

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Surat Kabar Media Online sebagai Media Komunikasi Massa

Koran digital memiliki posisi yang signifikan dalam komunikasi massa pada zaman sekarang. Perkembangan teknologi digital mendorong media cetak untuk bertransformasi ke platform online, seperti yang dilakukan oleh Radarmalang. Jawapos. com. Perubahan ini adalah suatu adaptasi terhadap kebutuhan publik yang mengharapkan informasi yang lebih cepat dan mudah diakses. Sebelumnya, surat kabar hanya bisa dibaca dalam bentuk cetak pada waktu dan lokasi tertentu. Dengan adanya versi digital, saat ini pembaca dapat dengan cepat mengakses berita melalui perangkat elektronik dan sambungan internet. Perubahan ke platform online memungkinkan penyebaran informasi menjadi lebih luas, cepat, dan efisien.

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi berasal dari istilah Latin "*communicatio*" dan terkoneksi dengan kata *communis*, yang berarti kesamaan. Proses komunikasi adalah cara untuk menyampaikan informasi dari seorang komunikator kepada komunikan melalui saluran tertentu yang menimbulkan dampak spesifik. Pada dasarnya, komunikasi merujuk pada penyampaian gagasan atau emosi. Gagasan bisa mencakup ide, informasi, pendapat, dan lain-lain. Sementara itu, emosi bisa diartikan sebagai keyakinan, kepastian, keberanian, dan perasaan lain yang muncul dari dalam diri seseorang. Secara umum, komunikasi massa melibatkan pertukaran pesan melalui media massa, baik media kecil maupun elektronik. Media massa termasuk dalam kategori media elektronik seperti televisi dan radio, media cetak seperti koran, majalah, dan tabloid, serta buku dan film. Oleh karena itu, media massa merupakan sarana komunikasi yang bisa menyebarkan informasi dengan cepat dan bersamaan kepada publik yang luas dan beragam.

2.1.2 Level of communication

1. Komunikasi massa (makro): Ini merupakan bentuk komunikasi yang paling tinggi, di mana informasi disampaikan kepada audiens

yang sangat besar atau masyarakat umum melalui media massa seperti televisi, radio, surat kabar, internet, serta media sosial. Komunikasi ini bersifat tidak langsung, tanpa identifikasi pribadi, dan ditujukan kepada sejumlah besar orang sekaligus tanpa adanya interaksi langsung. Media massa adalah pusat dari tipe komunikasi ini karena kemampuannya yang efisien dan jangkauannya yang luas.

2. Komunikasi publik: Jenis komunikasi di mana satu individu atau kelompok menyampaikan pesan kepada kelompok yang lebih kecil dibandingkan dengan komunikasi massa, biasanya dalam konteks langsung seperti pidato, seminar, atau presentasi. Interaksi saat ini masih terbatas dan lebih bersifat resmi dibandingkan dengan komunikasi antar individu.
3. Komunikasi kelompok: Komunikasi yang berlangsung dalam kelompok kecil, di mana anggota-anggotanya berinteraksi secara langsung dan informasi dapat mengalir secara timbal balik. Contoh-contoh tersebut meliputi pertemuan kelompok, rapat, atau forum komunitas.
4. Komunikasi antarpribadi: Komunikasi yang terjadi antara dua individu yang melibatkan interaksi langsung dan umumnya bersifat lebih pribadi dan akrab. Pesan dapat disesuaikan, dan balasan dapat diberikan secara langsung. Komunikasi intrapersonal (mikro): Merupakan tingkat komunikasi yang paling dasar dan pribadi, yaitu komunikasi yang berlangsung di dalam diri sendiri, seperti proses berpikir, merenung, atau mengambil keputusan pribadi.

2.1.3 Komunikasi Massa

Komunikasi massa, menurut Defleur dan McQuail, adalah suatu proses di mana seorang komunikator menggunakan media sebagai alat untuk penyebaran pesan secara luas dan berkelanjutan untuk menghasilkan makna yang diharapkan. diperluas untuk menghasilkan makna yang diharapkan yang dapat mempengaruhi masyarakat secara keseluruhan dengan berbagai cara penyebaran.

Sholihat (2019) menyatakan komunikasi massa adalah proses mencari dan menerima informasi yang diberikan oleh komunikator kepada komunikator melalui penggunaan media yang berisi informasi dan pesan yang disiarkan untuk mencapai timbal balik sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

Dari definisi yang tersedia atau telah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa harus melibatkan penggunaan media massa. Oleh karena itu, contohnya terdapat suatu kegiatan yang melibatkan banyak individu atau dengan kata lain dikomunikasikan kepada banyak orang, seperti suatu pertemuan besar yang dihadiri oleh ribuan bahkan puluhan ribu individu, jika tidak memanfaatkan media massa untuk menyampaikannya, maka tidak ada salahnya jika hal itu disampaikan kepada banyak orang.

2.1.4 Ciri – Ciri Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah sebuah bidang studi yang fokus pada cara menyampaikan informasi kepada masyarakat umum melalui media massa. Berbeda dengan bentuk komunikasi lainnya, komunikasi massa memiliki karakteristik unik karena sifat dari elemennya. Menurut Effendy (2006: 22), karakteristik komunikasi massa meliputi hal-hal berikut:

1. Komunikasi massa yang bersifat satu sisi: Komunikasi massa tidak memungkinkan terjadinya umpan balik secara langsung dari audiens kepada komunikator. Contohnya, jurnalis dan penyiar tidak menyadari apa reaksi yang ditunjukkan oleh pembaca atau penonton ketika pesan disampaikan. Oleh karena itu, informasi perlu disampaikan dengan sejelas mungkin agar dapat dengan mudah dimengerti.
2. Komunikator memiliki sifat yang bersifat melembaga: Pengirim pesan di media massa mewakili lembaga, bukan perorangan. Penyampaian informasi dilakukan secara kelompok dan mewakili lembaga media di mana mereka bekerja.
3. Pesan yang bersifat umum: Pesan ini ditujukan kepada seluruh masyarakat dan berkaitan dengan kepentingan umum, bukan untuk individu atau kelompok tertentu.

4. Mereka mampu menghasilkan harmoni: Media massa memiliki kemampuan untuk menyampaikan informasi kepada sejumlah besar orang secara bersamaan.
5. Audiens yang beragam: Audiens terdiri dari individu-individu yang berasal dari berbagai latar belakang, seperti umur, agama, pekerjaan, dan budaya. Perbedaan ini menuntut perlunya penyampaian pesan yang dapat dengan efektif menjangkau berbagai kelompok.

2.1.5 Fungsi Komunikasi Massa

Menurut Dayanti (2022), komunikasi massa umumnya memiliki beberapa fungsi pokok, yaitu:

a. Peran informasi

Komunikasi massa berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan informasi kepada publik. Tugas media adalah mengolah informasi dan fakta yang dikumpulkan oleh jurnalis di lapangan dan menyampaikannya dalam bentuk berita. Pengorganisasian informasi tersebut umumnya mengikuti pola 5W + 1H (Apa, Siapa, Di mana, Kapan, Mengapa, dan Bagaimana) untuk memudahkan pemahaman masyarakat.

b. Peran pendidikan

Media massa juga memiliki peran sebagai alat pendidikan. Melalui berbagai jenis konten seperti artikel, diskusi, atau pertunjukan teater, media menyampaikan nilai-nilai, norma-norma, dan pengetahuan yang berpotensi membentuk pemahaman serta sikap masyarakat.

c. Peran persuasi

Media memiliki potensi untuk memengaruhi pandangan dan tindakan masyarakat. Fungsi ini memiliki tujuan untuk menciptakan pandangan, mengubah cara berpikir, atau meyakinkan masyarakat agar melakukan tindakan tertentu melalui metode yang persuasif.

d. Tugas sebagai sarana hiburan

Di samping menyajikan informasi dan pendidikan, media juga menawarkan hiburan. Fitur ini mendukung penonton untuk bersantai, mengurangi stres, dan memulihkan diri dari kegiatan sehari-hari.

