlah staf lokal dengan meningkatkan fleksibilitas jurnalis dalam berbagai saluran distribusi berita. Publikasi Newsplex (2009) dalam Diana (2017) juga menegaskan bahwa *newsroom 3.0* menekankan kolaborasi tanpa batasan departemen, dengan fokus pada efisiensi dan produksi konten berkualitas.

Sebagai bagian dari *newsroom 3.0*, web desainer di Mascoolin.id tidak hanya bertanggung jawab atas tampilan dan navigasi situs, tetapi juga turut berkontribusi dalam penyajian konten yang menarik dan sesuai dengan prinsip jurnalisme *online*. Jurnalisme *online* memanfaatkan internet dan perangkat *digital* untuk menyajikan berita secara cepat, interaktif, dan *real-time* menurut Muliawanti (2018). Paul Bradshaw dalam Saragih (2023) merumuskan lima prinsip dasar jurnalisme *online*, yang disingkat B-A-S-I-C: *Brevity* (keringasan), *Adaptability* (kemampuan beradaptasi), *Scannability* (dapat dipindai), *Interactivity* (interaktivitas), dan *Community and Conversation* (komunitas dan percakapan). Kelima prinsip ini diterapkan dalam produksi berita di

Mascoolin.id untuk memastikan konten dapat diakses dengan mudah dan tetap menarik bagi pembaca *digital*.

Dalam *newsroom 3.0*, aspek manajemen juga berkaitan erat dengan nilai berita atau *news value*. Nilai berita menentukan kelayakan suatu informasi untuk dipublikasikan berdasarkan aspek faktual, aktual, objektif, penting, serta menarik perhatian publik. Suryawati dalam Suprobo (2016) menekankan bahwa berita harus mencerminkan peristiwa yang nyata dan relevan bagi khalayak. Pemahaman terhadap *news value* memungkinkan redaksi Mascoolin.id untuk memilih dan menyusun konten yang informatif, sesuai dengan kebutuhan audiens.

Sebagai reporter sekaligus web desainer dalam *newsroom 3.0*, tugas yang dijalankan tidak hanya terbatas pada pembuatan berita, tetapi juga mencakup penyajian visual dan distribusi konten yang optimal di *platform digital*. Hal ini menegaskan pentingnya manajemen redaksional yang terintegrasi dalam memastikan keberlanjutan produksi berita di era *digital* yang semakin dinamis.