2.1.6 Media Komunikasi Massa

Perkembangan media komunikasi massa sejauh ini selalu memiliki hubungan yang erat dengan ilmu komunikasi, yang pada dasarnya bertujuan untuk menyebarkan informasi. Dalam pelaksanaannya, media massa memiliki peran yang sangat penting sebagai alat untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat secara luas. Seiring dengan berjalannya waktu, peran media massa di Indonesia telah berubah, mencerminkan dinamika posisi mereka dalam sistem komunikasi nasional. Perubahan ini juga dipengaruhi oleh hubungan antara media massa dan berbagai subsistem sosial, seperti ideologi, sistem politik, serta struktur pemerintahan di mana media itu beroperasi.

Media massa adalah alat komunikasi yang dibuat untuk menyampaikan pesan dengan cepat dan luas kepada masyarakat, hampir secara bersamaan. Ciri utama dari media ini adalah luasnya jangkauan serta kemampuannya untuk mencapai banyak orang secara bersamaan. Media massa memanfaatkan alat teknis atau mekanis seperti koran, radio, televisi, dan media lain yang serupa untuk menyampaikan pesan (Nurudin, 2017).

Media massa berfungsi sebagai sarana untuk menginformasikan atau mendistribusikan informasi kepada berbagai penerima dalam jumlah yang besar. Media massa adalah sarana komunikasi yang sangat kuat karena dapat mempengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku orang yang berkomunikasi. Keunggulan dari komunikasi melalui media massa adalah bahwa media massa dapat menghasilkan keserempakan, yang berarti satu pesan dapat diterima oleh banyak penerima komunikator secara bersamaan.

2.1.6.1 Macam-macam Media Komunikasi Massa

Ada berbagai jenis media massa, baik yang konvensional dan digital, ada beberapa bentuk media massa, yaitu:

1. Media cetak

Bentuknya mirip dengan surat kabar, tabloid, dan majalah. Pesan yang dikomunikasikan melalui media cetak mengandung elemen reproduksi yang paling utama, yaitu simbol verbal, gambar, dan warna. Media cetak

cukup praktis untuk dibawa ke berbagai tempat, dapat dibaca di mana saja, dan bisa dibaca berulang kali.

2. Media Elektronik

Media elektronik menggunakan perangkat elektronik (mekanis) untuk mengirimkan pesan. Media elektronik saat ini meliputi radio dan televisi. Media ini relatif portabel, meskipun tidak semudah media cetak. Proses komunikasi menggunakan unsur umpan balik, baik verbal maupun nonverbal.

3. Media Online

Sekilas, banyak beranggapan media online adalah jenis media elektronik, tetapi para ahli mengelompokkan media ini ke dalam beberapa kategori.

Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa media online memanfaatkan proses media cetak dengan menuliskan informasi yang disebarkan melalui media elektronik, tetapi juga terkait dengan komunikasi pribadi yang bersifat individual. Fungsi media massa adalah untuk menghibur, menginformasikan dan memberikan nilai-nilai kepada masyarakat. Untuk menyampaikan nilai-nilai, keyakinan dan kode etik itu untuk mengintegrasikan media ke dalam struktur kelembagaan masyarakat luas.

Fungsi media massa menurut Nurudin (2016, hal 34) yaitu:

1. Media merupakan sebuah industri. Media ini terhubung dengan teknologi yang semakin baik untuk tempat kerja, produk, dan layanan. Sebaliknya, masyarakat mengatur industri media.
2. Media memiliki peran bagi organisasi manajemen dan inovasi komunikasi yang efektif.
3. Media berperan sebagai sarana informasi yang melaporkan sejumlah peristiwa kehidupan, baik di tingkat nasional maupun internasional.

2.1.6.2 Fungsi Media Komunikasi Massa

Menurut Winarni (2003) yang merujuk pada Charles Wright, komunikasi massa memiliki lima fungsi pokok, yaitu:

1. Pengawasan

2. Media menyampaikan informasi penting mengenai bencana atau krisis (pemantauan peringatan) serta informasi umum terkait tren, produk, atau resep (pemantauan instrumental).
3. Analisis
4. Media menyediakan pandangan atau analisis mengenai suatu isu, baik melalui pendapat, artikel utama, maupun ulasan yang mendalam.
5. Jembatan Penghubung
6. Media berfungsi sebagai jembatan antara individu, kelompok, atau organisasi dalam masyarakat.
7. Distribusi Nilai
8. Melalui penyuluhan, media mengkomunikasikan norma dan nilai yang ada dalam masyarakat, terutama melalui televisi dan internet.
9. Hiburan
10. Media menyediakan berbagai bentuk hiburan yang dapat dinikmati oleh semua kalangan, mulai dari media cetak hingga media digital.

2.2 New Media

Teori media baru diperkenalkan oleh Pierre Levy sebagai sebuah konsep yang menjelaskan perkembangan media seiring dengan kemajuan teknologi. Ia melihat media baru sebagai sistem informasi yang terbuka, dinamis, dan fleksibel, terutama melalui hadirnya *World Wide Web*, yang memungkinkan terbentuknya pola pengetahuan baru serta interaksi yang lebih luas. Teori ini juga mempelajari hubungan antara media dan interaksi sosial, yaitu sejauh mana media dapat menyerupai komunikasi secara langsung.

Littlejohn mengelompokkan perkembangan media ke dalam dua periode. Era Media Pertama ditandai dengan produksi yang terpusat, komunikasi yang bersifat satu arah, penguasaan kontrol situasi, peningkatan stratifikasi sosial, terfragmentasinya khalayak massa, serta munculnya kesadaran kolektif. Era Media Kedua ditandai dengan informasi yang tidak terpusat, komunikasi timbal balik, kebebasan dari pengawasan, demokratisasi media, peningkatan kesadaran individu, serta perhatian terhadap kebutuhan pribadi.

2.2.1 Ciri – ciri New Media

Martin Lister, dalam karyanya yang berjudul “Media Baru: Pengenalan Kritis,” menjelaskan ciri-ciri media baru (Lister, 2009). Ciri-ciri tersebut adalah:

1. Pengalaman media baru, seperti permainan digital, simulasi interaktif, atau efek visual dalam film, yang menawarkan bentuk hiburan yang berbeda.
2. Sebuah cara baru untuk menggambarkan kenyataan, dengan menggunakan media yang menyediakan metode yang lebih kreatif dan imajinatif dalam memvisualisasikan serta memahami dunia.
3. Interaksi yang baru antara pengguna dan teknologi menyebabkan konsumen menjadi lebih terlibat dalam penggunaan dan pengolahan media.
4. Identitas dan komunitas yang terbentuk secara digital menciptakan pengalaman sosial yang baru dalam komunikasi serta interaksi di dunia maya.
5. Pemahaman yang baru mengenai keterkaitan antara manusia dan teknologi, di mana batasan antara tubuh manusia dan alat-alat media semakin tidak jelas akibat penggabungan teknologi dalam aktivitas sehari-hari.

2.2.2 Karakteristik New Media

1. Media Online: memiliki sifat digital akibat dari proses digitalisasi. Data seperti suara, teks, dan gambar dikonversi menjadi kode biner agar dapat diolah dengan efisien oleh perangkat komputer.
2. Interaktif: Pengguna kini tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga dapat berpartisipasi secara aktif dengan mengubah atau menciptakan konten baru dalam bentuk teks, gambar, atau suara. Dengan demikian, mereka menjadi bukan hanya konsumen, tetapi juga produsen.
3. Hipertekstual: Pengguna dapat menghubungkan karya atau referensi dari orang lain melalui tautan dalam karya mereka sendiri, sehingga membangun koneksi yang bebas dan terbuka antara informasi.

4. Virtual: Data yang disampaikan secara digital dapat tampak sangat nyata bagi penggunanya. Dengan menggunakan teknologi realitas virtual (VR), pengguna dapat merasakan seolah-olah mereka hadir secara langsung di sebuah acara atau tempat tertentu.
5. Jaringan: Media baru memungkinkan komunikasi di berbagai tempat tanpa adanya batasan geografis. Pengguna dapat menjalin hubungan dan berkomunikasi dengan siapa saja, di mana pun mereka berada.
6. Simulasi: Sama seperti dalam aspek virtual, pengalaman yang dirasakan oleh pengguna dalam dunia digital adalah representasi dari kenyataan. Dengan demikian, apa yang berlangsung di ruang virtual adalah gambaran yang tidak nyata dari kehidupan dunia nyata.

2.2.3 Surat Kabar Online

Pada era Orde Baru, media cetak memiliki peran yang sangat penting dalam menyebarkan informasi tentang pembangunan dan mendidik masyarakat. Kontennya bervariasi, mencakup berita, pendapat, serta hiburan seperti komik dan teka-teki. Istilah "daring" merujuk pada situasi perangkat yang terhubung ke internet yang menawarkan akses ke informasi dan komunikasi secara digital. Surat kabar daring, atau e-koran, adalah representasi digital dari surat kabar cetak yang memanfaatkan jaringan internet. Media ini tergolong dalam kategori media informasi, yang berfungsi sebagai alat komunikasi massal, penyebaran informasi, dan hubungan antar lembaga. Untuk mengaksesnya, dibutuhkan perangkat seperti komputer atau ponsel yang terhubung ke internet. Meskipun dalam format digital, surat kabar daring menyajikan informasi yang sama dengan edisi cetaknya. Koran online muncul sebagai jawaban atas perkembangan teknologi dan keinginan masyarakat untuk mendapatkan informasi secara cepat dan mudah. Sebelum adanya era digital, koran hanya dapat ditemukan dalam bentuk fisik, tanpa membutuhkan perangkat elektronik. Namun, dengan kemunculan internet, media cetak mulai beralih ke bentuk digital.

Koran digital yang pertama kali diluncurkan adalah Kontan pada tanggal 2 Juli 2008, diikuti oleh media lainnya seperti The Jakarta Post, Jawa Pos, dan Media Indonesia. Peningkatan jumlah pengguna internet juga berkontribusi pada pengurangan oplah koran cetak, karena saat ini masyarakat lebih memilih membaca berita secara online. Keunggulan dari koran online antara lain:

1. Tampilannya lebih menarik dengan desain yang inovatif.
2. Memudahkan pembaca untuk menemukan dan membaca berbagai artikel dalam waktu singkat.
3. Menghemat waktu, mudah disimpan, dan ramah lingkungan karena tidak menggunakan kertas.
4. Biaya produksi dan distribusi berkurang hingga 75%.
5. Mudah dibawa dan tidak memerlukan ruang penyimpanan fisik.

2.3 Berita

Berdasarkan pendapat Sumadireja (2005) dalam karya tulisnya yang berjudul "Jurnalisme Indonesia", berita didefinisikan sebagai laporan yang paling cepat dan tepat mengenai fakta atau ide terbaru yang dianggap benar, menarik, dan signifikan bagi banyak pendengar. Informasi ini disebarluaskan melalui sejumlah saluran media, termasuk surat kabar, radio, televisi, serta platform online seperti internet. Signifikansi dari kecepatan dan akurasi dalam menyampaikan informasi terbaru yang penting bagi masyarakat.

Berita juga harus memiliki nilai-nilai jurnalistik seperti kebenaran, ketertarikan, dan relevansi untuk memastikan informasi yang disampaikan dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh pembaca atau pemirsa.

Secara etimologis, kata "berita" berasal dari bahasa Sanskerta "vrit" dan bahasa Inggris "vritta," yang mengacu pada "peristiwa" atau "kejadian yang telah berlangsung." Sebagian ahli memahami istilah ini sebagai informasi mengenai suatu peristiwa yang telah terjadi. Dalam konteks penggunaan bahasa Indonesia, istilah "vritta" diartikan sebagai "berita" atau "cerita." Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), berita merujuk pada informasi atau laporan mengenai suatu peristiwa atau kejadian tertentu.

2.3.1 Strukur Berita

Struktur berita yang akan ditulis menentukan susunan dari berita tersebut. Struktur berita adalah kategori berita yang akan dipresentasikan. Format yang paling sering digunakan dan dianjurkan dalam penulisan berita adalah model piramida terbalik, yang umumnya mencakup komponen-komponen seperti judul berita, tanggal, ringkasan atau pengantar, serta isi artike:

1. Headline

Judul berita, yang juga dikenal sebagai tajuk utama, kadang-kadang disertai dengan subjudul. Judul berita dirancang untuk memudahkan pembaca dalam memahami pokok dari peristiwa yang dilaporkan, dan menonjolkan satu berita dengan dukungan teknik grafika.

2. Dateline.

Ada yang terdiri atas nama media massa, tempat kejadian, dan tanggal kejadian. Adapula yang terdiri atas nama media massa dan tempat kejadian. Tujuannya adalah menunjukkan tempat kejadian dan inisial media.

3. Lead.

Menurut Suhandang (2016, hal 130) merupakan berita utama merupakan bagian awal dari suatu laporan berita, yang dengan jelas dan singkat menyampaikan pokok dari sebuah peristiwa. Berita utama disusun untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dasar seperti siapa, apa, kapan, di mana, mengapa, dan bagaimana, sehingga pembaca dapat dengan cepat memahami isi berita tersebut. Berita utama merangkum keseluruhan cerita dengan cara yang singkat dan efisien.

4. Body atau tubuh berita.

Bagian ini merupakan laporan peristiwa yang ditulis dengan bahasa yang singkat, jelas, dan mudah dimengerti. Oleh karena itu, bagian isi memiliki peran sebagai pengembangan tambahan dari informasi yang paling penting dalam pesan.

2.3.2 Jenis Berita

Dalam dunia jurnalistik, berita dibedakan ke dalam beberapa jenis yang masing-masing berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi berdasarkan fakta, unsur kebaruan, dan nilai berita. Setiap jenis berita memiliki ciri khas, tujuan, dan gaya penulisan yang berbeda, disesuaikan dengan isi informasi serta kebutuhan audiens. Adapun beberapa jenis berita yang umum digunakan antara lain:

1. Straight News (Berita langsung)

Straight news adalah jenis berita yang disampaikan secara langsung. Jenis berita ini merangkum informasi terkini atau menarik perhatian publik. Straight news dapat dibedakan menjadi dua kategori, yaitu berita berat dan berita ringan. Berita berat merujuk pada peristiwa yang sedang berlangsung atau dapat dikatakan bahwa peristiwa tersebut terjadi pada saat ini.

2. Depth News

Berita jenis ini disusun dengan cara menggali lebih dalam aspek-aspek tersembunyi atau yang tidak tampak secara langsung dari suatu peristiwa atau topik, untuk memberikan informasi yang lebih lengkap dan berarti.

3. Investigation News

Jenis berita ini adalah hasil penyelidikan yang mendalam yang secara teratur mengumpulkan informasi dari berbagai sumber untuk mengungkapkan fakta-fakta yang sebelumnya tidak diketahui oleh masyarakat.

4. Interpretative News

Tipe berita ini melibatkan analisis atau sudut pandang jurnalis mengenai fakta-fakta yang telah ditemukan di lapangan, yang memberikan konteks dan pemahaman yang lebih mendalam kepada pembaca mengenai arti atau efek dari peristiwa yang dilaporkan.

5. Opinion News

Menurut Musman (2017, hal 121). Berita mengenai pendapat seseorang, biasanya pendapat para cendekiawan, sarjana, ahli, atau pejabat mengenai suatu hal, peristiwa, kondisi dan sebagainya.

Kualitas berita sebagai upaya untuk memenuhi keinginan pelanggan serta memastikan ketepatan dalam penyampaian guna mencapai harapan pelanggan. Kualitas layanan merupakan tingkat mutu yang diharapkan dalam pengelolaan keunggulan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Menurut Ovadya (2018) bahwa dalam konteks berita, terdapat beberapa elemen yang memiliki nilai yang dapat diukur, yaitu content (konten), source (sumber), dan reception (respon). Nilai dari sebuah konten berita dapat diukur dari aktualitas dan pesan yang disampaikan. Konten yang aktual dan memiliki pesan yang kuat cenderung memiliki nilai yang lebih tinggi karena dapat memberikan informasi yang relevan dan signifikan kepada pembaca atau pemirsa.

Source atau sumber berita juga memiliki nilai yang bisa diukur, karena sumber merupakan entitas yang bertanggung jawab dalam mengemas dan mendistribusikan berita. Kredibilitas, objektivitas, dan reputasi sumber berperan penting dalam menentukan nilai sebuah berita. Terakhir, nilai reception mengacu pada efek dari sebuah konten berita terhadap individu atau kelompok yang menerimanya. Respon bisa berupa tanggapan emosional, pemahaman terhadap isu yang diangkat, atau bahkan tindakan yang diambil sebagai hasil dari konsumsi berita tersebut.

2.3.3 Peningkatan Kualitas berita

Dalam buku yang disebutkan, Mitchel V. Chamley dikutip dari (Romli, 2003) menyatakan bahwa terdapat beberapa elemen yang perlu diperhatikan untuk menciptakan berita yang berkualitas tinggi. Sebagai berikut:

1. News is Accurate (Berita itu harus akurat)

Ketika menyajikan realitas saat ini, tentunya, akurasi juga harus dipastikan, semua informasi yang mencakup identitas individu, jabatan, lokasi, serta waktu kejadian harus disampaikan dengan akurat dan jelas agar tidak terjadi ambiguitas atau salah pengertian

dalam memahami pesan, baik untuk orang yang disebutkan maupun untuk pengguna.

2. News is Balanced

Pastikan setiap pesan disesuaikan, misalnya keseimbangan fakta-fakta individu yang disajikan, yang berada dalam hubungan yang tepat dengan keseluruhan rangkaian peristiwa. Pemenuhan di sini secara umum merujuk pada masalah penyeimbangan fakta-fakta yang dipilih dan penyediaan gambaran menyeluruh dari keseluruhan peristiwa yang dapat dipahami oleh pengguna.

3. News is Objective (berita itu harus objektif)

Pesan harus disusun sesuai dengan kenyataan, yang mengindikasikan bahwa seorang reporter atau jurnalis tidak mempertimbangkan bias pribadinya atau informasi dari pihak lain saat menyusun dan memilih berita. Oleh karena itu, berita harus disampaikan dengan kejujuran. Dalam keadaan apa pun, mereka tidak diperkenankan untuk menyembunyikan hal-hal negatif, seperti prasangka atau fitnah.

4. News is Concis and Clear (Berita harus singkat dan jelas)

Pada dasarnya, pengiriman pesan harus disesuaikan dengan format penulisan yang diterapkan. Pesan yang efektif harus ringkas, jelas, mudah dimengerti, dan menyeluruh. Apabila penyampaian pesan dilakukan dengan cara yang datar, tidak teratur, tidak jelas, atau tidak terfokus, maka pesan tersebut akan dianggap kurang efektif..

5. News is Recent (Berita itu harus baru)

Unsur waktu memiliki peranan yang signifikan dalam berita, karena umumnya masyarakat menyadari bahwa segala sesuatu di dunia ini bersifat sementara dan terus mengalami perubahan. Karena itu, para pembaca atau pendengar berita cenderung mencari informasi yang akurat dan sesuai dengan perkembangan yang sedang berlangsung.

2.3.4 Penulisan Berita

Penulisan berita memerlukan teknik tertentu agar dapat menghasilkan berita yang efektif dan efisien. Oleh karena itu, dalam menulis berita diperlukan formula yang dapat digunakan oleh wartawan. Karya jurnalistik ditujukan untuk khalayak yang luas, sehingga diperlukan formula dalam pembuatannya. Formula berita ini digunakan untuk memudahkan pembaca memahami informasi dan juga memudahkan editor dalam mengolah berita. Berikut adalah dasar penulisan yang perlu diperhatikan:

1. 5W+1H

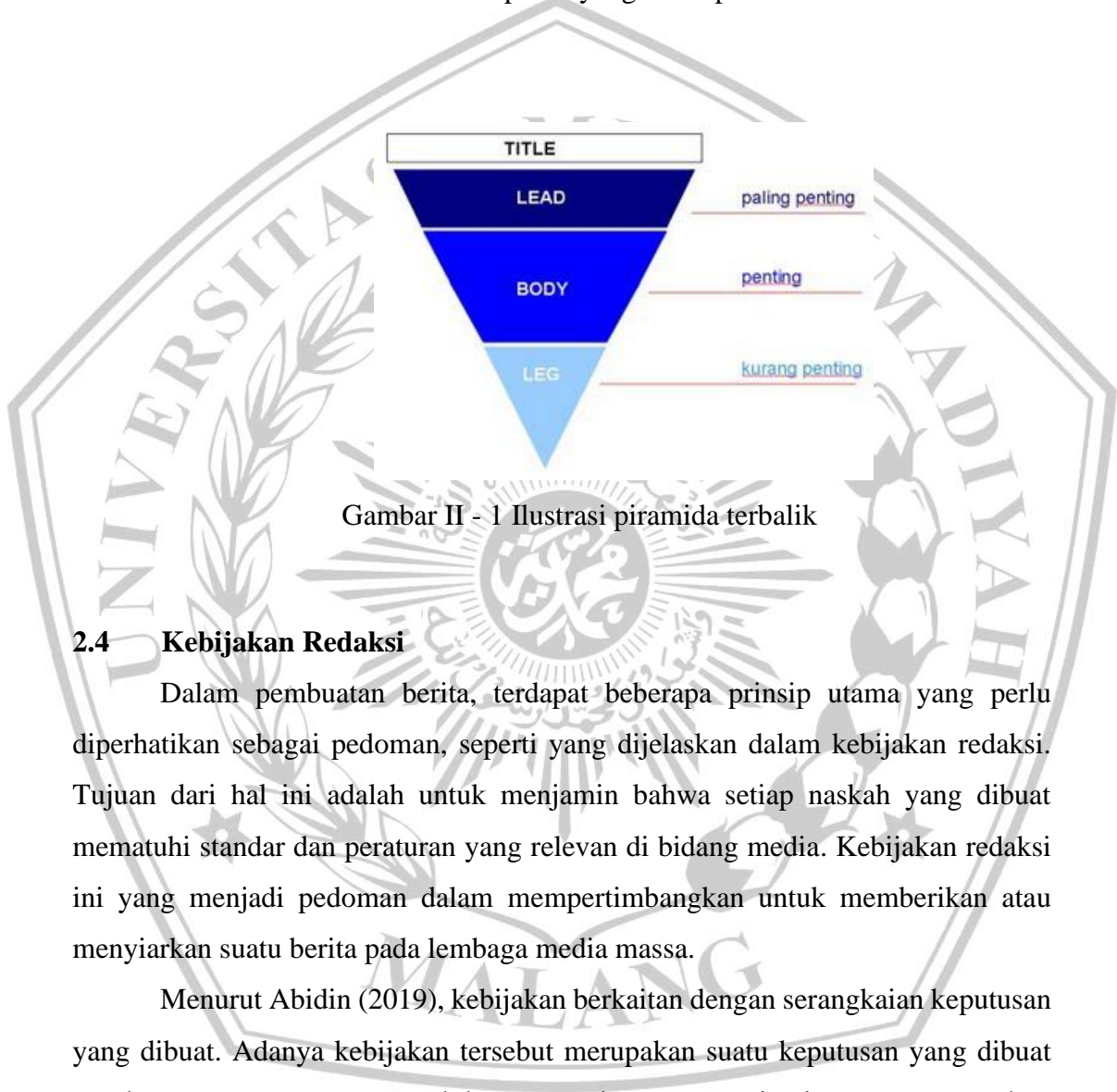
5W+1H merupakan akronim dari Siapa, Apa, Kapan, Di mana, Mengapa, dan Bagaimana. Konsep ini bertujuan untuk menjamin bahwa informasi yang disampaikan dalam berita bersifat menyeluruh dan mendetail. Pembaca harus memahami siapa yang terlibat, apa yang terjadi, kapan peristiwa itu terjadi, di mana terjadinya, mengapa hal itu terjadi, serta bagaimana peristiwanya berlangsung.

2. Piramida Terbalik

Piramida terbalik merupakan bentuk penulisan atau format presentasi yang umum digunakan oleh para jurnalis. Tujuan pemakaian piramida terbalik adalah agar pembaca bisa langsung mengetahui pokok pesan yang ingin mereka pahami. Terutama di zaman yang penuh dengan kecepatan saat ini. Berita yang disampaikan secara online, contohnya, harus segera merujuk pada pokok permasalahannya. Informasi yang penting disampaikan di awal paragraf, sedangkan informasi tambahan akan hadir di paragraf selanjutnya.

Piramida terbalik memudahkan pembaca artikel untuk menangkap inti cerita, karena informasi paling penting disajikan pada beberapa paragraf awal. Jurnalis dan redaktur saat ini dapat menyusun dan mengedit berita dengan lebih efisien, karena mereka dapat lebih berkonsentrasi pada pokok berita. Editor juga dapat menyunting atau merangkum berita dengan lebih mudah hanya dengan

menghapus bagian akhir yang dianggap tidak penting. Bagi media, penggunaan piramida terbalik berarti mereka dapat menghemat ruang pada halaman. Semakin membaca ke bawah pesan itu, semakin kurang penting isi pesan tersebut. Tujuan dari pernyataan ini adalah untuk mempermudah pembaca agar dapat langsung memahami inti dari pesan yang disampaikan.



Gambar II - 1 Ilustrasi piramida terbalik

2.4 Kebijakan Redaksi

Dalam pembuatan berita, terdapat beberapa prinsip utama yang perlu diperhatikan sebagai pedoman, seperti yang dijelaskan dalam kebijakan redaksi. Tujuan dari hal ini adalah untuk menjamin bahwa setiap naskah yang dibuat mematuhi standar dan peraturan yang relevan di bidang media. Kebijakan redaksi ini yang menjadi pedoman dalam mempertimbangkan untuk memberikan atau menyiarkan suatu berita pada lembaga media massa.

Menurut Abidin (2019), kebijakan berkaitan dengan serangkaian keputusan yang dibuat. Adanya kebijakan tersebut merupakan suatu keputusan yang dibuat untuk mengatur atau mengelola suatu sistem, organisasi, atau masyarakat. Kebijakan dapat melibatkan penetapan prioritas, pengalokasian sumber daya, atau strategi yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan.

Kebijakan redaksi menjadi dasar bagi media massa dalam menjalankan newsroom mereka, mulai dari menentukan isu yang diangkat, sudut pandang

peristiwa, narasumber yang dipilih, angle berita, hingga bagaimana berita itu disajikan. Dalam artian lain, kebijakan redaksional ini adalah pedoman atau kaidah dalam menjalankan operasional pemerintahan di sebuah media massa.

Dalam proses produksi berita di media online, kebijakan redaksi menjadi jantungnya atau pengendali internal yang berlaku di ruang redaksi. Kebijakan ini mengendalikan dan mengontrol konten berita yang akan ditayangkan sesuai dengan rubrikasi media tersebut. Keputusan untuk memuat atau tidak berita telah melalui pertimbangan redaksi yang mendalam. Oleh karena itu, kebijakan redaksional sangat penting dalam menentukan isi berita yang akan diterbitkan dan bagaimana berita tersebut diterbitkan jangka pendek tetapi agar bisa bertahan hingga jangka panjang.

Penulis menyimpulkan bahwa kebijakan merupakan elemen penting yang menjadi landasan utama serta garis besar dalam perencanaan pelaksanaan tugas dan penerapan asas-asas tertentu. Kebijakan ini bertujuan untuk memberikan pedoman yang jelas bagi media dalam menjalankan berbagai upaya guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Selain itu, pedoman tersebut memiliki peran strategis dalam mengarahkan setiap langkah yang diambil agar sejalan dengan visi besar yang ingin dicapai secara efektif dan terarah.

2.4.1 Tugas Redaksi

Redaksi terdiri dari sekelompok pegawai atau tim di perusahaan media online yang berkolaborasi untuk mencapai tujuan bersama. Tugas utama mereka adalah menilai atau memilih berita yang layak untuk diterbitkan dan yang tidak. Semua hal ini diperhatikan oleh editor media. Editor ini merupakan inti dari media tersebut.

Dalam penelitian ini, aktivitas redaksi dipahami sebagai rangkaian langkah dalam pengelolaan konten berita yang meliputi fase perencanaan, pengorganisasian, mobilisasi, dan pengawasan, yang berkaitan dengan laporan, penulisan, serta penyuntingan aspek kejadian. Tugas Redaksional dibagi menjadi beberapa tugas seperti:

A. Pemimpin Redaksi

Tanggung jawab utama pemimpin redaksi yaitu mengawasi dan mengatur pekerjaan harian surat kabar ataupun portal media online.

Mereka harus memantau konten semua bagian situs web dan menetapkan pedoman. Selain itu, Pemimpin Redaksi juga bertanggung jawab atas penulisan dan konten tajuk rencana, yang berisi opini redaksi tentang isu-isu terkini.

Selain itu, pemimpin redaksi memiliki tanggung jawab terhadap isi editorial situs web serta mutu produk yang dihasilkan oleh situs tersebut. Mereka juga memimpin pertemuan redaksi, memberikan arahan kepada tim redaksi mengenai berita yang akan diterbitkan, dan menentukan apakah berita serta foto tersebut pantas untuk dipublikasikan. Selain itu, Pemimpin Redaksi harus berkoordinasi dengan setiap bagian untuk menyelaraskan konten situs web.

B. Redaktur Pelaksana

Masalah teknis yang berkaitan dengan pembuatan berita, artikel, dan pengumuman yang akan diterbitkan merupakan tugas dari redaktur pelaksana. Mereka secara langsung mengelola aktivitas pembuatan konten ini, yaitu mereka harus mengawasi dan membimbing tim redaksi dalam menulis, mengedit, dan menyunting berita, artikel, dan pengumuman untuk memastikan kualitas dan keakuratan informasi yang dipublikasikan. Mereka juga bertanggung jawab atas alur kerja harian tim redaksi, memimpin rapat perencanaan, pengendalian, dan penutupan tim redaksi, merencanakan konten untuk setiap publikasi situs web, bertanggung jawab atas konten editorial publikasi situs web dan foto, mengkoordinasikan pekerjaan editor dan penerbit, dan mengedit naskah, tanggal, judul, dan foto editor.

C. Redaktur

Tugas utama redaktur adalah menyeleksi dan merevisi naskah yang akan diterbitkan atau ditampilkan di situs web. Redaktur harus memastikan bahwa kontennya benar, jelas, dan sesuai dengan standar penulisan yang baik. Tugas redaktor meliputi mengusulkan dan menyediakan data serta menulis berita dan foto yang akan diterbitkan.

D. Koordinator Liputan

Tugas utamanya adalah mengatur dan mengawasi pekerjaan tim peliputan. Koordinator liputan harus memantau dan merencanakan berbagai acara yang dihadiri tim peliputan, seperti wawancara, konferensi, atau rapat. Selain itu, koordinator harus menciptakan mekanisme komunikasi yang efektif antara editor dan reporter sehingga tim peliputan dapat bekerja sama dengan baik.

E. Reporter

Reporter memiliki beberapa tanggung jawab utama yang berkaitan dengan pengumpulan informasi dan penulisan berita. Reporter harus mencari dan mewawancarai narasumber berita yang ditugaskan oleh editor atau supervisor, serta menulis wawancara, investigasi, dan laporan yang akurat dan jelas. Selain itu, reporter harus memberikan saran kepada editor atau supervisor tentang informasi yang mereka anggap penting dan ingin dipublikasikan.

Reporter juga harus menjaga dan membangun hubungan dengan narasumber utama di berbagai instansi sehingga mereka dapat memperoleh informasi yang akurat dan tepat waktu untuk mendapatkan informasi yang lengkap dan akurat.

F. Fotografer

Fotografer memiliki beberapa tanggung jawab utama yang berkaitan dengan pengambilan gambar berita. Seorang fotografer harus mengikuti petunjuk pengambilan foto yang diberikan oleh editor atau supervisor. Ia wajib untuk mencatat sumber, keadaan peristiwa, aktivitas yang berkaitan dengan objek, tempat, gedung, serta elemen visual lainnya yang berkaitan dengan konten berita.

G. Sekretaris Redaksi

Mengatur undangan yang berkaitan dengan penyampaian berita, berkomunikasi dengan narasumber atau institusi yang relevan untuk pendaftaran, konfirmasi atau pembatalan, memberikan dukungan operasional pada kegiatan jurnalistik, mengelola keuangan redaksi, serta menjadwalkan pertemuan redaksi internal.

H. Desain Grafis

Bertanggung jawab untuk merancang dan mengatur tampilan setiap halaman dengan menyertakan teks, gambar, dan data yang relevan. Naskah yang digunakan harus akurat, jelas, dan mudah dipahami, serta disajikan dalam layout yang rapi dan mudah dibaca.

I. Pracetak

Membawa naskah yang sudah disetujui pemimpin redaksi ke percetakan untuk dicetak adalah langkah penting dalam proses penerbitan. Peran penting lainnya adalah mengawasi proses percetakan agar hasilnya sesuai dengan standar yang diharapkan. Setelah proses percetakan selesai, produk yang diterima harus dalam keadaan baik dan siap untuk dikirim ke pasaran.

Selain redaksi, tentunya juga ada orang-orang di sebuah perusahaan media yang bertanggung jawab mengelola perusahaan tersebut. Orang yang bertanggung jawab atas pengelolaan suatu perusahaan media disebut dengan manajer perusahaan, manajer perusahaan ini biasanya bertanggung jawab atas pengelolaan perusahaan. Pimpinan perusahaan, biasanya bertanggung jawab atas beberapa bidang, mulai dari periklanan hingga penjualan.

2.4.2 Kegiatan Redaksi

Dalam dunia media yang memiliki reputasi yang baik, standar operasional prosedur (SOP) biasanya diterapkan sebagai pedoman utama dalam proses produksi berita. Prosedur operasi standar ini terutama dimaksudkan untuk memastikan bahwa setiap pesan yang dipublikasikan memenuhi standar kualitas yang ditentukan.

1. Rapat Redaksi

Kegiatan rutin yang menjadi jantung operasional media. Dalam rapat ini, para anggota redaksi, termasuk reporter dan redaktur, mengajukan usulan topik liputan berdasarkan berbagai sumber seperti undangan liputan, konferensi pers, atau hasil pengamatan pribadi. Tujuan utama dari rapat ini adalah untuk mengkoordinasikan kebijakan redaksi, menjaga

komunikasi antar staf, memecahkan masalah yang muncul, dan menentukan topik serta reporter yang akan meliput.

2. Reportase dan Penulisan Berita

Reportase adalah kegiatan jurnalistik yang mencakup pencarian informasi dan fakta di lapangan secara lengkap, dengan tujuan memberikan pemahaman yang komprehensif kepada masyarakat agar dapat memperoleh kesimpulan yang jelas. Reportase disebut juga dengan pemberitaan yang menyampaikan fakta peristiwa yang dilihat langsung secara lengkap. Selain fakta yang dilihat langsung di lapangan, laporan juga bisa berasal dari investigasi yang telah dilakukan sebelumnya. Tentunya banyak sekali kendala dalam melakukan kegiatan pemberitaan sehingga perlu memiliki kesabaran yang cukup.

Hal ini secara tidak langsung bahwa pemberitaan harus dilakukan dengan cara yang menyenangkan dan gembira berlatihlah dengan cara gembira dengan saling mengenal dan memahami apa arti laporan itu sendiri. Baik itu tulisan artikel, berita, dan dapat pula berupa video. Penyampaian informasi yang tertulis wajib disusun berdasarkan prinsip 5W + 1H agar isi yang disampaikan lengkap, serta harus mempertimbangkan aspek teknis yang mendukung keakuratan dan kevalidan data (Supriadi, 2021).

3. Editor dan Koreksi

Setelah peliputan selesai, reporter kembali ke kantor untuk melaporkan hasilnya kepada redaktur. Redaktur kemudian mengevaluasi apakah hasil liputan sesuai dengan rencana awal dan memenuhi standar kualitas berita. Tugas redaktur mencakup penyuntingan naskah dari segi bahasa dan isi, memastikan bahwa berita tersebut akurat dan seimbang. Dalam hal ini, tentu saja, seorang editor harus melakukannya dengan intelektualitas dan keterampilan teknis seorang editor untuk menjadikan berita layak diterbitkan, mudah dibaca dan mudah dicerna oleh pembaca.

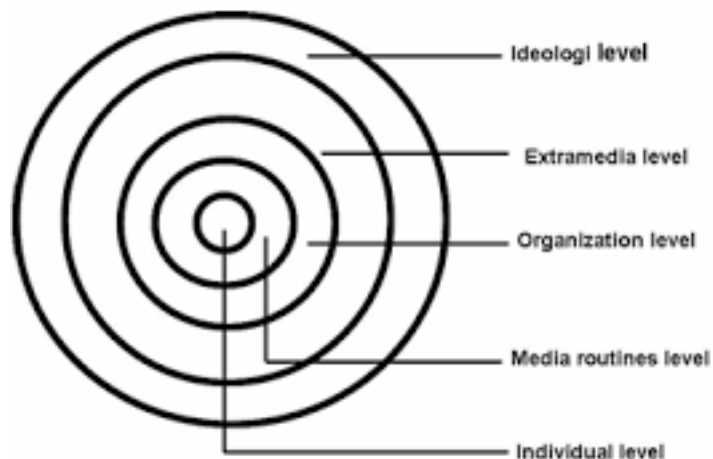
4. Penerbitan Berita

Setelah skrip diedit, pesan dapat dipublikasikan. Redaksi juga bertanggung jawab menentukan penempatan pesan dalam media, apakah berupa headline atau sekedar cerita kecil. Proses penerbitan ini harus

dikelola dengan baik agar hasil akhirnya menarik pembaca dan memenuhi visi dan misi media. Selain itu, koordinasi antara tim redaksi, reporter, dan bagian pemasaran juga penting dilakukan untuk memastikan berita terbit tepat waktu dan sesuai kebutuhan khalayak.

2.5 Teori Hierarki Pengaruh

Untuk mendapatkan pemahaman mengenai penerapan langkah-langkah editorial dalam dunia media, dibutuhkan suatu kerangka teori yang dapat menguraikan berbagai elemen yang memengaruhi proses pengambilan keputusan di bagian editorial. Salah satu pendekatan yang dianggap sesuai untuk menggambarkan dinamika ini adalah teori yang secara terstruktur menganalisis pengaruh pada berbagai level. Hierarchical Influences atau teori hierarki pengaruh merupakan salah satu pendekatan dalam studi komunikasi massa yang berfokus pada bagaimana pesan media terbentuk dari sudut pandang ilmu sosial. Model ini, yang dikembangkan oleh Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese dalam buku mereka "*Mediating the Message in the 21st Century: a Media Sociology Perspective*", bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana berbagai kekuatan memengaruhi media dan isi kontennya. Shoemaker dan Reese mengidentifikasi lima tingkat analisis yang memengaruhi produksi pesan media, yaitu: tingkat individu, rutinitas kerja media, organisasi media, institusi sosial, dan sistem sosial secara luas. Setiap level tersebut berperan dalam membentuk isi media, mulai dari pengaruh pribadi pekerja media, kebiasaan dan prosedur kerja di ruang redaksi, kebijakan dan struktur organisasi, tekanan dari institusi eksternal seperti pemerintah atau pengiklan, hingga nilai dan norma yang berlaku di masyarakat. Dengan demikian, model ini menegaskan bahwa isi media merupakan hasil interaksi dari berbagai faktor yang saling memengaruhi, baik dari dalam maupun luar organisasi media (Shoemaker dan Reese, 2014: 8-9).



Gambar II - 2 Teori hierarki pengaruh

1. Tingkat individu, yaitu Level individu dalam hierarki pengaruh media merujuk pada peran dan karakteristik personal pekerja media seperti wartawan, redaktur, atau editor sebagai sosok yang berdiri secara personal dalam proses produksi berita. Aspek-aspek seperti latar belakang pendidikan, pengalaman kerja, identitas etnis, jenis kelamin, hingga status sosial menjadi faktor yang dapat memengaruhi cara individu tersebut memilih, mengolah, dan menyampaikan informasi. Di level ini, individu memiliki tanggung jawab besar dalam menentukan sumber berita yang layak dimuat oleh media. Oleh karena itu, diperlukan kemampuan untuk memilah secara tegas antara kepentingan profesional, kepentingan pribadi, dan kecenderungan politik, agar berita yang disampaikan tetap berpegang pada prinsip jurnalistik yang objektif.
2. Level rutinitas media adalah aktivitas sehari-hari yang terjadi di lembaga media dan berpengaruh pada pengelolaan media, terutama dalam hal produksi media. Para profesional media biasanya mengikuti prosedur rutin dalam pelaporan yang mereka lakukan. Rutinitas media mengacu pada kebiasaan dalam dunia media, di mana pilihan dan pandangan mengenai peristiwa yang disampaikan ke ruang redaksi oleh jurnalis dipengaruhi oleh cara kerja profesional di lembaga tempat mereka berkarir.
3. Tingkat organisasi media selain aktivitas media yang berlangsung secara rutin, organisasi media juga berperan dalam penyusunan ulang berita atau

kejadian. Pada tahap ini, organisasi, sebagai alat dalam kerangka industri media, menetapkan cara untuk merekonstruksi peristiwa, yang biasanya sejalan dengan ideologi atau keyakinan mereka. tertentu.

4. Pada tingkat ekstra-media, variabel yang ada menanyakan mengenai sumber informasi, pengiklan, kelompok target, kendali pemerintah, atau pasar media. Sebagai pihak yang memiliki kepentingan, sumber berita harus menyajikan informasi yang bermanfaat bagi mereka dan mengeliminasi informasi yang tidak menguntungkan. Sering kali, media tidak mempertimbangkan pentingnya sumber berita. Sumber pendapatan media, yang berasal dari iklan, juga dapat terdiri dari pelanggan media. Media perlu tetap eksis, dan terkadang media harus membuat kesepakatan dengan sumber daya yang menyokongnya.
5. Tingkat sistem ideologi, yaitu dampak ideologis dari sistem sosial. Pertanyaan mengenai beragam sistem kepercayaan, nilai, dan arti yang dipakai oleh media massa untuk menetapkan konten yang akan disebar.

2.6 Penelitian Terdahulu

Dengan melakukan kajian terhadap literatur yang tersedia, para peneliti mampu mengidentifikasi tesis yang berkaitan dengan fokus penelitian ini. Meskipun memiliki perbedaan dalam hal objek, skripsi tersebut masih memberikan kontribusi yang berharga bagi penelitian yang sedang dijalankan.

Penelitian Terdahulu 1

Ulfayani (2018) pada skripsi dengan judul “Strategi Kebijakan Redaksional Rubik Ekobis Dalam Menarik Pembaca di Makassar.terkini.id”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis peralihan kebijakan redaksi dari bentuk majalah ke portal berita di makassar. terbaru. id, serta untuk menyelidiki strategi media dalam penyajian konten berita pada rubrik Ekobis demi meningkatkan daya tarik bagi pembaca. Pertanyaan inti yang hendak dijawab dalam penelitian ini adalah: 1) Bagaimana penerapan kebijakan redaksi selama peralihan dari format majalah ke portal berita pada makassar. terbaru. id? Dan 2) Bagaimana strategi kebijakan media dalam penyajian berita di rubrik Ekobis pada makassar. terbaru. id untuk menarik minat pembaca. Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan teori hierarki

pengaruh. Penelitian ini dilaksanakan dengan pendekatan kualitatif deskriptif, menggunakan data primer sebagai sumber utama dan data sekunder sebagai tambahan. Data diperoleh melalui pengamatan langsung, wawancara mendetail, pengumpulan dokumen lapangan, dan studi literatur.. Informan dalam penelitian ini terdiri dari Pimpinan Redaksi, Editor, dan General Manager yang dipilih secara sengaja, berdasarkan kemampuan dan kesediaan mereka untuk diwawancarai. Analisis data dilakukan dengan pendekatan induktif, yaitu dari data menuju pembentukan teori.

Hasil penelitian mengindikasikan bahwa strategi untuk memperoleh audiens yang digunakan oleh makassar. terbaru. id melibatkan dua langkah utama. Tahap pertama adalah mengubah nama situs web dari yang sebelumnya, "Makassar Terkini," menjadi "makassar. terkini. id." Tahap kedua melibatkan pembaruan elemen teknis agar situs web menjadi lebih efisien dan mudah digunakan, terutama ketika diakses melalui perangkat seluler. Selanjutnya, aplikasi Makassar Terkini juga telah dirilis dan dapat diunduh di Play Store. Dari sisi lalu lintas pembaca, makassar. terkini. id mencatat angka kunjungan yang cukup tinggi pada bulan April.

Penelitian Terdahulu 2

Ariyani, Siti dan Wisnu Martha Adiputra (2018) pada skripsi dengan judul “Situs Berita Online dan Kualitas Berita (Studi Kasus Kebijakan Redaksional Detik. com dalam Menentukan Kualitas Berita)”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji kebijakan editorial yang diterapkan oleh Detik. com dalam upaya menjaga dan menetapkan mutu berita yang disajikan. Teks tersebut juga menganalisis bagaimana media merespons tekanan kebutuhan untuk menyampaikan informasi dengan cepat di tengah persaingan yang ketat dalam industri media daring. Pertanyaan utama yang dibahas dalam studi ini meliputi: 1) Apa kebijakan editorial Detik. com dalam menetapkan standar kualitas berita? 2) Bagaimana kebijakan ini diterapkan di tengah tuntutan penyajian berita yang cepat?

Penelitian ini menggunakan hierarki pengaruh sebagai dasar teoritisnya. Karena ciri-ciri khas dari sistem editorial Detik. com,

dilakukanlah sebuah studi kasus. Pendekatan penelitian ini bersifat deskriptif dan kualitatif, dengan memanfaatkan data primer dan sekunder. Data dikumpulkan melalui pengamatan, wawancara mendalam, dokumentasi, dan tinjauan pustaka. Informan dalam penelitian ini adalah anggota staf editorial yang dipilih secara sengaja berdasarkan keahlian mereka dan kesiapan untuk memberikan informasi yang relevan. Analisis data dilakukan dengan pendekatan induktif, yakni menarik kesimpulan dari data lapangan menuju pembentukan teori. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Detik. com sebagai pelopor media berita online di Indonesia menekankan kecepatan dalam penyampaian berita sebagai keunggulan utama. Namun, tuntutan untuk menjadi yang tercepat menyebabkan proses kerja redaksional dilakukan dengan sangat cepat, sehingga berdampak pada kualitas faktual berita yang disajikan. Penyajian berita cenderung dangkal dan kurang akurat, yang menjadi salah satu kritik utama terhadap media ini. Kebijakan redaksional yang idealnya mampu menjamin kualitas jurnalistik ternyata belum sepenuhnya mampu diterapkan secara optimal di tengah tekanan pasar.

Penelitian Terdahulu 3

Wiji Agustin Sasmita (2019) dengan judul “Strategi Redaksi TIRTO.ID dalam Penyajian Berita di Media Online”. Tujuan penelitian ini untuk mengkaji strategi redaksional Tirto.id dalam mengelola dan menyajikan berita secara daring. Penelitian ini membahas strategi redaksi yang diterapkan Tirto.id dalam penyajian berita di media online. Latar belakang penelitian didasarkan pada perkembangan teknologi informasi yang mendorong percepatan arus informasi, sekaligus menuntut industri media untuk berinovasi, menjaga kualitas, dan bersaing di tengah disrupsi informasi. Situasi ini memberi tantangan tersendiri bagi awak media online dalam menghasilkan karya jurnalistik yang akurat dan terverifikasi. Sayangnya, tidak jarang media online tergelincir dalam menyampaikan informasi yang belum final, sehingga menimbulkan salah tafsir dan disinformasi di kalangan pembaca. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara,

observasi, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan pendekatan triangulasi untuk menguji kredibilitas informasi. Penelitian ini menggunakan teori ekologi media dari McLuhan sebagai landasan teori. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi redaksional Tirto.id tidak menempatkan kecepatan sebagai prioritas utama, melainkan lebih mengedepankan prinsip cover both sides dan kedalaman berita. Selain itu, Tirto.id tidak menjadikan iklan sebagai fokus utama pendapatan, melainkan menekankan kualitas konten sebagai strategi jangka panjang. Strategi ini selaras dengan visi Pemimpin Redaksi, Sapto Anggoro, untuk membangun peradaban baru dalam jurnalisme digital di Indonesia. Penerapan strategi redaksional Tirto.id tercermin melalui pengemasan konten dalam bentuk infografik, videografik, dan pemanfaatan maksimal platform media sosial sebagai sarana distribusi. Pendekatan ini menunjukkan komitmen Tirto.id dalam menyajikan berita yang tidak hanya informatif, tetapi juga mudah dipahami dan menarik bagi audiens digital masa kini.

Berdasarkan analisis terhadap studi-studi sebelumnya, sangat penting untuk menemukan ruang yang belum diteliti serta sumbangan yang diberikan oleh penelitian ini. Penelitian ini berfokus pada kebijakan editorial media online untuk meningkatkan kualitas peliputan, terutama pada rubrik Peristiwa di Radarmalang. jawapos. com. Pendekatan teori yang diterapkan mengacu pada *Hierarchy of Influences* karya Shoemaker dan Reese, yang memungkinkan peneliti untuk mengkaji berbagai tingkat pengaruh dalam proses pelaporan berita.

Penelitian awal yang dilakukan oleh Ulfayani (2018) memfokuskan pada peralihan media dari majalah cetak menuju platform digital Makassar. terkini. id, dengan perhatian khusus pada bagian Ekobis. Kegiatan penelitiannya berfokus pada strategi rebranding dan penerapan teknologi guna menarik pembaca, bukan pada dinamika internal dari ruang redaksi. Walaupun menerapkan teori yang serupa, penelitian ini lebih fokus pada proses pengambilan keputusan editorial yang dilakukan setiap hari di ruang redaksi media lokal, yang mencakup pemilihan isu, penyuntingan, dan penyajian berita.

Di sisi lain, Ariyani dan Adiputra (2018) dalam penelitian kedua mereka juga menerapkan teori Hierarchy of Influences untuk menganalisis kebijakan editorial di Detik. com, khususnya dalam menghadapi tekanan kecepatan publikasi di zaman digital. Penelitian tersebut menekankan bahwa kecepatan sering kali mengorbankan kedalaman dan ketepatan informasi dalam berita. Sebaliknya, penelitian ini secara cermat menyelidiki setiap lapisan pengaruh dimulai dari kebiasaan kerja, tata organisasi, hingga elemen ideologis yang membentuk kebijakan redaksional pada media lokal seperti Radarmalang. jawapos. com.

Penelitian ketiga yang dilakukan oleh Wiji Agustin Sasmita (2019) memanfaatkan pendekatan teori Ekologi Media yang dikemukakan oleh McLuhan dan menganalisis strategi penyajian berita di Tirto. id. Tujuan utama adalah memberikan perhatian pada penyajian berita yang bersifat visual, seperti infografik dan cerita yang mendalam. Walaupun tujuannya sama dalam meningkatkan mutu konten, cara penanganannya berbeda. Penelitian ini menyoroti pengaruh yang berlapis dalam kebijakan redaksi media daerah, dengan demikian dapat menerangkan hubungan antara nilai, struktur, dan kebiasaan jurnalistik secara lebih teratur.

Aspek yang dengan jelas membedakan adalah lokasi dan jenis objek yang diteliti. Ketiga penelitian sebelumnya tidak secara khusus membahas media lokal, sedangkan penelitian ini berfokus pada analisis media digital di daerah Malang, yaitu Radarmalang. jawapos. com, yang memiliki karakteristik tersendiri dalam pengambilan keputusan redaksional di tengah tantangan di tingkat regional dan nasional.

Meskipun terdapat perbedaan dalam fokus dan konteks, keempat penelitian ini memiliki kesamaan dalam pendekatan metodologis, yaitu menerapkan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data yang meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Kesamaan ini menunjukkan bahwa metode kualitatif masih penting untuk menganalisis praktik kerja redaksi serta kebijakan media.

Penelitian ini memberikan sumbangan yang unik dalam bidang kajian kebijakan media, terutama dengan menyoroti praktik editorial di

platform media lokal daring. Penelitian ini juga memperdalam pemahaman tentang penerapan teori *Hierarchy of Influences* dalam konteks lokal, serta menunjukkan bagaimana kebijakan redaksional dapat berperan penting dalam menjaga dan meningkatkan mutu isi berita.

